

Republica Bolivariana de Venezuela
Ministerio de Educación Superior
Instituto Universitario para la Tecnología
IUTEPI
Sede Acarigua



ETAPAS

**DEL DESARROLLO DE UN NUEVO
PRODUCTO**

¿Qué es el desarrollo de nuevos productos?

El desarrollo de nuevos productos es un conjunto de ideas que inicia con la percepción de una oportunidad de mercado y termina con la producción, venta y entrega de un determinado bien o servicio.

¿Por qué es Importante?

- **Estar al día de los últimos avances y tendencias tecnológicas.**
- **Adelántese a la competencia con soluciones innovadoras.**
- **Diversificar la oferta de productos y crear nuevas fuentes de ingresos.**
- **Mantener a sus empleados comprometidos y motivados.**

Ventajas:



Aumentar los ingresos



Mejorar el reconocimiento de la marca



Fidelizar a los clientes



Crear oportunidades de empleo

1

Generación de ideas

La generación de ideas es la primera etapa del proceso NPD (por sus siglas en inglés). En esta fase, las empresas generan ideas para nuevos productos que creen que serán rentables y atractivos para su mercado objetivo.



2

Depuración de ideas

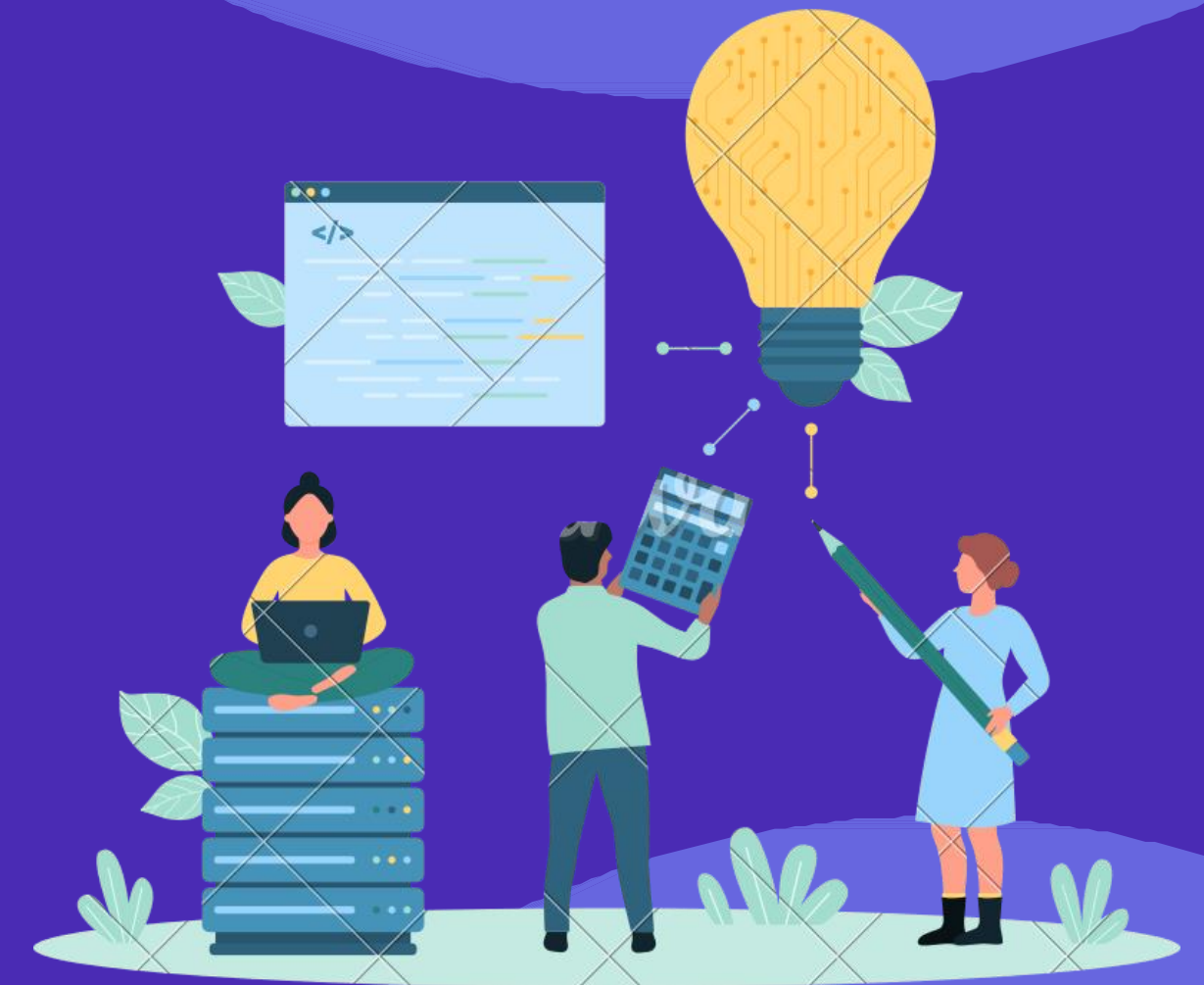
Esta evaluación es importante, ya que ayuda a las empresas a concentrar sus recursos en las ideas más prometedoras y evitar perder tiempo y dinero en las que no tienen probabilidades de éxito. Entre los factores que suelen tenerse en cuenta en esta fase figuran el potencial de mercado, la viabilidad técnica y el coste de fabricación.

