

Cien números. Cien portadas

Cien números. Cien portadas. Si la cara es el espejo del alma, la primera página de cualquier publicación es la puerta que te invita a entrar, el escaparate que llama la atención del cliente, el reclamo que te anuncia lo que vas a encontrar dentro. Desde el número 1 hasta el 90, *Distribución y Consumo* llevó siempre a ese primer escaparate la imagen de un Mercado Municipal. La experiencia comenzó, sin ánimo de perpetuarse, con el objetivo de reivindicar la función de los Mercados Municipales en el momento de eclosión que se vivía en los primeros años 90 en la oferta comercial española. La buena aceptación de esa ventana hacia el ámbito de los Mercados Municipales terminó por extender el modelo durante más de 15 años, hasta la renovación de imagen de la revista que se abordó en el número 91.

Vistas ahora todas juntas, las primeras 90 y las 10 más recientes, simbolizan, entre otras cosas, el reconocimiento a los hombres y mujeres que trabajan en el comercio, muchos de los cuáles han alegrado las portadas de la revista con su buena disposición y su gesto amable, reflejo del orgullo por el servicio que ofrecen.

La vistosidad de las portadas, además del interés que hayan despertado los contenidos respectivos en cada número, es también responsabilidad de la calidad y oportunidad de las imágenes. Y esta responsabilidad tiene un nombre, Joaquín Terán, autor de todas las fotografías y, con toda seguridad, uno de los profesionales de todo el mundo que ha recorrido, cámara en ristre, más mercados, tiendas, supermercados, hipermercados, centros comerciales, calles repletas de vida y de comercio, ferias... En los 100 números editados hasta ahora de *Distribución y Consumo* se han publicado más de 12.000 fotografías. El autor de más del 90%



de ellas es Joaquín Terán. Sirvan estas líneas como un reconocimiento a su trabajo.

Finalmente, la portada del número 100 recoge una ilustración diseñada expresamente para este fin por Pablo Moncloa, una joven promesa del arte español, que ha apostado por el apretón de manos como el mejor símbolo de la relación humana que supone cualquier actividad comercial.



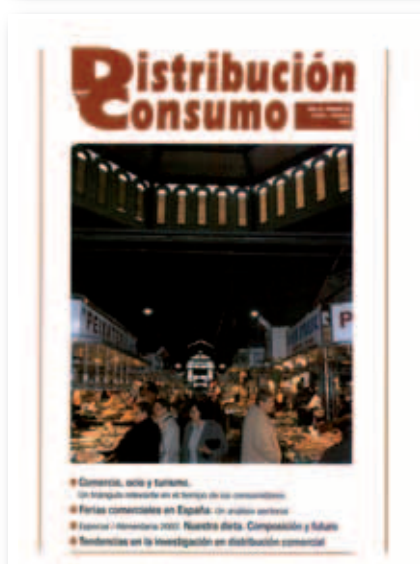
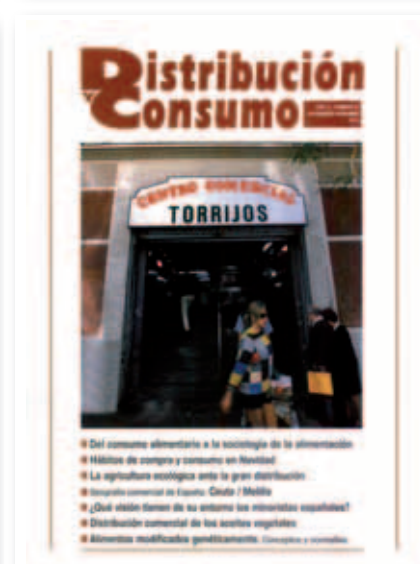
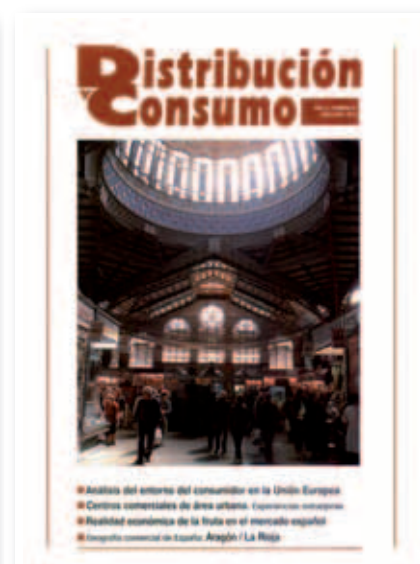
















Distribución Consumo



- El sistema alimentario (II). Productos perecederos y hortofrutícolas.
- Consumo de frutas frescas. Principales variedades.
- Análisis de las principales variedades de frutas.
- Hábitos de consumo de frutas. Complementariedad con el queso.

Distribución Consumo



- Consumo de hortalizas frescas. Principales variedades.
- Análisis de las principales variedades de hortalizas.
- El consumo en Navidad. Cambios en la demanda y la distribución.
- Tendencias de consumo. Un desarrollo dominado por la oferta.
- Exclusividad de los alimentos. Especial, hortalizas y condimentos.

Distribución Consumo



- Precios en alimentos y distribución. Análisis por segmentos comerciales.
- Los mercados municipales como valor de las ciudades.
- Gestión avanzada de clientes en los mercados municipales.
- El consumidor europeo de productos ecológicos.
- Sector lácteos. Hábitos y oportunidades de la innovación comercial.
- Investigación de los alimentos. Productos perecederos (I).

Distribución Consumo



- El grupo de empresas líder del sistema agroalimentario.
- Costes de la comercialización de los alimentos frescos.
- Consumo de vinos. Análisis por segmentos comerciales.
- Diferencias y productos de lujo. Un sector alimentario.
- Sector textil confeccionado. 2 acciones a desarrollar.
- Exclusividad de los alimentos. Productos perecederos (II).

Distribución Consumo



- Promoción en gran consumo. Hábitos de consumo.
- Logística. ¿Qué ocurre cuando se recoge la cosecha?
- Análisis estadístico de datos geográficos en geomarketing.
- Consumo de arroz. Principales variedades.
- Marca blanca. Equilibrio entre los precios competitivos que más crecen.
- Exclusividad de los alimentos. Bebidas espirituosas.

Distribución Consumo



- La industria cárnica en España.
- Impacto de los cambios sociodemográficos en alimentación.
- Las empresas de alimentación y bebidas en la Bolsa.
- Agricultura ecológica. Industria actual: retos y oportunidades.
- Consumo de platos preparados.
- Exclusividad de los alimentos. Cereales.

Distribución Consumo



- Hábitos de compra y consumo de frutas y hortalizas.
- Seguridad alimentaria en la industria hortofrutícola.
- La industria alimentaria y los mercados exteriores.
- Implantación de prácticas logísticas medioambientales.
- La alimentación dinámica al sector de los envases.

Distribución Consumo



- Distribución especializada no alimentaria. Nuevos ritmos de compra.
- Diferenciación y valorización de los productos perecederos.
- Fichero Coordinado de Industrias Alimentarias.
- Acuerdo de calidad. El papel de la distribución en la calidad de vida.
- Responsabilidad social de la empresa y hábitos de consumo.
- Exclusividad de los alimentos. Trazabilidad y datos nutricionales.

