

# Introducción al desarrollo de productos Cómo gestionar una ruta crítica en el desarrollo de alimentos y bebidas saludables

 **Interreg**  
Atlantic Area  
European Regional Development Fund



 **CAHFES**

## Contenidos

1

### ¿Por qué necesito definir una ruta crítica?

- ¿Por qué debo seguir un ruta crítica en el desarrollo  
De nuevos productos? (P4)
- Un proceso complejo se beneficia de un enfoque  
Estructurado (P5)

2

### Cómo definir la ruta crítica

- Cómo definir las tareas de la ruta crítica (P7)
- Cómo establecer el cronograma de la ruta crítica (P8)
- Cumplimiento de plazos empleando una ruta crítica (P9)

3

### Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

- Cómo utilizar las listas de comprobación de  
rutas críticas en el desarrollo de productos (P12)
- De la definición del concepto a la aceptación del cliente (P13)
- De la aceptación del producto a las pruebas de producción (P14)
- Verificación, pruebas y documentación de la información (P15)
- Diseño y material gráfico (P17)
- Proceso de comercialización (P19)

**¿Por qué necesito definir una ruta crítica para desarrollar mis productos?**

**¿Qué implica?**

Ventajas que ofrece un abordaje estructurado en el desarrollo de productos y pasos que ayudan a garantizar el éxito.

## ¿Por qué debo seguir un «ruta crítica» en el desarrollo de nuevos productos?

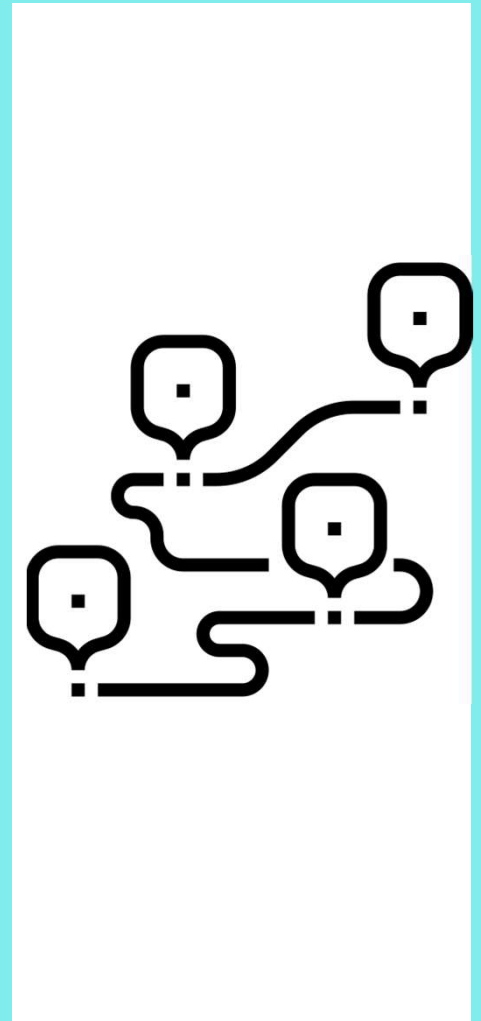
Una cita algo irónica que los desarrolladores de productos seguro que conocen bien afirma que «la gestión del desarrollo de productos es allí donde la inspiración se convierte en sudor».

Comercializar nuevos alimentos y bebidas deliciosos, seguros, que cumplan las normativas legales, atraigan la atención de los consumidores, generen unas sólidas ventas y permitan obtener beneficios y rentabilizar la inversión realizada en su desarrollo, es un proceso complejo y multifacético.

En su forma más sencilla, implica llevar a cabo las tareas necesarias que nos permitan comercializar los nuevos productos siguiendo una secuencia lógica. Sin embargo, la introducción de productos innovadores en el mercado puede conllevar un gran número de obstáculos a superar y la necesidad de repetir determinados procesos en «bucle».

Así, por ejemplo, es posible que debamos repetir determinadas tareas y que el producto en sí evolucione y deba modificarse a medida que lo evaluemos. El nuevo producto estará influenciado por el feedback que recibamos por parte de los clientes y consumidores, delimitado por la naturaleza de la cadena de suministro y los métodos de producción, y se verá sometido a un baño de realidad al revisar y actualizar los costes.

