

Impacto y Resultados de la Investigación, Desarrollo y Comercialización de Nuevos Productos como estrategia competitiva en los mercados actuales y emergentes.

Laura Katalina Ramírez Bautista
Andrés Jose Perilla Hernandez
Sandra Patricia Rojas Berrio

Resumen:

Dada la necesidad de verificar los mecanismos influyentes en la gestión de la Investigación, Desarrollo y Comercialización de Nuevos Productos como estrategia competitiva en los mercados actuales y emergentes, se realizó una Revisión Sistemática de Literatura con el propósito de verificar el estado de avance de este aspecto en los documentos reportados en el Sistema de Indexación y Resumen SCOPUS. Los hallazgos permiten reafirmar la importancia de comprender: la necesidad de adaptación al cambio, la identificación de necesidades de los consumidores y la relevancia de la comunicación tanto interna como externa.

Palabras clave:

Fabricación, Innovación, comercialización, marketing, Tecnología, Diseño