

**RELACIONES VERTICALES ENTRE EMPRESAS. ANÁLISIS DE CONTENIDO
MULTIDISCIPLINAR E INTERNACIONAL, 1997-2006¹**

Teresa Vallet-Bellmunt* (Universitat Jaume I de Castelló)

M^a Teresa Martínez-Fernández* (Universitat Jaume I de Castelló)

Josep Capó-Vicedo* (Universitat Politècnica de València)

*Grupo de Investigación AERT. Unidad Asociada INGENIO (CSIC-UPV)

Datos de contacto:

Teresa Vallet-Bellmunt
Universitat Jaume I de Castelló
Departament d'Administració d'Empreses i Marketing
Campus Riu Sec, s/n, 12080. Castelló (España)
Telf.: 964387116
Fax: 964728629
e-mail: vallet@emp.uji.es

¹ Esta investigación ha sido financiada por el Plan de promoción de la investigación de la Universitat Jaume I-Fundación Bancaja. (Ref. P11B2007-58).

RELACIONES VERTICALES ENTRE EMPRESAS. ANÁLISIS DE CONTENIDO MULTIDISCIPLINAR E INTERNACIONAL, 1997-2006²

Abstract:

This work presents a literature revision about vertical relationships (Supply Chain Management) academic research published in the main international journals, from a multidisciplinary focus, in the time horizon of 1996-2006. After the revision of the main contributions about the state of art on the above mentioned topics, we present the methodology and main results of the content analysis of 417 papers from the 14 relevant publications in the field of marketing, logistics, business management and retailing. The conclusions about the scientific nature and the contents of the works and the employed methodology are obtained and future research lines are finally proposed.

Keywords: Vertical relationships, Supply chain, Content analysis, Marketing channels, Relationship marketing.

Resumen

Este trabajo presenta una revisión de la literatura sobre la investigación académica en relaciones verticales (gestión de la cadena de suministro) en las principales revistas internacionales, desde un enfoque multidisciplinar, en el horizonte temporal de 1997-2006. Después de la revisión de los principales tópicos sobre ese tema, presentamos la metodología y los principales resultados del análisis de contenido sobre 417 artículos provenientes de 14 revistas relevantes en el campo del marketing, logística, gestión de empresa y distribución minorista. Se obtienen conclusiones sobre la naturaleza científica, el contenido de los trabajos y la metodología empleada, para finalmente, proponer futuras líneas de investigación.

Palabras clave:

Relaciones verticales entre empresas; Cadena de suministro; Análisis de contenido; Canales de comercialización, Marketing de relaciones.

² Esta investigación ha sido financiada por el Plan de promoción de la investigación de la Universitat Jaume I-Fundación Bancaja. (Ref. P11B2007-58).

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

En los últimos años han sido numerosas las investigaciones académicas que han tenido como tema central las relaciones entre empresas, tanto horizontales como verticales. Esto se explica por el interés estratégico de estas relaciones y su capacidad para crear ventajas competitivas para las empresas. A nivel empírico, la plataforma LOGISTOP, Plataforma Tecnológica en Logística Integral, Intermodalidad y Movilidad (2008) en su Agenda Estratégica de Investigación identifica como acciones clave de investigación en el ámbito del fomento de la colaboración interorganizativa las siguientes: 1) Diseñar y desarrollar metodologías que favorezcan el intercambio de información sin afectar la privacidad del Know-how; 2) Desarrollar instrumentos que propicien una visión estratégica conjunta en la cadena de suministro y fomenten las alianzas estratégicas entre los agentes que colaboran en la cadena; 3) Desarrollar herramientas que permitan la aplicación de metodologías colaborativas especialmente en el ámbito de las PYMES. Así, para satisfacer las demandas de los mercados actuales, altamente cambiantes, cada vez más exigentes e impredecibles, la empresa no sólo tendrá que fomentar la colaboración entre sus departamentos, sino que deberá fomentar una mayor colaboración con sus socios y con los agentes de la misma Cadena de Suministro.

Las relaciones verticales entre empresas pueden definirse como una red de construcciones o procesos comportamentales en interacción que tienen lugar entre los miembros del canal de comercialización con objeto de cumplir sus funciones dentro del canal y alcanzar, así, sus objetivos (Sánchez, 1997). El término Canal de Comercialización es una expresión amplia de todas las etapas por las que pasa un producto desde su origen (producción) hasta su destino (consumo). Según Sánchez (1996) el canal de comercialización es una superorganización compuesta por organizaciones y agencias interdependientes implicadas en la tarea de hacer los productos y servicios disponibles para el consumo a los usuarios finales. Los miembros del canal no solamente forman parte de una colectividad interorganizativa, sino que pertenecen a una entidad mayor que todos ellos: el Canal. Una perspectiva sobre la gestión del canal de comercialización es concebir el canal como una serie de relaciones entre partes principales o agentes intermediarios (Stern y El-Ansary, 1992). Así un canal de comercialización constituye un conjunto de relaciones de agencia (Bergen et al., 1992). Este concepto, a nuestro entender es sinónimo del de Cadena de Suministro, como luego desarrollamos.

Por su lado, Perry (1989) caracteriza las relaciones entre etapas productivas verticalmente vinculadas a partir de tres factores: la propiedad, el control y la realización de intercambios.

Mitchell (1973) propuso tres tipos de contenidos en las relaciones entre empresas: comunicación (flujo de información de una organización a otra), intercambio (flujo de bienes y servicios entre las organizaciones) y contenido normativo (expectativas que las organizaciones tienen las unas sobre las otras en razón a los atributos o características sociales). Easton y Araujo (1992) distinguen entre el contenido económico y no económico de la relación, dando lugar a una tipología de relaciones: 1) Económicas (intercambio de bienes y servicios entre las organizaciones); 2) Técnicas (compartir o intercambiar equipos técnicos entre organizaciones); 3) De planificación (planificación y coordinación de actividades entre diferentes organizaciones);, 4) De información y conocimiento (flujo de información y conocimiento entre organizaciones); 5) Legales (lazos legales en forma de acuerdos o contratos) y 6) Sociales (procesos comportamentales que tienen lugar entre las partes).

Según el contenido de las relaciones, éstas pueden ser estudiadas desde múltiples disciplinas como Marketing y Organización de Empresas, pero también desde otras disciplinas relacionadas como son la Economía o la Psicología (Sanchez, 1997). Croom et al. (2000) recogen hasta once áreas distintas asociadas al estudio de las relaciones que se producen para gestionar la Cadena de Suministro: 1) Compras y aprovisionamiento; 2) Logística y transporte; 3) Marketing; 4) Comportamiento organizacional, organización industrial, economía de los costes de transacción y teoría de los contratos; 5) Teoría contingente; 6) Sociología institucional; 7) Ingeniería de sistemas; 8) Teoría de redes; 9) Literatura sobre mejores prácticas; 10) Dirección estratégica y 11) Desarrollo económico.

Este amplio y multidisciplinar cuerpo de literatura sobre las relaciones verticales interorganizacionales nos obliga a delimitar el campo de estudio en el que se va a centrar este trabajo. Consideramos que el concepto de Gestión de la Cadena de Suministro es lo suficientemente amplio como para definir un marco de investigación sobre las relaciones verticales entre empresas, que incluye la mayoría de disciplinas citadas.

Podemos definir la Gestión de la Cadena de Suministro como “la coordinación sistemática y estratégica de las funciones tradicionales de negocio dentro de una empresa en particular y a lo largo de todas las implicadas en la cadena de aprovisionamiento, con el propósito de mejorar el rendimiento a largo plazo tanto de cada unidad de negocio como de la cadena en global” (Mentzer et al., 2001; Espitia y López, 2005). Para Bagchi y Skjoett-Larsen (2005) la Gestión de la Cadena de Suministro es un proceso a lo largo de la cadena de suministro donde el diseño, la gestión y la coordinación se dan como una unidad. Por tanto, la Gestión de la Cadena de Suministro es la integración de los procesos empresariales desde el consumidor

final hacia el proveedor original que proporciona productos, servicios e información que añaden valor para los clientes (Cooper et al., 1997; Lambert et al., 1998).

Una cuestión clave en el estudio de la Gestión de la Cadena de Suministro es el número de empresas que integran la cadena. Para Christopher (1998) incluye la gestión de las relaciones ascendentes y descendentes con proveedores y clientes para conseguir un valor superior para el consumidor y un menor coste de la cadena como un todo. Mentzer et al. (2001) proponen un conjunto de tres o más entidades (organizaciones o individuos) directamente relacionados con los flujos ascendentes o descendentes de bienes, servicios, finanzas o información, desde el origen hasta el consumidor final. Bagchi y Skjoett-Larsen (2005) distinguen tres tipos de cadenas de suministro: 1) La cadena de suministro directa que incluye la organización con un proveedor y un cliente; 2) La cadena de suministro extendida que incluye el proveedor del proveedor y el cliente del cliente; y 3) La cadena última que incluye todas las organizaciones relacionadas con la cadena, como por ejemplo, los operadores logísticos, proveedores financieros o proveedores de servicios de gestión. Surge así el concepto de cadena de suministro refiriéndose a las relaciones verticales entre todas las empresas que participan en la producción, distribución, manipulación, almacenamiento y comercialización de un producto y sus componentes. La aplicación de la Gestión de la Cadena de Suministro implica que las distintas empresas dejen de intentar mejorar sus propios procesos de forma independiente, como se ha hecho hasta ahora, para alcanzar un beneficio global. Así, las principales características de la Gestión de la Cadena de Suministro son (Cooper et al., 1997):

- Abarca varias fases de la creciente integración y coordinación intra e inter firmas, y en un sentido amplio incluye la cadena entera desde la fuente inicial (el proveedor del proveedor) hasta el último cliente (el cliente del cliente).
- Incluye, potencialmente, múltiples organizaciones independientes, por lo que la gestión de las relaciones intra e interorganizacionales son de importancia esencial.
- Incluye flujos bidireccionales de productos (materiales y servicios) e información, así como las actividades directivas y operativas asociadas a ellos.
- Busca conseguir los objetivos de proporcionar alto valor al cliente con un apropiado uso de los recursos, construyendo ventajas competitivas.