El uso de una lista de comprobación de nuestra ruta crítica que nos permita supervisar nuestro progreso puede ayudarnos a garantizar que no nos olvidamos de nada importante durante el proceso de desarrollo.



# Un proceso complejo se beneficia de un enfoque estructurado

Dado que son numerosas las disciplinas implicadas en la introducción con éxito de un nuevo producto al mercado, es esencial contar con un plan bien estructurado para asegurarnos de que se llevan a cabo todas las tareas y que es posible realizar un seguimiento de los avances logrados



## Ciencia y Tecnología de Alimentos

Tus productos deben ser deliciosos y cumplir la legislación vigente y la normativa en materia de seguridad alimentaria. También deben ser estables y ofrecer los resultados esperados a lo largo de la vida útil prevista.



## Cadena comercial y de suministro

Tus productos deben poder producirse a un precio que resulte atractivo para el mercado en el que se comercializarán y deben, a la vez, permitirte obtener beneficios y rentabilizar la inversión realizada en su desarrollo.

Necesitas contar con una cadena de suministro sólida para garantizar que puedes fabricar el producto de forma uniforme con los volúmenes deseados.



## Conocimiento del consumidor y técnicas culinarias

Asimismo, necesitan basarse en una clara comprensión de los productos que los consumidores desean comprar y deben obtenerse mediante unas sólidas técnicas culinarias.



## Producción e ingeniería

Tus productos deben fabricarse y envasarse utilizando métodos de producción viables y rentables que pueden requerir soluciones de ingeniería específicas y una plantilla de personal debidamente formada y cualificada.

# Cómo definir la ruta crítica

A fin de poder establecer una ruta crítica en el ámbito del desarrollo de productos, es necesario conocer e implementar determinados elementos clave, como por ejemplo:

1. tareas a realizar
2. tiempo necesario para llevar a cabo cada tarea
3. orden en el que deben realizarse las tareas
4. determinación de las relaciones de precedencia: establecer si para iniciar una tarea determinada es necesario finalizar previamente una tarea anterior de la cual depende

Seguir esta lista de forma lógica te ayudará a definir tu ruta crítica.

Intenta ser meticuloso y no te olvides de incluir tareas importantes. La lista de comprobación del desarrollo de productos incluida en este módulo puede ayudarte a definir algunas de las tareas que debes llevar a cabo. Sin embargo, colaborar con las partes interesadas clave es una buena manera de comprender, de forma detallada, las actividades necesarias que debes realizar para avanzar en el lanzamiento de tus productos.

Se ambicioso, pero realista, en relación a cuánto tiempo necesitarás para llevar a cabo cada tarea. Así, por ejemplo, algunas tareas serán complejas y requerirán la participación de diferentes personas, de modo que incluso el simple hecho de coordinar sus agendas añadirá un tiempo extra que es preciso tener en cuenta.

Asimismo, es posible que también debas tener en cuenta cuándo recibirás los resultados de los ensayos realizados en laboratorios externos, los plazos de entrega específicos de las materias primas o la nueva maquinaria que hayas adquirido o que debas esperar a obtener el feedback de tus clientes.

## Cómo definir las tareas de la ruta crítica

Es posible desglosar las diferentes etapas de la ruta crítica para poder así incluir la información esencial sobre los pasos a seguir. A continuación se indican, a modo de ejemplo, algunas de las posibles tareas relacionadas con la planificación de las pruebas de producción

Tarea	N.º tarea	Tiempo necesario	¿Depende esta tarea de otras tareas?	¿Quién completará la tarea?	¿Quién estará involucrado en la tarea?
Identificar y solicitar las materias primas y los envases	1	4 días	Sí, consulta la lista de comprobación de generación de conceptos anterior	Incluye los nombres de las personas responsables de asegurarse de que se completa la tarea	Enumera los miembros clave del equipo que participarán en ella
Recibir las especificaciones de las materias primas y los envases	2	10 días	Sí - 1		
Revisar las materias primas y los envases en el momento de su recepción	3	5 días	Sí - 1 y 2		
Establecer un flujo de procesamiento	4	1 día	No		
Verificar la seguridad de los alimentos en relación a los componentes y métodos de procesamiento propuestos	5	3 días	Sí - 2, 3 y 4		
Programar las fechas de producción y confirmar que las personas pertinentes puedan asistir a las mismas	6	3 días	Sí - 3, 4 y 5		
Definir las instrucciones de producción/procesamiento para la prueba	7	2 días	Sí - 4 y 5		
Registrar los datos obtenidos en la prueba de producción	8	1 día	Sí - 4 y 7		

# Cómo establecer el cronograma de la ruta crítica

La asignación de tareas en un calendario, o el uso de un diagrama de Gantt, te permitirá verificar y comunicar a las demás partes implicadas el progreso en el plan de desarrollo.