Distribución Consumo



- Análisis de las principales empresas perecederas (I).
- La cadena alimentaria en España. Retos y perspectivas.
- Distribuciones de origen. Una revolución en el mercado agroalimentario.
- Sector lácteos. Tendencias recientes en el consumo.
- Marketing de relaciones en la distribución comercial.
- Exclusividad de los alimentos. Semillas oleaginosas.



NUEVO CENTRO CÁRNICO en **mercamadrid**



Las instalaciones de Mercamadrid disponen de todos los servicios necesarios para las más de 700 empresas ubicadas en sus instalaciones y los 22.000 clientes que acuden diariamente.

El Nuevo Mercado de Carnes posee una ubicación estratégica dentro de Mercamadrid.

Dispone de 16 módulos comerciales habilitados para:

- VENTA, DISTRIBUCIÓN ◻
- RECEPCIÓN DE MERCANCIAS ◻
- SALAS DE DESPIECE ◻
- TUNEL DE CONGELACIÓN ◻
- ALMACENAJE ◻



Solicitar dossier informativo en: **NUEVO CENTRO CÁRNICO Mercamadrid, Parcela B-1 · 28053 Madrid**
Teléfonos: 980 559 999 · 980 559 998 · 699 754 422



Los autores y sus trabajos en *Distribución y Consumo*

En estas páginas se incluye un índice de todos los autores que han colaborado con *Distribución y Consumo* desde el número 1 hasta el 100. Son, en total, más de 800, y la relación está estructurada por orden alfabético (nombre y apellidos) de cada autor, con todos los artículos que ha publicado el revista, igualmente por orden alfabético y, a continuación, entre paréntesis, el número de *Distribución y Consumo*

en que fue publicado cada artículo. Una relación que pretende convertirse en un pequeño homenaje de *Distribución y Consumo* a todos los autores, además de mostrarles el agradecimiento por su disposición a contar con *Distribución y Consumo* para divulgar sus trabajos. Los autores proceden de ámbitos académicos, institucionales, empresariales, profesionales, sectoriales, periodísticos, etc.

El trabajo de todos ellos es el soporte fundamental de la revista y la calidad de sus trabajos ha situado a *Distribución y Consumo* en un lugar muy destacado dentro del "Índice de impacto de las revistas españolas de ciencias sociales", la principal referencia oficial para determinar la valoración que reciben los artículos de las revistas científicas del ámbito económico.

A. CASIMIRO HERRUZO

FACTORES DETERMINANTES DE LA PRODUCTIVIDAD DEL ARROZ EN ESPAÑA (24)

ADOLF CABRUJA

EL PLANEAMIENTO MUNICIPAL EN URBANISMO COMERCIAL. EL EJEMPLO DE BARCELONA (2)

ADOLFO CRESPO

SECTOR ACEITERO. EMPRESAS FUERTES PARA COMPETIR EN EUROPA (3)

AGUEDA ESTEBAN TALAYA

COMERCIO, OCIO Y TURISMO - INTERACCIONES E IMPLICACIONES (61)
MARKETING DE RELACIONES EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (90)

AGUSTÍN ROVIRA

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA - RESPUESTAS PARA UN NUEVO ESCENARIO (15)

AGUSTÍN RUIZ VEGA

LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)

AGUSTINA LAGUNA TRUJILLO

EL ARBITRAJE DE CONSUMO O LA CULTURA DEL DIALOGO (42)

AITOR ESTALAYO ÁLVAREZ

LA EXTRAÑA QUIMERA DE GOYO (MERCADOS/LITERATURAS) (72)

ALBERTO BERGA MORGE

GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA - UN ANÁLISIS EMPÍRICO (60)

ALBERTO GALÁN

DISTRIBUCIÓN Y HÁBITOS DE COMPRA EN ITALIA (15)

ALBERTO MORANT CIMAS

EL ECR DESDE LA PERSPECTIVA DEL MARKETING (63)

ALBERTO SAINZ OCHOA

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - LA RIOJA (57)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA (18)

ALBERTO VIDAL

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE CAFÉ TOSTAO EN ESPAÑA (18)

ALEJANDRO DEL MORAL AGUNDEZ

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - EXTREMADURA (20)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - EXTREMADURA (56)

ALEJANDRO MOLLA DESCALS

CRITERIOS PARA CONFECCIONAR LA CARTA DE VINOS DEL RESTAURANTE (98)

DISTRIBUCIÓN DETALLISTA EN LA CE EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS DE FUTURO (10)

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA - RESPUESTAS PARA UN NUEVO ESCENARIO (15)

GEOGRAFÍA COMERCIAL EN ESPAÑA - UNIVERSIDAD DE VALENCIA (54)

LOS NIÑOS Y LOS JUGUETES - CONDUCTA DE COMPRA Y ACTITUD ANTE EL JUEGO (8)

MARKETING DIRECTO LA DISTRIBUCIÓN EN BUSCA DEL CLIENTE (2)

REQUISITOS BÁSICOS PARA LA FORMACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (9)

TENDENCIAS DE LA INVESTIGACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA (61)

VENTA DOMICILIARIA, MULTINIVEL Y PIRAMIDAL - CONCEPTUALIZACIÓN Y DIFERENCIACIÓN (10)

ALEXANDRA SEABRA PINTO

LAS EMPRESAS DE VINO DE LOS PAÍSES DEL MEDITERRÁNEO, FRENTE A UN MERCADO EN TRANSICIÓN (71)

ALEXANDRE LAZAREFF

LA EXPERIENCIA FRANCESA EN EDUCACIÓN DEL GUSTO - EL CONSEJO NACIONAL DE LAS ARTES CULINARIAS (19)

ALFONSO FERNÁNDEZ BURGOS

EL HIJO DE JOHN LENNON (MERCADOS/LITERATURAS) (93)

ALFONSO REBOLLO ARÉVALO

1977-2006: 30 AÑOS DE EVOLUCIÓN DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA. UNA TRANSICIÓN DESDE EL INTERVENCIONISMO ESTATAL A LA ADMINISTRACIÓN DE LOS CANALES EN RED POR LAS GRANDES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN (100)
ACTUACIONES PÚBLICAS PARA ARTICULAR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN - PLAN MARCO DE MODERNIZACIÓN DEL COMERCIO INTERIOR (23)

ATRIBUTOS PARA EL ÉXITO DE UNA ZONA COMERCIAL: UNA EVIDENCIA EMPÍRICA EN EL MUNICIPIO DE GETAFE (95)

CLASIFICACIÓN DE LAS FORMAS COMERCIALES - EL "PRODUCTO - ESTABLECIMIENTO" (10)

COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES Y CAMBIOS EN EL COMERCIO - FACTORES DE EVOLUCIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA (42)

CONCENTRACIÓN EN EL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA (47)

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - LA ACELERACIÓN DEL CAMBIO (1)

DISTRIBUCIÓN E INFLACIÓN - COMPETENCIA, PRECIOS Y MÁRGENES COMERCIALES (5)

EL COSTE DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN FRESCO (85)

EL PAPEL DE LOS MERCADOS MUNICIPALES EN LA VERTEBRACIÓN DE LAS TRAMAS URBANAS (69)

EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN EN ORIGEN DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN FRESCO (98)

