
Índice

Prólogo	11
Introducción	13

PARTE I **INNOVACIÓN ESTRATÉGICA Y ASOCIACIONES EMPRESARIALES**

Capítulo 1. Estrategia e innovación organizacional	21
1.1. Propósitos de la organización	21
1.2. La estrategia de la organización	23
1.3. Creatividad e innovación organizacional	28
1.4. Dinámica de la creatividad en la organización	30
1.5. Dinámica de la innovación en la organización	32
1.6. Dimensiones de la innovación: innovación cerrada e innovación abierta	33
1.7. Resultados de la innovación en la organización: modelo de los diez tipos de innovación	35
Capítulo 2. Las organizaciones en un entorno de innovación	37
2.1. Modelos de innovación: Sistémicos, Evolutivos y de Entorno Innovador	37
2.2. Actores en la dinámica de innovación	40
2.3. Los Juegos de Innovación: una visión integral de la dinámica innovadora ...	42
Capítulo 3. Los intermediarios de innovación	49
3.1. Intermediarios de innovación: definición y características	49
3.2. Tipologías de intermediarios de innovación	54
3.3. Proceso de intermediación	61
3.4. Funciones de los intermediarios de innovación	62
3.5. Capacidades dinámicas y habilidades de los intermediarios de innovación ..	64
3.6. Impacto de los intermediarios de innovación	70
Capítulo 4. Las asociaciones empresariales como intermediarias de innovación	73
4.1. Asociaciones empresariales: concepto y características	73
4.2. Rol tradicional y actual de las asociaciones empresariales	75
4.3. Beneficios de las asociaciones empresariales	76

4.4. Dinámica de la relación entre las asociaciones empresariales y sus miembros	76
4.5. Las asociaciones empresariales como Meta-Organizaciones	77
4.6. Las asociaciones empresariales como intermediarias de innovación	78
4.7. Las asociaciones empresariales y los Juegos de Innovación	80
4.8. Desafíos de las asociaciones empresariales como intermediarias de innovación	80

PARTE II

ACTION RESEARCH: METODOLOGÍA APLICADA AL ESTUDIO EN NAVARRA

Capítulo 5. <i>Action Research</i> como metodología de la investigación	85
5.1. <i>Action Research</i> : concepto, dimensiones, ventajas y desventajas	86
5.2. Características de la <i>Action Research</i>	88
5.3. Justificación de la <i>Action Research</i> como metodología para esta investigación	89
5.4. Visión global de la metodología <i>Action Research</i>	90
Capítulo 6. Planteamiento y desarrollo de la investigación	93
6.1. Planteamiento del proyecto	93
6.2. Etapas de la investigación	93
6.3. Diseño de la encuesta	98

PARTE III

LAS ASOCIACIONES DE NAVARRA COMO INTERMEDIARIAS DE INNOVACIÓN DE SUS EMPRESAS: RESULTADOS Y PROPUESTAS DE MEJORA

Capítulo 7. Descripción de la muestra	103
7.1. Origen de las asociaciones empresariales	103
7.2. Número de empleados	104
7.3. Número de empresas afiliadas	104
7.4. Fuentes de financiación	104
7.5. Canales de comunicación	105
Capítulo 8. Resultados del estudio	107
8.1. Resultados sobre las funciones de las asociaciones empresariales como inter- mediarias de innovación	107
8.2. Resultados sobre los tipos de innovación de las empresas afiliadas a los que las asociaciones prestan apoyo	112
8.3. Resultados sobre las capacidades dinámicas específicas de las asociaciones empresariales como intermediarias del proceso de innovación de sus empre- sas afiliadas	114
Capítulo 9. Análisis <i>cluster</i> de las asociaciones empresariales de Navarra	117
9.1. Fase 1: Análisis de <i>Cluster</i> Jerárquico	117
9.2. Fase 2: Análisis de <i>Cluster K-Means</i>	121
9.3. Tipología de asociaciones empresariales en el contexto de Navarra	127

PARTE IV **CÓMO POTENCIAR EL PAPEL DE LAS ASOCIACIONES** **COMO MOTORES DE LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS**

Capítulo 10. <i>Innomediation Model</i> para las asociaciones empresariales: marco conceptual y aplicación práctica	135
10.1. Fundamentos del <i>Innomediation Model</i> para las asociaciones empresariales	135
10.2. Estructura del <i>Innomediation Model</i> para las asociaciones empresariales ..	139
Paso 1: Evaluación de la situación	140
Paso 2: Exploración de la visión	144
Paso 3: Formulación de desafíos	148
Paso 4: Exploración de ideas	152
Paso 5: Formulación de soluciones	155
Paso 6: Exploración de la aceptación	157
Paso 7: Formulación de un plan	160
Bibliografía	165
Anexos	177
Anexo 1. Encuesta para las asociaciones empresariales	179
Anexo 2. Listado de asociaciones participantes en el proyecto	191
Anexo 3. Diagramas de caja del análisis <i>cluster</i>	193
Anexo 4. Algunos modelos y herramientas para el análisis externo e interno de la organización	203
Índice de Figuras	205
Índice de Tablas	207