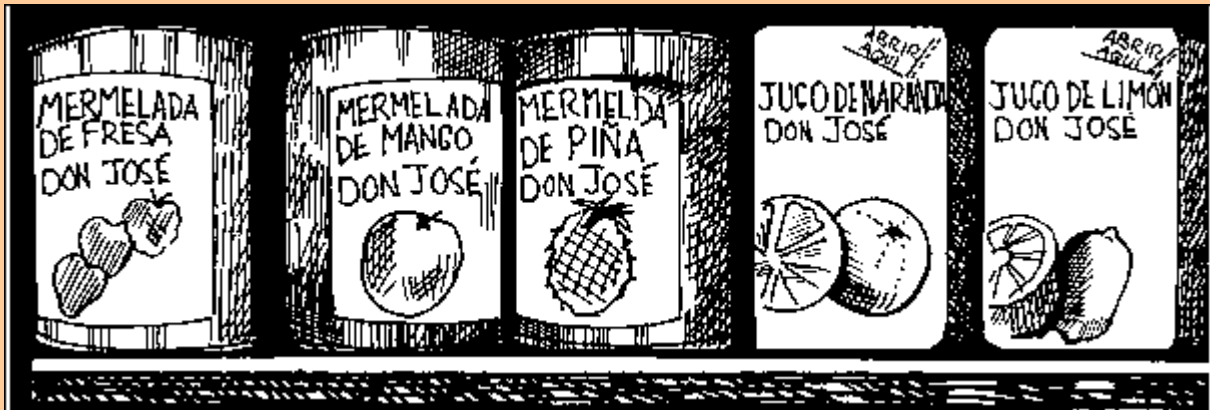
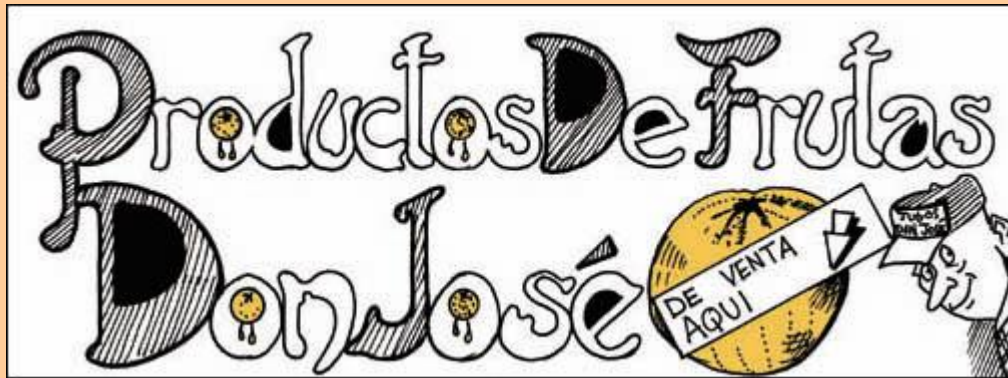


## ¿Cómo se debe promover el producto?

Aspectos principales en el Capítulo 6  
¿Cómo se debe promover el producto?

**Aunque el producto sea bueno,  
es improbable que se venda por sí mismo.  
La publicidad y la promoción son necesarias.  
El capítulo analiza la investigación sobre ...**

- tipos de promoción, incluyendo publicidad, exhibiciones en puntos de venta, muestras gratis y reducciones de precios;
- la promoción que hacen los competidores;
- cómo hacen los competidores la publicidad de sus productos;
- qué acuerdos se hacen generalmente con los distribuidores para hacer promociones, incluyendo las que se llevan a cabo en el interior de la tienda.



**Una presentación promocional como la exhibición en el punto de venta ayudará a los consumidores a identificar los productos.**

### PLANEACIÓN DE LA PROMOCIÓN

Uno debe estar pensando en cómo promover su producto desde bastante tiempo antes de empezar a producirlo. Sus visitas a las tiendas y sus entrevistas con los tenderos y mayoristas le darán la oportunidad de encontrar qué tipo de promoción están haciendo sus competidores potenciales y cuál se podría organizar con los tenderos.

## Tipos de promoción

La palabra «promoción» cubre una gama de actividades para enterar a la gente sobre sus productos y para motivarla a comprarlos. Entre los ejemplos de técnicas que se usan en el mundo, se incluyen:

- publicidad;
- exhibición en puntos de venta;
- muestras gratis;
- verbal;
- cupones;
- fichas o láminas;
- precios especiales;
- propaganda gratis.

**Publicidad.** Esta puede hacerse por televisión o por radio, en diarios o en revistas, en afiches y en vallas, o mediante volantes entregados en las calles o en las casas. Para pequeños agroindustriales, la televisión y los diarios de circulación nacional no son opciones factibles, pero pueden emplearse otros enfoques. En muchos países la cantidad de estaciones rurales de radio está aumentando rápidamente, y estas pueden ofrecer la posibilidad de hacer publicidad a costos relativamente bajos.