ENFERMEDAD DE LAS "VACAS LOCAS" Y CRISIS DE CONFIANZA EN EL COMERCIO (56)

FACTORES DE COMPETITIVIDAD DE LOS CENTROS COMERCIALES (95)

GASTO EN BIENES/GASTO EN SERVICIOS EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO DEL COMERCIO MINORISTA (4)

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - DISTRIBUCIÓN REGIONAL DEL MERCADO MINORISTA (13)

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA (50)

GESTIÓN EMPRESARIAL - ESTRATEGIAS DEL COMERCIO MINORISTA (15)

INNOVACIÓN Y ADAPTACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - IDEAS NUEVAS EN "ODRES" VIEJOS (27)
LA ESTADÍSTICA COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (29)

LA INNOVACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - EL PAPEL DE MERCASA Y LA RED DE MERCAS (66)

LA LOGÍSTICA EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - UNA ACTIVIDAD DE FUTURO EN LA UNIÓN EUROPEA (24)

LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LOS MERCADOS MINORISTAS (44)

LA RESPUESTA DE LOS MERCADOS MUNICIPALES MINORISTAS A LAS NUEVAS FORMAS DE COMERCIO (59)

LAS EMPRESAS DE TITULARIDAD JURÍDICA EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA (37)

LOS MERCADOS MINORISTAS COMO VALOR DE LAS CIUDADES (84)

MERCADOS MINORISTAS TRADICIONALES - SITUACIÓN ACTUAL ALTERNATIVAS DE ACTUACIÓN (32)

NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE LA FORMACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (9)

ALFONSO SOBRADO PALOMARES

EL RECONOCIMIENTO LEGAL DEL CONSUMO (5)

ALFREDO J. JUAN

MERCADOS MUNICIPALES - LA EXPERIENCIA DE BARCELONA (11)

ALICIA IZQUIERDO YUSTA

LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)

ALICIA LANGREO NAVARRO

¿QUE ESTÁ PASANDO EN EL SECTOR LÁCTEO? - REFLEXIONES SOBRE LOS GRANDES PROCESOS DE CAMBIO (77)

ACEITE DE OLIVA - PENDIENTES DE LA REFORMA (30)

ANÁLISIS DEL SECTOR DE PAN FRESCO - CAMBIOS EN LA FABRICACIÓN, EL MERCADO Y LA DEMANDA (26)

CAMBIOS DE FONDO EN EL SISTEMA LÁCTEO ESPAÑOL (67)

CAMBIOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DEL VINO - ALGUNAS PREGUNTAS SOBRE EL ÉXITO DEL VINO AUSTRALIANO (80)

CAMBIOS EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA (49)

CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN LA UNIÓN EUROPEA (63)

EFFECTOS DE LA APLICACIÓN DE TRAZABILIDAD Y LA NORMATIVA DE HIGIENE EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS (79)

EL GRUPO DE EMPRESAS LÍDER DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO ESPAÑOL (85)

EL SISTEMA ALIMENTARIO ESPAÑOL DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS (81)

EL SISTEMA ALIMENTARIO ESPAÑOL DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS (82)

EL SISTEMA ALIMENTARIO MUNDIAL - PRINCIPALES TENDENCIAS Y EFECTOS SOBRE LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS LOCALES (100)

ENTRE LOS NUEVOS PRODUCTOS, LA CALIDAD ESTÁNDAR Y LOS PRODUCTOS DE CALIDAD DIFERENCIAL (85)

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS - CAMBIOS DE FONDO EN UN SECTOR LÍDER (11)

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS - UN SECTOR LÍDER CON PROBLEMAS (40)

HARINAS, PANES, GALLETAS Y BOLLOS - EL DESPEGUE DE LA CALIDAD (56)

INDUSTRIA LÁCTEA CAMBIOS RECIENTES Y PERSPECTIVAS (37)

INMIGRACIÓN Y "GLOBALIZACIÓN" DE LA ALIMENTACIÓN (80)

JEREZ - ESTRATEGIAS Y PERSPECTIVAS EN UN VINO DE CALIDAD (32)

LA CULTURA DE LOS CULTIVOS - UNA NUEVA OPORTUNIDAD DE FUTURO PARA LA AGROALIMENTACIÓN MEDITERRÁNEA (50)

LA FUNCIÓN LOGÍSTICA COMO FUNCIÓN ESTRATÉGICA EN EL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS (24)

LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS - CONDICIONES TENDENCIAS Y ESTRATEGIAS DIFERENTES PARA UN ÚNICO MERCADO (73)

LA INDUSTRIA CÁRNICA EN ESPAÑA (87)

LA INDUSTRIA CÁRNICA EN ESPAÑA (99)

LA SEGURIDAD ALIMENTARIA, A DEBATE (70)

LAS CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS CON DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA (87)

LOS MERCADOS DE CARNES EN ESPAÑA, EN EL PROCESO DE VERTICALIZACIÓN (62)

LOS MERCADOS DE GRANELES DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA (66)

LOS MERCADOS DE VINOS Y LAS ESTRATEGIAS DE LAS BODEGAS ESPAÑOLAS (65)

LOS MERCADOS INTERNACIONALES DEL ACEITE DE OLIVA (66)

MERCADOS DIFERENCIALES EN ACEITE DE OLIVA VIRGEN (49)

NUEVAS TENDENCIAS EN EL CONSUMO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA (59)

PLÁTANO CANARIO - UN FUTURO INCIERTO (14)

PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE PASTAS ALIMENTICIAS EN ESPAÑA (29)

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS (43)

PRODUCTOS DE LA PESCA - UN SECTOR DINÁMICO, INNOVADOR, COMPLEJO Y ARTICULADO (71)

TENDENCIAS DE FUTURO EN LA PRODUCCIÓN Y LA INDUSTRIA DEL ACEITE DE OLIVA (54)

ALMUDENA GÓMEZ NAVARRO

DIFERENCIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO EN BASE A SU ORIGEN - EL CASO DE LA IGP TERNERA DE NAVARRA (68)

ALMUDENA RODRÍGUEZ

AGRICULTURA ECOLÓGICA. SITUACIÓN ACTUAL, RETOS Y OPORTUNIDADES (87)

ALONSO ÁLVAREZ DE TOLEDO Y URQUIJO

CARNE DE ÁVILA APUESTA POR LA CALIDAD (33)

AMADEO PETITBÓ JUAN

COMPETENCIA Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (47)

HORARIOS COMERCIALES Y LIBERTAD DE COMERCIO (13)

AMADO A. MILLÁN FUERTES

SEGURIDAD E INSEGURIDAD ALIMENTARIAS: ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE LOS OMG (99)

AMAIA LAFUENTE RUIZ DE SABANDO

LAS OPERACIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS: REPERCUSIONES EN LA CADENA LOGÍSTICA (55)

AMANCIO LANDÍN JARÁIZ

ALARGAR LA VIDA DEL MAR (43)

AMAYA MURILLO FERRER

MAQUINAS EXPENDEDORAS AUTOMÁTICAS - EL "VENDING" LA VENTA MAS DIRECTA (51)

AMELIA DIE

EL TESORO DE LA ISLA (MERCADOS/LITERATURAS) (9)

