

CAPÍTULO 8. PREGUNTAS CLAVE. SEGUNDA COMPROBACIÓN

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y ESTRATEGIAS DEL CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS

1. **Formas por las cuales una empresa puede adquirir productos nuevos**
 - a. Por medio de la adquisición de una compañía, una patente o una licencia para producir.
 - b. Mediante el desarrollo de nuevos productos (Desarrollo de productos originales, mejoras a productos, modificaciones de productos, y marcas nuevas mediante las labores de investigación y desarrollo de la empresa)
2. **¿En qué departamento de la empresa se lleva a cabo el desarrollo de nuevos productos?**

En el departamento de investigación y desarrollo.
3. **¿Qué son nuevos productos?**

Productos originales, mejoras a productos, modificaciones de productos, y marcas nuevas que la compañía desarrolla mediante sus propias actividades de investigación y desarrollo de la empresa
4. **¿Qué es desarrollo de nuevos productos?**
5. Desarrollo de productos originales, mejoras a productos, modificaciones de productos, y marcas nuevas mediante las labores de investigación y desarrollo de la empresa
6. **¿Cuáles son las etapas principales del desarrollo de nuevos productos?**
 - a. Generación de ideas
 - b. Depuración de ideas
 - c. Desarrollo y prueba de concepto
 - d. Desarrollo de la estrategia de marketing
 - e. Análisis de negocios
 - f. Desarrollo del producto
 - g. Mercado de prueba
 - h. Comercialización
7. **¿Qué es la generación de ideas?**

Búsqueda sistemática de ideas para productos nuevos
8. **Las principales fuentes de ideas para productos nuevos son:**
 - a. Fuentes Internas:
 - b. Fuentes externas:
9. **¿Cuáles son las fuentes internas?** Las que se realizan mediante la investigación y el desarrollo formales. **¿Cuáles son las fuentes externas?** Cuando se observa y escucha a los clientes.
10. **¿Qué es la etapa de depuración de ideas?**

Examinar ideas de productos nuevos para encontrar las buenas y desechar las malas lo antes posible.
11. **¿Qué es el desarrollo y prueba del concepto? ¿Qué es el concepto del producto?** Es la versión detallada de la idea del producto nuevo expresada en términos que el consumidor entienda. **¿Qué diferencia hay entre idea del producto y concepto del producto?** La idea es una posibilidad y el concepto es la expresión detallada expresada en un producto físico. **¿Qué es prueba del concepto?** Es la exposición de los conceptos de un producto nuevo ante un grupo de consumidores meta para determinar si éstos sienten o no una fuerte atracción por tal producto.
12. **¿Qué es el desarrollo de la estrategia de marketing?** Es el diseño de una estrategia inicial de marketing para un producto nuevo con base en el concepto del producto. **¿Qué es la declaración de la estrategia de marketing?** Es la que define con exactitud la estrategia. Consta de 3 fases:
 - a. Descripción del mercado meta, el posicionamiento planeado del producto y los objetivos de ventas, participación de mercado y utilidades para los primeros años.
 - b. La declaración de estrategia de marketing que delinea el precio planeado para el producto y el presupuesto de distribución y marketing para el primer año.
 - c. La declaración de estrategia de marketing que describe las ventas que se espera obtener a largo plazo, las utilidades meta y la estrategia de mezcla de marketing
13. **¿Qué es análisis del negocio?**

Revisión de las proyecciones de ventas, de los costos y de las utilidades de un producto nuevo con el fin de averiguar si estos factores satisfacen los objetivos de la compañía.
14. **¿Qué es desarrollo del producto?**

Desarrollar el concepto de producto hasta lograr un producto físico para asegurar así que la idea del producto se puede convertir en un producto práctico.
15. **¿Qué es el mercado de prueba?**

Es la etapa del desarrollo de nuevos productos en la que el producto y el programa de marketing se prueban en situaciones de mercado más realistas.

16. ¿Qué es la fase de comercialización

Es la introducción de un producto nuevo en el mercado.

17. ¿Qué es el desarrollo secuencial de producto? ¿Qué es el desarrollo simultáneo de producto?

Es la estrategia de desarrollo de nuevos productos en la que un departamento de la compañía termina su etapa del proceso antes de pasar el producto nuevo al departamento y etapas siguientes.

18. ¿Qué es el ciclo de vida del producto (CVP)

Es el curso que toman las ventas y utilidades de un producto durante su existencia. Consta de 5 etapas bien definidas: Desarrollo del producto, introducción, crecimiento, madurez y decadencia.

19. ¿Cuáles son las cinco etapas del ciclo de vida del producto? Desarrollo del producto, introducción, crecimiento, madurez y decadencia. **Estudiar Tabla 8.2; pagina 257. (importante)**

Nombre de la etapa	Características
a. Desarrollo del producto	Inicia cuando la compañía encuentra y desarrolla una idea de producto nuevo.
b. introducción	Se generan ventas bajas, costo elevado por cliente, utilidades negativas, clientes innovadores, pocos competidores.
c. crecimiento	Rápido aumento en las ventas, costo promedio por cliente, aumento de utilidades, clientes adoptadores tempranos, número creciente de competidores.
d. madurez	Se da el máximo en ventas, costo bajo por cliente, altas utilidades, mayoría media de clientes, los competidores se mantienen estables pero comienzan a reducirse.
e. decadencia	Bajan las ventas, bajo costo por clientes, bajan las utilidades, clientes rezagados y número menguante de competidores.

20. ¿Qué es moda, estilo, moda pasajera?

MODA: Estilo popular o aceptado actualmente en campo dado. ESTILO: Modo de expresión básico y distintivo. MODA PASAJERA: Son las que aparecen rápidamente, se adoptan con gran energía, alcanzan pronto un punto máximo y aceleradamente entran en decadencia.

La forma simple para capturar grandes ideas. No dependa de su memoria o de su BlackBerry para registrar y capitalizar las buenas ideas. Hágalo a la manera antigua con tarjetas de 3x5. Llévelas consigo y cuando escuche una buena idea, escríbala. La existencia física de las tarjetas lo obliga a reflexionar sobre ellas al final del día, y el hecho de anotar las ideas le ayuda a recordarlas y procesarlas. Tener estas tarjetas blancas en su bolsillo también es un recordatorio útil y a la mano para nuevas ideas y, lo más importante, para escuchar. *Este Tip of The Day fue adaptado de "The Next Big Idea in Management: The 3 x 5 Card" por Alan M. Webber.*