ABSTRACT PROPOSAL

Se espera construir un modelo original que, poniéndose en práctica, ayude a las empresas peruanas a mejorar su eficiencia. Se escoge a las empresas medianas como objeto de estudio, principalmente, por su importante aporte a las ventas del país por unidad empresarial con relación a las pequeñas y micro empresas. La unidad de estudio es la empresa mediana manufacturera, productora de comestibles de venta al público, situada en las provincias de Lima y Callao.

Se encuentra en la literatura que una de las maneras de fortalecer a las empresas es incrementar el ratio de éxito en el lanzamiento de nuevos productos que depende, entre otros factores, de la alta calidad en las actividades comprendidas en el proceso de desarrollo de nuevos productos [PDNP].

La investigación tiene como objetivo responder preguntas con respecto a este factor, que incluyen: ¿qué actividades del PDNP realizan las empresas?, ¿qué tan bien se llevan a cabo esas actividades?, ¿qué impacto tiene la realización de cada actividad en el éxito del producto? y ¿qué impacto tiene la buena ejecución de cada actividad también en el éxito del producto?

Varias investigaciones intentan responder a esas preguntas en otros contextos. En base a esas investigaciones se ha propuesto un modelo de ocho variables independientes que tendrían incidencia en una variable dependiente, el éxito en el lanzamiento del nuevo producto.

La investigación tiene dos fases. La primera, cualitativa, que tendrá por objetivo la validación de las variables escogidas a través de una entrevista personal a profundidad. Para la segunda se ha escogido realizar una encuesta a una muestra de 47 empresas, que significará responder las preguntas de investigación de manera concluyente, con un grado de confianza del 95% y un error permitido de 6%.

Se espera encontrar que las actividades del PDNP bien ejecutadas, que tienen mayor impacto en el éxito de un producto nuevo son: análisis de mercado previo, análisis financiero previo y lanzamiento. La hipótesis general se plantea de acuerdo a los resultados de una investigación anterior.

Palabras clave: nuevos productos, innovación, proceso, Perú, medianas empresas

ABSTRACT PROPOSAL

It is expected to build an original model that helps Peruvian companies to improve their efficiency. Medium-sized companies are chosen as the focus of study, mainly because of their key contribution to the country's per-business-unit sales as compared to small and micro enterprises. The unit of study is medium-sized manufacturing companies producers of groceries sold to the final consumer and located in the provinces of Lima and Callao. It is found in literature that one of the ways to strengthen companies is to increase the launch of new products’ success rate, which depends among other factors, on the high quality of the activities included in the new products developing process [NPDP].

The objective of the research is to answer questions regarding this factor. Questions include What PDNP activities are carried out by the companies? How well are these activities carried out? What impact does each activity have on the success of the product? What impact does a better execution of each activity have on the success of the product? Several investigations attempt to answer these questions in other contexts. Based on these investigations eight independent variables which affect one dependent variable, the success of the new product, have been proposed for the model.

The research has two phases. The first one, qualitative, which will aim to validate the chosen variables through in depth personal interviews. The second one, which will answer the research questions, is based on surveying a sample of 47 companies with a confidence level of 95% and an error of 6%.

It is expected to find that well executed NPDP activities that have the greatest impact on the success of a new product are: prior market analysis, prior financial analysis and launch. The general hypothesis is presented according to the results of previous research.

Key words: new products, innovation, process, Perú, middle-sized companies