Puede que sea posible iniciar determinadas tareas que dependen de la previa finalización de otras, pero no completarlas hasta que la tarea anterior también se haya completado, como sucede, por ejemplo, en el caso de la recepción de entregas de materias primas y documentos.

Tarea	Semana 1 (añadir fechas)	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	
1. Identificar y solicitar las materias primas y los envases	4 días						
2. Recibir las especificaciones de las materias primas y los envases		10 días					CLAVE
3. Revisar las materias primas y los envases en el momento de su recepción			5 días				Completada
4. Establecer un flujo de procesamiento			1 día				En curso
5. Verificar la seguridad de los alimentos en relación a los componentes y métodos de procesamiento propuestos				3 días			No comenzada
6. Programar las fechas de producción y confirmar que las personas pertinentes puedan asistir a las mismas					3 días		
7. Definir las instrucciones de						3 días	



# Cumplimiento de plazos empleando una ruta crítica

El lanzamiento de tu nuevo producto puede estar vinculado a un plazo de comercialización específico que debes cumplir, por ejemplo, si se trata de un producto que se venderá durante la Navidad, si uno de tus clientes dedicado a los servicios alimentarios tiene un nuevo menú para el verano o tal vez tienes la intención de promocionar el producto en una feria comercial u otro evento.

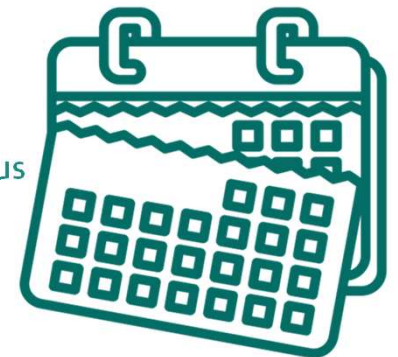
En este caso, es posible que debas comparar la lista de tareas y el tiempo total que has estimado que necesitarás para completarlas, con el tiempo transcurrido entre el inicio de las mismas y el momento en que el producto debe estar listo para su lanzamiento.

Así, por ejemplo, si inicias el proceso el 1 de mayo, y se trata de un producto que debe venderse en Navidad y que necesitas comercializar el 9 de octubre, dispondrás de 23 semanas para completar todas tus tareas.

Si tu ruta crítica indica que para realizar dichas tareas necesitas 26 semanas, puede que debas revisar detenidamente las tareas y ver en cuál de ellas podrías reducir las 3 semanas adicionales que necesitas.

¿Puedes asignar recursos adicionales al proyecto, pagar una cantidad más elevada para que te entreguen antes las materias primas o los resultados del laboratorio? ¿Puedes priorizar este producto para realizar las pruebas de producción o asegurarte de que el diseño de tu envase o las pruebas de aceptación del consumidor se completan antes?

Si realmente no tienes «margen de maniobra» en la ruta crítica, debes comunicárselo a las partes interesadas clave para poder así gestionar sus expectativas y garantizar que tu reputación como proveedor fiable no se verá afectada por esta situación.



## Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

De la definición del concepto a la aceptación del cliente

De la aceptación del producto a las pruebas de producción

Verificación, pruebas y documentación de la información

Diseño y material gráfico

Proceso de comercialización

El empleo de una ruta crítica te permite realizar un seguimiento de tus productos a medida que avanzan en el proceso de desarrollo, desde el momento de su concepción como una mera idea hasta el día de su comercialización.

En nuestros módulos de formación anteriores hemos abordado muchos de los pasos necesarios para generar ideas y confirmar que los consumidores comprarán el concepto de producto que tenemos en mente.

La ruta, pasa a continuación, a la secuencia de tareas necesarias para escalar estos conceptos.

Deberás asegurarte de que la producción de los nuevos productos, en los volúmenes necesarios para las ventas previstas, sea factible con los ingredientes previstos, las técnicas de procesamiento y los formatos de envasado disponibles.