AMPARO BAVIERA

EL TRANSPORTE INTERNACIONAL DE CÍTRICOS - VIABILIDAD DEL TRANSPORTE MARÍTIMO DE CORTA DISTANCIA (86)

AMPARO CERVERA TAULET

ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL CONSUMIDOR EN LA UNIÓN EUROPEA (57)

ANA BRAVO

EL ETIQUETADO DE LA CARNE DE VACUNO BASADO EN LA TRAZABILIDAD DEL PRODUCTO (62)

ANA C. GÓMEZ MUÑOZ

LA FRANQUICIA COMO ALTERNATIVA PARA LAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA (23)

ANA CRISTINA GÓMEZ MUÑOZ

PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS TÍPICOS Y TERRITORIO (31)

PRODUCTOS TÍPICOS E INNOVACIÓN (38)

SIGNOS DISTINTIVOS EN PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS (45)

ANA FUSTER

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ARAGÓN (57)

ANA GOÑI

DISTRIBUCIÓN TEXTIL - ESPECIALIZACIÓN DE LA OFERTA Y NUEVAS TENDENCIAS DE LA DEMANDA (21)

ANA MARIA GUARDIOLA SORIANO

LA INDUSTRIA ALIMENTARIA Y SU VINCULACIÓN CON LOS MERCADOS EXTERIORES: UN ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE INTERNALIZACIÓN (88)

ANA MARÍA PANTOJA

TIEMPOS QUE FUERON (MERCADOS/LITERATURAS) (71)

ANA ONTIVEROS

TIENDAS DE SEGUNDA MANO - PRODUCTOS CON DOBLE VIDA (41)

ANA ROSSETTI

CADÁVERES EXQUISITOS (MERCADOS/LITERATURAS) (34)

ANA SUÁREZ VÁZQUEZ

ACTITUDES HACIA LA MODERNIZACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL MINORISTA (39)

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - CANTABRIA (54)

ANA VALENZUELA MARTÍNEZ

GESTIÓN POR CATEGORÍAS - DEFINICIÓN DE CATEGORÍA Y PLANIFICACIÓN EN FUNCIÓN AL ANÁLISIS DE ROLES (45)

ANA VICANDI

CRÓNICA DE UNA VISITA AL MERCADO CON VEINTICINCO NOTAS Y UN MAR (MERCADOS/LITERATURAS) (2)

ANABEL SIGUAN

COMERCIALIZACIÓN - EL PODER DE LA DISTRIBUCIÓN EN LA "CADENA" HORTOFRUTÍCOLA (22)

ANDRÉS CONESA FONTES

FUNDAMENTOS ECONÓMICAS DE LA REGULACIÓN DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN MATERIA DE COMERCIO INTERIOR (73)

ANDRÉS GARCÍA DE LA RIVA

EL FUTURO DE LOS MERCADOS MUNICIPALES (11)

ANDRÉS GARCÍA RECHE

LAS NUEVAS FORMAS COMERCIALES Y EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN (10)

ANDRÉS MONTES

UNA ESTRELLA ENTRE EL PESCADO (MERCADOS/LITERATURAS) (47)

ANDRÉS PROENSA

EL NUEVO MERCADO DEL VINO - EL

SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL SE ENFRENTA A LA REFORMA PROPUESTA POR LA UE (19)

ANDRÉS RODRÍGUEZ

LA CHICA DEL MERCADO (MERCADOS/LITERATURAS) (11)

OFERTA ESPECIALIZADA - GRANDES SUPERFICIES DE BRICOLAJE (15)

SECTOR CARNICO - EN LA RECTA FINAL DE LA HOMOLOGACIÓN EUROPEA (21)

ANDRÉU LLARGUES

PROYECTO "PAN 2000" (26)

ÁNGEL AGUDO SAN EMETERIO

ACTITUDES HACIA LA MODERNIZACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL MINORISTA (39)

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - CANTABRIA (54)

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - EL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN EN CANTABRIA (22)

ÁNGEL ALLUE

REFLEXIONES PARA UN DEBATE SOBRE EL MODELO DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL ESPAÑOL (27)

ÁNGEL CARRASCO PERERA

IMPLICACIONES COMPETENCIALES DE LA REGULACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA (47)

LEY DE ORDENACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA - JUICIO CRÍTICO DE UNA REFORMA (27)

ÁNGEL F. GARCÍA

BARAKALDO, MI AMOL (MERCADOS/LITERATURAS) (55)

ÁNGEL F. VILLAREJO RAMOS

EL COMPORTAMIENTO DE LOS JÓVENES FRENTE A LOS VINOS DE CALIDAD (37)

ÁNGEL FALDER RIVERO

AHORA SOY EL SEÑOR CHANG, NO LA PESTE AMARILLA (MERCADOS/LITERATURAS) (96)

ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA (92)

ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN ARAGÓN (95)

ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN CASTILLA - LA MANCHA (96)

ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN CASTILLA Y LEÓN (98)

ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN EL PAÍS VASCO (97)

ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN EXTREMADURA (93)

ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN LA REGIÓN DE MURCIA (94)

ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN LA RIOJA (99)

ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: ACEITE DE OLIVA Y ACEITUNA DE MESA (72)

ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: AGUAS MINERALES Y BEBIDAS REFRESCANTES (88)

- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: AZÚCARES Y MIELES (78)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: BEBIDAS ESPIRITUOSAS (86)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: CAFÉ, TÉ, CHOCOLATE E INFUSIONES (80)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: CARNES - PORCINO. AVICULTURA. EQUINO. OTRAS CARNES (74)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: CARNES - VACUNO. OVINO. CAPRINO. CONEJOS (73)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: CERVEZAS (87)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: ESPECIAS, HIERBAS AROMÁTICAS Y CONDIMENTOS (83)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: FRUTAS (69)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: FRUTAS (70)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: FRUTOS SECOS Y FRUTAS DESECADAS (77)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: HORTALIZAS (75)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: HORTALIZAS (76)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: HUEVOS (79)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS (67)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: LEGUMBRES, ARROCES Y PASTAS ALIMENTICIAS (68)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: PRODUCTOS DEL MAR Y DE LAS AGUAS CONTINENTALES (85)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: PRODUCTOS DEL MAR Y DE LAS AGUAS CONTINENTALES (84)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: PRODUCTOS DIETÉTICOS Y FUNCIONALES (91)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: SEMILLAS OLEAGINOSAS (90)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: TRIGO, HARINA Y PAN (66)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: TURRONES, MAZAPANES, MANTECADOS Y OTROS DULCES NAVIDEÑO (89)
- ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: VINOS Y PRODUCTOS VÍNICOS (71)
- ÁNGEL FERNÁNDEZ NOGALES**
1977-2006: 30 AÑOS DE EVOLUCIÓN DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA. UNA TRANSICIÓN DESDE EL INTERVENCIONISMO ESTATAL A LA ADMINISTRACIÓN DE LOS CANALES EN RED POR LAS GRANDES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN (100)
- ATRIBUTOS PARA EL ÉXITO DE UNA ZONA COMERCIAL: UNA EVIDENCIA EMPÍRICA EN EL MUNICIPIO DE GETAFE (95)
- ESTRUCTURA Y DISTRIBUCIÓN DE ESPACIO EN EL LINEAL - ESTRATEGIAS DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR EN ALIMENTACIÓN Y DROGUERÍA-PERFUMERÍA (45)
- FACTORES DE COMPETITIVIDAD DE LOS CENTROS COMERCIALES (95)
- LA IMAGEN DE LOS JÓVENES SOBRE EL PEQUEÑO COMERCIO (18)
- LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR Y EL CONSUMIDOR ESPAÑOL: UN ESTUDIO EMPÍRICO (77)
- LAS MARCAS DE PRIMER PRECIO: ¿SEGUNDAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR? (53)
- RED DE MERCAS - RESULTADOS DE UN ESTUDIO SOBRE COMPETITIVIDAD Y COMPETENCIA EN EL COMERCIO MAYORISTA DE ALIMENTOS PERECEDEROS (93)
- ÁNGEL GIL PASCUAL**
LA CONTRIBUCIÓN DE MERCASA AL SERVICIO PÚBLICO DE MERCADOS Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA (100)
- ÁNGEL HERRERO CRESPO**
COMERCIO EN LA RED - ¿OPORTUNIDAD COMERCIAL O ESPEJISMO EMPRESARIAL? (55)
- ÁNGEL JUSTE MATA**
100 NÚMEROS DE DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO (100)
- CENTRO COMERCIALES - EL OCIO EN EL NEGOCIO (1)
- MERCADOS MINORISTAS TRADICIONALES - LA REMODELACIÓN NECESARIA (11)
- ÁNGEL MARTÍN RUIZ**
EL POLLO, UN PRODUCTO CLARAMENTE DEFLACIONISTA (33)
- ÁNGEL MARTÍNEZ ROIZ**
PRODUCCIÓN DE CARNE EN CANTABRIA (33)
- ÁNGEL MILLÁN CAMPOS**
CONSUMO DE VINO - EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS (32)
- ÁNGEL MOZOS RAMÍREZ**
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO MAYORISTA DE PRODUCTOS PESQUEROS - DEL ASENTADOR TRADICIONAL A LAS EMPRESAS CON VOCACIÓN INTERNACIONAL (43)
- ANTÓN SAGARRA GARULO**
EL EXTRAVAGANTE (MERCADOS/LITERATURAS) (52)
- UN ARMARIO (MERCADOS/LITERATURAS) (62)
- ANTONI FABREGAT**
LOS MERCADOS MUNICIPALES EN BARCELONA (11)
- ANTONI SERRA CANTALLOPS**
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN BALEARES (21)
- GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ISLAS BALEARES (59)
- ANTONIO ANORO PASCUAL**
RESTRUCTURACIÓN, EXPORTACIONES Y CONTROL DE CALIDAD EN EL SECTOR CÁRNICO (3)
- ANTONIO BRUNA VALERIO**
LA FUNCIÓN MAYORISTA EN EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS (43)
- ANTONIO CALVO BERNARDO**
EL SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL - UNA VISIÓN DE CONJUNTO (23)
- MI MADRE Y EL MERCADO (MERCADOS/LITERATURAS) (17)
- ANTONIO CANCELO**
LA RELACIÓN ENTRE PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES (6)
- ANTONIO CARDOSO E CUNHA**
MERCADO ÚNICO Y DISTRIBUCIÓN (7)
- ANTONIO CASTAÑEDA**
FORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN (9)
- ANTONIO CHAMARRO MERA**
DÍEZ AÑOS DE ETIQUETA ECOLÓGICA EUROPEA (67)
- FACTORES DETERMINANTES DE LA ADOPCIÓN DE INTERNET COMO CANAL DE VENTA (69)
- LOS SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN INVERSA PARA LA RECUPERACIÓN DE RESIDUOS; SU DESARROLLO EN ESPAÑA (76)
- ANTONIO CIVIT**
EL FUTURO DEL TEXTIL EN LA CE (7)
- ANTONIO HIDALGO**
LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN EN CE (9)
- ANTONIO J. ARROYO**
ESTRATEGIAS DE CONTROL, CALIDAD Y SEGURIDAD EN CONFECARNE (68)
- ANTONIO JIMÉNEZ BARCA**
ROBO EN ARANJUEZ (MERCADOS/LITERATURAS) (41)
- ANTONIO LÓPEZ MORILLO**
COMERCIO AGRUPADO MUNICIPAL - EL EJEMPLO DE MADRID (11)
- ANTONIO M. ALONSO MIELGO**
CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS FRESCOS (84)
- ANTONIO MANZANARES**
NACIONALIZACIÓN DE ALMACENES - EL CASO "DAPER" (24)
- ANTONIO MOSCOSO SÁNCHEZ**
SISTEMAS DE VALORIZACIÓN Y PROYECCIÓN DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y ALIMENTARIOS EN LA UE (31)
- ANTONIO NAVARRO GARCÍA**
DISPOSICIÓN DEL PUNTO DE VENTA (68)
- ANTONIO PEQUEÑO**
COMERCIO ELECTRÓNICO - OPORTUNIDADES PARA LAS EMPRESAS Y LOS CLIENTES (41)
- ANTONIO SIURANA**
LOS MERCADOS MUNICIPALES ANTE EL RETO DE LA RENOVACIÓN (11)
- ANTONIO TEJON MUÑOZ**
EL VALOR AÑADIDO EN LA CADENA DE SUMINISTROS (38)
- ANTONIO TENDERO**
DIFERENCIAS EN LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES DE CARNE DE CORDERO (73)
- ANTONIO TREVIN**
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ASTURIAS (17)
- ANTONIO VÁZQUEZ COBO**
LA CALIDAD Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN LOS ACEITES DE OLIVA ANDALUCES (96)
- ARANCHÁ CUESTA**
SELECCIÓN DE SURTIDO Y GESTIÓN DE CATEGORÍAS (68)
- ARNE SORVIG**
PROMOCIÓN GENÉRICA DE PRODUCTOS PESQUEROS - LA EXPERIENCIA DE LOS PRODUCTOS DEL MAR DE NORUEGA (77)
- ARTUR BUDESCA**
DENOMINACIONES DE CALIDAD EN EL SECTOR PESQUERO - RESULTADOS DE LA EXPERIENCIA DEL "PEIX BLAU DE TARRAGONA" (43)
- ARTURO GIL**
COMPITIENDO EN EL MERCADO EUROPEO (3)
- ARTURO MOLINA COLLADO**
LOS SERVICIOS Y LAS ACTIVIDADES COMERCIAL Y TURÍSTICA EN CIUDADES HISTÓRICAS ESPAÑOLAS. EL CASO DE TOLEDO (61)
- MARKETING DE RELACIONES EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (90)
- NUEVAS TECNOLOGÍAS EN DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA (44)
- ASUNCIÓN BEERLI PALACIO**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ISLAS CANARIAS (59)
- ATAÚLFO SANZ**
ESPLÉNDIDA FELICIDAD (MERCADOS/LITERATURAS) (98)
- TODO POR UN PUESTO (MERCADOS/LITERATURAS) (66)
- AURELIO DEL PINO GONZÁLEZ**
EL MARCO NORMATIVO DEL COMERCIO INTERIOR EN ESPAÑA (73)
- LA NUEVA DIRECTIVA DE SERVICIOS Y SUS REPERCUSIONES EN LA ORDENACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (94)
- AURELIO SEGOVIA**
LAS GRASAS ESPAÑOLAS EN LA CE ANTES Y DESPUÉS DEL "STAND - STILL" (4)
- AURORA GARRIDO**
EXPERIENCIA ESPAÑOLA EN DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y SISTEMAS ARBITRALES (24)
- AZUCENA GRACIA**
EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN LA UNIÓN EUROPEA - UNA PERSPECTIVA REGIONAL (43)
- AZUCENA PÉNELAS LEGUÍA**
LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN ESPAÑA (58)