Como conclusión, el concepto de relaciones verticales entre empresas es bastante amplio y abarca tópicos como la gestión de la cadena de suministro, relaciones en los canales de comercialización, marketing de relaciones, relaciones entre vendedor y comprador o

integración logística. Esto establece un marco de estudio amplio y multidisciplinar que hasta ahora no se había realizado, ya que los trabajos sobre relaciones entre empresas habían sido parciales y desde un área de estudio en concreto. En este marco, el principal objetivo de este trabajo es profundizar, desde un enfoque multidisciplinar e internacional, en el estado de la investigación académica sobre las relaciones verticales entre empresas, durante los años 1997-2006. Para ello pretendemos realizar una revisión detallada de las aportaciones recientes en las principales revistas científicas internacionales sobre esta perspectiva a través de un análisis de contenido. Se estudiarán los trabajos seleccionados desde tres puntos de vista: la evolución de su carácter científico, las líneas de investigación a las que están adscritos y la metodología empleada. Todo ello nos permitirá conocer el nivel de desarrollo actual de este campo de investigación que gira en torno a las relaciones verticales entre empresas. Para detectar futuras líneas de investigación, compararemos estos resultados con trabajos similares a nivel internacional que propongan agendas de investigación.

Así, el trabajo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar se presenta el instrumento del análisis de contenido así como la aplicación de esta metodología en este trabajo, a continuación se extraen los principales resultados del estudio, finalmente las conclusiones generales del trabajo, sus limitaciones y futuras líneas de investigación.

2. INSTRUMENTO CONCEPTUAL: EL ANÁLISIS DE CONTENIDO

La revisión de la investigación publicada sobre un tema determinado constituye una de las principales vías para evaluar el contenido metodológico de la misma. El análisis de contenido de los trabajos que se publican en revistas académicas permite evaluar el desarrollo científico de una disciplina, conocer la dirección y tendencias de la investigación, y comprender los mecanismos que determinan la calidad de las publicaciones como forma adecuada de guiar el trabajo de los investigadores.

De la revisión de los trabajos publicados se pueden identificar dos métodos principales de análisis de contenido de la investigación. El primero, la *identificación directa*, que aborda la descripción de la temática o área de investigación y el perfil de los trabajos mediante la revisión de los objetivos, metodología y resultados del trabajo. Este tipo de trabajos aparece con cierta frecuencia ya que en los consejos editoriales de las revistas suele existir interés en evaluar las características de sus publicaciones periódicamente. El segundo método es la *identificación indirecta*, que consiste en analizar cómo se disemina el conocimiento entre las distintas revistas. Se trata de un procedimiento que, más que abordar los conceptos utilizados,

analiza la estructura de citas a otras revistas, mediante el análisis de citas, que permite conocer cómo una disciplina se relaciona con otras.

El trabajo que aquí se presenta utiliza el análisis de contenido mediante la identificación directa para revisar la investigación realizada a nivel internacional sobre las relaciones verticales entre empresas. La revisión bibliográfica se extiende a un período de 10 años comprendido entre 1997 y 2006. Se consigue así un ámbito temporal lo suficientemente amplio como para analizar con fiabilidad las tendencias de evolución de las investigaciones.

Para determinar las líneas de investigación y para comparar la metodología empleada a nivel internacional, hemos utilizado el trabajo de Sachan y Datta (2005) y las propuestas de Croom et al. (2000), Lancioni (2000), Lambert y Cooper (2000), Alvarado y Kotzab (2001), Kemppainen y Vepsalainen (2003), Alfaro et al. (2006) y Chandra (2006).

El análisis de contenido empieza con la selección de las fuentes de información. No existe unanimidad en la selección de fuentes para llevar a cabo este tipo de estudios. Mientras algunos autores incluyen sólo revistas académicas, otros completan la información con las actas de congresos y otro tipo de publicaciones. Nosotros optamos por revisar sólo las revistas académicas, ya que entendemos que los trabajos presentados a congresos, las tesis doctorales y otras investigaciones de calidad terminan siendo publicadas en las mismas.

Tras esta primera distinción, el segundo paso consiste en la elección de las revistas a consultar. Se pueden utilizar dos enfoques para jerarquizar revistas académicas según su grado de importancia: el análisis de citas y las encuestas a expertos. En el análisis de citas, el foco se encuentra en el número de veces que un artículo o autor de una revista en concreto, ha sido citado como fuente en otras publicaciones. Su principal ventaja es la objetividad. Las encuestas a expertos utilizan la percepción subjetiva de los expertos en un campo específico. El método más común es enviar un cuestionario a un panel de expertos y analizar sus respuestas para jerarquizar las revistas. Su principal ventaja es el uso de expertos en determinado campo que garantizan su conocimiento sobre las revistas top en el mismo, pero su inconveniente es la subjetividad.

Respecto a las revistas más adecuadas para realizar un análisis de contenido sobre las relaciones verticales entre empresas, no hay unanimidad, ya que esta disciplina se caracteriza por su multidisciplinariedad, lo que hace que nos encontremos artículos seminales en revistas de marketing, de operaciones, de dirección de empresas o de canales de distribución.

Por ello, para la elección de las revistas hemos hecho tres aproximaciones: 1) búsqueda de análisis de contenido previos, 2) búsqueda de ranking de revistas en distintas áreas y 3) delimitación de las revistas donde publican los principales investigadores de la cadena de suministro. Así, en primer lugar, en la Tabla 1 se observan varios trabajos sobre análisis de contenido centrados en la logística, en la cadena de suministro o en los canales de comercialización, además de las revistas que escogen los distintos autores para llevar a cabo la investigación. Como se observa, no hay unanimidad y ni siquiera convergencia en el estudio de un mismo campo.

Tabla 1: Elección de las revistas: propuesta desde otros análisis de contenido sobre logística, cadena de suministro o canales de comercialización.

| Autores/ Revistas | Spens y Kovacs (2006) Naslund (2002) | Sachan y Datta (2005) | Dunn et al (1993) | Mentzer y Kahn (1995), Frankel et al (2005) | Samuel (1997) | Frasquet et al (2002) |
|------------------------------|---|----------------------------------|------------------------------|--|--------------------------|----------------------------------|
| CAMPO | Logística | Cadena de suministro | Logística | Logística | Logística | Canales de comercialización |
| IJLM | X | | | | X | |
| IJPDLM | X | X | | | | |
| JBL | X | X | X | X | | |
| SCM | | X | | | | |
| IJPM | | | X | | X | |
| EJPSM | | | | | X | |
| TJ | | | X | | | |
| LTR | | | X | | | |
| JM | | | | | | X |
| JMR | | | | | | X |
| EJM | | | | | | X |
| JR | | | | | | X |
| RAM | | | | | | X |
| IJRDM | | | | | | X |
| IRRDCR | | | | | | X |

International Journal of Logistics Management (IJLM), International Journal of Physical Distribution & Logistics Management (IJPDLM), Journal of Business Logistics (JBL), Supply Chain Management (SCM), International Journal of Purchasing and Materials Management (IJPM), European Journal of Purchasing and Material Management (EJPSM), Transportation Journal (TJ), , Logistics and Transportation Review (LTR), Journal of Marketing (JM), Journal of Marketing Research (JMR), European Journal of Marketing (EJM), Journal of Retailing (JR), Recherche et Application en Marketing (RAM). Journal of Retail & Distribution Management (JRDM), The International Review of Retail Distribution and Consumer Research (IRRDCR)

En segundo lugar se han buscado rankings de revistas en las que se publiquen artículos sobre logística y cadena de suministro. En la Tabla 2 se observan algunos trabajos que han jerarquizado revistas de los distintos campos de los que se nutren las relaciones verticales entre empresas, utilizando medidas subjetivas o perceptuales de expertos. Las áreas

relacionadas con las relaciones verticales entre empresas son las siguientes: gestión de operaciones, logística y marketing.

Tabla 2: Elección de revistas: rankings de revistas basadas en medidas perceptuales

| Journals | Barman et al (2001) | Soteriou et al (1999) | Gibson y Hanna (2003) | Fawcett et al (1995) | Hult et al (1997) | Ferguson (1983) |
|--------------|------------------------|------------------------|-----------------------|----------------------|-------------------|-----------------|
| CAMPO | Gestión de operaciones | Gestión de operaciones | Logística | Logística | Marketing | Logística |
| JOM | X | X | | | | |
| POM | X | X | | | | |
| MS | X | X | | | | |
| IJOPM | | X | | | | |
| JBL | | | X | X | | X |
| TJ | | | | X | | X |
| JM | | | | | X | |
| JCR | | | | | X | |
| JMR | | | | | X | |
| LTR | | | | | | X |
| HBR | | | | | | X |

Journal of Operations Management (JOM), Production and Operations Management (POM), Management Science (MS), International Journal of Operations and Production Management (IJOPM), Journal of Business Logistics (JBL), Transportation Journal (TJ), Journal of Marketing (JM), Journal of Consumer Research (JCR), Journal of Marketing Research (JMR), Logistics and Transportation Review (LTR), Harvard Business Review (HBR)

Por último, hay una serie de trabajos que intentan delimitar el ámbito de estudio de la Gestión de la Cadena de Suministro y las revistas donde publican los autores más representativos de este campo. En la Tabla 3 se recogen las revistas y en alguno de los estudios su puntuación, mientras que en otros su inclusión.

