

Etapas en el Desarrollo de Nuevos Productos



Segunda etapa: Evaluación y selección (o tamizado) de ideas

Pretende identificar las ideas que son pertinentes y concentrarse en aquellas con mayor potencial de éxito. La evaluación se realizará tanto interna como externamente.

Información pertinente:

- Oportunidades de mercado.
- Movimientos competitivos.
- Posibilidades tecnológicas de la empresa.
- Compatibilidad con tecnología en uso.
- Requisitos de producción.
- Limitaciones de los recursos corporativos y de personal.

El proceso permite filtrar aquellas ideas:

- a) Más acordes con la estrategia de la empresa y sus recursos.
- b) Técnicamente viables.
- c) Con potencial de aceptación por parte del mercado.