

es el presupuesto más importante para organizar lo que Rostow llamaba la "etapa del despegue"

OBRAS CONSULTADAS: 1. Sociología Recanssens, Edit Porrúa, México, 1961. 2. Traite de Sociología T II Guiteh Presses Universitaires Francia 1963 3. Psicología Social, Kiech et elt, Biblioteca Nueva, Madrid, 1965 4. Elementos de cambio social en A. Latina, Ro

gers, Edic tercer mundo, Colombia, 1966 5 Teoría y Estructuras sociales, Merton, Fondo de Cultura Ec México, 1964 6 El futuro de los países sub-desarrollados, Staley Edit Roble, México, 1963 7 Amerique Latine, Lambert, Press Univers, France, 1963 8 Bolefín de Estadística Dir de Est 1964, Nicaragua 9 Historia de Nic To nás Ayón, T II 10 Cultural Surveys, Richard Adams, Pan Ameri Saint, Bureau, Wash, 1957

## EL "ROYALTY" EN LA INDUSTRIA

EDDY LACAYO ARGUELLO

Asesor Industrial Instituto de Fomento Nacional

### INTRODUCCION:

Me estimuló para escribir estos conceptos, el deseo de orientar a los directores de empresas, y contribuir a evitar que la industria, incipiente aún por estar en etapa de desarrollo sacrifique parte de sus utilidades y debilite además la balanza de pagos nacional, al pagar regalías al extranjero por el uso de marcas prestigiosas. Esta misma industria podría elaborar artículos de óptima calidad, que se adapten mejor a las necesidades de nuestro mercado, investigando las causas que influyen en la creación del artículo en cuestión. Una vez conocidas esas causas, se podrían aplicar al desarrollo del producto que se tiene en mente, y como consecuencia se podría obtener un producto de primerísima calidad y el prestigio tantas veces ambicionado. El producto en esta forma estaría en capacidad de conseguir con su fama en otro país menos desarrollado, el beneficio que ahora tendemos a pagar, y así habría participado en el estímulo brindado al capital humano, al ofrecerle la oportunidad de investigar y desarrollar ese artículo. Solamente después de haber realizado una investigación de este tipo, la empresa podría decidir, si le es o no conveniente el uso de Royalty mediante el sacrificio de parte de sus futuras utilidades.

### DEFINICION:

La lengua inglesa define la palabra "ROYALTY", como:

"Regalía, parte de las utilidades que paga el editor, fabricante, etc., al autor, inventor o propietario que se han reservado cierto privilegios".

En nuestro caso, consideraremos al industrial del Area Centroamericana, el cual fabrica en sus plantas productos que gozan de prestigio, sin pensar que produce camisas, cosméticos, textiles o cervezas, etc. mediante el pago a propietarios de marcas prestigiosas.

Cabe mencionar, que el prestigio del que disfruta una marca y los privilegios que se ha reservado al ofrecer el royalty, son la resultante de un cúmulo de esfuerzos humanos, inteligentemente coordinados, y son producto de la observación, del estudio y del trabajo. Los artículos que llamamos buenos y que poseen una calidad invariable, son los que causan que los hombres que los lanzan al mercado gocen de prestigio y lo porten con orgullo. Esa capacidad de poder ofrecer un artículo que llama la atención del mercado, atrae también la atención de los empresarios que desconociendo la factibilidad de fabricar y mercader a menor costo ese producto, mediante investigación, estudio y trabajo, se deciden a priori a pagar Royalty. Estos empresarios trabajan, se preocupan y gastan dinero con tal de lograr esa falsafinalidad, sin considerar que el prestigio del producto no les corresponde, que las utilidades fueron diezmas y que siempre tendrán el temor de que el dueño del prestigiado producto, cualquier día le ceda los derechos a otro empresario que le ofrezca mayores ventajas. El empresario antes de tomar tal

determinación debería investigar los pro y los contra de la producción del artículo mediante el pago de Royalty. Esta investigación haría que su decisión tuviera fundamento y le permitiría conocer hasta dónde puede pagar por esos servicios, los cuales definitivamente inciden en las utilidades y elevan los costos de la empresa.