Tabla 3: Elección de revistas: preferencias de los investigadores de la Gestión de la Cadena de Suministro

| Revistas | ABREV. | Zsidsisin et al 07 | Kumar y Kwon 04 | Phillips y Phillips 98 | Ferguson 83 | Fawcett et al 95 |
|---|--------|--------------------|-----------------|------------------------|-------------|------------------|
| Business Strategy Review | BSR | 18 | | | | |
| Decision Sciences Journal | DSJ | 9 | | X | 7 | |
| European Journal of Operational Research | EJOR | 23 | | | | |
| Harvard Business Review | HBR | 4 | | | | |
| IEEE Transactions on Engineering Management | TEM | 26 | | | | |
| Industrial Marketing Management | IMM | 16 | | X | 11 | |
| Interfaces | I | 22 | | | | |
| International Journal of Integrated Supply Management | IJISM | 14 | | | | |
| International Journal of Logistics | IJL | | 10 | | | |
| International Journal of Logistics Management | IJLM | 5 | 7 | | | |

| | | | | | | |
|---|--------|----|----|---|----|----|
| International Journal of Operations & Production Management | IJPPM | 13 | | | | |
| International Journal of Physical Distribution & Logistics Management | IJPDLM | 10 | 3 | 3 | 6 | 4 |
| International Journal of Production Economics | IJPE | 25 | | | | |
| International Journal of Production Research | IJPR | 20 | | | | |
| International Journal of Purchasing and Material Management | IJPMM | | | X | 9 | 6 |
| Journal of advanced transportation | TS | | | X | | 10 |
| Journal of Business Logistics | JBL | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| Journal of Business to Business Marketing | JBBM | 21 | | | | |
| Journal of Marketing | JM | | | X | 3 | |
| Journal of Marketing Research | JMR | | | X | 5 | |
| Journal of Operations Management | JOM | 1 | | | | |
| Journal of Purchasing & Supply Management | JPSM | 8 | | | | |
| Journal of Supply Chain Management | JSCM | 3 | 5 | | | |
| Journal of transport Economics and Policy | JTEP | | | X | | 3 |
| Journal of Transportation Law Logistics and Policy | JTLLR | | 11 | | | |
| Journal of Transportation Management | JTM | | 15 | | | |
| Journal of Transportation Research Forum | JTRF | | 8 | | | |
| Logistics and transportation review | LTR | | | X | 2 | 5 |
| Logistics Information Management | LIM | | 16 | | | |
| Logistics Management and Distribution Report | LMDR | | 12 | | | |
| Management Science | MS | 17 | | X | 5 | |
| Naval research Logistics | NRL | | | X | 8 | 7 |
| Omega | O | 24 | | | | |
| Production and inventory Management Journal | PIMJ | 0 | 6 | | | |
| Production and Operations Management | POM | 12 | | | | |
| Sloan Management Review | SMR | 6 | | | | |
| Strategic Management Journal | SMJ | 7 | | | | |
| Supply Chain Management Review | SCMR | 15 | 13 | | | |
| Supply Chain Management: An International Journal | SCM | 11 | 14 | | | |
| The Journal of Business & Industrial Marketing | JBIM | 19 | | | | |
| The Journal of the Operational Research Society | JORS | 27 | | | | |
| Transportation | T | | | X | 10 | 9 |
| Transportation Journal | TJ | 0 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| Transportation Quaterly | TQ | | | X | | 8 |
| Transportation Research: Part E: Logistics and Transportation Review | TRLTR | | 9 | | | |
| Transportation Science | TS | 0 | 4 | | | |

A partir de estas tres tablas y en función de los objetivos de este trabajo, las revistas escogidas finalmente han sido las más representativas donde publican los autores de SCM, las más representativas europeas y americanas de marketing y las más representativas europeas y americanas de distribución. El listado definitivo puede observarse en la Tabla 4 (14 revistas).

3.- METODOLOGÍA

Entendemos que estas publicaciones sobre las que se efectúa el trabajo de revisión constituyen una muestra bastante amplia y, por ende, representativa, de la investigación en este campo. No obstante, somos conscientes que la inclusión o no de una determinada publicación puede ser objeto de discusión. Así, ante el imperativo de delimitar la muestra se escogieron aquellas revistas de reconocido prestigio por la comunidad científica.

En concreto, y tal y como puede observarse en la Tabla 4, se ha trabajado con revistas especializadas en diversos campos, lo cual supone introducir un cierto carácter de subjetividad a la hora de seleccionar qué artículos tienen un contenido suficiente para considerarlos de relaciones verticales entre empresas, pero por el contrario permite trabajar con un mayor número de revistas y evita pasar por alto algunos estudios relevantes en la materia.

Tabla 4. Revistas escogidas y trabajos seleccionados

| Revista | Nº trabajos | % |
|---|--------------------|------------|
| Decision Sciences Journal | 13 | 3,12 |
| European Journal of Marketing | 15 | 3,60 |
| Industrial Marketing Management | 68 | 16,31 |
| International Journal of Logistics Management | 53 | 12,71 |
| International Journal of Physical Distribution & Logistics Management | 84 | 20,14 |
| International Journal of Retail & Distribution Management | 4 | 0,96 |
| Journal of Business & Industrial Marketing | 2 | 0,48 |
| Journal of Marketing | 7 | 1,68 |
| Journal of Marketing Research | 12 | 2,88 |
| Journal of Retailing | 6 | 1,44 |
| Management Science | 21 | 5,04 |
| Strategic Management Journal | 10 | 2,40 |
| Supply Chain Management: An International Journal | 116 | 27,82 |
| The International Review of Retail Distribution and Consumer Research | 6 | 1,44 |
| TOTAL | 417 | 100 |

El tercer paso consiste en seleccionar los artículos aparecidos en las revistas consideradas que pudieran tener una temática relacionada con el tema objeto de estudio. Se han eliminado de esta investigación las notas breves, editoriales, comentarios profesionales o revisiones de libros, habituales en algunas de las revistas analizadas. Para la elección se escogieron una serie de palabras clave que debían aparecer en el título, en el resumen o en el contenido del artículo. Basándonos en las líneas de investigación detectadas a nivel internacional (véase

apartado 4.2) se tomaron como referencia los siguientes conceptos: relaciones en el canal, gestión de la cadena de suministro, relaciones vendedor-comprador, integración vertical, colaboración, relaciones entre empresas. Se eliminaron aquellos artículos que proponían técnicas concretas para solucionar problemas en la cadena de suministro (por ejemplo, el cálculo de número de almacenes óptimo o las rutas de transporte más adecuadas). De este modo, se obtuvo una base de datos compuesta por 417 trabajos seleccionados finalmente de 14 fuentes distintas, procediendo el mayor porcentaje de la publicación Supply Chain Management: an International Journal (27,82%), seguida de International Journal of Physical Distribution & Logistics Management (20,14%), Industrial Marketing Management (16,31%) y International Journal of Logistics Management (12,71%).

Una vez realizada esta tarea se analizó en profundidad cada artículo a partir de una ficha de recogida de datos en la que se incluía, entre otras, la siguiente información: año de publicación, autores, tipo de trabajo, fuentes de información utilizadas, tipo de información, objetivo, ámbito temporal y geográfico, tipo de investigación, técnicas estadísticas utilizadas, unidad muestral, sector de aplicación y línea de investigación.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En los siguientes apartados se presentan los resultados más relevantes del análisis de contenido sobre los trabajos integrantes de la base de datos obtenida.

4.1. Evolución del carácter científico

El análisis de la evolución del carácter científico de los trabajos se ha medido por dos indicadores (Tabla 5): la proporción de trabajos empíricos frente a conceptuales y el número de técnicas estadísticas asociadas a cada trabajo que apoyan la parte empírica del mismo.

Tabla 5. Evolución del carácter científico de los trabajos

| | | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---------------------|-------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| TOTAL | 417 | 17 | 37 | 39 | 40 | 35 | 36 | 47 | 59 | 49 | 58 |
| TIPO TRABAJO | | | | | | | | | | | |
| Conceptual | 129 | 3 | 11 | 12 | 12 | 10 | 13 | 18 | 24 | 15 | 11 |
| Empírico | 288 | 14 | 26 | 27 | 28 | 25 | 23 | 29 | 35 | 34 | 47 |
| Nº TÉCNICAS | | | | | | | | | | | |
| Media | 0,84 | 0,82 | 0,97 | 0,77 | 0,80 | 1,11 | 0,69 | 0,72 | 0,68 | 0,90 | 0,97 |
| Desviación Típica | 1,07 | 0,73 | 1,24 | 1,04 | 0,99 | 1,23 | 1,04 | 1,10 | 0,95 | 1,12 | 1,09 |

Así, una primera manifestación del carácter científico de un trabajo vendría reflejada por la presencia de una investigación empírica en el mismo, ya que la existencia de una base teórica consolidada conduce a su contraste empírico en diferentes contextos y situaciones, por lo que

podría esperarse que el número de trabajos empíricos aumente con el tiempo. Los resultados obtenidos nos indican que en el período considerado existe una mayor cantidad de trabajos empíricos (69%), frente a un 31% de conceptuales, ocurriendo esto en todos los años considerados ($V \text{ Cramer}=0,15$, $\text{Sig.}=0,37$).

Finalmente se considera que el número de técnicas estadísticas empleadas en los trabajos empíricos, vendría a representar una mayor sofisticación en la investigación, y podría, por tanto, suponer una evolución positiva del carácter científico de la disciplina. El número medio de técnicas por artículo es de 0,84 manteniéndose relativamente estable a lo largo del tiempo ($F=0,731$, $\text{Sig.}=0,68$).

4.2. Líneas de investigación

En segundo lugar, se desea estudiar las líneas de investigación detectadas en el estudio de los distintos tipos de relaciones verticales. Basándonos en trabajos previos que desgranaban distintos tópicos, tendencias, agendas y líneas de investigación en la Cadena de Suministro (Croom et al., 2000; Lambert y Cooper, 2000; Lancioni, 2000; Alvarado y Kotzab, 2001; Kemppainen y Vepsalainen, 2003; Alfaro et al., 2006; Chandra, 2006), proponemos cinco líneas de investigación (véase Tabla 6), las cuales han sido validadas mediante su envío a un panel de expertos. Estas líneas, propuestas a nivel internacional, nos permitirán clasificar los 417 artículos para posteriormente comparar la profundidad del estudio de estas líneas y detectar la existencia de gaps que nos faciliten la propuesta de futuras líneas de investigación. La asignación de cada artículo a una línea se ha realizado por pares (interjueces).

