

Título: A MULTIDIMENSIONAL APPROACH TO SERVICE INNOVATION: DETERMINANTS, EFFECTS AND POLICY IMPLICATIONS IN EUROPE

Nombre: GALLEGO MARTÍNEZ-ALCOCER, JORGE

Universidad: Universidad de Alcalá

Departamento: Economía aplicada

Fecha de lectura: 04/07/2011

Programa de doctorado: ECONOMIA APLICADA

Dirección:

> **Director:** LUIS RUBALCABA BERMEJO

Tribunal:

> **presidente:** Juan Ramón Cuadrado Roura

> **secretario:** LUIS ANTONIO GARCÍA TABUENCA

> **vocal:** PIM DEN HERTOOG

> **vocal:** Jaime Gómez Villascuerna

> **vocal:** FAÏZ GALLOUJ

Descriptores:

> SECTOR DE SERVICIOS INDIVIDUALES Y SOCIALES

> INNOVACION TECNOLOGICA

> MODELOS ECONOMETRICOS

El fichero de tesis ya ha sido incorporado al sistema

Localización: BIBLIOTECA CENTRAL DE CIENCIAS EXPERIMENTALES. FACULTAD DE MEDICINA. CAMPUS UNIVERSITARIO. 28871 ALCALA DE HENARES

Resumen: El presente trabajo de investigación se centra en el estudio de los procesos de innovación en el sector servicios desde una perspectiva multidimensional. La literatura ha concedido tradicionalmente un papel menor al desempeño innovador de las actividades de servicio debido a la posición más limitada que las funciones de I+D ocupan a tales fines. Sin embargo este argumento no puede entenderse vigente por más tiempo. En primer lugar, las actividades de servicio operan de forma variada, pudiéndose encontrar una multiplicidad de comportamientos innovadores entre ellas. De esta forma, se puede advertir un número de actividades de servicio altamente dinámicas y activas en su relación con los procesos de innovación.

En segundo lugar, la innovación cada vez más difiere de ser un proceso lineal. La creciente complejidad que supone la introducción de innovación en el mercado y el progresivo aumento de la división del trabajo en un contexto de globalización han favorecido el aumento en las interacciones inter-organizacionales como fórmula para alcanzar nuevos desarrollos en productos y procesos. A tales efectos, las actividades de servicio juegan un

papel fundamental. Por una parte, los servicios a empresa intensivos en conocimiento han formado a ser parte esencial en los procesos de innovación del resto de agentes productivos. Más allá de su fuerte carácter innovador, tales actividades cada vez más se entienden como elementos indispensables de los sistemas de innovación regional favoreciendo la codificación, generación, transformación y difusión de información útil para el resto de agentes económicos que conforman el sistema. Por otra parte, la innovación organizacional, más propia de ser implementada en el tejido productivo de servicios debido a su mayor componente interactiva, comienza a ser interpretada como una dimensión fundamental por dos motivos clave.

La innovación organizacional permite la permeabilidad de funciones de servicio en las cadenas de valor de las empresas, promoviendo la integración de soluciones competitivas dentro de las mismas. Asimismo, su marcado carácter relacional, facilita un mayor nivel de conectividad entre unidades productivas, lo cual abre la vía para la entrada de información y conocimiento del exterior útil para los procesos internos de innovación, además de potenciar la cooperación entre agentes innovadores del sistema. Es decir, la innovación organizacional confiere un nuevo valor a las actividades de servicio como funciones generadoras de valor añadido en las cadenas de valor, difuminando de este modo las cada vez más reducidas fronteras entre bienes y servicios, además de favorecer la creación de redes de conocimiento en las cuales los servicios intensivos en conocimiento juegan un papel fundamental.

Por lo tanto, desde una perspectiva multidimensional, las actividades de servicio no solo innovan, sino que además se sitúan como piezas fundamentales tanto en la generación de valor añadido en las cadenas de valor como en la confección de una nueva conceptualización de la innovación como resultado de intercambios de conocimiento. Si bien los resultados de la investigación sugieren que quizás es todavía demasiado prematuro hablar en términos de cambio de paradigma de la innovación, también apuntan a la creciente ligazón entre agente innovadores. La forma en que los crecientes flujos de conocimiento adquiridos, impulsados por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, sean adecuadamente integrados, codificados y explotados por parte de las empresas se presume vital para su supervivencia a largo plazo. A este respecto, el estudio propone nuevos mecanismos relacionales de las empresas para con sus clientes y usuarios, y analiza su nivel actual de aplicación en un número de empresas de servicios. Del estudio se deduce que a pesar de los intentos de algunas organizaciones por incluir tales mecanismos, todavía se plantea en el horizonte su empleo generalizado.

Asimismo, la subsidiariedad con la que se ha tradicionalmente se han tratado los procesos de innovación en el sector servicios, ha derivado en una menor atención y un menor apoyo por parte de los organismos públicos, los cuales tradicionalmente han promovido en mayor medida los desarrollos tecnológicos del sector industrial. Sin embargo, el estudio justifica la necesidad de políticas dirigidas a fomentar sus procesos de innovación tanto desde una perspectiva clásica (fallos de mercado) como desde una sistémica (fallos de sistema). Tales consideraciones, junto con las anteriormente descritas, plantean una serie de retos en material de política de innovación. A tal efecto, el trabajo de investigación propone una serie de áreas y medidas políticas, cuyo desarrollo podrían conllevar una mayor alineación de los servicios en los sistemas de innovación, y en consecuencia una mejora en la competitividad del aparato productivo y un crecimiento económico más sostenido a medio y largo plazo.