AZUCENA VICENTE MOLINA

EL CONSUMIDOR ECOLÓGICO - UN MODELO DE COMPARTIMENTO A PARTIR DE LA RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS DE LA EVIDENCIA EMPÍRICA (67)
IMPLICACIONES DE ASPECTOS ECOLÓGICOS SOBRE EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN (67)

BAUDILIO CAVADAS GORMAZ

LA SOLANA
(MERCADOS/LITERATURAS) (43)

BEATRIZ ISABEL VÁZQUEZ BELDA

ANÁLISIS DE PELIGROS Y PUNTOS DE CONTROL CRÍTICOS (APCC) (64)

BEATRIZ RONDA

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ITALIA - LA CONSTRUCCIÓN DEL FUTURO (15)

BEGOÑA ÁLVAREZ

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES Y PLANIFICACIÓN DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (94)

BELÉN IRAIZOZ APEZTEGUIA

DIFERENCIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO EN BASE A SU ORIGEN - EL CASO DE LA I.G.P. TERNERA DE NAVARRA (68)

BEN LOSA

SAN SALVADOR
(MERCADOS/LITERATURAS) (46)

BENITO ORIHUEL IRANZO

SEGURIDAD ALIMENTARIA EN ANECOOP - TRAZABILIDAD Y "NATURANE" (62)

BENJAMIN SIERRA DÍEZ

LOS EFECTOS DE LAS VARIABLES AMBIENTALES SOBRE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR (54)
PUBLICIDAD Y CONDUCTA DEL CONSUMIDOR - INDUCCIÓN CONDICIONADA DE PREFERENCIAS (51)

BERNARDO HERNÁNDEZ

ESTRATEGIAS DE CONTROL, CALIDAD Y SEGURIDAD EN CONFECARNE (68)

BLANCA DOMÉNECH CASARES

PLAZA DE LA LIBERTAD
(MERCADOS/LITERATURAS) (84)

BLANCA LUCENA COBOS

SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO (76)

BLAS VIVES SOTO

LOS CONCESIONARIOS DE AUTOMÓVILES - MERCADO DE OFERTA, COMPETENCIA Y FINANCIACIÓN (3)

CARLOS BALANDRON

LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES Y EL NEGOCIO DE LA DISTRIBUCIÓN (6)

CARLOS BARBACHANO

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EXTREMADURA - POLÍTICA COMERCIAL Y ACTUACIONES PÚBLICAS (20)

CARLOS CABRERA

COMO ASEGURAR EL ÉXITO DE UNA SUBCONTRATACIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS (24)

CARLOS COIDURAS

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA - EL DESCRUBRIMIENTO DEL MEDITERRÁNEO (49)

CARLOS FALCES

LOS EFECTOS DE LAS VARIABLES AMBIENTALES SOBRE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR (54)

CARLOS FALCO

EL VINO ESPAÑOL ANTE EL TERCER MILENIO (32)

CARLOS FERNÁNDEZ

EL PAN, MUCHO MAS QUE UN ALIMENTO (56)

CARLOS FLAVIAN BLANCO

CAMBIOS EN EL MERCADO DE TRABAJO - CLASIFICACIÓN DE OCUPACIONES EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (22)

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ARAGÓN - PERSPECTIVAS DE FUTURO (16)

EL CARÁCTER ESTRATÉGICO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL (9)

EL EMPLEO DE INTERNET COMO NUEVO CANAL DE DISTRIBUCIÓN: UN ANÁLISIS DE SUS PRINCIPALES VENTAJAS E INCONVENIENTES (72)

ESTRATEGIAS DETALLISTAS EN LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA (38)

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ARAGÓN (57)

PRODUCTOS CONSUMIDORES VERSUS PRODUCTOS AHORRADORES DE TIEMPO - UN ESTUDIO EXPLORATORIO (37)

CARLOS H.OLMOS

LA COMPRADORA
(MERCADOS/LITERATURAS) (1)

CARLOS HERNÁNDEZ OLMOS

COCINA MEDITERRÁNEA -LA HISTORIA NOS DA LA RAZÓN (50)

CARLOS IGLESIAS FERNÁNDEZ

LA TERCIALIZACION DEL EMPLEO COMO CAUSA DE LA EMERGENCIA DE NUEVAS FORMAS DE TRABAJO (58)

CARLOS J. RODRÍGUEZ RAD

EL COMPORTAMIENTO DE LOS JÓVENES FRENTE A LOS VINOS DE CALIDAD (37)

CARLOS MANUEL FRANCO ABUIN

ANÁLISIS DE PELIGROS Y PUNTOS DE CONTROL CRÍTICOS (APCC) (64)

CARLOS MEDIAVILLA GARCÍA

SONHOS (SUEÑOS)
(MERCADOS/LITERATURAS) (64)

CARLOS MENA

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ISLAS BALEARES (21)

CARLOS POLAINO

EL FUTURO DE LA GANADERÍA EN ESPAÑA (21)

CARLOS SÁNCHEZ REYES

EL PODER COMPENSADOR DE LOS CONSUMIDORES (2)

CARLOS TIO

INSTRUMENTOS DE DIFERENCIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN EL SECTOR DE LA CARNE DE VACUNO (68)

CARLOS VELASCO

PUBLICIDAD DE AGUAS, ZUMOS, REFRESCOS Y CERVEZAS (28)

CARLOTA LORENZO ROMERO

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES Y PLANIFICACIÓN DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (94)

CARMEN BERNÉ MANERO

APORTACIONES DESDE LA ECONOMÍA Y EL MARKETING AL DEBATE DE LOS HORARIOS COMERCIALES (88)

LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS EN EL MERCADO MINORISTA DE ALIMENTACIÓN (42)

CARMEN DÍAZ DE CERIO

DENOMINACIÓN DE CALIDAD TERNERA DE NAVARRA (33)

CARMEN ESCRIBA PÉREZ

INFLUENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SISTEMA AGROALIMENTARIO (69)

CARMEN FUENTES

EL CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS (99)

EL MODELO ALIMENTARIO EUROPEO (15)

CARMEN GARCÍA

DIFERENTES MODELOS DE CONSUMO DE ARROZ - EUROPA VS. ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA VS. FRANCIA (24)

HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE LEGUMBRES (25)

CARMEN GÓMEZ

LA GESTIÓN DEL SURTIDO POR "CATEGORÍAS DE PRODUCTOS"(24)

CARMEN PAZ

MARCO REGLAMENTARIO PARA LA CALIDAD EN EL SECTOR PESQUERO (27)

CARMEN PELIGROS

MÁRGENES BRUTOS Y COSTES DE COMERCIALIZACIÓN A TRAVÉS DE LAS TABLAS INPUT - OUTPUT Y LA ENCUESTA DE PRESUPUESTOS FAMILIARES (31)