Tabla 6. Líneas de investigación propuestas a nivel internacional

| Líneas de Investigación | Descripción |
|-------------------------|--|
| TEORÍA | Artículos estado de la cuestión; revisiones de la literatura, taxonomías, etc. |
| ORIGEN | Antecedentes y moderadoras de las relaciones entre empresas |
| ESTRUCTURA | Diseño, implementación y evaluación de la relación: elementos organizativos (estructura), coordinación y resultados obtenidos. |
| RELACIONES | Relaciones entre empresas; elementos comportamentales de la relación, coordinación de los mismos y resultados obtenidos. |
| VIRTUAL | Relaciones virtuales; cadenas virtuales (Internet, intranets, extranets). |

Así, la primera línea de investigación identificada como **TEORÍA** incluye artículos que son estado de la cuestión. En concreto, artículos conceptuales que recogen revisiones de la literatura, y exponen agendas de investigación o tendencias en este campo, clasificaciones y taxonomías, reflexiones. Este bloque recoge artículos fundamentalmente conceptuales o que como mucho utilizan estadísticas de las relaciones en un sector. También aquellos artículos

teóricos que modelizan relaciones pero sin trabajos empíricos que las sustenten. En nuestra base de datos encontramos en este grupo 74 artículos que estudian las diversas perspectivas existentes para el análisis de las relaciones interorganizacionales, de las relaciones en el canal, la integración vertical, la forma cómo evolucionan las formas comerciales para adaptarse a los nuevos tipos de relaciones interorganizacionales, la cadena de suministro, y cómo la logística y sus tendencias influyen en la gestión de las relaciones y en cómo se genera valor añadido a través de las relaciones en la cadena de suministro.

La segunda línea de investigación, ORIGEN, engloba antecedentes y variables moderadoras de las relaciones entre empresas. Por antecedentes entenderíamos aquellos elementos internos que deben tener las empresas para desarrollar o inhibir una relación con otra empresa (apoyo de la dirección, percepciones de los directivos, etc.). Las moderadoras son elementos del entorno que puedan influir en la creación/destrucción de la relación: la demanda, la tecnología, la competencia, el medio ambiente o la legislación. Por ejemplo, cómo influyen las nuevas tecnologías (moderadora) en las relaciones en la cadena de suministro. El análisis de contenido nos ha proporcionado 60 artículos en este bloque. Así, recoge artículos que estudian los factores internos y externos a la empresa que favorecen el marketing de relaciones en el canal, la cooperación, la integración vertical, los acuerdos de franquicia, la política de distribución, la logística inversa o la adopción de una innovación en el canal, la influencia de factores del entorno tecnológicos, legales, económicos o medioambientales sobre las relaciones interorganizacionales y las consecuencias generales de los mismos.

En tercer lugar, ESTRUCTURA es una línea de investigación que incluye todos aquellos trabajos que tratan sobre el diseño, implementación y evaluación de la cadena de suministro. Hace referencia a los elementos organizativos (estructura) de las empresas y cómo se coordinan en la relación entre empresas, así como los resultados que se obtienen (cuantitativos o cualitativos). Incluye elementos del diseño de la relación (recursos, actividades y actores, métodos de planificación y control, elementos para iniciar la relación, mantenerla y terminarla), elementos para la implantación y desarrollo de la relación (integración, intercambio de información, coordinación, realineamiento de roles y responsabilidades, outsourcing, etc.) así como medidas de evaluación y control mediante el establecimiento de métricas que midan la eficiencia, la efectividad y los resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos (beneficios, reducciones de costes o mejora de resultados de operaciones: servicio, flexibilidad, tiempo y calidad). Pertenecientes a este grupo hemos identificado 113 artículos que se pueden clasificar como: 1) *Diseño de la*

relación: recursos utilizados, tipo de acuerdo, coordinación de elementos físicos en la cadena, elección de partners, funciones a realizar por los integrantes en la cadena, fijación de precios, actividades para medir la integración y ejemplos de diseño de una cadena de suministro; 2) *Realineamiento de roles* en la Cadena de Suministro mediante la coordinación entre fabricante y distribuidor o trade marketing, influencia según el nivel y estructura de los canales; 3) *Estrategias de crecimiento*: factores para integrarse verticalmente o para externalizarse o crecer horizontalmente; 4) *Elementos estructurales* de la implantación de la relación como el liderazgo, la cooperación, la dependencia, la flexibilidad, el intercambio de información para generar capital social o el intercambio de conocimiento; y 5) *Influencia de la Integración sobre los resultados*.

La cuarta línea, RELACIONES, incluye todos aquellos trabajos que hacen referencia a los elementos comportamentales de las relaciones entre empresas: dependencia, proximidad, poder, influencia, liderazgo, conflicto, cooperación, confianza, riesgo, recompensa o satisfacción, así como la medida de la relación estableciendo sistemas de normas y evaluación respecto a los objetivos a cumplir por las partes, compatibilidad de los objetivos, la centralización de la toma de decisiones, el alcance de las interacciones en el canal, la localización de la autoridad en la relación diádica, la división de las tareas a realizar, el compromiso con el liderazgo, la formalización de las actividades, el consenso en el dominio, la evaluación del cumplimiento y las normas de intercambio. En nuestra investigación se han identificado 132 artículos en este bloque, clasificados en tres apartados: 1) *Elementos de la relación*: dependencia; poder, negociación, conflicto, cooperación, confianza; 2) *Consecuencias de la relación*: resultados económicos y no económicos, resultados relacionales, satisfacción en el canal y satisfacción en el consumidor final; 3) *Propuestas de modelos generales* de estudio de la relación.

Por último, VIRTUAL incluye aquellos artículos que estudian las relaciones virtuales entre empresas utilizando diversas vías (Internet, intranets, extranets) en diferentes áreas: compras, transporte, procesamiento de pedidos, servicio al cliente, programación de la producción o cualquier relación entre empresas. En este apartado sólo se han tenido en cuenta artículos que estudiaran la influencia de la adopción de una innovación sobre las relaciones en el canal, eliminando aquellos que fuesen simples exposiciones de nuevas tecnologías. Así, en este bloque hemos detectado 38 artículos que analizan la influencia del EDI, el ECR y el e-business en las relaciones en el canal de comercialización.

Una vez analizado el contenido de las líneas de investigación, vamos a establecer su evolución a lo largo del tiempo. Se espera que las líneas varían con el tiempo, existiendo diferencias entre años explicadas generalmente por los temas elegidos en las investigaciones. En este sentido, se analizó en primer lugar, para cada una de las líneas de investigación consideradas anteriormente, su evolución temporal (Tabla 7). Los resultados nos indican que el 59% de los trabajos analizados se distribuyen entre las líneas de relaciones y estructura. Si observamos la evolución de las líneas de investigación a través del tiempo, se puede decir que no existe una asociación significativa entre la variable líneas y la variable tiempo (V Cramer=0,17, Sig.=0,09).

Tabla 7. Evolución de las líneas de investigación

| | Total | Evolución (% horizontales) | | | | | | | | | |
|--------------------|--------------|----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
| Nº Trabajos | 417 | 17 | 37 | 39 | 40 | 35 | 36 | 47 | 59 | 49 | 58 |
| TEORÍA | 17,75 | 2,70 | 8,11 | 6,76 | 9,46 | 4,05 | 5,41 | 14,86 | 27,03 | 8,11 | 13,51 |
| ORIGEN | 14,39 | 6,67 | 11,67 | 13,33 | 6,67 | 3,33 | 6,67 | 16,67 | 13,33 | 6,67 | 15,00 |
| ESTRUCTURA | 27,10 | 4,42 | 8,85 | 8,85 | 11,50 | 14,16 | 7,08 | 7,08 | 10,62 | 12,39 | 15,04 |
| RELACIONES | 31,65 | 3,03 | 9,09 | 6,82 | 8,33 | 9,85 | 12,12 | 11,36 | 9,85 | 13,64 | 15,91 |
| VIRTUAL | 9,11 | 5,26 | 5,26 | 18,42 | 13,16 | 2,63 | 10,53 | 7,89 | 15,79 | 18,42 | 2,63 |

4.3. Metodología y características de la investigación por líneas de investigación

El último punto de vista a considerar hace referencia a la metodología de los trabajos, analizando la existencia o no de relación entre las líneas de investigación de los trabajos y las metodologías utilizadas, a través de aspectos principales como: tipo de trabajo, fuentes de información, tipo de información, objetivo de la investigación, ámbito temporal y geográfico, unidad muestral, tipo de investigación, técnicas estadísticas y sector de actividad. A continuación se detallan los aspectos metodológicos de los trabajos incluidos en el estudio realizándose un análisis según la línea de investigación (Tabla 8 y 8 bis).

Los resultados nos muestran, en primer lugar, que existe una asociación significativa entre líneas de investigación y *tipo de trabajo* ($\Phi^2 = 0,60$, Sig.=0,00). Podemos detectar, como era de esperar, que predominan los trabajos conceptuales en la línea de investigación TEORÍA, centrada en el estado de la cuestión, revisiones de la literatura, etc., mientras que el resto de líneas, ORIGEN, ESTRUCTURA, RELACIONES y VIRTUAL, son mayoritariamente estudiadas de forma empírica.

En segundo lugar, podemos señalar que de forma global en los trabajos de naturaleza empírica es más frecuente el *uso de información* primaria (58%) que secundaria (42%), existiendo diferencias significativas en función de la línea de investigación seguida en los trabajos (V Cramer=0,35, Sig.=0,00).