3

Desarrollo y pruebas de conceptos

Desarrollo es la versión detallada de la idea del producto nuevo expresada en términos que el consumidor entiende.

Prueba de conceptos de un nuevo producto donde un grupo de consumidores meta, para determinar si éstos sienten una fuerte atracción o no.



4

Desarrollo de la estrategia de marketing

Se refiere al diseño de una estrategia de marketing inicial para un nuevo producto, con base a su concepto.

El desarrollo de estrategia de marketing consta de:

- Descripción del mercado meta**
- Propuesta de valor planeada**
- Metas de ventas**



5

Análisis de negocio

Análisis de negocios implica una revisión de los estimados de ventas, costos y utilidades de un nuevo producto. Para determinar si se satisfacen los objetivos de la compañía.

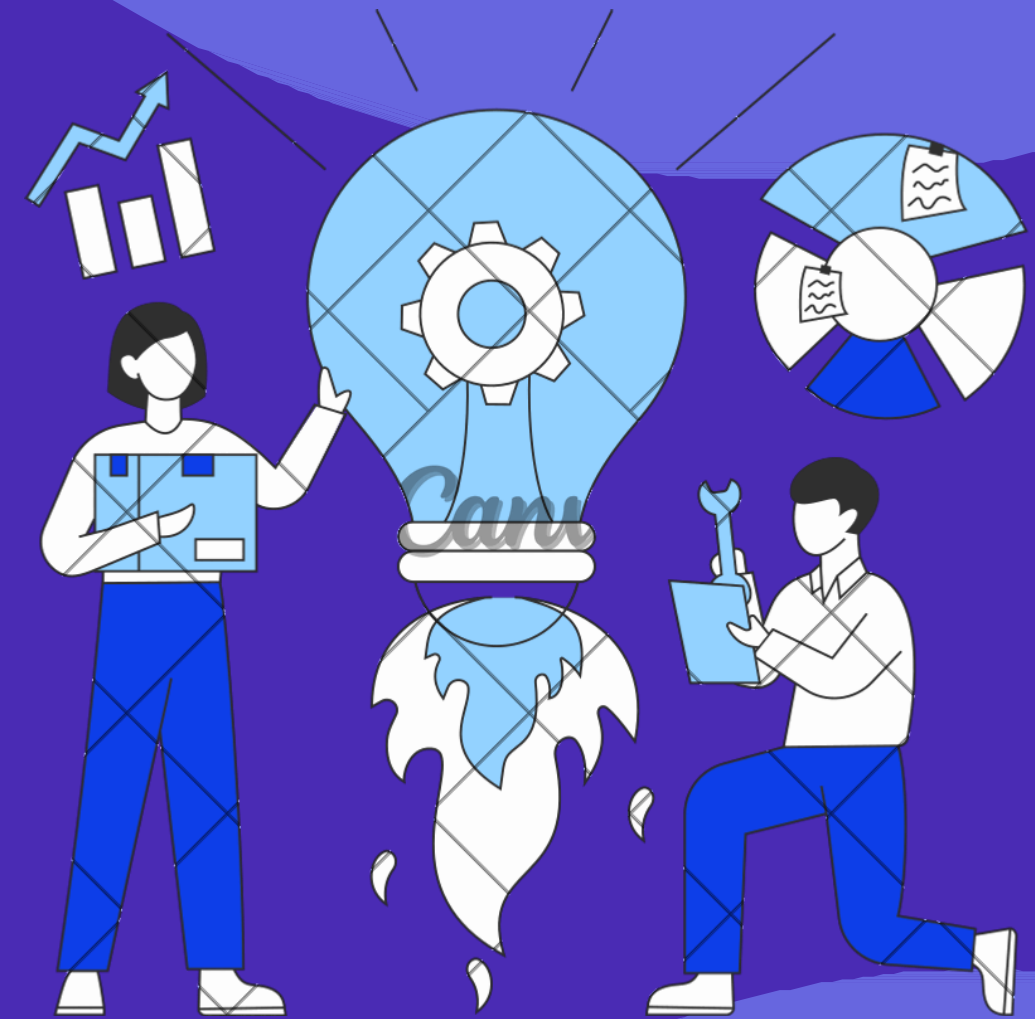


6

Desarrollo de producto

Involucra la creación y prueba de una o más versiones por parte de los departamentos de investigación, desarrollo y de ingeniería.

- **Requiere un gran salto de inversión.**
- **Muestra si la idea de producto puede convertirse en un objeto factible.**



7

Mercado de pruebas

Tiene como objetivo obtener información valiosa sobre la aceptación de un producto o servicio por parte del público objetivo.

- Reduce el riesgo de un lanzamiento fallido.
- Identifica posibles problemas.
- Se pueden realizar ajustes en la estrategia de marketing.



8

Comercialización

La comercialización es el lanzamiento de un nuevo producto al mercado.

- Dónde lanzarlo
- Entrada gradual al mercado
- Cuándo lanzarlo

El desarrollo exitoso de nuevos productos debe ser:

- Centrado en el cliente
- Basado en equipos
- Sistemático