### QUE OFRECE EL ROYALTY?

El propietario que se reservó el privilegio de poder cobrar regalías a otro industrial para que éste pueda producir su artículo en determinada área, básicamente ofrece:

1. Renuncia al mercado en el Area
2. Instrucción en el manejo de materiales, equipos y maquinarias para producir el artículo
3. El nombre del artículo para que lo use.
4. Métodos de Control de calidad, para materiales y para el artículo terminado.
5. Direcciones de abastecedores de materias primas.
6. Entrenamiento del nuevo personal en sus plantas.
7. Selección y contrato de técnicos en su territorio.
8. Contactos con laboratorios de su territorio que constaten los controles efectuados por el comprador.
9. Información y supervisión en la evolución y mantenimiento del artículo.
10. Asistencia en publicidad y afiches.

Todos los gastos corren por cuenta del pagador además de la cuota por Royalty, que generalmente va de acuerdo con las ventas del producto. En cuanto a gastos se refiere, el propietario, aunque está anuente a viajar frecuentemente, y algunas veces acompañado, no está dispuesto a gastar, y todo lo que compre para el pagador le produce ganancias.

Al analizar las ofertas básicas del propietario, nos convencemos que algunas veces, no se justifica el pago del Royalty, aunque existen casos en los cuales es necesario producir un artículo que está bajo patente, lo cual se logra solamente mediante el pago de regalías. Otras veces las cuotas son relativamente bajas, de modo que al cabo de muchos años, la suma pagada no supera al costo de la investigación; y habrá ocasiones en que el valor de la propaganda a nivel internacional no compita con la publicidad exclusiva del área. En suma siempre habrá que evaluar la situación, para poder formarse un juicio efectivo, claro y lleno de convencimiento antes de tomar cualquier decisión.

A continuación exponemos una manera de poder sustituir las ofertas de Royalty, que no es infalible, pero sugiere una idea del posible reemplazo y consecuente beneficio, al poder fabricar el producto sin el pago de regalías; es entendido que cada número sustituye a su igual de los ofrecimientos básicos antes expuestos:

1. Apoyo de parte del Gobierno, a través del Ministerio de Economía y por medio de la Ley de

Protección y Estímulo al Desarrollo Industrial, consistente en el cierre de las fronteras al artículo que se produce fuera del Área. En el caso de que el producto se fabrique dentro del área, la medida consistiría en la reducción del precio de venta del artículo producido sin royalty, cuyo costo es menor, lo cual se traduce en ventaja sobre el que paga regalías.

2. Ofrecimiento de las instrucciones de manejo, hecho por las casas vendedoras de materiales, equipos y maquinarias.

3. Certeza de que todo nombre escogido con gusto, es bueno si se cuenta con la publicidad suficiente y con calidad invariable.

4. Obtención por medio de consultas a técnicos industriales de los métodos de Control de Calidad.

5. Obtención en las Cámaras de Comercio de las direcciones de los abastecedores.

6. Entrenamiento del personal, a través de los fabricantes de equipos y maquinarias.

7. Existiendo capital humano capaz de recibir entrenamiento técnico no se necesitaría importar a técnicos extranjeros, pero en el caso de ser imprescindible un técnico calificado, se podría contratar por medio de sus agrupaciones.

8. Obtención de los servicios de laboratorios especializados, que a menudo se ofrecen en las revistas industriales.

9. Lectura de revistas de ésta o de la industria en general, para estar bien informado, por otra parte, la supervisión sería innecesaria, si los controles de calidad están bien seleccionados.

10. Obtención de los servicios de una compañía publicitaria de la región, la cual ofrece la ventaja de estar en contacto con el público consumidor.

#### VENTAJAS DEL NOMBRE PROPIO:

La empresa propietaria de un nombre, goza de un sinnúmero de ventajas, desde el derecho al goce de la regalía hasta el dominio del conocimiento que interviene en la fabricación del producto. Este conocimiento le da seguridad en sí mismo, que a su vez le permite elaborar el producto de acuerdo con los últimos avances tecnológicos en el ramo, establecer especificaciones más exactas con menor grado de variación, fabricar otros productos porque conoce la causa que conduce al éxito, y disminuir el costo de publicidad en un futuro, que se traducen en mayores utilidades. Pero, para que esto suceda, para que un artículo se catalogue como "Bueno" comercialmente, tiene que estar sujeto a ciertas normas que rigen su naturaleza, que son a grandes rasgos: a) Satisfacer necesidades, b. Estar al alcance del consumidor, c. Ser del conocimiento del consumidor, y d. Contar con la confianza del consumidor. Se pueden estudiar las necesidades del mercado directamente, por medio de encuestas, o más fácilmente, estudiando los efectos que producen los artículos extranjeros, tendiendo a investigar las cualidades que tienen para descubrir las necesidades del mercado. Cuando conozcamos las necesidades que satisface, determinemos los ingresos de esos consumidores, evaluemos el posible volumen de venta a diferentes precios y sepamos si el monto representa un buen mercado, debemos estimar el costo del producto; si éste es satisfactorio, iniciaremos la producción del artículo. Es muy importante haber estudiado minuciosamente las especificaciones y métodos de control de calidad de los artículos a producirse, ya que es la base para que la empresa triunfe o fracase, pues de ellos depende la confianza del consumidor. Al establecer las especificaciones, consideramos en primer plano al consumidor sabiendo lo que necesita; esto supone el establecimiento de las normas de sabor, olor, color, empaque, calidad activa, dimensiones, precio, sistema de distribución, etc., según cada caso particular. Con estas especificaciones se da a conocer al consumidor, la solución