Tabla 8. Metodología de los trabajos por líneas de investigación (% verticales)

| | Total ⁽¹⁾ | Líneas de Investigación | | | | |
|--------------------------|----------------------|-------------------------|-----------|------------|------------|-----------|
| | | TEORÍA | ORIGEN | ESTRUCTURA | RELACIONES | VIRTUAL |
| Tipo trabajo | 417 | 74 | 60 | 113 | 132 | 38 |
| Conceptual | 30,94 | 87,84 | 20,00 | 22,12 | 9,85 | 36,84 |
| Empírico | 69,06 | 12,16 | 80,00 | 77,88 | 90,15 | 63,16 |
| Fuentes | 300 | 10 | 50 | 92 | 123 | 25 |
| Primarias | 58,00 | 70,00 | 52,00 | 56,52 | 60,98 | 56,00 |
| Secundarias | 42,00 | 30,00 | 48,00 | 43,48 | 39,02 | 44,00 |
| Tipo Información | 315 | 9 | 52 | 96 | 133 | 25 |
| Cualitativa | 34,60 | 33,33 | 40,38 | 37,50 | 31,58 | 28,00 |
| Cuantitativa | 65,40 | 66,67 | 59,62 | 62,50 | 68,42 | 72,00 |
| Objetivo | 288 | 9 | 48 | 88 | 119 | 24 |
| Descriptivo | 4,17 | 0,00 | 8,33 | 7,95 | 0,84 | 0,00 |
| Explicativo-predictivo | 95,83 | 100,00 | 91,67 | 92,05 | 99,16 | 100,00 |
| Ámbito Temporal | 288 | 9 | 48 | 88 | 119 | 24 |
| Longitudinal | 18,40 | 33,33 | 20,83 | 26,14 | 10,92 | 16,67 |
| Transversal | 81,60 | 66,67 | 79,17 | 73,86 | 89,08 | 83,33 |
| Ámbito Geográfico | 288 | 9 | 48 | 88 | 119 | 24 |
| Local | 5,21 | 0,00 | 6,25 | 4,55 | 5,88 | 4,17 |
| Nacional | 68,06 | 77,78 | 68,75 | 64,77 | 71,43 | 58,33 |
| Internacional | 26,74 | 22,22 | 25,00 | 30,68 | 22,69 | 37,50 |
| Unidad muestral | 449 | 15 | 74 | 124 | 197 | 39 |
| Fabricante | 54,12 | 53,33 | 50,00 | 62,90 | 50,25 | 53,85 |
| Proveedor | 19,38 | 20,00 | 16,22 | 16,13 | 22,34 | 20,51 |
| Distribuidor | 21,60 | 20,00 | 24,32 | 19,35 | 22,84 | 17,95 |
| Otros Componentes | 0,67 | 6,67 | 2,70 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Colaboración | 0,22 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,51 | 0,00 |
| Sin especificar | 0,22 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,51 | 0,00 |

⁽¹⁾ Hemos detectado en total 288 artículos empíricos. Los totales exceden en algunos casos esta cantidad porque las variables a estudio (en concreto, fuentes y unidad muestral) permiten opciones simultáneas.

En cuanto al *carácter cuantitativo o cualitativo* de la información utilizada en los trabajos empíricos, destaca la mayor utilización en general de la información cuantitativa (65,40%) frente a un menor uso de la cualitativa (34,60%), existiendo diferencias significativas en función de las líneas de investigación analizadas (V Cramer=0,35, Sig.=0,00).

En relación al *tipo de objetivo* de la investigación en los trabajos de naturaleza empírica (descriptivo o explicativo-predictivo), se observa en la Tabla 8 un mayor porcentaje de trabajos explicativos-predictivos (95,83%) que descriptivos (4,17%), existiendo diferencias según la línea de investigación considerada (V Cramer=0,44, Sig.=0,00).

El ámbito temporal en el que se desarrollan las investigaciones es, en términos generales, sobre todo transversal (81,60% de los trabajos) existiendo escasas investigaciones que adopten una perspectiva longitudinal o dinámica (18,40%). Respecto a las líneas, predominan en todas los trabajos transversales, existiendo diferencias significativas entre ellas (V Cramer=0,44, Sig.=0,00).

Por lo que respecta *al ámbito geográfico* en el que se desarrollan las investigaciones es principalmente nacional (68,06%), frente a un 26,74% internacional, y sólo un 5,21% local. El análisis por líneas de investigación nos indica que existen diferencias significativas entre ellas (V Cramer=0,35, Sig.=0,00).

En cuanto al criterio de *la unidad muestral* de la investigación, se han considerado las siguientes: Fabricante, Proveedor, Distribuidor, Otros componentes de la cadena de suministro, Colaboración entre funciones dentro de una empresa, Sin especificar/ otros. Los resultados nos muestran (Tabla 8) que, en términos generales, los trabajos utilizan con mayor frecuencia muestras de fabricantes (54,12%), distribuidores (21,60%) y proveedores (19,38%). Por otra parte, en función de la línea o el tema estudiado no se observan diferencias significativas de la unidad muestral (V Cramer=0,13, Sig.=0,335).

Por lo que respecta al *tipo de investigación* utilizado en los trabajos analizados destacan sobre las demás la realización de encuestas (26,04%), modelos matemáticos (17,30%) y los casos (10,34%). Asimismo, según se indica en la Tabla 8bis, se detectan diferencias de acuerdo a la línea de investigación seguida por los trabajos (V Cramer=0,34, Sig.=0,00).

Respecto a las *técnicas estadísticas*, más empleadas para el conjunto de los trabajos analizados son: estadística descriptiva (43,43%) y el análisis de regresión (14,86%), mientras que las menos utilizadas son la logarítmica lineal, las pruebas de independencia, el path análisis y el análisis de correlaciones, con unos porcentajes inferiores al 1%. Los resultados nos indican que se observa una asociación significativa entre los temas o líneas de investigación y las técnicas estadísticas empleadas como puede observarse en la Tabla 8bis (V Cramer=0,27, Sig.=0,00).

Por último, el análisis de los *sectores de actividad* utilizados en los trabajos (Tabla 8bis) nos muestra que globalmente el conjunto de trabajos se centran principalmente en el sector del automóvil (21,89%) y el de la alimentación y bebida (17,75%), detectándose una asociación estadísticamente significativa entre temas y sectores (V Cramer=0,195, Sig.=0,045).

Tabla 8(Bis). Metodología de los trabajos por líneas de investigación (% verticales)

| | Total ⁽¹⁾ | Líneas de Investigación | | | | |
|------------------------------|----------------------|-------------------------|-----------|------------|------------|-----------|
| | | TEORÍA | ORIGEN | ESTRUCTURA | RELACIONES | VIRTUAL |
| Tipo investigación | 503 | 83 | 72 | 147 | 158 | 43 |
| Encuestas | 26,04 | 6,02 | 29,17 | 25,85 | 36,08 | 23,26 |
| Entrevistas | 1,59 | 0,00 | 2,78 | 2,04 | 1,90 | 0,00 |
| Casos | 10,34 | 1,20 | 8,33 | 10,20 | 15,82 | 11,63 |
| Modelo matemático | 17,30 | 1,20 | 23,61 | 23,13 | 17,09 | 18,60 |
| Modelo conceptual | 3,98 | 3,61 | 1,39 | 6,80 | 2,53 | 4,65 |
| Archivo | 1,79 | 6,02 | 1,39 | 2,04 | 0,00 | 0,00 |
| Dinámicas grupo | 0,20 | 0,00 | 0,00 | 0,68 | 0,00 | 0,00 |
| Revisión literatura | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Análisis contenido | 0,99 | 1,20 | 2,78 | 0,68 | 0,00 | 2,33 |
| Técnicas estadísticas | 350 | 6 | 55 | 109 | 153 | 27 |
| Estadística descriptiva | 43,43 | 83,33 | 27,27 | 44,04 | 45,10 | 55,56 |
| Pruebas independencia | 0,57 | 0,00 | 0,00 | 0,92 | 0,00 | 3,70 |
| Regresión | 14,86 | 0,00 | 18,18 | 14,68 | 15,03 | 11,11 |
| Log.lineal | 0,29 | 0,00 | 1,82 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Factorial | 3,71 | 0,00 | 0,00 | 3,67 | 4,58 | 7,41 |
| Cluster | 2,29 | 0,00 | 1,82 | 5,50 | 0,65 | 0,00 |
| Correlaciones | 0,57 | 0,00 | 1,82 | 0,92 | 0,00 | 0,00 |
| Fiabilidad escalas | 11,43 | 0,00 | 10,91 | 13,76 | 11,76 | 3,70 |
| Sem | 4,57 | 0,00 | 14,55 | 2,75 | 3,27 | 0,00 |
| Anova/Manova | 3,71 | 0,00 | 12,73 | 1,83 | 2,61 | 0,00 |
| Correspondencias | 2,00 | 0,00 | 0,00 | 2,75 | 1,96 | 3,70 |
| Path | 0,86 | 0,00 | 3,64 | 0,92 | 0,00 | 0,00 |
| Otros | 0,29 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,65 | 0,00 |
| Sector | 338 | 12 | 52 | 105 | 143 | 26 |
| Automóvil | 21,89 | 25,00 | 17,31 | 19,05 | 23,08 | 34,62 |
| Alimentación/ bebida | 17,75 | 33,33 | 15,38 | 20,95 | 17,48 | 3,85 |
| Cerámica | 0,59 | 8,33 | 1,92 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Textil/calzado | 5,62 | 0,00 | 5,77 | 6,67 | 4,90 | 7,69 |
| Mueble | 2,66 | 0,00 | 0,00 | 1,90 | 4,90 | 0,00 |
| Químico/farmacéutico | 10,36 | 0,00 | 13,46 | 12,38 | 9,79 | 3,85 |
| Tecnología | 11,83 | 0,00 | 13,46 | 9,52 | 11,89 | 23,08 |
| Operadores logísticos | 9,47 | 16,67 | 3,85 | 12,38 | 7,69 | 15,38 |
| Varios | 5,62 | 8,33 | 9,62 | 7,62 | 3,50 | 0,00 |
| Otros | 14,20 | 8,33 | 19,23 | 9,52 | 16,78 | 11,54 |

⁽¹⁾ Hemos detectado en total 288 artículos empíricos. Los totales exceden esta cantidad porque las variables a estudio permiten opciones simultáneas.