**AUTÉNTICA GANGA**  
**JUGOS ABC** **100%**  
 PURO JUGO DE FRUTA

**JUGOS DE NARANJA, MANGO,  
 PIÑA, GRANADILLA**

AUTÉNTICA GANGA ABC

**¡Simplemente el mejor!**

**SIN AZÚCAR**

**AUTÉNTICA GANGA**  
**JUGOS ABC** **100%**  
 PURO JUGO DE FRUTA

**JUGOS DE NARANJA, MANGO,  
 PIÑA, GRANADILLA**

AUTÉNTICA GANGA ABC

**¡Simplemente el mejor!**

**SIN AZÚCAR**

*Es posible reducir el tamaño de un afiche o de un volante para usarlo como publicidad en diarios y revistas.*

**Exhibición en puntos de venta.** Estas son exhibiciones especiales de un producto o gama de productos que se hacen dentro de una tienda. Además de los productos ubicados en los anaqueles acostumbrados, se exhiben productos en otros sitios; con frecuencia, en el caso de los supermercados, cerca del área de salida. En los alrededores de la tienda puede colocarse un mostrador de cartón con avisos alusivos al producto, que puede usarse para exhibiciones, posiblemente con afiches o pendones.

**Muestras gratis.** Esta técnica es especialmente útil para nuevos productos. Es posible que la gente sea reacia a ensayar nuevos productos cuando los encuentra en la tienda y no los ha probado antes. En los mercados de los países desarrollados las empresas acostumbran entregar pequeñas muestras de sus productos en todos los hogares del país. Cuando la gente acude a las tiendas, los agroindustriales pueden aprovechar la oportunidad para entregarles muestras de productos, con el propósito de que los deguste. Esto debe hacerse en conexión con una buena exhibición en puntos de venta.

**Verbal.** Con frecuencia, esta técnica puede ser bastante efectiva para pequeños agroindustriales. Se pueden organizar fiestas y tertulias en la casa de uno o en las casas de los empleados y amigos con el fin de hacer degustaciones de sus productos. Si a éstos les agradan se encargarán de comentarlo a sus amigos.

*Las muestras gratis pueden constituir una forma efectiva para llamar la atención sobre los productos.*



**Cupones.** Algunas veces los productores incluyen cupones en sus paquetes. Estos cupones pueden ser usados por los consumidores para obtener un precio menor en su próxima compra. Los cupones también pueden anexarse a los volantes. Por supuesto, el uso de los cupones necesita la cooperación de los tenderos, para quienes, recolectarlos y retornarlos al fabricante para obtener su reembolso, puede significar bastante trabajo adicional.

**Fichas o láminas.** Otra técnica consiste en incluir una pequeña ficha o lámina en cada paquete o envase. Cuando la gente colecciona una determinada cantidad de ellas puede llevarlas a la tienda o al fabricante para que se le entregue un regalo. También en este tipo de promoción se requiere, con frecuencia, la colaboración del tendero.

**Precios especiales.** La reducción de precios puede ser usada como una técnica promocional a corto plazo. Sin embargo, no es suficiente rebajar los precios y tener su producto rebajado en las tiendas - uno necesita comunicarle al público que lo está haciendo. De esta forma, la rebaja de precios debe ser acompañada con otras técnicas de promoción tales como la publicidad y las exhibiciones en las tiendas.

**Propaganda gratis.** Los diarios y las estaciones de radio regionales generalmente están buscando noticias sobre asuntos propios de la comunidad. Es posible que ellos se sientan muy complacidos escribiendo un artículo sobre su nueva fábrica. Asegúrese de no acercarse a los medios hasta tanto su producto esté listo para la venta. Un artículo en el diario como «Don José va a abrir una planta de producción de jugos en seis meses» puede no ayudarlo mucho y, más bien, servir para alertar a su competencia. Pero un artículo como «Los jugos Don José salen hoy a la venta», por el contrario, podrá ser publicidad gratuita muy valiosa, especialmente si se puede conseguir que el reportero mencione el nombre de algunas de las tiendas en donde va a estar a la venta su producto.

### Promoción de hojuelas de yuca en Tonga

El autor de esta Guía trabajó en una ocasión en la isla nación de Tonga en el Pacífico Sur. Un proyecto FAO apoyó el establecimiento de una planta de procesamiento de alimentos que, entre otros productos procesados, desarrolló muy gustosas hojuelas de yuca con sabor a pollo. La promoción en la isla principal

de Tongatapu se hizo mediante visitas a todas las numerosas tiendas o quioscos de la isla para dar a los tenderos dos paquetes gratis de las hojuelas, junto con un volante con indicaciones sobre dónde podían adquirirlas en cantidades mayoristas y sobre sus precios.

