

Metodología para el diseño y desarrollo de productos: caso de creación muebles optimizadores con pop up

Laura Andrea Martinez Mulford
Laura Maria Perez Hoyos
Martin Andres Rodriguez Escorcia
Maria Del Pilar Vizcaino Argota

RESUMEN

En el presente artículo se describen las actividades realizadas para el desarrollo del producto teniendo en cuenta las oportunidades del mercado, en las que se comparan los distintos enfoques para la ejecución de este, detallando la metodología del producto y sus fases. También muestra un plano de base sobre el producto el cual fue diseñado según las expectativas y necesidades de los clientes teniendo en cuenta también la parte política, social, económica y tecnológica para así comparar y confrontar la salida del producto, conservando y garantizando siempre la calidad de este.

REFERENCIAS

- [1] Philip Kotler y Kevin Lane Keller, «Dirección de Marketing,» Mexico, Pearson Education, 2006, p. 775.
- [2] Esteban Fernandez, Lucia Avella y Marta Fernandez , «Estrategias de Producción,» España , McGraw-Hill, 2003, p. 629.
- [3] L. Robert Q. Riley Enterprises, «Diseño y desarrollo de producto,» [En línea]. Available: <https://www.rqriley.com/pro-dev.htm>. [Último acceso: 30 Octubre 2017].
- [4] EASDALCOI, «Diseños de productos,» [En línea]. Available: <http://www.easdalcoi-producte.org/que-es-el-diseno-de-producto/>.

[Último acceso: 30 Octubre 2017].

- [5] D. Jimenez, «Pymes y calidad 2.0,» 21 Mayo 2017. [En línea]. Available: <https://www.pymesycalidad20.com/disenio-y-desarrollo-de-productos-y-servicios-segun-iso-90012015.html>. [Último acceso: 30 Octubre 2017].
- [6] Anonimo, «TareasUniversitarias.com,» 22 Enero 2013. [En línea]. Available: <http://tareasuniversitarias.com/estrategias-para-la-introduccion-de-nuevos-productos.html>}. [Último acceso: 15 Octubre 2017].
- [7] Philip Kotler y Gary Armstong , de *Fundamentos del Marketing* , Mexico , McGraw-Hill, 2003, p. 323.
- [8] E. Barba, de *La excelencia en el proceso de desarrollo de nuevos productos*, Mexico, McGraw-Hill, 1993, p. 282.
- [9] D. Hughes, de *Marketing Management: A planning Aprproach* , United State, Weslwy Eduactional Publishers Inc. , 1978, p. 604.
- [10] D. A. N. d. E. (DANE), «DANE, informacion estrategica,» 17 Septiembre 2017. [En línea]. Available: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-de-la-vivienda-nueva-ipvn>. [Último acceso: 25 Octubre 2017].
- [11] D. A. N. E. Estadisticas, «DANE, informacion estrategica,» 12 Octubre 2017. [En línea]. Available: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/construccion/indice-de-costos-de-la-construccion-de-la-vivienda>. [Último acceso: 25 Octubre 2017].
- [12] C. Gomez, «Nuevos Lanzamientos,» *Investigacion y marketing* , nº 59, p. 17, 1998.
- [13] Pual Green, Donals S. Tull, «Research for Marketing Decisions,» California, Prentice-Hall, 1970, p. 644.

[14] M. L. Ray, «Un consumidor aun mas poderoso,» de *Mercadeo en la era electronica* , Argentina , Norma , 1988, p. 322.