Para comprobar si los datos acerca de la metodología empleada en los artículos sobre relaciones verticales eran similares o no a la metodología empleada en trabajos anteriores, se han comparado (véase Tabla 9) los resultados sobre tipo de investigación, técnicas estadísticas y fuentes de información, con el trabajo de Sachan y Datta (2005).

En primer lugar, y respecto al *tipo de investigación*, destaca el mayor uso de encuestas y casos en el trabajo de Sachan y Datta (2005) frente a los identificados en nuestra investigación

(50,7% vs 36,38%), mientras que en nuestra investigación se han detectado un mayor número de modelos matemáticos (17,30%) que en el trabajo de Sachan y Datta (2005), el cual tiene un 10,40%.

Las *técnicas estadísticas* también proporcionan diferencias ya que en el trabajo de estos autores se detecta un mayor uso de las técnicas de análisis factorial que en nuestra investigación (13,50% vs 3,71%), así como las correlaciones (5,52% vs 0,57%) y SEM (8,59% vs 4,57%).

Tabla 9. Comparación ⁽¹⁾ de la metodología de este trabajo con otros análisis de contenido anteriores (% verticales)

| | Este trabajo | Sachan y Datta (2005) |
|------------------------------|---------------------|------------------------------|
| TIPO INVESTIGACIÓN | | |
| Encuestas | 26,04 | 34,60 |
| Entrevistas | 1,59 | 6,80 |
| Estudio de casos | 10,34 | 16,10 |
| Modelo matemático | 17,30 | 10,40 |
| Modelo conceptual | 3,98 | 6,30 |
| Otros | 40,75 | 25,80 |
| TOTAL | 100,00 | 100,00 |
| TÉCNICAS ESTADÍSTICAS | | |
| Estadística descriptiva | 43,43 | 39,88 |
| Regresión | 14,86 | 14,11 |
| Modelos logit | 0,29 | 0,61 |
| Factorial | 3,71 | 13,50 |
| Cluster | 2,29 | 0,61 |
| Correlaciones | 0,57 | 5,52 |
| Sem | 4,57 | 8,59 |
| Anova/Manova | 3,71 | 1,84 |
| Path | 0,86 | 0,61 |
| Otros | 25,71 | 14,73 |
| TOTAL | 100,00 | 100,00 |
| FUENTES UTILIZADAS | | |
| Cuantitativo | 65,40 | 58,44 |
| Cualitativo | 35,60 | 41,55 |
| TOTAL | 100,00 | 100,00 |

⁽¹⁾ En la comparación se han tomado como base las categorías propuestas por Sachan y Datta (2005), transformando los datos de la Tabla 8 y 8bis para acoplarlos a dichas categorías. En el apartado Otros se encuentran el resto de categorías no contempladas por ellos.

5. CONCLUSIONES

Con este trabajo se ha querido proporcionar un diagnóstico multidisciplinar del estado de la investigación a nivel internacional sobre relaciones verticales entre empresas en el período 1997-2006. Tras la revisión de una base de datos de 417 trabajos procedentes de 14

publicaciones científicas y el análisis de un conjunto de información extraída de cada trabajo, podemos destacar las siguientes conclusiones:

5.1. Gaps identificados

Los principales gaps provienen de las diferencias detectadas entre las líneas de investigación propuestas y los trabajos realizados anteriormente.

1. Así, los trabajos de la línea TEORÍA son descripciones y clasificaciones de la teoría existente sobre relaciones verticales. Por ello, de esta primera línea se desprende la falta de trabajos conceptuales que propongan agendas de investigación o tendencias en el estudio de las relaciones verticales.
2. De la segunda línea, ORIGEN, extraemos trabajos que recogen diversos factores internos y externos que influyen sobre las relaciones verticales. Así, se detecta la falta de un modelo general sobre antecedentes en la empresa y moderadores del entorno y su influencia sobre las relaciones verticales, así como su variación en función del rol que ocupe la empresa en la cadena de suministro. Para profundizar en el origen y las consecuencias de la relación, también sería adecuado estudiar la evolución de las relaciones verticales en una cadena, mediante el uso de estudios longitudinales.
3. Respecto a la tercera línea, ESTRUCTURA, se han estudiado múltiples aspectos, pero se echa de menos el análisis de los elementos para iniciar, mantener y terminar la relación, así como la identificación de medidas de la eficiencia y efectividad de los recursos (humanos, materiales y económicos) invertidos en la relación.
4. El cuarto bloque, RELACIONES, es el más numeroso e incluye el estudio de los elementos comportamentales de la relación, sus consecuencias y la propuesta de modelos generales de estudio de las relaciones verticales. Sin embargo, no se han estudiado en profundidad medidas de evaluación y control de las relaciones, tanto cuantitativas como cualitativas.
5. Por último, el campo VIRTUAL es el que más oportunidades proporciona para el crecimiento de la investigación, ya que hasta ahora, por su novedad, se ha realizado un gran esfuerzo por describir las distintas aportaciones tecnológicas que aumentan la colaboración interorganizacional, pero falta analizar cómo van a influir en las relaciones entre los distintos adoptantes de las mismas.

5.2. Hallazgos significativos

Los principales hallazgos provienen del análisis de los trabajos y su carácter científico, evolución de las líneas de investigación y metodología empleada, así como de la comparación de los trabajos identificados en nuestro estudio con análisis de contenido anteriores.

1. Se detecta una estabilidad en la evolución del carácter científico de los trabajos a través del tiempo, identificándose una presencia predominante de los trabajos empíricos frente a los conceptuales. Por otro lado, el número de técnicas estadísticas por artículo se mantiene relativamente estable a lo largo del tiempo, lo cual puede indicar que es el tipo, más que el número de técnicas, el indicador más adecuado del rigor científico de una investigación.
2. No se detecta una evolución significativa de las líneas de investigación a lo largo del tiempo, por lo cual se concluye que no parece que existan modas o tendencias manifiestas en las líneas de investigación consideradas.
3. Existe una relación significativa entre la línea de investigación de los trabajos y las siguientes variables metodológicas: tipo de trabajo, fuentes de información, tipo de información, objetivo, ámbito temporal, ámbito geográfico, tipo de investigación, sector de actividad y las técnicas estadísticas utilizadas. Por el contrario, no existe relación significativa entre los temas de investigación y la unidad muestral.
4. De la comparación de la metodología de los trabajos seleccionados con el análisis de contenido de Sachan y Datta (2005) se detecta, en este trabajo de referencia, una mayor confianza en trabajos que utilizan fuentes cualitativas, estudio de casos y entrevistas.

5.3. Direcciones futuras de investigación

Nuestra propuesta de investigación se divide en varios apartados:

1. La primera propuesta proviene de los gaps identificados, por lo que existen tópicos todavía no explorados adecuadamente.
2. La investigación sobre esta disciplina todavía está dominada por los métodos de investigación cuantitativos, por lo que sería interesante utilizar fuentes secundarias de forma más innovadora, así como un mayor uso de fuentes cualitativas.
3. La mayoría de los trabajos se han centrado en estudiar “qué” tipo de relaciones y estructuras se daban en la cadena de suministro. Sin embargo, como proponen Sacha y Datta

(2005) para alcanzar una mayor madurez sería adecuado estudiar “cómo” y “por qué” se producen estas relaciones y estructuras entre organizaciones de una misma cadena de suministro.

4. Los trabajos centrados en una función dentro de la empresa no nos permiten estudiar holísticamente todo el sistema. Los estudios sobre díadas, cadenas y redes permiten observar que el total es más que la suma de las partes, por lo que habría que ampliar el nivel de estudio a nivel de cadena y red.
5. Es importante destacar que nos hemos basado en relaciones verticales en el canal de suministro, pero somos conscientes de la importancia estratégica de otro tipo de relaciones de nivel horizontal. Por todo ello, nuestro trabajo futuro va a ir encaminado a completar el estudio de relaciones interorganizacionales incluyendo un análisis de contenido de las relaciones horizontales entre empresas. Por ello, nos gustaría resaltar que este estudio no ha pretendido otra cosa que servir de primera investigación exploratoria para profundizar posteriormente en la investigación sobre relaciones verticales y horizontales entre empresas.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro, J.A., Alvarez, M.J. y Montes, M.J. (2002): "Lagging behind versus advancing too fast? Identifying gaps research in supply chain", paper presented at *9th Annual Meeting of the European Operations Management Association (EUROMA)*, Copenhagen.
- Alvarado, U.Y. y Kotzab, H. (2001): "Supply Chain Management. The Integration of Logistics in Marketing". *Industrial Marketing Management* 30: 183–198.
- Bagchi, P.K. y Skjoett-Larsen (2005): "Supply chain integration: a European survey". *The International Journal of Logistics Management* 16 (2): 275-294.
- Barman, S. Hanna, M.D.; LaForge, R.L. (2001): "Perceived relevance and quality of POM journals: a decade later", *Journal of Operations Management* 19: 367–385.
- Bergen, M., Shantanu, D. y Orville, C.W. (1992): "Agency Relationships in marketing: a review of implications and applications of agency and related Theories". *Journal of Marketing* 56 (July): 1-24.
- Chandra, C. (2006): Call for papers for a HSM (Human Systems Management) special issue entitled: "Towards the Transition from Supply Chains to Alliance and Supply Networks: Concepts, Models and Methodologies". *Human Systems Management* 25: 159–160.

