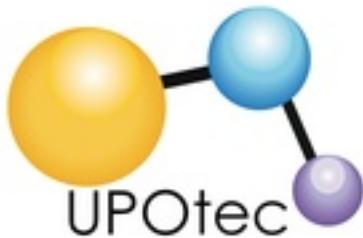




OTRI



Estudios de Mercado para el Lanzamiento de nuevos productos o servicios

2026 Universidad Pablo de Olavide
Ver la oferta en la web. www.upo.es/UPOtec
Contacta con la OTRI: otri@upo.es

Sector

Consultoría, gestión y servicios empresariales

Área Tecnológica

Estudios Económicos

Descripción

Estudio de la competencia, estudio del proceso de compra y análisis del posicionamiento de un nuevo producto o servicio para conocer su situación en un mercado conocido o no, con el fin de detallar las líneas directrices para su lanzamiento e introducción.

Necesidad o problema que resuelve

Mediante esta competencia se puede determinar la demanda potencial e imagen de nuevos productos o servicios, con el fin de evaluar su introducción al mercado, o ver la conveniencia de realizar modificaciones en los ya existentes. Se obtiene información sobre clientes actuales y potenciales, proveedores, empresas competidoras y tendencias de mercado. Permite ofrecer un producto o servicio que responda mejor a las expectativas de los consumidores, y saber cómo influenciarlo. También sirve para seleccionar la alternativa más eficaz entre varias proposiciones. Todo ello a través del estudio del comportamiento de compra del cliente, de la competencia y del análisis del posicionamiento.

Aspectos innovadores

Los expertos están en condiciones de desarrollar estos estudios no sólo para lanzamiento de nuevos productos, sino para el relanzamiento de productos o servicios ya existentes. Los responsables de este servicio tienen experiencia previa en consultoría, tanto en Marketing como en análisis de datos como en gestión integrada de la empresa. Además, los años de formación en la Universidad les ha dado la posibilidad de desarrollar y usar herramientas que en el día a día de una consultora no están disponibles.

Tipos de empresas interesadas

Cualquier tipo de empresa interesada

Nivel de desarrollo

Disponible para el cliente

Más información

Ver más información grupo PAIDI

Equipo de Investigación

Información, entorno y cambio organizativo (SEJ 111)