

## ÍNDICE GENERAL

<b>RESUMEN</b> .....	<b>XIII</b>
<b>RESUM</b> .....	<b>XV</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>XVII</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN GENERAL</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 2. LA TEORÍA DE LA INNOVACIÓN</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1. Introducción</b> .....	<b>7</b>
<b>2.2. El estudio de la innovación a nivel macro: la dinámica de los sistemas económicos y de las organizaciones sociales</b> .....	<b>9</b>
<b>2.3. El estudio de la innovación a nivel meso: las dinámicas industriales</b> .....	<b>17</b>
<b>2.4. El estudio de la innovación a nivel micro: La empresa</b> .....	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO 3. FUENTES DE CONOCIMIENTO Y ESTRATEGIAS PARA LA INNOVACIÓN</b> .....	<b>33</b>
<b>3.1. Introducción</b> .....	<b>33</b>
<b>3.2. Fuentes externas de conocimiento</b> .....	<b>35</b>
3.2.1. Factores asociados al uso fuentes de externas de conocimiento .....	38
3.2.2. Tipos de fuentes externas de conocimiento .....	40
3.2.2.1. Fuentes comerciales y de mercado .....	41
3.2.2.2. Fuentes que dependen del sector público .....	42
3.2.2.3. Fuentes de información general.....	44
<b>3.3. Las estrategias de innovación</b> .....	<b>45</b>
3.3.1. El análisis de las estrategias de innovación desde el prisma de la teoría de los costes de transacción (TCT).....	47
3.3.2. El análisis de las estrategias de innovación desde la perspectiva de las capacidades de la empresa.....	51
3.3.3. Hacer como estrategia de innovación.....	54
3.3.3.1. Los factores schumpeterianos como determinantes de la decisión de hacer .....	57
3.3.3.2. Las características industriales como determinantes de la decisión de hacer.....	59
3.3.3.3. Los atributos del conocimiento tecnológico como determinantes de la decisión de hacer .....	62
3.3.4. La compra como estrategia de innovación .....	64
3.3.4.1. La subcontratación de actividades de I+D .....	65
3.3.4.2. El licenciamiento de tecnología .....	68
3.3.4.3. La compra de maquinaria y equipo .....	71

3.3.5. <i>La cooperación como estrategia de innovación</i> .....	72
3.3.5.1. <i>Estudios empíricos sobre la cooperación en I+D</i> .....	76
3.3.6. <i>Relaciones entre las estrategias de Innovación</i> .....	86
<b>CAPÍTULO 4. ASPECTOS CLAVE DE LA INVESTIGACIÓN Y DESCRIPCIÓN GENERAL DEL ESTUDIO EMPÍRICO</b> .....	<b>91</b>
<b>4.1. Modelo para el análisis de las estrategias de innovación empresarial</b> .....	<b>91</b>
<b>4.2. Datos y fuentes de información empleadas en el análisis empírico</b> .....	<b>98</b>
<b>4.3. Algunas particularidades de la encuesta de innovación</b> .....	<b>100</b>
<b>CAPÍTULO 5. UNA VISIÓN GENERAL DE LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS ESPAÑOLAS</b> .....	<b>105</b>
<b>5.1. Introducción</b> .....	<b>105</b>
<b>5.2. Tipología de las empresas manufactureras innovadoras</b> .....	<b>106</b>
<b>5.3. Intensidad en innovación de las empresas EIN</b> .....	<b>113</b>
<b>5.4. Fuentes de información para la innovación</b> .....	<b>117</b>
<b>5.5. Estrategias de innovación</b> .....	<b>128</b>
5.5.1. <i>Diversidad en el uso de las estrategias de innovación</i> .....	132
5.5.2. <i>Intensidad de las estrategias hacer y comprar</i> .....	134
5.5.3. <i>Algunas particularidades de la estrategia de hacer</i> .....	136
5.5.4. <i>Los agentes con los que se contrata la I+D externa</i> .....	139
5.5.5. <i>La estrategia de cooperar</i> .....	142
<b>5.6. Resultados de la innovación</b> .....	<b>150</b>
<b>5.7. Conclusiones</b> .....	<b>155</b>
<b>CAPÍTULO 6. DETERMINANTES Y COEXISTENCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN</b> .....	<b>159</b>
<b>6.1. Introducción</b> .....	<b>159</b>
<b>6.2. La decisión de innovar</b> .....	<b>160</b>
<b>6.3. Los determinantes de las estrategias de innovación</b> .....	<b>170</b>
6.3.1. <i>Los determinantes de la estrategia de hacer</i> .....	175
6.3.2. <i>Los determinantes de las estrategias de comprar</i> .....	181
6.3.3. <i>Los determinantes de la estrategia de cooperar</i> .....	187
<b>6.4. Coexistencia entre las estrategias de innovación</b> .....	<b>197</b>
<b>6.5. Conclusiones</b> .....	<b>200</b>
<b>CAPÍTULO 7. EL EFECTO DE LAS ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO INNOVADOR DE LAS EMPRESAS: ANÁLISIS DE SU COMPLEMENTARIEDAD</b> .....	<b>203</b>
<b>7.1. Introducción</b> .....	<b>203</b>
<b>7.2. El estudio empírico de la complementariedad entre estrategias de innovación</b> .....	<b>205</b>
<b>7.3. Definición de las variables y modelos econométricos</b> .....	<b>209</b>
7.3.1. <i>Variables dependientes</i> .....	209
7.3.2. <i>Variables independientes</i> .....	209

7.3.3. Especificaciones econométricas.....	213
<b>7.4. Resultados .....</b>	<b>215</b>
7.4.1. El efecto de la adquisición externa de conocimiento .....	218
7.4.2. La generación interna de conocimiento y su complementariedad con la adquisición de conocimiento externo .....	220
<b>7.5. Conclusiones.....</b>	<b>228</b>
<b>CAPITULO 8. CONCLUSIONES GENERALES.....</b>	<b>231</b>
<b>8.1. Conclusiones sobre el uso de las fuentes de conocimiento para la innovación .....</b>	<b>231</b>
<b>8.2. Conclusiones sobre los determinantes de las estrategias de innovación .....</b>	<b>233</b>
<b>8.3. Conclusiones sobre los efectos de las estrategias de innovación.....</b>	<b>236</b>
<b>8.4. Conclusiones sobre las relaciones entre las estrategias de innovación .....</b>	<b>238</b>
<b>8.5. Futuras líneas de investigación .....</b>	<b>240</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>243</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>265</b>
<b>Anexo I. ANOVA y prueba de Duncan de comparación de medias para el número de fuentes de información utilizadas por categoría sectorial .....</b>	<b>266</b>
<b>Anexo II. ANOVA y prueba de Duncan de comparación de medias para el número de fuentes de información utilizadas por categoría de tamaño.....</b>	<b>267</b>
<b>Anexo III. ANOVA y prueba de Duncan de comparación de medias para el número de fuentes de información consideradas importantes por categoría sectorial .....</b>	<b>268</b>
<b>Anexo IV. ANOVA y prueba de Duncan de comparación de medias para el número de estrategias de innovación empleadas por categoría sectorial.....</b>	<b>269</b>
<b>Anexo V. ANOVA y prueba de Duncan de comparación de medias para el número de estrategias de innovación empleadas por categoría de tamaño .....</b>	<b>270</b>
<b>Anexo VI. Tabla de contingencia: pertenencia a un grupo de empresas y relación de la empresa con el grupo.....</b>	<b>271</b>
<b>Anexo VII. Encuesta Sobre Innovación Tecnológica en las Empresas 2004.....</b>	<b>273</b>