Asimismo, también deberás garantizar que cumplen los requisitos legales, ambientales y en materia de seguridad alimentaria.

Y, además, deben ser comercialmente viables y satisfacer las expectativas de los clientes en aspectos como el sabor, la textura, el aroma, la apariencia, los formatos de envasado y fecha de caducidad.

# Introducción a las rutas de desarrollo

**De la definición del concepto a la aceptación del cliente**

**De la aceptación del producto a las pruebas de producción**

**Verificación, pruebas y documentación de la información**

**Diseño y material gráfico**

**Inicio de los procesos**

Cada producto y proyecto puede tener sus propias necesidades y peculiaridades específicas, lo que hará necesario adaptar la ruta de desarrollo y comercialización de los mismos a cada caso en particular. Sin embargo, es necesario tener en cuenta determinados elementos clave que son importantes en todos los casos, independientemente del producto que se esté desarrollando.

En los módulos posteriores del Programa 5 de la formación de AHFES se abordarán de forma más detallada algunos de estos aspectos. Las diapositivas que siguen a continuación te ofrecen una breve descripción general a modo de introducción acerca de los elementos más habituales en la mayoría de las rutas críticas de desarrollo de productos.

## Cómo utilizar las listas de comprobación de rutas críticas en el desarrollo de productos

El uso de una lista de comprobación es una buena manera de garantizar que todo aquello que debes hacer durante el proceso de desarrollo de productos se lleva a cabo correctamente. Para este fin, hemos preparado una lista de comprobación como plantilla como ejemplo.

Esta lista de comprobación incluye un gran número de tareas y se basa en los 20 años de experiencia práctica en DNP. Puedes modificarla fácilmente para adaptarla a tus circunstancias individuales y a las necesidades de tus productos.

Es recomendable considerar a **cada** producto como una entidad independiente y supervisar y realizar su seguimiento de forma individual, incluso si prevés comercializar diferentes variedades de un producto en una misma gama.

Esto se debe a que cada producto individual debe cumplir las normativas legales y en materia de seguridad alimentaria exigidas **por sí mismos**. Es peligroso asumir que un producto se comportará de forma análoga a un producto similar.

Puede que se comporten de una forma diferente durante las pruebas, presenten diferentes problemas con los ingredientes, se comporten de forma diferente a lo largo de su vida útil y, obviamente, deberán incluir sus propias declaraciones en los envases, que diferirán de un producto a otro.



# Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

De la definición del concepto a la aceptación del cliente

De la aceptación del producto a las pruebas de producción

Verificación, pruebas y documentación de la información

Diseño y material gráfico

Inicio de los procesos

Las tareas de esta fase engloban desde la investigación de mercado a la evaluación y la puesta en marcha de acciones en base a la información que has recopilado.

Consulta los módulos de formación del Programa 1 para obtener ideas acerca de Conocimiento del mercado, Conocimiento del consumidor, cómo realizar una Evaluación comparativa y, a continuación, Generar sus ideas y Filtrar las ideas más brillantes a implementar.

A continuación, la lista de comprobación asume que necesitarás producir muestras físicas de productos para presentar tu producto a posibles clientes potenciales, obtener el feedback de los consumidores o influir e informar a los inversores u otras partes interesadas.

Este proceso puede incluir diferentes pasos, durante los cuales se envían diferentes muestras del producto a medida que estas reflejan los comentarios y se «perfecciona» el concepto sobre Tu producto.

Es muy importante que todas las muestra sean **realmente representativas** del producto acabado que comercializará.

De lo contrario, puede que el producto final no esté a la altura de las expectativas y tu credibilidad se vea afectada.

Puede que sea posible conseguir un producto preciso utilizando las llamadas muestras de «mesa o cocina», o que el propio producto determine que solo es posible producir las muestras representativas en equipos piloto o de producción.

## Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

De la definición del concepto a la aceptación del cliente

**De la aceptación del producto a las pruebas de producción**

Verificación, pruebas y documentación de la información

Diseño y material gráfico

Inicio de los procesos

Una vez hayas confirmado que los posibles clientes potenciales consideran el concepto de producto como aceptable, puedes planificar las pruebas de producción que necesitarás llevar a cabo para comprobar que es posible producir el producto a escala. Consulta nuestra formación sobre la planificación de flujos de procesos y pruebas de producción para obtener más ideas sobre cómo abordar esta etapa de desarrollo.

