



Metodología de Desarrollo de Nuevos Productos y Procesos

El entorno cambiante obliga a las empresas no sólo a ser más productivas sino a innovar y a prepararse para la diversificación y la creación de nuevos modelos de negocio. Altos niveles de conocimiento no son condición suficiente para la supervivencia empresarial. Como tampoco es suficiente una alta capacidad de adaptación y lanzamiento de variedades adaptadas de producto al mercado (dada la inviabilidad de una excesiva personalización de productos o implementar muy extensos portafolios de productos/servicios).

Metodología Lortek PDNP/P

El objetivo del servicio PDNP/P es **explorar en profundidad el espacio de negocio para identificar un nuevo lazo, una nueva generación de oportunidades dentro y fuera de las fronteras** de la actividad de la empresa, promoviendo la creatividad para que a través de señales externas e internas, crear una red de innovación interna que haga que la empresa siga creciendo como la empresa sostenible que es, ampliando las dinámicas hacia un enfoque más operativo de innovación, donde se llegue a diversificar en mercados, productos o soluciones así como en la mejora de servicios.

· Búsqueda Estratégica

Presente en todo el proceso a través del sistema de inteligencia competitiva, desde la identificación de oportunidades hasta la ideación y desarrollo de las soluciones.

· Fase de Exploración

Definimos las propuestas de valor de cada una de las oportunidades identificadas en la fase anterior y, en un proceso participativo, las clasificamos según su impacto y complejidad.

· Fase de Ideación

Diseñamos una hoja de ruta en la que definimos:

- El mercado objetivo estratégico para esta fase de ideación.
- Las características del servicio o producto mínimo viable con el que nos dirigimos a este mercado.
- Los recursos mínimos necesarios para obtener el servicio o producto mínimo viable.

