

SUMARIO N° 26



Las relaciones en la cadena de suministro no son tan peligrosas

12-33

Supply Chain Relationships Aren't So Dangerous

Teresa Vallet-Bellmunt



La formación en la empresa española: ¿sólo se busca mejorar los resultados organizacionales?

34-57

Training in the Spanish Company: Just Improving Firm Performance?

Antonio Aragón-Sánchez y Nuria Nevers Esteban-Lloret



El efecto made in en la percepción de un producto industrial español en los mercados internacionales

58-71

The Made In Effect on the Perception of a Spanish Industrial Product in Foreign Markets

Rosa M. Rodríguez-Artola, Lluís J. Callarisa-Fiol, Miguel A. Moliner-Tena, Javier Sánchez-García y Miguel A. López-Navarro



¿Hay alguna esperanza para el seguidor?: evidencia desde la industria de la telefonía móvil en Europa

72-87

Is There Any Hope for the Follower?: Evidence from the Mobile Communications Industry in Europe

Jaime Gomez y Juan Pablo Maicas



Características distintivas de la subcontratación de I+D en las empresas intensivas en tecnología

88-111

Distinctive Features of R&D Outsourcing Practices by Technology Intensive Firms

Andrea Martínez-Noya y Esteban García-Canal



Cómo afecta la relación del empleado con el líder a su compromiso con la organización

112-133

The Influence of Leader Member Exchange on the Employee's Commitment

Mª Dolores de la Rosa-Navarro y Antonio Carmona-Lavado



Los cuatro arquetipos de cadenas de suministro

134-149

The Four Supply Chain Archetypes

Salvatore Cannella, Elena Ciancimino, Jose M. Framinan y Stephen M. Disney



Cómo crear una campaña de comunicación integrada: propuesta metodológica a través del nivel de consistencia del mensaje

150-167

IMC: A Methodology for Designing Consistent Messages

María Ángeles Navarro-Bailón, Elena Delgado-Ballester y María Sicilia-Piñero