

UNIVERSIA BusinessReview

Open Business Models: Las dos caras de los Modelos de Negocio Abiertos

Francesco D. Sandulli y
Henry Chesbrough



Nº 22
Segundo trimestre
2009
ISSN:1698-5117

Efecto del patrocinio de la Copa América en las percepciones de Luis Vuitton: una perspectiva internacional

Inés Küster, Natalia Vila, Joaquín Aldás y Carmen Rodríguez

¿Esperamos porque es mejor o es mejor porque esperamos? Un estudio exploratorio de la relación entre el tiempo de espera y el valor percibido

Diana Gavilán-Bouzas y Jesús García-de-Madariaga-Miranda

Los directivos externos y la sucesión en la empresa familiar: un caso de estudio

José Ángel Zúñiga-Vicente y María Sacristán-Navarro

Estructura de vencimiento de la deuda y riesgo de crédito en las empresas españolas

Víctor M. González

¿Hay innovación más allá de la I+D? El papel de otras actividades innovadoras

Lluís Santamaría, María Jesús Nieto y Andrés Barge-Gil

Fusiones/adquisiciones y acuerdos de cooperación en la Unión Europea durante el periodo 2000-2007

Marta Ortiz-de-Urbina-Criado, María Ángeles Montoro-Sánchez
y Luis Ángel Guerras-Martín



uni>ersia
red de universidades, red de oportunidades