



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE
ESCUELA DE MEDICINA**



TALLER DEL EMPRENDEDOR
Lic. Gladys Adilene Hernández López.

“El producto. Concepto y desarrollo”

Presenta:

Fátima Andrea López Álvarez

7°B

Comitán de Domínguez, Chiapas 15/10/2022



SALE



EL PRODUCTO. CONCEPTO Y DESARROLLO



©DESIGNALIKE

PRODUCTO

Cualquier bien material, servicio idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad



CARACTERÍSTICAS DE UN PRODUCTO

Núcleo
Calidad
Envase

Servicio
Precio

Diseño, forma y tamaño

Marca, nombres y expresiones graficas

Imagen del producto y de la empresa

TIPOS DE PRODUCTO

De consumo e industriales

Para el fabricante o el vendedor.

Para el comprador de un producto



Gestión de la cartera de productos:

Cartera de productos, línea de productos, amplitud y profundidad de dicha cartera



CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

- PUESTA A PUNTO
- LANZAMIENTO
- DESARROLLO
- MADUREZ
- DECADENCIA



Modificación y anulación de productos

Vendrán condicionadas por el concepto anteriormente explicado y que hemos denominado " ciclo de vida del un producto.

GESTIÓN DEL PRODUCTO
Temporalidad, características de las técnicas y las necesidades a satisfacer, posicionamiento del producto

CALIDAD DE PRODUCTO

Evolución cualitativa del producto, este se perfecciona constantemente para adaptarse a los deseos de los consumidores y a los progresos de la técnica.

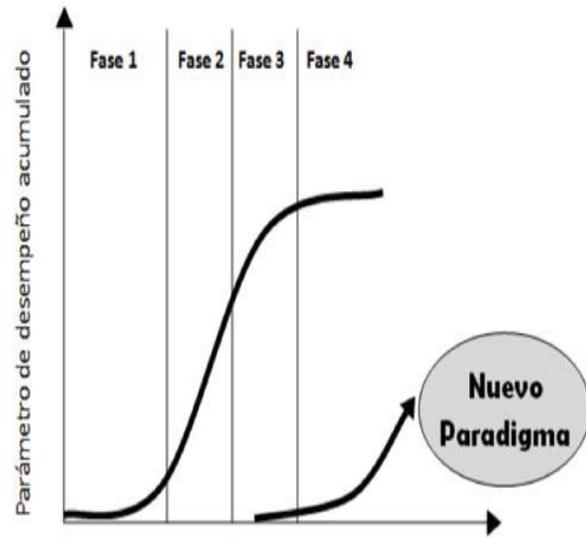
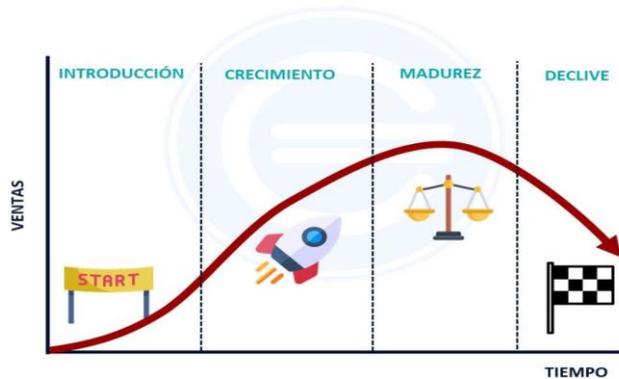


Proceso de creación de nuevos productos

- 1) Obtención de ideas sobre nuevos productos (formales e informales).
- 2) Decisiones sobre las ideas aportadas.
- 3) Viabilidad del producto.
- 4) Test de producto.



CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



UN NUEVO PRODUCTO PUEDE CONSISTIR EN:

1) Una innovación total cuando es nuevo para el mercado y para la empresa.

2) En una nueva marca cuando sólo es nuevo para la empresa.

3) En un nuevo modelo

PLANIFICACIÓN DE UN NUEVO PRODUCTO

- Generación de nuevas ideas de productos.
- b) Cribado de las ideas para la conservar sólo las viables.
- c) Desarrollo y test del concepto del producto.
- d) Análisis económico y de la estrategia comercial para el nuevo producto.
- e) Desarrollo del producto.
- f) Test del producto: identificación, aceptación, etc. Por sus consumidores.

SALE



REFERENCIA:

- Pérez, D. (n.d.). ©: Quedan reservados todos los derechos. (Ley de Propiedad Intelectual del 17 de noviembre de 1987 y Reales Decretos) Documentación elaborada por el profesor para EOI. Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización escrita de la EOI 3. El Producto. Concepto y Desarrollo. Retrieved from <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/f7480b7b7bb2df193f0b3b4baa74feb7.pdf>

