

Notas finales y lecturas recomendadas

El recorrido ha sido apasionante al poder observar cómo se mantienen los viejos odres de las funciones y servicios de la actividad distributiva, pero con nuevos y sugestivos contenidos por la capacidad humana para innovar y ofrecer novedosas y útiles formas de comercialización. Llegamos al final del camino, que es mejor que la posada como señala el dicho cervantino, pero la ilusión permanece intacta porque la realidad comercial abre continuamente nuevos surcos que permiten a los estudiosos volver a analizar qué es lo que pasa y cómo se puede interpretar en términos científicos y de pensamiento.

En el andamiaje intelectual de este apasionante viaje por la historia quedan aspectos pendientes. Sin embargo, el objetivo fundamental se habrá cumplido si se han establecido los goznes básicos que permitan abrir las mentes a la relevancia del comercio en el desenvolvimiento de los seres humanos a lo largo del tiempo. El esfuerzo ha merecido la pena y se ha pretendido realizar siguiendo las pautas marcadas por Baltasar Gracián en su *Oráculo manual y arte de prudencia*, cuando señala que “Más obran quintas esencias que fárragos”.

Lecturas recomendadas

Las recomendaciones de lecturas que se exponen a continuación no constituyen una bibliografía al uso. No se pretende hacer un enfoque exhaustivo en el que no falte “nada ni nadie”. La empresa sería enorme y no se corresponde con las pautas metodológicas y los objetivos de este libro.

Simplemente se trata de señalar algunos libros o artículos que el autor considera muy interesantes y que pueden ayudar a entender la historia del comercio. La selección es difícil y agónica, pero responde a criterios de sencillez y utilidad para el lector. Esperamos que las muestras bibliográficas

señaladas cumplan con las expectativas y aderecen el contenido de este libro. Agradecemos, de antemano, la comprensión.

Ángela, A. (2007): *Un día en la antigua Roma: vida cotidiana, secretos y curiosidades*, La Esfera de los Libros, Madrid.

Auguet, R. (1970): *Los juegos romanos*, Círculo de Lectores, Barcelona.

Beard, M. (2016): *Una historia de la antigua Roma*, Crítica, Barcelona.

Braudel, F. (1985): *La dinámica del capitalismo*, Alianza, Madrid.

Burgess, A. (1988): *El reino de los réprobos*, Edhasa, Barcelona.

Carlé, M.C. (1954): "Mercaderes en Castilla, 1252-1512", *Cuadernos de Historia de España*, XXI-XXII, pp. 237-242.

Casado, H. (2010): "Comercio y mercaderes en el Valle del Duero (siglos XV y XVI)". *Estudios de Historia de España*, XII, pp. 93-115

Casares, J. (2008): "Distribución y Consumo. Cien números de aurora boreal y peripecia emocional", *Distribución y Consumo*, núm. 100, julio-agosto.

Casares, J. y Martín, V.J. (2003): "Evolución de la distribución comercial y de los hábitos de compra: del dualismo al polimorfismo", *Información Comercial Española*, núm. 811, pp. 323-347.

Casares, J. y Martín, V.J. (2015): "Convergencia de formatos comerciales", *Distribución y Consumo*, núm. 136, pp. 5-17.

Casares, J. y Martín, V.J. (2018): "Innovación y crecimiento. Peregrinación hacia el continente científico", *Distribución y Consumo*, núm. 151. Vol. 1, pp. 5-18.

Casares, J.; Aranda, E.; Martín, V.J. y Casares Araúz de Robles, J. (2013): *Distribución comercial*, Aranzadi, Navarra, cuarta edición.

Casares, J. y Velasco, C. (directores) (2019): *Política económica española. Lecciones*, Civitas, Madrid, primera edición.

Casares, J. (2020): *La sociedad vulnerable. Prohibido envejecer*, Editorial Círculo Rojo.

Celma, J. (2000): *El comercio de alimentación. Ayer y hoy*, Distribución Anual.

Deloitte (2020): *Monitor Deloitte, camino hacia la recuperación*, Deloitte.

Cruz Roche, I. (2014): "Comercio de alimentación: veinte años de evolución y perspectivas de futuro", *Distribución y Consumo*, núm. 135, pp. 5-18.

Fuentes, M. (1964): *Comercio interior y desarrollo económico*, Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, Madrid.

Gago, J.M. (2007): *El pequeño comercio en la posguerra castellana: de la cartilla de racionamiento a los supermercados*, Junta de Castilla y León, Valladolid.

García de Cortázar, J.A. y Sesma, J.A. (2008): *Manual de historia medieval*, Alianza Editorial, Madrid.

García de Cortázar, F. y González, J.M. (2017): *Breve historia de España*, Alianza Editorial, Madrid.

