

**Innovación en marketing y en servicios
en un contexto de transformación digital**
*Innovation in marketing and services in the
context of digital transformation*

Sumario / Summary

	Págs. / Pp.
Prólogos / Forewords	
Transformación digital e innovación de servicios: una visión multidisciplinar.....	05
Digital transformation and service innovation: a multidisciplinary approach	13
<i>Iñigo Calvo-Sotomayor y Cristina Iturrioz-Landart</i>	
Innovación en marketing y en servicios en un contexto de transformación digital	19
Innovation in marketing and services in the context of digital transformation.....	25
<i>Lorea Narvaiza y Rodrigo Rabetino</i>	
 I. ¿Cómo transformar las rutinas y capacidades organizacionales para innovar en servicios digitales? Lecciones desde el sector de maquinaria agrícola. Leandro Leprette, María Alejandra Rodríguez y Rafael Blanc.....	 31
 II. La trayectoria de Aranco en la servitización: adaptaciones exitosas frente a equilibrios puntuados. Bart Kamp.....	 61
 III. Moving from product-oriented to platform-oriented business models: How automakers become platform providers through connected cars. Guilherme Sales Smania and Glauro Henrique de Sousa Mendes.....	 83
 IV. El rol mediador de los servicios empresariales intensivos en conocimiento para innovar y vender: evidencias desde empresas peruanas. Jean Pierre Secien-Luna, Jubalt Alvarez Salazar, Christian A. Cancino y Valentina Gomes Schmitt.....	 109

V. ¿Qué efectos tiene la servitización digital en el desarrollo de la investigación cualitativa online? Una aproximación exploratoria. <i>Lázaro Echegaray</i>	127
VI. Happy with our chatbot? Service innovation, digital marketing performance, and the role of user technological proficiency. <i>Mohammed Salem and Ralf Wagner</i>	143
VII. Moda de lujo y fidelización digital: estrategias efectivas para la alta dirección. <i>Rocío López Muniesa y Eloisa Díaz Garrido</i>	165
VIII. Assessing Integrated Marketing Communication in innovation-oriented organizations: a diagnostic approach for strategic alignment. <i>Lucia Porcu and Janine Gordon-Isasi</i>	185
IX. La revolución del marketing a través de la Inteligencia Artificial explorando casos innovadores en un mercado emergente. <i>Silvia Cacho-Elizondo</i>	207
X. De lo transaccional a lo humano: cómo la Inteligencia Artificial está redefiniendo el marketing relacional en empresas de servicios del estado de Rio Grande do Sul – Brasil. <i>Marlise Alves Silva y João Capelli</i>	227
XI. Las KIBS arraigadas como agentes de desarrollo territorial: un estudio de caso. <i>Aitziber Larumbe Torrens</i>	245
XII. Innovación en marketing y servicios en un contexto de transformación digital: Partner Relationship Management (PRM) en Salto Wecosystem. <i>Esteban Salegi Arbizu y Iker Pérez Gastañaga</i>	259