Las pruebas que realices deben tener por objetivo intentar confirmar que es posible producir tu producto:-

1. A la velocidad deseada, con los niveles de producción y la mano de obra necesarios para satisfacer los volúmenes de ventas previstos
2. A un coste que te permite vender el producto a un precio realista en el mercado y que cumpla tus objetivos de beneficios
3. Con las características y la calidad que buscas en términos de aspecto, sabor, textura, tamaños de envase y formatos de envase deseados
4. Con la marca y los atributos que desees, como, por ejemplo, la ausencia de determinados alérgenos o el cumplimiento de las declaraciones nutricionales
5. Cumple todos los requisitos de seguridad alimentaria, la legislación alimentaria y otras leyes pertinentes en los mercados objetivo
6. Conforme a tus objetivos de responsabilidad social, medioambiental y sostenibilidad

## Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

De la definición del concepto a la aceptación del cliente

De la aceptación del producto a las pruebas de producción

**Verificación, pruebas y documentación de la información**

Diseño y material gráfico

Proceso de comercialización

Cuando se planea introducir en el mercado un alimento o una bebida, se tiene el deber de cuidar a las personas que lo consumirán.

Es necesario que puedas demostrar a la autoridad competente responsable en materia de seguridad alimentaria de los mercados objetivo a los que te diriges que has realizado la verificación de «diligencia debida» durante el proceso de desarrollo y que has adoptado todas las medidas necesarias para producir un producto seguro, con una calidad uniforme.

Para ello, deberás realizar las pruebas de una forma planificada y estructurada, representativa de cómo se fabricará el producto una vez comercializado.

A continuación, puedes utilizar los productos representativos creados durante las pruebas de producción para demostrar que cumplen todas las normas de seguridad alimentaria necesarias y que mantienen las propiedades organolépticas deseadas hasta la fecha de caducidad prevista.

# Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

De la definición del concepto a la aceptación del cliente

De la aceptación del producto a las pruebas de producción

**Verificación, pruebas y documentación de la información**

Diseño y material gráfico

Proceso de comercialización

Es esencial documentar rigurosamente todos los aspectos de tu producto, y de tu producción, para crear así un registro completo que puedas consultar en el futuro y los auditores o las autoridades legales puedan verificar, en caso de que alguna vez sea necesario demostrar tu «diligencia debida».

Esto incluye

asegurarse de que tus proveedores te proporcionan especificaciones detalladas de las materias primas y los artículos de envasado,

definir claramente los pasos de procesamiento, y que estos se sigan de forma uniforme en el entorno de producción,

detallar cómo se realizará el control de peso, la detección de metales y el correcto envasado/etiquetado

reflejar información precisa sobre el embalaje para cumplir la legislación en materia de etiquetado de alimentos

proporcionar pruebas de que puedes justificar cualquier declaración sobre su producto: por ejemplo, la procedencia de los ingredientes, las declaraciones nutricionales o de «libre de», la categoría de comercio justo, las declaraciones en relación a que los productos proceden de una agricultura ecológica o de otro tipo



# Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

De la definición del concepto a la aceptación del cliente

De la aceptación del producto a las pruebas de producción

Verificación, pruebas y documentación de la información

**Diseño y material gráfico**

Proceso de comercialización

Un diseño atractivo del envase que genere el impacto deseado en los compradores constituye un elemento importante de la estrategia de marketing general de tu nuevo producto.

El envase también debe ser robusto y proteger el producto durante el envasado, transporte, almacenamiento y, para los productos de venta al por menor, también mientras permanezca expuesto.

Es posible que el envase también deba ser funcional, por ejemplo, adecuado para cocinar en microondas o el horno, fácil de beber mientras nos desplazamos, resellable o fácil de abrir.

Los consumidores exigen cada vez más que los envases no tengan un impacto negativo en el medio ambiente, y esperan que las marcas minimicen el uso de envases al mínimo necesario y garanticen que los componentes del mismo sean reciclables.

Puede que el módulo de formación sobre Selección de envases te resulte útil. Asimismo, en el módulo [Diseño de envases](#) te explicamos cómo trabajar con una agencia de diseño y en él encontrarás también una plantilla que puedes adaptar y utilizar para crear un informe de diseño.

## Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

De la definición del concepto a la aceptación del cliente

De la aceptación del producto a las pruebas de producción

Verificación, pruebas y documentación de la información

**Diseño y material gráfico**

Proceso de comercialización

Además de la apariencia estética, la composición, los materiales y la funcionalidad de los envases, debes incluir también, como mínimo, la información obligatoria en el envase necesaria para que pueda ser comercializado legalmente.

Esta información varía en función de la naturaleza del producto y de cómo se venderá, por ejemplo, si el producto está preenvasado o no, si está destinado a la venta al por menor o al catering masivo, y depende de su embalaje externo o interno. Puede que el módulo de formación «Aspectos legales relativos al etiquetado de productos» te resulte útil y que las autoridades competentes o gubernamentales también puedan ofrecerte asesoramiento y formación al respecto.

Es fundamental que todo texto –denominado «texto incluido en el envase»– que generes para tu embalaje primario/interior y secundario/externo esté respaldado por las pruebas pertinentes.

Debes ser capaz de demostrar que has tomado todas las precauciones posibles y has ejercido la «diligencia debida» en tu composición y que has establecido un sólido procedimiento de comprobación para garantizar que la información del envase final es precisa y verdadera.

Siguiendo las mejores prácticas, estas comprobaciones deberían realizarlas diferentes personas debidamente formadas para garantizar que no se producen errores.

## Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

De la definición del concepto a la aceptación del cliente

De la aceptación del producto a las pruebas de producción

Verificación, pruebas y documentación de la información

Diseño y material gráfico

**Proceso de comercialización**

Una vez hayas revisado los resultados de las pruebas de producción y confirmado que es viable fabricar el producto, que es rentable, y que las pruebas de verificación de productos han demostrado su seguridad alimentaria, puedes pasar a establecer contratos de ventas con los clientes interesados.

El nuevo producto deberá «configurarse» en tu empresa y añadirse a todas las bases de datos necesarias, como, por ejemplo, en la gestión de pedidos y la facturación.

El producto debe estar integrado en tus sistemas APPCC y en los controles de calidad de alimentos, con la definición y aplicación de cualquier gestión de alérgenos u otros procedimientos críticos de consumo, almacenamiento y manipulación.

La programación de las fechas de producción deberá adaptarse al lanzamiento del producto y al volumen de ventas previsto.

Todos los componentes del producto deberán adquirirse y encontrarse en tus instalaciones a fin de poder proceder a su comercialización y deberán adaptarse a los volúmenes de producción futuros.

Es posible que resulte necesario formar al personal en relación a nuevas técnicas de producción o requisitos de envasado.

Si vas a instalar maquinaria nueva u otros equipos, estos deben encontrarse en tus instalaciones, debe haberse verificado que cumplen los requisitos legales en materia de seguridad y salud y que están indicados para su uso en la producción de alimentos.

El equipamiento deberá probarse, ponerse en servicio y estar listo para funcionar al ritmo de producción deseado.

## Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

De la definición del concepto a la aceptación del cliente

De la aceptación del producto a las pruebas de producción

Verificación, pruebas y documentación de la información

Diseño y material gráfico

**Proceso de comercialización**

Deberás facilitar a tus clientes toda la información que necesiten en cuanto al formato, tamaño, peso, unidades por envoltura exterior, vida útil, precios y descripciones legales, ya que de esta forma podrán crear tu nuevo producto en sus propios sistemas internos.

Es posible que tu equipo desee realizar una última prueba de producción, a menudo denominada pruebas de preproducción, para asegurarse de que están preparados para iniciar la producción.

A menudo es un paso útil que permite «pulir» los detalles finales de productos especialmente innovadores o cuando se utilizan nuevas técnicas de procesamiento o una maquinaria nueva.

Es necesario planificar fecha y la hora en que se llevará a cabo la «primera producción» a fin de que todo el personal pertinente pueda asistir a la misma y resolver cualquier problema que pueda surgir.

Si se considera que todo ha ido bien, el nuevo producto puede abandonar oficialmente el proceso de desarrollo y considerarse que está listo para ser comercializado.

# Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

De la definición del concepto a la aceptación del cliente

De la aceptación del producto a las pruebas de producción

Verificación, pruebas y documentación de la información

Diseño y material gráfico

**Proceso de comercialización**

El lanzamiento de nuevos productos requiere mucho tiempo y en ocasiones supone todo un reto. Es necesario establecer una estrategia de marketing para los nuevos productos enfocada y selectiva para generar una cuota de mercado, una sólida base de consumidores y obtener ingresos.

Así, pues, es muy importante que todas las partes implicadas comprendan que el proceso no termina cuando se produce y entrega el producto: termina cuando el producto se ha vendido.

Por lo tanto, el último paso a seguir en tu ruta crítica debe consistir en:

- Coordinar el lanzamiento con tu equipo de ventas y marketing.
- Asegurarte de que todo el mundo sabe la fecha en la que se comercializará el producto y de que pueden explicar las «ventajas» del mismo.
- Asegurarte de que dispones de existencias suficientes.
- Centrar la campaña de marketing en los clientes objetivo
- Emplear diferentes enfoques de marketing y publicidad para llegar a tus consumidores objetivo
- Llevar a cabo una gran campaña de lanzamiento adaptada, eso sí, a tu presupuesto.
- Supervisar y revisar la estrategia de marketing de los nuevos productos de forma regular, una vez finalizadas todas las actividades iniciales de preparación y lanzamiento

# Etapas clave en la ruta crítica de desarrollo de productos

De la definición del concepto a la aceptación del cliente

De la aceptación del producto a las pruebas de producción

Verificación, pruebas y documentación de la información

Diseño y material gráfico

**Proceso de comercialización**

## ¡REVISAR, REFLEXIONAR Y MEJORAR!

Cada nuevo producto que introduzcas en mercado implicará una experiencia diferente, y siempre habrá algo que aprender y qué mejorar de cara al futuro. ¡Revisa y modifica el proceso de desarrollo tantas veces como sea necesario!

Aprovecha la oportunidad para reflexionar junto con todas las partes implicadas sobre aspectos como:

- ¿qué ha ido bien y cómo podría este enfoque convertirse en una mejor práctica?
- ¿qué problemas, obstáculos o barreras he experimentado y cómo pueden evitarse en el futuro?
- ¿hay alguna carencia en cuanto a la formación de algún miembro de tu equipo y cómo puedes facilitarse dicha formación?
- ¿hay lagunas de información o es necesario ampliar nuestros conocimientos sobre determinadas áreas?
- ¿hemos alcanzado todos nuestros objetivos de desarrollo, o hemos tenido que cambiar de estrategia o compromiso?
- ¿estamos al día de los últimos avances en nuestro sector?
- ¿ha conseguido el producto las ventas y los beneficios previstos? Si no es así, ¿qué acciones es necesario emprender?
- ¿sabemos lo que piensan los consumidores y nuestros clientes y qué es lo próximo que buscan?
- ¿cómo podemos explorar el mercado para detectar nuevas oportunidades que nos aportarán una ventaja competitiva y nos mantendrán por delante de nuestra competencia?



Esperamos que hayas encontrado este módulo de formación como un apoyo útil para la innovación en alimentos y bebidas saludables.

Este módulo de formación es parte de una serie de oportunidades de formación, organizadas en programas de formación temáticos para apoyar a las pequeñas y medianas empresas en las regiones participantes de Gales, Irlanda del Norte, Irlanda, España, Portugal y Francia para llevar al mercado con éxito nuevos y reformulados alimentos y bebidas saludables.

Esta formación ha sido creada por los socios del proyecto AHFES, que es un ecosistema de cuádruple hélice en el ámbito de la alimentación saludable en el espacio atlántico, enfocado en el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, y financiado por la Unión Europea en el marco del Programa de Financiamiento Interreg Espacio Atlántico.

Este programa promueve la cooperación transnacional entre 36 regiones atlánticas de 5 países europeos y cofinancia proyectos de cooperación en los campos de innovación y competitividad, eficiencia de recursos, gestión de riesgos territoriales, biodiversidad y bienes naturales y culturales.

Para más información sobre la formación disponible en AHFES clique [aquí](#).



Este proyecto está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional a través del Programa Interreg Espacio Atlántico





# Reconocimientos

---

La plantilla de presentación ha sido elaborada por [Slidesgo](#)

Iconos por [Flaticon](#)

Imágenes e infografías por [Freepik](#)