- Christopher, M. (1998): *Logistics and Supply Chain Management: Strategies for reducing cost and improving service*. Financial Times Pitman Publishing.
- Cooper, M.C., Ellram, L.M., Gardner, J.T. y Hanks, A.M. (1997): “Meshing Multiple Alliance”. *Journal of Business Logistics* 18 (1): 67-89.
- Croom, S., Romano, P. y Giannakis, M. (2000): “Supply chain management: an analytical framework for critical literature review”. *European Journal of Purchasing & Supply Management* 6: 67-83.
- Dunn, S.C., Seaker, R.F. and Waller, M.A. (1993), “A note on research methodology in business logistics”, *Logistics and Transportation Review* 29 (4): 383-7.
- Easton, G. y Araujo, L. (1992): “Non-economic exchange in industrial networks”, en B. Axelsson y G. Easton (eds): *Industrial networks. A New View of Reality*, Londres: Routledge.
- Espitia, M. y López, A. (2005): “Supply Chain Management: Performance empresarial y efectos regionales”. *Management* 8 (1): 1-24.
- Fawcett, S.E., Vellenga, D.B., Truitt, L.J. (1995): “An evaluation of logistics and transportation professional organizations, programs, and publications”, *Journal of Business Logistics* 16 (1): 299–315.
- Ferguson, W. (1983), “An evaluation of journals that publish business logistics articles”, *Transportation Journal* 22 (4): 69-72.
- Frankel, R.;Naslund, D.; Bolumole, Y. (2005): “The "white space" of logistics research: a look at the role of methods usage”, *Journal of Business Logistics* 26 (2): 185-209.
- Frasquet, M.; Molla, A.; Gil, I. and Vallet, T (2002): “Research trends in retailing – a comparative approach: Spain-Europe-USA”, *International Journal of Retail & Distribution Management* 30 (8): 383-393.
- Gibson, B.J., Hanna, J.B. (2003): “Periodical usefulness: the U.S. logistics educator perspective”, *Journal of Business Logistics* 24 (1): 221–240.
- Hult, G.T.M., Neese, W.T., Bashaw, R.E. (1997): “Faculty perceptions of marketing journals”, *Journal of Marketing Education* 19: 37–52.

- Kemppainen, K. y Vepsäläinen, A.P.J. (2003): “Trends in industrial supply chains and networks”. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* 33 (8): 701-719.
- Kumar, V. y Kwon, I.W.C (2004): “A pilot study on normalized weighted approach to citation study. A case of logistics and transportation journals”, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* 34 (10): 811-826.
- Lambert, D., Stock, J.R. y Ellram, L.M. (1998) *Fundamental of Logistics Management*. McGraw Hill, Boston, MA. USA.
- Lambert, D.M. y Cooper, M.C. (2000): “Issues in supply chain management”. *Industrial Marketing Management* 29 (1): 65–83.
- Lancioni, R.A. (2000): “New Developments in Supply Chain Management for the Millennium”. *Industrial Marketing Management*. 29: 1–6.
- LOGISTOP, PLATAFORMA TECNOLÓGICA EN LOGÍSTICA INTEGRAL (2008): “Agenda Integral de investigación”, en www.logistop.org.
- Mentzer, J.T. and Kahn, K.B. (1995): “A framework of logistics research”, *Journal of Business Logistics* 16 (1): 232.
- Mentzer, J.T., Dewitt, W., Keebler, J.S., Min, S., Nix, N.W., Smith, C.D. y Zacharia, Z.G. (2001): “Defining supply chain management”. *Journal of Business Logistics* 22 (2): 1-25.
- Mitchell, J.C. (1973): “Networks, norms and institutions”, en Jeremy Boissevain y J.C. Mitchell (eds): *Network analysis*, Mouton: The Hague.
- Naslund, D. (2002): “Logistics needs qualitative research – especially action research”, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* 32 (5): 321-38.
- Perry, M.K. (1989): “Vertical Integration: determinants and effects”, en R. Schmalensee y R. Willig (ed.): *Hanbook of industrial Organization*, Vol.1. Amsterdam: North-Holland.
- Phillips, D.M. and Phillips, J.K (1998): “A social network analysis of business logistics and transportation”, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* 28 (5): 328-348.

- Sachan, A. y Datta, S. (2005): “Review of supply chain management and logistics research”. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* 35 (9): 664-705.
- Samuel, D. (1997): “Research methods explored: an international-based approach”, *Proceeding of the Logistics Research Network Conference*, Huddersfield.
- Sánchez Pérez, M. (1996), “El liderazgo en el canal de la comercialización: un proceso para la gestión de las relaciones internas del canal”. *ESIC-Market. Revista internacional de economía y empresa* 94: 45-61.
- Sánchez Pérez, M. (1997): *Las relaciones interorganizaciones en el canal de comercialización*. Colección Monografías de Ciencias Económicas y Jurídicas, nº 10, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería: Almería.
- Soteriou, A.C.; Hadjinicola, G.C.; Patsia, K. (1999): “Assessing production and operations management related journals: the European perspective”, *Journal of Operations Management* 17:225–238.
- Spens, K.M. y Kovacs, G. (2006): “A content analysis of research approaches in logistics research”, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* 36 (5): 374-390.
- Stern, L.W. y El-Ansary, A.I. (1992): *Marketing Channels*, 4ª ed., Englewood Cliff (NJ): Prentice –Hall.
- Zsidisin, G.A.; Smith, M.E.; McNally, R.C. Kull,T.J. (2007): “Evaluation criteria development and assessment of purchasing and supply management journals”, *Journal of Operations Management* 25: 165–183.

ANEXO. TRABAJOS ANALIZADOS

La referencia completa está disponible contactando con los autores.

| | | |
|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| 1. Abraha and Baffour 02 | 42. Braglia and Petroni 00 | 83. Dahlstrom and Nygaard 99 |
| 2. Achrol and Kotler 99 | 43. Brennan 06 | 84. Dainty et al 01 |
| 3. Agarwal and Shankar 03 | 44. Bruce et al 05 | 85. Desbarats 99 |
| 4. Alexander and Nicholls 06 | 45. Bullington and Bullington 05 | 86. DeWitt et al 06 |
| 5. Alvarado and Kotzab 01 | 46. Burnes and Coram 99 | 87. Donaldson and O' Toole 00 |
| 6. Andersson et al 02 | 47. Cachon and Lariviere 01b | 88. Doran 05 |
| 7. Angeles and Nath 00 | 48. Cachon and Lariviere 05 | 89. Douglas et al 05 |
| 8. Angeles et al 98 | 49. Cadilhon et al 03 | 90. Duffy and Fearné 04 |
| 9. Auramo et al 02 | 50. Cadilhon et al 05 | 91. Durvasula et al 02 |
| 10. Aviv 01 | 51. Calza and Passaro 97 | 92. Easton and Araujo 03 |
| 11. Bagchi and Skjoett 03 | 52. Cannon and Perreault Jr. 99 | 93. Ehret 04 |
| 12. Bagchi et al 05 | 53. Caputo and Mininno 98 | 94. Elg and Johansson 97 |
| 13. Baiman et al 01 | 54. Carr and Karmarkar 05 | 95. Ellinger 00 |
| 14. Baines and Kay 02 | 55. Carter and Carter 98 | 96. Ellis 06 |
| 15. Baker 04 | 56. Cassivi 06 | 97. Emberson et al 06 |
| 16. Bal et al 99 | 57. Cassivi et al 04 | 98. Emiliani 00 |
| 17. Barratt 03 | 58. Catalan and Kotzab 03 | 99. Emiliani 00(2) |
| 18. Barratt 04a | 59. Cavinato 05 | 100. Emiliani 03 |
| 19. Barratt 04b | 60. Chan and Qi 03 | 101. Eng 06 |
| 20. Batenburg and Rutten 03 | 61. Chiang et al 03 | 102. Evangelista and Sweeney 06 |
| 21. Batonda and Perry 03 | 62. Choy et al 04 | 103. Farris II et al 05 |
| 22. Batonda and Perry 03(2) | 63. Christiaanse and Kumar 00 | 104. Favilla and Fearné 05 |
| 23. Batt and Purchase 04 | 64. Christian and Peter 00 | 106. Fearné 98 |
| 24. Beamon and Ware 98 | 65. Christopher and R.Towill 02 | 107. Fearné and Hughes 99 |
| 25. Beekun and Glick 01 | 66. Christopher and Towill 00 | 108. Fletcher and Barrett 01 |
| 26. Bello and Gilliland 97 | 67. Christopher and Towill 01 | 109. Fletcher and Fang 06 |
| 27. Bello et al 04 | 68. Chun et al 06 | 110. Flint 04 |
| 28. Bengtsson et al 00 | 69. Claycomb et al 99a | 111. Foggin et al 04 |
| 29. Berghman et al 06 | 70. Clifford and Stank 05 | 112. Folkerts and Koehorst 97 |
| 30. Bernstein and Federgruen 05 | 71. Cliquet 00 | 113. Ford and Redwood 05 |
| 31. Berry et al 98 | 72. Closs and Mollenkopf 04 | 114. Frankel et al 02 |
| 32. Beverland 05 | 73. Collins et al 99 | 115. Freathy and O'Connell 98 |
| 33. Bharadwaj 04 | 74. Cool and Henderson 98 | 116. Frels et al 03 |
| 34. Bhatnagar and Viswanathan 00 | 75. Cooper et al 97 | 117. Friedrichs 03 |
| 35. Bhutta and Huq 02 | 76. Corbett and Karmarkar 01 | 118. Fujimoto 03 |
| 36. Binet and Wilson 97 | 77. Cousineau et al 04 | 119. Fynes and Ainamo 98 |
| 37. Bititci et al 04 | 78. Cox 04 | 120. Gadde et al 03 |
| 38. Blankenburg et al 99 | 79. Cox 99 | 121. García and Lambert 03 |
| 39. Boger et al 01 | 80. Cox 99(2) | 122. Gary and Jaramillo 05 |
| 40. Bommer et al 01 | 81. Cox et al 04 | 123. Geletkanycz et al 01 |
| 41. Bradford et al 04 | 82. Cunningham 01 | 124. Geyskens and Steenkamp 00 |

