BOLETÍN DE PRENSA No. 328 –>>

Académico de la Universidad de Murcia, en España estará esta semana de visita en la máxima Casa de Estudios para participar en el V Coloquio de Investigación Nacional e Internacional de Cuerpos Académicos que organiza el Centro de Ciencias Económicas y Administrativas.

José Luis Munuera-Alemán, profesor del Departamento de Marketing de la universidad española impartirá una conferencia sobre la innovación de productos. Al respecto dijo que “la innovación es una estrategia empresarial importante que depende en mucho de la situación competitiva en la que tal empresa se encuentra”.

Aunado a lo anterior explicó que “dada la mayor globalización la innovación cobra una mayor importancia, ya que la mayoría de las empresas en países más desarrollados habían competido en base a precios baratos, pero la innovación permite vender productos diferentes, únicos y exclusivos a un precio mayor; estrategia que ofrece un mayor resultado a las empresas, si las efectúan de manera adecuada”.

Munuera-Alemán determinó que la palabra innovación se centra en nuevos productos, por lo que las universidades tienen la función de generar una actitud positiva entre los estudiantes para que faciliten su inserción en las empresas y para que elaboren productos más avanzados tecnológicamente y más demandados, que permitan a largo plazo, una mayor supervivencia de la compañía.

“Si una empresa hace lo de siempre, habrá otras que hagan productos más exitosos. La universidad tiene la función fundamental de formar a los directivos empresariales, diseminar el nivel del conocimiento entre todos sus actores para que los empresarios puedan implementarlos con éxito”.

El académico de la Universidad de Murcia dijo que cuanto más invierte una empresa mejores productos crea, actualmente el país que mas invierte en investigación y desarrollo en términos de PIB es Suecia y detrás de él Japón, siguiendo Estados Unidos y otro grupo de países europeos como Alemania e Inglaterra.

José Luis Munuera-Alemán añadió que China ha pasado de ser una nación fabricante de productos baratos, sencillos y que se rompían rápidamente, en una nación que invierte en tecnología y capital humano, “está formando a muchos ingenieros además incorporando nuevas tecnologías, China podría ser una sorpresa en seis o siete años en cuanto a la innovación de productos”.

“La innovación es una palabra poco difusa, que tiene tres ingredientes básicos: tecnología, mercado y negocios. Los profesores de la UAA están interesados en profundizar sobre estas relaciones entre marketing, cómo fórmula para conocer qué es lo que pide el mercado; y la innovación, cómo fórmula para generar productos nuevos avanzados tecnológicamente que den una mayor competitividad a las empresas. Espero en un futuro establecer grupos de trabajo y hacer investigación conjuntas”, puntualizó.