



Fecha publicación: 04/09/2010

NOTAS SOBRE COMERCIALIZACIÓN

EL MARKETING, ES IMPORTANTE, PERO NO LO ES TODO

Ya hemos publicado algunas notas sobre la importancia del marketing en el negocio, y en las próximas ediciones lo seguiremos haciendo. De hecho estamos preparando el material para ofrecer un curso sobre marketing aplicado a las heladerías.

Es innegable que quien sea innovador y se destaque podrá crecer más o al menos ser reconocido lo que a la larga o corta resultará en más ventas.

Algunos han buscado el camino de ser "famosos" de alguna manera. Y esto si está bien hecho es positivo, siempre recordamos la Heladería Coromoto en Venezuela que figura en el libro de los Récords Guinness, por haber hecho cerca de 900 sabores en sus años de actividad.

Lo que denota que ser innovador puede llegar a ser positivo, pero hay que pensar muy bien que haremos, para que esto no se nos vuelva en contra.

Ello hace que debemos tener cuidado en ver que el camino elegido sea el apropiado.

Tal vez el lector recuerde algunas notas que publicamos antes: *Estrategias de mercadeo: Que no se conviertan en un arma de doble filo*

Allí mencionamos dos casos: El de un restaurante que ofrecía un copa de helado con oro y platino a 10.000 dólares de costo, y que termino siendo clausurado a los pocos días por serias fallas en las condiciones higiénicas, y el caso del postre helado hecho con maracuyá y viagra en Colombia que fue prohibido por ser un riesgo para la salud.

Bueno, a fines de febrero aconteció algo similar, en Covent Garden, Londres, Inglaterra. En un café que tiene heladería (*Icecreamists*) al dueño se le ocurrió hacer helado con leche materna humana, lo llamó: **Baby Gaga**, era saborizado con vainilla de Madagascar y ralladuras de limón. Fue un "boom" los pocos días que duró a pesar del alto costo de la porción: 16,50 euros.

Sin duda que fue innovador. Pero las autoridades de Westminster, prohibieron el producto en base a denuncias recibidas y en base al asesoramiento de oficiales expertos en salud y seguridad alimenticia. "Vender alimentos hechos con fluidos corporales de personas tiene el riesgo de transmisión de virus y en este caso potencialmente el de la hepatitis", fue el argumento final.

Algunos alegan que el producto no era debidamente pasteurizado y de ser así es cierto que el riesgo es elevado por enfermedades como hepatitis B, C y el VIH se pueden transmitir por medio de la leche materna, en el caso de que la mujer esté infectada.

Y sobre llovido mojado, pues la artista Lady Gaga declaro que demandaría al dueño del local por uso indebido del nombre y marca.

Por ello, todo es posible, pero debemos ser responsables y que el esquema sea sustentable.

La publicidad negativa puede resultar catastrófica.

Autor: Sergio Mantello

Mundohelado Argentina

www.mundohelado.com.ar