García Ruiz, J.L. (2007): "Cultural Resistance and the Gradual Emergence of Modern marketing and Retailing Practices in Spain, 1950-1975", *Business History*, n. 49 (3), pp. 367-384.

Gómez Tabanera, J.M. (1985): "El milagro sumerio", *Cuadernos Historia* 16, número 23.

González Enciso, A. (1986): *Historia general de España y América*, Rialp.

Grimberg, C. (1979): *Historia Universal*, Daimon, Madrid.

Illescas, J.L.; Bacho, O. y Ferrer, S. (2008): "Mercasa y la Red de Mercas. Al servicio de la cadena alimentaria. Un viaje en el tiempo", *Distribución y Consumo*, núm. 100, Mercasa.

Juste, A. (2008): "Cien números de *Distribución y Consumo*", *Distribución y Consumo*, núm. 100, julio-agosto, pp. 32-34.

Kowinski, W. (2002): *The Mallings of America*, PA: X Libris, Philadelphia, segunda edición.

Ladero, M.A. (1994): *Las ferias de Castilla. Siglos XII a XV*, Comité Español de Ciencias Históricas.

Laermans, R. (1994): "Aprendiendo a consumir: los primeros grandes almacenes y la formación de la moderna cultura del consumo (1860-1914)", *Revista de Occidente*, núm. 162, noviembre, pp. 121-144.

López Pérez, M. (2004): "El comercio interior castellano: las ferias y mercados del sureste andaluz a finales del Antiguo Régimen", *Revista de Humanidades y Ciencias Sociales del IEA*, pp. 175-185.

Marcos, D. y Montiel, L. (2002): *Historia del comercio*, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

McKinsey Global Institute (2017): *Informe. Un futuro que funciona. Automatización, empleo y productividad*, McKinsey.

McKinsey (2020): *Reimagining stores for retail's next normal*, McKinsey, april.

Mariás, J. (1985): *España inteligible*, Alianza Universidad, Madrid.

Maixé-Altes, J. (2009): "La modernización de la industria alimentaria en España, 1947-1995", *Revista de Economía Industrial*, núm. 41, año XVIII, 3.

Menéndez Pidal, R. (1942): *Historia de España*, Espasa Calpe.

Mercasa (2016): *50 años de Mercasa. Mirando al futuro, un paso por delante*, Mercasa-Sepi, Madrid.

Nielfa, G. (1985): *Los sectores mercantiles en Madrid en el primer tercio del siglo XX. Tiendas, comerciantes y dependientes de comercio*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid.

Nystrom, P.H. (1915): *Economics of Retailing*. The Ronald Press Company, New York.

Oliver, J. (1974): *En torno a los orígenes de Castilla. Su toponimia en relación con los árabes y los bereberes*, Real Academia de la Historia, Madrid.

Orlandis, J. (1988): *Historia del reino visigodo español*, Rialp, Madrid.

Ortega E. y Medina F. (directores) (2018): *El supermercado. Un modelo de proximidad equilibrada, accesible y circular*, Aranzadi, Navarra.

Peña, J. y Payo, R. (coordinadores) (2005): *Historia del comercio de Burgos*, Federación de Empresarios de Comercio de Burgos, Burgos.

SAP y Oxford Economics (2020): *Surviving and Thriving: How Supply Chain leaders minimize risks and maximize opportunities*, SAR.

Torrás, J. y Yun, B. (1999): *Consumo, condiciones de vida y comercialización. Cataluña y Castilla, siglos XVII-XIX*, Junta de Castilla y León, Valladolid.

Valdeón, J. (1995): "Vida cotidiana en la Edad Media", *Cuadernos Historia* 16, número 23.

Vicens Vives, J. (1979): *Historia social y económica de España y América*, Vicens Vives, tercera edición.

Weber, M. (2004): *Historia agraria romana*, Akal, Madrid.

Zimmerman, M. (1955): *The Supermarket: A Revolution on Distribution*, McGraw-Hill.

Este libro ha sido impreso en junio de 2021 sobre papel estucado certificado por el Consejo de Administración Forestal (*Forest Stewardship Council*, FSC en sus siglas en inglés), procedente de fuentes responsabilizadas del consumo sostenible de madera y papel, en 150 g/m² para las páginas de interior y 135 g/m² para las cubiertas.

La encuadernación ha sido realizada en cartóné y cosido a hilo.

La familia tipográfica utilizada en su maquetación ha sido Adobe Jenson Pro, en distintos cuerpos e intensidades para las páginas de interior; en las cubiertas se ha utilizado Tahoma.

Las imágenes reproducidas no han sido manipuladas en sus colores originales con respecto a sus reproducciones digitales, limitándose el tratamiento a la conversión automática a cuatricromía mediante aplicaciones digitales y a la presentación imprescindible de los elementos necesarios para su identificación.

mercasa



cultura **alimentaria**