

# ÍNDICE

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>13</b>
1.1	OBJETIVOS: GENERALES Y ESPECÍFICOS .....	13
1.2	ESTRUCTURA DEL ESTUDIO .....	17
1.3	JUSTIFICACIÓN: RESEARCH GAP .....	20
<b>2</b>	<b>MODELOS DE NEGOCIO</b> .....	<b>31</b>
2.1	INTRODUCCIÓN.....	31
2.2	¿QUÉ ES UN MODELO DE NEGOCIO? DEFINICIONES .....	33
2.2.1	<i>Revisión de literatura: orígenes y desarrollo</i> .....	34
2.2.2	<i>¿A qué debe responder un modelo de negocio?</i> .....	37
2.2.3	<i>Modelo como Mapa/Sistema de actividades</i> .....	40
2.2.4	<i>Características comunes de los modelos de negocio</i> .....	42
2.3	MODELO DE NEGOCIO VS ESTRATEGIA .....	45
<b>3</b>	<b>INNOVACIÓN. CONCEPTOS</b> .....	<b>50</b>
3.1	INNOVACIÓN, CONCEPTO: SENTIDO AMPLIO.....	50
3.2	REVISIÓN DE LAS DIFERENTES APORTACIONES HISTÓRICAS .....	54
3.3	FUENTE DE INNOVACIÓN Y DE NUEVAS IDEAS .....	58
3.4	NIVELES DE INNOVACIÓN .....	60
<b>4</b>	<b>ESTRATEGIA E INNOVACIÓN, INNOVACIÓN ESTRATÉGICA</b> .....	<b>62</b>
4.1	TIPOS DE INNOVACIÓN .....	66
4.2	INNOVACIÓN ESTRATÉGICA .....	69
4.3	INNOVACIÓN EN “MANAGEMENT” .....	73
<b>5</b>	<b>VARIABLES/FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS</b> .....	<b>76</b>
5.1	SISTEMA NACIONAL DE INNOVACIÓN .....	78
5.2	OPEN BUSINESS MODELS; OPEN INNOVATION .....	80
5.3	VARIABLES INTERNAS Y EXTERNAS QUE AFECTAN AL MODELO DE NEGOCIO .....	87
5.3.1	<i>Capacidad de Absorción</i> .....	87
5.3.2	<i>Entorno y Capacidad de Absorción</i> .....	92
5.3.3	<i>Innovación y Capacidad de Absorción</i> .....	96
5.3.4	<i>Factores y variables externas</i> .....	101
5.3.5	<i>Dominio Técnico &amp; Económico. Implicaciones en modelo de negocio</i> .....	107
5.3.6	<i>Interrelación entre todas las variables, internas y externas</i> .....	107
<b>6</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR SERVICIOS</b> .....	<b>109</b>
6.1	INTRODUCCIÓN: SERVICIOS E INNOVACIÓN.....	109
6.2	PARTICULARIDADES DEL SECTOR SERVICIOS; INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y DE PROCESOS	113
6.2.1	<i>Medidas indirectas</i> .....	118
6.2.2	<i>Medidas directas</i> .....	121
<b>7</b>	<b>KNOWLEDGE INTENSIVE BUSINESS SERVICES, KIBS</b> .....	<b>124</b>
7.1	CLASIFICACIÓN DE KIBS .....	128
7.2	INNOVACIÓN Y KIBS .....	134
7.3	TRATAMIENTO DEL CONOCIMIENTO KIBS .....	138
<b>8</b>	<b>HIPÓTESIS</b> .....	<b>143</b>
<b>9</b>	<b>MUESTRA, DATOS; METODOLOGÍA</b> .....	<b>158</b>
9.1	FUENTE DE DATOS .....	158
<b>10</b>	<b>MODELO: DISEÑO EMPÍRICO</b> .....	<b>163</b>
10.1	ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LAS VARIABLES .....	170
10.1.1	<i>Efectos para los productos</i> .....	170
10.1.2	<i>Efectos para los procesos</i> .....	171
10.1.3	<i>Competencias internas: COMP_INTERNAS</i> .....	172
10.1.4	<i>Fuentes de Información: FI</i> .....	173

10.1.5	<i>Cooperación para innovar: COOP</i> .....	175
10.1.6	<i>Variables de control: CONTROL</i> .....	176
10.2	PLANTEAMIENTO DEL MODELO.....	178
<b>11</b>	<b>ANÁLISIS DE MODELOS Y RESULTADOS</b> .....	<b>180</b>
11.1	RESULTADOS REGRESIONES DE LOS MODELOS.....	182
11.2	ANÁLISIS DEL MODELO.....	187
11.2.1	<i>Efectos de la Innovación para los Productos: Effectprod</i> .....	189
11.2.2	<i>Efectos de la Innovación para los Procesos: Effectproc</i> .....	192
11.2.3	<i>Impacto innovaciones nuevas para el mercado: Newmark</i> .....	194
11.2.4	<i>Impacto innovaciones nuevas para la empresa: Newemp</i> .....	196
11.2.5	<i>Impacto innovaciones nuevas para la empresa y para el mercado: New</i> .....	199
<b>12</b>	<b>VALIDACIÓN Y CONTRASTE DE LAS HIPÓTESIS</b> .....	<b>203</b>
<b>13</b>	<b>SINGULARIDADES ENCONTRADAS</b> .....	<b>215</b>
<b>14</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>219</b>
<b>15</b>	<b>LINEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>231</b>
<b>16</b>	<b>ANEXOS</b> .....	<b>232</b>
16.1	ANEXO I: ENCUESTA PARA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	232
16.2	ANEXO II: ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LAS VARIABLES.....	251
16.3	ANEXO III: REGRESIONES REALIZADAS.....	255
16.4	ANEXO IV: RESULTADOS DETALLADOS DE REGRESIONES REALIZADAS.....	258
16.5	ANEXO V: SÍNTESIS/RESUMEN PECULIARIDADES DEL MODELO 1.....	273
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>276</b>
16.6	ARTÍCULOS.....	276
16.7	ENLACES EN LA WEB.....	323
16.8	ILUSTRACIONES.....	324
16.9	TABLAS.....	325