CARMEN PÉREZ

MERCADO EDITORIAL Y HÁBITOS DE LECTURA - PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE LIBROS (17)

NADA MÁS SOLO QUE UN PERRO SOLO (MERCADOS/LITERATURAS) (15)

CARMEN RESINO

PARALELISMO
(MERCADOS/LITERATURAS) (76)

CARMEN SANTAMARÍA

LA COMPRA DEL PINTOR
(MERCADOS/LITERATURAS) (6)

CARMEN SUÁREZ BLANCO

POLÍTICA DE COMERCIO INTERIOR EN CASTILLA - LA MANCHA (18)

CARMEN VALOR

PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA Y HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES (89)

CATALINA ÁLVAREZ

LA CALIDAD DEL TRIGO (26)

CECILIA DÍAZ MÉNDEZ

¿QUE SIGNIFICA COMER BIEN? - UNA DESCRIPCIÓN DE LAS NORMAS ALIMENTARIAS GENERALES PRESENTES EN LOS MODELOS ALIMENTARIOS ESPAÑOLES (97)
DEL CONSUMO ALIMENTARIO A LA SOCIOLOGÍA DE LA ALIMENTACIÓN (60)

CELINA DE MANUEL

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS - CAMBIOS DE FONDO EN UN SECTOR LÍDER (40)
JEREZ - ESTRATEGIAS Y PERSPECTIVAS EN UN VINO DE CALIDAD (32)

CÉSAR BRAÑA PINO

LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES: UNA REALIDAD NECESARIA (2)

CÉSAR NIETO

UNA APLICACIÓN DSS (DECISION SUPPORT SYSTEM) PARA EL MERCADO DEL VINO (65)

CESÁREO GOICOECHEA

EL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL EN LA COMUNIDAD EUROPEA (2)
EL SECTOR VITIVINÍCOLA EUROPEO FRENTE AL RETO DEL MERCADO MUNDIAL (32)

CHEBIL ALI

ESCENARIO COMPETITIVO DEL SECTOR HORTÍCOLA ESPAÑOL (52)

CIRIACO VÁZQUEZ

NORMALIZACIÓN - FRUTAS Y HORTALIZAS - ¿DONDE ESTA EL ESLABÓN PERDIDO? (1)

CLARA DÍEZ ONECA

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN CATALUÑA - EVOLUCIÓN SECTORIAL Y ACTUACIONES PÚBLICAS (19)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - CATALUÑA (58)

CLARA MANZANO BEN

UNA NUEVA MADRUGADA (MERCADOS/LITERATURAS) (74)

CLAUDIO ARANZADI

INDUSTRIA, INFLACIÓN Y COMPETITIVIDAD (5)

CLAUDIO CABALEIRO VILLANUEVA

FUTURO DE LA ACUICULTURA EN ESPAÑA - EL EJEMPLO DEL CULTIVO DE LA OSTRA EN GALICIA (43)

CLEMENTE J. NAVARRO YAÑEZ

EL CONSUMERISMO CON RESPUESTA ACTIVA DE LOS CONSUMIDORES (74)

CLETO SÁNCHEZ VELLISCO

LAS SUGERENCIAS DE LA CARNE (21)

CONCHA GONZÁLEZ PIZARRO

CONTIGO EN LA DISTANCIA (MERCADOS/LITERATURAS) (40)
EL MERCADO MUSICAL EN ESPAÑA (46)

CONSEJO QUESADA LÓPEZ

FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CERVEZA - LA MADUREZ DEL MERCADO Y LOS CAMBIOS EN EL CONSUMO (5)