a sus problemas, por medio de publicaciones, promociones, etc. con la finalidad de fijarle la idea de como obtener beneficios y hacerle saber dónde adquirir ese artículo tan útil para él. Cuando el consumidor, consciente de la bondad de la calidad de ese producto, lo consume, y si las especificaciones están bien evaluadas, el artículo se habrá ganado la confianza del consumidor, y habrá alcanzado la categoría de "Bueno" comercialmente, procurando para la empresa jugosas utilidades.

#### EL CONTROL DE CALIDAD:

Hablamos antes de la necesidad de establecer las especificaciones del producto, indicando un sinnúmero de detalles; cada detalle tiene un margen o una escala determinada. Por ejemplo el color, escogido para el artículo en cuestión va a ser únicamente de un matiz determinado, que en la escala de colores corresponde por ejemplo al 17, y siempre aparecerá en el mercado con ese color 17, y las materias primas adquiridas para este producto, tendrán que tener siempre las mismas cualidades cuantitativamente, para que al final sea 17 la norma del color. Si el industrial fuera menos escrupuloso, podrá establecer sus normas de color entre 16 y 18, pero correría el riesgo de perder el mercado, como sucede a menudo en nuestra industria, dado que el consumidor se abstendría de adquirir un producto que muestra sensibles variaciones en su calidad. Para ilustrar la importancia que reviste el Control de Calidad en la producción, considérese el caso de un producto que se elabora sin ninguna especificación pre-determinada, por ende sin control de calidad. El producto es aceptado por su mercado, pero pronto el industrial que ignora las características de los materiales usados en la producción de este buen artículo, acepta materiales alterados, por ejemplo, que han absorbido agua, lo que ha variado el contenido de la parte activa, y lentamente va perdiendo el mercado para ese artículo que el consumidor lo llega a llamar "malo". En la misma forma podríamos analizar la importancia que guarda el Control de Calidad en las diferentes etapas de la producción del artículo y la vigilancia estrecha que se debe ejercer sobre las condiciones óptimas de operación. La empresa adquiere así desprestigio industrial, pérdidas de dinero y temor de fabricar otro producto por su propia cuenta. Como se ve, el defecto reside en la falta del conocimiento de las especificaciones, tanto de las normas que debería tener cada materia prima, como las del proceso y las del producto. Todo material que va a integrar un producto que se pretende obtener de buena calidad, tendrá que ser analizado y adaptado a una norma pre-fijada, y si las especificaciones no corresponden a las requeridas, tendrá que rechazarse, pues produciría un artículo diferente al que suponemos producir. Todo artículo terminado deberá ser analizado y comprobado que sus normas están de acuerdo a las prefijadas. Cuando el empresario, desconoce estos factores necesarios para lograr el triunfo, cree que la solución más adecuada consiste en la obtención del respaldo de una firma de prestigio a quien le cede parte de sus utilidades. En vez de asesorarse con consultores locales capaces en este ramo, para solucionar los problemas y lograr mayores beneficios y prestigio para su empresa. Realícense estos controles, previa selección de especificaciones estrictas, y se verá como se impulsa positivamente a la industria del área.

Como corolario de esta exposición, deben señalarse los innumerables beneficios que le proporcionaría al país la creación de un Comité de Normas a través de los organismos oficiales gubernamentales. Cabe indicar que este tipo de Comité se encuentra en todos los países industrializados cuyo mismo desarrollo exige como necesidad imperiosa la existencia de tales organismos de normalización.