| | | |
|--------------------------------|------------------------------|------------------------------------|
| 125. Geyskens et al 99 | 166. Hingley 05 | 207. Keller 02 |
| 126. Ghauri et al 03 | 167. Hobbs and Young 00 | 208. Kemppainen and Vepsäläinen 03 |
| 127. Ghosh and John 05 | 168. Hobbs et al 98 | 209. Kennett et al 98 |
| 128. Gilmour 99 | 169. Holmberg 00 | 210. Kiang et al 04 |
| 129. Gimenez 06 | 170. Holmen and Pedersen 03 | 211. Kim and Hsieh 03 |
| 130. Giménez and Ventura 03 | 171. Holmström et al 02 | 212. Kim and Nam 04 |
| 131. Giunipero and Aly 04 | 172. Hoogeweegen et al 99 | 213. Kim and Oh 05 |
| 132. Giunipero et al 01 | 173. Horvath 01 | 214. Kim et al 99 |
| 133. Giunipero et al 05 | 174. Howgego 02 | 215. Kincade et al 01 |
| 134. Glenn et al 05a | 175. Hoyt and Huq 00 | 216. Klint and Sjöberg 03 |
| 135. Goffin et al 97 | 176. Huang et al 02b | 217. Kotzab and Teller 03 |
| 136. Golicic et al 02 | 177. Huemer 04 | 218. Krause et al 00 |
| 137. González et al 03 | 178. Hult 04 | 219. Kulmala and Uusi 05 |
| 138. Gopalkrishnan et al 06 | 179. Hult et al 00b | 220. Kumar et al 98 |
| 139. Graham and Hardaker 00 | 180. Humphrey and Schmitz 02 | 221. Kumaraswamy et al 00 |
| 140. Graham and Hardaker 98 | 181. Humphreys et al 01 | 222. Kwon and Suh 05 |
| 141. Green et al 06 | 182. Humphreys et al 98 | 223. Lambert and Pohlen 01 |
| 142. Grewal et al 06 | 183. Hunter et al 04 | 224. Lambert et al 98 |
| 143. Griffiths 03 | 184. Ingene and Parry 00 | 225. Larson and Kulchitsky 99 |
| 144. Gripsrud et al 06 | 185. Ireland 04 | 226. Lee et al 06 |
| 145. Groves and Valsamakis 98 | 186. Iyer et al 04 | 227. Leek et al 03 |
| 146. Grundvåg et al 04 | 187. Jacob 06 | 228. Leek et al 04 |
| 147. Gubi et al 03 | 188. Jain et al 06 | 229. Leila et al 01 |
| 148. Guimaraes et al 02 | 189. James et al 04 | 230. Lemke et al 00 |
| 149. Gunnar 03 | 190. Jap 99 | 231. Lemke et al 03 |
| 150. Gupta et al 05 | 191. Jap and Ganesan 00 | 232. Lemoine and Dagnæs 03 |
| 151. Hagberg 06 | 192. Jayaram et al 00 | 233. Lenny et al 06 |
| 152. Håkansson and Persson 04 | 193. Jenkins and Wright 98 | 234. Levy and Grewal 00 |
| 153. Håkansson et al 99 | 194. Jensen et al 05 | 235. Li 02 |
| 154. Häkkinen et al 04 | 195. Jim and Cheng 06 | 236. Lippert and Forman 06 |
| 155. Halldórsson and Skjøtt 06 | 196. Jin 06 | 237. Lo and Yeung 06 |
| 156. Hamdar 99 | 197. Johnson and Anderson 00 | 238. Loader 97 |
| 157. Handfield and Bechtel 02 | 198. Joyce 06 | 239. Lockamy III and McCormack 04 |
| 158. Hanman 97 | 199. Jüttner et al 06 | 240. London and Kenley 01 |
| 159. Helm et al 06 | 200. Jung and Lee 06 | 241. Lonsdale 04 |
| 160. Hendricks and Singhal 05b | 201. Kalchschmidt et al 06 | 242. Lonsdale 99 |
| 161. Henneberg et al 06 | 202. Kamp 05 | 243. Loughlin 99 |
| 162. Hertz et al 01 | 203. Kampstra et al 06 | 244. Love et al 04 |
| 163. Hewitt 00 | 204. Kannan and Choon 04 | 245. Low 97 |
| 164. Hines and Rich 98 | 205. Kasouf and Celuch 97 | 246. Lowson 03 |
| 165. Hingley 01 | 206. Katz and Boland 00 | 247. Lummus et al 03 |

| | | |
|------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| 248. Lyer and Villas 03 | 289. Novak and Eppinger 01 | 330. Samiee and Walters 06 |
| 249. Mahajan et al 02 | 290. O'Keeffe 98 | 331. Samuel and Hines 99 |
| 250. Majumdar and Venkataraman 98 | 291. Oinas 02 | 332. Sánchez and Herrero 97 |
| 251. Marco and García 04 | 292. Ojasalo 04 | 333. Sanderson 99 |
| 252. Martin and Grbac 03 | 293. Ounnar and Pujo 05 | 334. Sang et al 04 |
| 253. Martinez 04 | 294. Paché 98 | 335. Sarkis et al 04 |
| 254. Mason and Towill 97 | 295. Papadakis 03 | 336. Seshadri and Mishra 04 |
| 255. Mason and Towill 99 | 296. Parker and Alstynne 05 | 337. Seth et al 06 |
| 256. Mason et al 06 | 297. Payne and Peters 04 | 338. Seuring 06 |
| 257. McCarthy and Golicic 02 | 298. Peck and Jüttner 00 | 339. Shah and Ram 06 |
| 258. McGinnis and McCarty 98 | 299. Perks 05 | 340. Sharland 97 |
| 259. McIntyre et al 98a | 300. Phillips and Keith 98 | 341. Simatupang and Sridharan 02 |
| 260. McIntyre et al 98b | 301. Pimentel et al 03 | 342. Simatupang and Sridharan 05a |
| 261. McLoughlin and Horan 00 | 302. Pimentel et al 06 | 343. Simatupang et al 04 |
| 262. McMichael et al 00 | 303. Popp 00 | 344. Siragher 99 |
| 263. Meenakshi and Mehta 02 | 304. Powell et al 05 | 345. Skjoett 00 |
| 264. Mejías and Prado 02 | 305. Powell et al 98 | 346. Skjoett 99 |
| 265. Mejza and Wisner 01 | 306. Power 05 | 347. Skjoett et al 03 |
| 266. Mentzer et al 04 | 307. Power 05(2) | 348. Smith et al 05 |
| 267. Michaels 99 | 308. Preiss and Murray 05 | 349. Smith et al 97 |
| 268. Milgate 01 | 309. Prenkert and Hallén 06 | 350. Soo et al 99 |
| 269. Min and Mentzer 00 | 310. Rademakers and McKnight 98 | 351. Sparks and Wagner 03 |
| 270. Min et al 05 | 311. Raisinghani and Meade 05 | 352. Spekman et al 98 |
| 271. Moberg et al 04 | 312. Rajagopal and Sanchez 05 | 353. Spens and Bask 02 |
| 272. Möller and Halinen 99 | 313. Ramaseshan 97 | 354. Srinivasan et al 04 |
| 273. Möller and Svahn 04 | 314. Ramsay 04 | 355. Stabell and Fjeldstad 98 |
| 274. Möller and Törrönen 03 | 315. Randall and Ulrich 01 | 356. Stanford et al 99 |
| 275. Monczka et al 98 | 316. Rese 06 | 357. Stock 02 |
| 276. Moon and Kim 05 | 317. Rich and Hines 97 | 358. Stock et al 99 |
| 277. Moore and Cunningham 99 | 318. Ritter 99 | 359. Stokes 06 |
| 278. Morris et al 04 | 319. Ritter et al 04 | 360. Stonebraker and Liao 06 |
| 279. Mouzas 06 | 320. Robson and Rawnsley 01 | 361. Stremersch et al 03 |
| 280. Mouzas and Araujo 00 | 321. Rodan and Galunic 04 | 362. Suh and Kwon 06 |
| 281. Msimangira 03 | 322. Rogers et al 04 | 363. Svensson 01b |
| 282. Mukhopadhyay and Setoputro 04 | 323. Rokkan et al 03 | 364. Svensson 02(2) |
| 283. Nair 05 | 324. Ross et al 98 | 365. Svensson 02(3) |
| 284. Netessine and Rudi 06 | 325. Ryder and Fearné 03 | 366. Svensson 03(2)b |
| 285. Neuschel and Russell 98 | 326. Saeed et al 05 | 367. Svensson 04 |
| 286. Noonan and Wallace 03 | 327. Sahay et al 06 | 368. Swaminathan and Tayur 03 |
| 287. Noonan and Wallace 06 | 328. Salmi 00 | 369. Szwejczewski et al 01 |
| 288. Norek and Pohlen 01 | 329. Samaranyake 05 | 370. Taylor 02 |

| | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| 371. Terwiesch et al 05 | 395. Wagner et al 02 |
| 372. Teulings et van 01 | 396. Wagner et al 06 |
| 373. Thron et al 06 | 397. Walker et al 00 |
| 374. Tracey 98 | 398. Walter et al 01 |
| 375. Tracey and Leng 01 | 399. Wang 02 |
| 376. Tracey et al 05 | 400. Wathne and Heide 04 |
| 377. Trent and Monczka 03 | 401. Watson 00 |
| 378. Tsay 01 | 402. Watson 99 |
| 379. Tsay 02 | 403. Weber 00 |
| 380. Ulaga and Eggert 06 | 404. Weber 02 |
| 381. Ulaga and Eggert 06(2) | 405. White and Pearson 01 |
| 382. Uzzi and Gillespie 02 | 406. Wilding and Humphries 06 |
| 383. Vagn and Ritter 05 | 407. Wilkinson et al 05 |
| 384. van and Beulens 02 | 408. Windahl and Lakemond 06 |
| 385. van 98 | 409. Wong et al 99 |
| 386. Van 98a | 410. Wook 06a |
| 387. Van 98b | 411. Wu et al 06 |
| 388. van and Weken 98 | 412. Wuyts et al 04 |
| 389. Vereecke et al 06 | 413. Yeh 05 |
| 390. Vergin and Barr 99 | 414. Zackariasson and Wilson 04 |
| 391. Vidar and Walczuck 99 | 415. Zhao et al 02a |
| 392. Viswanathan 05 | 416. Zsidisin et al 00 |
| 393. Voeth and Herbst 06 | 417. Zsidisin et al 04 |
| 394. Voordijk 99 | |