

Índice

PRESENTACIÓN DE BANCAJA, por José Luis Olivas Martínez	15
PRÓLOGO, por Luis Rubalcaba	17
OBJETIVOS E HIPÓTESIS	21
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	27

CAPÍTULO PRIMERO	
LA ESTRECHA VINCULACIÓN ENTRE EL SECTOR	
SERVICIOS Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN	
Y LAS COMUNICACIONES	
	31

I. Introducción	31
II. Las TIC: rasgos que las hacen revolucionarias	33
1. Creciente miniaturización	33
2. Digitalización, programabilidad y escalabilidad	34
3. Versatilidad e interoperabilidad	35
4. Disminución virulenta en los precios de los semiconductores y de los bienes intensivos en TIC	37
5. Aumento vertiginoso de la capacidad de almacenamiento.	38
6. Facilidad de manejo	39
7. Alto dinamismo tecnológico, co-inversión y existencia de complementariedades	39
III. La vinculación entre servicios y TIC	41
1. El marco teórico: TIC, servicios, innovación y economía del conocimiento	41
2. La evidencia conceptual: impulsos desde la demanda y la oferta	46
a) Impulsos desde la demanda	47
(i) Impulsos debidos a la demanda intermedia	47
(ii) Impulsos debidos a la demanda exterior	49
(iii) Reducciones de coste: impulsos de todas las fuentes de demanda	50
b) Impulsos desde la oferta	51
(i) Servicios nuevos/diversificación	51
(ii) Adaptación de los servicios tradicionales	52
(iii) Mayores niveles de productividad	54
3. La evidencia empírica: los servicios como principales inversores y usuarios de las TIC	57

CAPÍTULO SEGUNDO	
EL PAPEL DE LAS TIC COMO PALANCA DE CAMBIO EN LOS SERVICIOS.	
EL CASO DE LAS ECONOMÍAS DE ESCALA	61
I. Introducción	61
II. Rasgos peculiares de los servicios	62
1. El servicio en negativo. Servicio inmaterial, no transportable y no almacenable	62
2. El servicio en positivo: la interacción entre el demandante y el oferente, y la coincidencia espacio-temporal del demandante y del oferente.	63
3. El proceso de producción: el carácter personalizado del sector servicios.	64
III. La irrupción de las TIC y su impacto sobre la naturaleza de los servicios	66
1. El ámbito del proceso de producción	66
2. El ámbito del producto	68
3. El ámbito del consumo	70
4. El ámbito de los mercados.	72
IV. Los cambios en las economías de escala como caso particular de impacto	72
1. Una visión conceptual	72
2. Análisis empírico: TIC y economías de escala	77
V. La innovación en el sector servicios	82
1. Los cuatro enfoques de la innovación en los servicios.	83
a) Perspectiva «negacionista»	84
b) Perspectiva subordinada	85
c) Perspectiva demarcacionista	86
d) Perspectiva «de síntesis» o «integradora».	88
2. El carácter heterogéneo del sector servicios en sus trayectorias de innovación	89
CAPÍTULO TERCERO	
TIC E INNOVACIÓN EN SERVICIOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID: ANÁLISIS DE LOS DETERMINANTES DEL FENÓMENO INNOVADOR Y DE LOS IMPACTOS DE LA INNOVACIÓN	
	93
I. Introducción	93
II. La encuesta de innovación en servicios: presentación	95
III. La encuesta de innovación en servicios: principales resultados descriptivos.	98

1. Actividades y agentes que contribuyen a la innovación	99
2. Impactos de innovación	101
3. Obstáculos a la innovación	105
4. Políticas destinadas a impulsar la innovación	107
IV. Análisis estadístico preliminar de la encuesta de innovación	109
V. Los impactos sobre la innovación: un estudio econométrico de sus factores desencadenantes, con especial referencia a las TIC	113
1. Las variables incluidas en el modelo	113
2. Resultados del modelo	117
a) Innovación de producto/proceso	117
b) Innovación organizacional	123
 CAPÍTULO CUARTO FUENTES Y DIMENSIONES DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR SERVICIOS: EL CASO EUROPEO	
I. Introducción	135
II. La base de datos: CIS III	137
1. La cuestión de los datos microagregados	139
III. Contraste de las diferencias en las pautas innovadoras: un análisis ANOVA para los servicios y las manufacturas	140
IV. La relación de las fuentes de innovación con sus impactos: un análisis <i>probit</i> ordenado	147
1. Las variables del modelo	147
2. El modelo y las hipótesis de partida	149
3. Resultados obtenidos	149
 CONSIDERACIONES FINALES: LAS ENSEÑANZAS DESDE EL ÁMBITO DE LA POLÍTICA DE INNOVACIÓN EN LOS SERVICIOS	
I. Principales conclusiones	155
II. La importancia de las políticas TIC de innovación	158
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	165