

## SUMARIO N° 19



¿Influye la imagen de responsabilidad social en la intención de compra? El papel de la identificación del consumidor con la empresa

10-23

*Does corporate social responsibility image influence on purchase intent? The role of consumer-company identification*

Enrique Bigne-Alcañiz y Rafael Currás-Pérez



Unificación de las TIC y procesos de integración en las fusiones y adquisiciones horizontales

24-41

*IT unification and integration processes in horizontal mergers and acquisitions*

Esteban García-Canal, Alex Rialp-Criado y Josep Rialp-Criado



Análisis del Ciclo de Vida de la Franquicia en los sectores de moda y restauración

42-59

*Analysis of the Franchising Life Cycle in the fashion and catering sectors*

Victoria Bordonaba-Juste, Laura Lucía-Palacios y Yolanda Polo-Redondo



El diseño contractual de la relación de franquicia

60-83

*The contractual design of the franchise relationship*

Roberto Sánchez-Gómez, Isabel Suárez-González y Luis Vázquez-Suárez



A la búsqueda del nivel óptimo de contratación temporal en la industria española

84-99

*In search of the optimal proportion of temporary contracts in the spanish industry*

Vicente Roca-Puig, Inmaculada Beltrán-Martín, Ana Belén Escrig-Tena, Juan Carlos Bou-Llusar y Mercedes Segarra-Ciprés



Efectos positivos de la implicación del consumidor en el desarrollo de nuevos servicios

100-117

*Positive effect of customer involvement in new service development*

Pilar Carbonell-Foulquié, Ana I. Rodríguez-Escudero y Devashish Pujari



Automatización del almacén y surtido en la distribución de productos de uso duradero

118-133

*Automation of warehouse management and assortment in the distribution of durable goods*

Irene Gil, Alejandro Mollá y María Eugenia Ruiz