Estos son ejemplos de las promociones para los consumidores Sin embargo, también se necesita promover los productos entre los minoristas. Quizás la mejor forma de hacerlo es la de convencerlos de que sus actividades de promoción para los consumidores van a producir muy buenas ventas, lo que les permitirá a ellos ganar bastante dinero si venden sus productos. Otra manera es la de ofrecer a un minorista en particular, descuentos especiales por su primera venta (ver Capítulo 8). Las muestras gratis también pueden usarse para atraer el interés de los tenderos por mantener inventarios de sus productos. Los regalos, tales como estilógrafos o llaveros, con el nombre y el logotipo de su empresa marcados en ellos también se pueden usar. En muchos países existen empresas especializadas que proveen esta clase de regalos.

La mayoría de las actividades de promoción tienen un costo. Es posible que los más pequeños agroindustriales piensen que ellos no tienen suficientes recursos financieros para hacer muchas de las actividades indicadas antes. Ellos tendrán que depender de la publicidad gratuita en forma verbal o de comentarios en los medios locales. Aún las empresas muy grandes tienen que equilibrar cuidadosamente el costo de la promoción con los beneficios probables representados por los aumentos en las ventas a precios remunerativos.

#### **¿Qué clase de promoción se está haciendo?**

Durante su investigación se deben visitar tantas tiendas como sea posible, aunque no se entreviste a todos los tenderos. Se debe observar muy en detalle las técnicas que usan los fabricantes para hacer promoción, especialmente aquellos que vayan a ser sus competidores. Obsérvese qué se exhibe en las tiendas, como:

- afiches;
- volantes;
- pendones;
- exhibidores de punto de venta;
- ofertas de precios especiales.

También se debe preguntar a los tenderos qué tipo de promociones han hecho, y por qué. Si por ejemplo, las pequeñas tiendas tienen uno o dos afiches en exhibición, sería útil averiguar por qué ellas están exhibiendo esos afiches y no otros. ¿Cuáles promociones han sido las más exitosas en concepto de los tenderos, y por qué?

#### **Mensajes de la publicidad de sus competidores**

Se necesita considerar no solo cómo promueve sus productos la competencia, sino también qué características de sus productos destaca ella en su publicidad, y cuáles productos destacaría usted. Como ejemplos de la clase de términos usados se pueden mencionar:

- saludable y nutritivo;
- lujoso;
- sabor delicado;
- fácil de usar;
- concentrado de fruta;
- 100% natural;
- un producto exclusivo;
- una buena, o, la mejor compra.

#### **Arreglos para las promociones**

Es necesario que se entiendan los acuerdos que se hacen entre los fabricantes y los mayoristas o los minoristas. Por ejemplo, ¿Si los productos se ofrecen a los consumidores a precios especiales, espera el fabricante que el comerciante minorista reduzca sus ganancias durante el tiempo que se extienda la promoción? ¿Qué condiciones agregan los más grandes minoristas al uso de los exhibidores de puntos de venta? ¿Qué acuerdos financieros y de otra clase se necesita hacer para manejar muestras dentro y fuera de la tienda? ¿Se espera que el fabricante suministre el personal para el manejo de las muestras, o corre esto por cuenta de la tienda?

Las conversaciones con los tenderos deben apuntar no sólo a encontrar los tipos de promoción que se hacen, sino también el costo que esa clase de promociones pudieran tener para uno. Por ejemplo, ¿Cuándo se hacen ofertas de precios especiales, normalmente en cuánto se reduce el precio? ¿Cuánto tiempo pueden tomar las promociones con muestras gratis que se hacen en el interior de las tiendas, y probablemente cuánto le costará suministrar suficiente cantidad de muestras?

### **ADVERTENCIA**

*No promueva su producto antes de tener suficientes cantidades para la venta. Este es un error que frecuentemente cometen los procesadores y ello puede ser causa de que:*

- 1. Los consumidores se sientan frustrados cuando no puedan encontrar el producto en la tienda.*
- 2. Los minoristas se molesten si se quedan sin inventario.*
- 3. Cuando finalmente uno tenga suficiente cantidad de productos para vender tendrá que hacer más promoción.*

### **LLEGAR A CONCLUSIONES**

La investigación que usted ha hecho le debe haber dado una buena idea sobre las clases de promociones que se hacen en su área tanto en términos generales como para la clase de producto que en particular planea producir. Entonces, usted puede llegar a conclusiones tales como:

- Las actividades de promoción son extrañas en mi área. Sin embargo, tendré que hacer algo para asegurarme de que la gente sepa de mi nuevo yogur. El mejor método puede ser el de imprimir algunos afiches a color, y solicitarle al tendero que los exhiba.
- Todos los productores de la otra bebida gaseosa hacen gran cantidad de publicidad. Para competir con ellos tendré que hacer publicidad por radio y suministrar pendones y afiches a los minoristas.
- No estoy en capacidad de hacer publicidad para la miel que produzco. Pero la nueva emisora de radio FM siempre está buscando datos sobre nuevos hechos. Los visitaré con algunas muestras de mi miel e información sobre los lugares en donde la gente la puede comprar.