

NAME	CLASS	SPEAKER	DATE & TIME
Arianny Jimenez	Electrónica mecatrónica	Carlos Richard	4/febrero/22

Title El management de los nuevos productos

Keyword	Topic
<ul style="list-style-type: none"> * Innovación * producto * comercialización * organización * estructuras * responsabilidad * equipo * clientes 	<p>La hábil administración de la fase de innovación de la empresa constituye un requisito previo para el éxito del negocio.</p> <p>Existen varias formas de organización que emplean las empresas para operar la función de creación de nuevos productos; cada una contiene sus ventajas y desventajas por lo tanto no existe una estructura óptima.</p>
Questions	
¿En qué paso del desarrollo de un nuevo producto se debe decidir si se debe abandonar?	<p>El tamaño de la empresa, los recursos y objetivos son los que generalmente determinan el tipo de estructura a utilizar. De hecho, algunas empresas utilizan más de una.</p> <p>Las principales fases del desarrollo de un nuevo producto son: generación de ideas, tamizado preliminar, desarrollo y pruebas de concepto, análisis financiero, desarrollo y comercialización.</p>

Summary: Uno de los factores identificados por estudios sobre el éxito o el fracaso de nuevos productos es la estructura organizativa del proceso, es decir, sino se organiza o se planifica todo con antelación es difícil que el nuevo producto le vaya bien.