

2.2 Generación de la idea

El proceso de desarrollo de un nuevo producto se inicia con la búsqueda de ideas, que no deberá ser casual. La alta dirección debe definir los productos y mercados a destacar. Es preciso establecer los objetivos del nuevo producto, ya sea un flujo de caja elevado, domina, la participación en el mercado o algún otro. Se debe especificar la cantidad de esfuerzo que se dedicará al desarrollo de productos originales, a la modificación de los ya existentes y a copiar los productos de la competencia.