CONSTANCIO IBÁÑEZ CASANOVA

LAS UNIDADES ALIMENTARIAS Y

- LOS MERCADOS MUNICIPALES - PRINCIPIOS DE UNA MARCA DE CALIDAD (69)
- CONSUELO ESCOBAR**
TRES DÍAS DE PÁNICO (MERCADOS/LITERATURAS) (23)
- CONSUELO PEDRON GINER**
CRITERIOS BÁSICOS PARA UNA CORRECTA ALIMENTACIÓN INFANTIL (63)
- COROVADONGA ALDAMIZ - ECHEVARRIA GONZÁLEZ DE DURANA**
EL CONSUMIDOR ECOLÓGICO - UN MODELO DE COMPARTIMIENTO A PARTIR DE LA RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS DE LA EVIDENCIA EMPÍRICA (67)
- CRISTINA ARAGÓN AMONARRIZ**
ANÁLISIS SECTORIALES - DISTRIBUCIÓN COMERCIAL DE LAS PRENDAS DE VESTIR (62)
- CRISTINA CAMPAYO RODRÍGUEZ**
LOS SUPERMERCADOS Y SU ENTORNO EN LAS DISTINTAS ZONAS URBANAS (66)
- CRISTINA ITURRIOZ LANDART**
ANÁLISIS SECTORIALES - DISTRIBUCIÓN COMERCIAL DE LAS PRENDAS DE VESTIR (62)
- CRISTINA OLARTE PASCUAL**
LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)
- CRISTINA PÉREZ ARANGO**
CATERING - RESULTADOS DE UNA ENCUESTA SOBRE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE RESTAURACIÓN COLECTIVA EN SUS RELACIONES CON PROVEEDORES Y CLIENTES (28)
- CRISTINA SALINAS**
COMERCIO RURAL - PROPUESTAS PARA MEJORAR LAS CONDICIONES DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y OFERTA (96)
- CRISTINA SEGOVIA LÓPEZ**
ACCIONES DE INNOVACIÓN EN LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS HORTOFRUTÍCOLA (93)
- LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA EN LA EUROPA DE 15 + 10 (76)
- LAS ACTIVIDADES DE ACABADO DEL PRODUCTO Y AUXILIARES DE LA PRODUCCIÓN EN LA CADENA DE VALOR HORTOFRUTÍCOLA (98)
- CRISTINO ÁLVAREZ**
GASTRONOMÍA MEDITERRÁNEA LA HISTORIA NOS HA DADO LA RAZÓN (3)
- CRISTÓBAL GÓMEZ BENITO**
APROXIMACIÓN A LA SOCIOLOGÍA DE LA ALIMENTACIÓN - UN MAPA TEMÁTICO (97)
- DEL CONSUMO ALIMENTARIO A LA SOCIOLOGÍA DE LA ALIMENTACIÓN (60)
- DANIEL FELICIANO**
EL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS EN ESPAÑA, FRANCIA Y GRAN BRETAÑA (79)
- DANIEL RIVERA GÓMEZ**
PROTECCIÓN JURÍDICA DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR (45)
- DANIEL WAGMAN**
LOS LÍMITES DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO - VIVIR MEJOR CON MENOS (36)
- DAVID JIMÉNEZ CASTILLO**
LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA EN LA EUROPA DE 15 + 10 (76)
- DAVID MARTÍN-CONSUEGRA**
MARKETING DE RELACIONES EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (90)
- DAVID SERVERA FRANCÉS**
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN LOGÍSTICA (98)
- DAVID VERA**
CAFÉ - EL CONSUMO EN HOSTELERÍA IMPULSA EL MERCADO (56)
- HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO EN NAVIDAD (60)
- DELMIRO HERMIDA RODRÍGUEZ**
UN MODELO DE GESTIÓN AVANZADA E INTEGRADA DE LOS MERCADOS MUNICIPALES - LA EXPERIENCIA DE LOS MERCADOS MUNICIPALES (59)
- DIANA GAVILÁN BOUZAS**
ESPERANDO EN LA CAJA DEL HIPER (96)
- DIEGO R. CARRASCO HERNÁNDEZ**
INTERACCIÓN COMPETITIVA DE LAS FÓRMULAS COMERCIALES - FIDELIDAD AL FORMATO COMERCIAL DE LOS CONSUMIDORES (47)
- DIOSCORIDES CASQUERO VEGA**
LA DIFÍCIL FORMACIÓN DEL COMERCIANTE (40)
- DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO**
ESTUDIO DE DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO SOBRE SERVICIOS COMERCIALES Y HÁBITOS DE COMPRA (100)
- ESTUDIO DE DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO SOBRE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES (100)
- DOLORES M^a FRÍAS JAMILENA**
DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA - EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL (59)
- DULCE CHACÓN**
LA JATUCA (MERCADOS/LITERATURAS) (24)
- EDUARDO MOYANO ESTRADA**
EL CONSUMERISMO COM RESPUESTA ACTIVA DE LOS CONSUMIDORES (74)
- LA VERTEBRACIÓN INTERPROFESIONAL DEL SECTOR AGROALIMENTARIO EN ESPAÑA (96)
- EDURNE KOCH GARCÍA**
EL ALMA MENDIGA DEL ESPECIERO (MERCADOS/LITERATURAS) (68)
- EL TINGLADO (MERCADOS/LITERATURAS) (48)
- ELADIO PALOMINO**
EL MERCADO DE TRABAJO EN EL COMERCIO Y LA INDUSTRIA (6)
- ELENA ALIER**
LOS EFECTOS DE LAS VARIABLES AMBIENTALES SOBRE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR (54)
- ELENA CEBRIÁN CALVO**
LA DIVERSIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN COMO AMENAZA PARA LOS PRODUCTORES TRADICIONALES (22)
- ELENA DELGADO BALLESTER**
ELECCIÓN DEL LUGAR DE COMPRA DE MEDICAMENTOS Y PARAFARMACIA. SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA INTRA E INTERTIPO (59)
- ELENA ESPINOSA**
UN TIEMPO INTENSO, UN SECTOR BÁSICO (100)
- ELENA GARCÍA**
AGUAS ENVASADAS, ZUMOS, CERVEZAS Y BEBIDAS REFRESCANTES (52)
- ANÁLISIS DEL SECTOR DE PASTAS ALIMENTICIAS (36)
- ARROZ - EL CONSUMO SE MANTIENE AL ALZA (36)
- ARROZ - LA NORMALIDAD CLIMÁTICA CONFIRMA LA RECUPERACIÓN (48)
- EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE HELADOS EN ESPAÑA (34)
- PLATOS PREPARADOS Y PRECOCINADOS - UN SECTOR EN ALZA (42)
- PRODUCTOS CÁRNICOS - UN MERCADO ESTABLE (39)
- ELENA LÓPEZ DE COCA**
EL CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS (99)
- ELENA MAÑAS ALCÓN**
CONSUMO DE SERVICIOS EN LOS HOGARES ESPAÑOLES (58)
- ELENA MARGARETO BLÁZQUEZ**
TIENDAS DE DESCUENTO - NUEVO RETO PARA LA DISTRIBUCIÓN (41)
- ELENA MÁRQUEZ DE LA CRUZ**
LAS EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS EN LA BOLSA ESPAÑOLA (87)
- ELENA PISONERO**
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA - SITUACIÓN ACTUAL Y EXPECTATIVAS DE FUTURO (50)
- ELISA MARTÍN**
LA HORTOFRUTICULTURA ESPAÑOLA ANTE EL MERCADO ÚNICO HISTORIA DE UNA CRISIS (11)
- ELISA REVILLA GARCÍA**
ETIQUETADO DE ALIMENTOS - ANTECEDENTES, SITUACIÓN ACTUAL Y PROGRAMAS FUTUROS (25)
- ELVIRA F. MARTÍN**
RETRATO SOCIOLOGICO DE "MANITAS" Y "BRICOLADORES" (15)
- EMILIA GARCÍA ESCALONA**
ESPACIO CENTRAL Y ACTIVIDAD COMERCIAL (34)
- EMILIA LINARES AGUERA**
FERIAS COMERCIALES EN ESPAÑA - UN ANÁLISIS SECTORIAL (61)
- EMILIA MARTÍNEZ CASTRO**
1977-2006: 30 AÑOS DE EVOLUCIÓN DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA. UNA TRANSICIÓN DESDE EL INTERVENCIONISMO ESTATAL A LA ADMINISTRACIÓN DE LOS CANALES EN RED POR LAS GRANDES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN (100)
- EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN EN ORIGEN DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN FRESCO (98)
- LA IMAGEN DE LOS JÓVENES SOBRE EL PEQUEÑO COMERCIO (18)
- LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR Y EL CONSUMIDOR ESPAÑOL: UN ESTUDIO EMPÍRICO (77)
- RED DE MERCAS - RESULTADOS DE UN ESTUDIO SOBRE COMPETITIVIDAD Y COMPETENCIA EN EL COMERCIO MAYORISTA DE ALIMENTOS PERECEDEROS (93)
- EMILIO BAQUE DELAS**
ESTRATEGIAS DE FUTURO EN EL MERCADO DE CAFÉ (18)
- EMILIO BARCO ROYO**
CAMBIOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DEL VINO - ALGUNAS PREGUNTAS SOBRE EL ÉXITO DEL VINO AUSTRALIANO (80)
- CONSERVAS Y TRANSFORMADOS VEGETALES - EL DIFÍCIL EQUILIBRIO PRODUCCIÓN - INDUSTRIA - DISTRIBUCIÓN (11)
- CONSUMO RURAL Y CONSUMO DE "LO RURAL" (8)
- DE VIDES, VINOS, VIDUEÑOS Y PLANES ESTRATÉGICOS (92)
- DENOMINACIONES DE ORIGEN - LA INCIDENCIA DE LA LOCALIZACIÓN Y DESLOCALIZACIÓN (96)
- EL DEBATE EUROPEO SOBRE LA REFORMA DEL MERCADO DEL VINO (19)
- EL SECTOR VITIVINÍCOLA EN EL SIGLO XXI (65)
- ESTRATEGIAS DE FUTURO PARA EL MERCADO DEL VINO (13)
- FRUTAS Y HORTALIZAS - LA LIBERACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL, LA REFORMA LA PAC Y LOS HÁBITOS DE CONSUMO CONDICIONAN LA GESTIÓN DE UN NUEVO MERCADO (22)
- LA VISERA DE PROPAGANDA (21)
- NUEVAS TENDENCIAS EN EL CONSUMO DE VINO - ¿NOS ENCONTRAMOS REALMENTE ANTE UN AUMENTO CONSOLIDADO DE LA DEMANDA O SÓLO SE TRATA DE UN ESPEJISMO COYUNTURAL? (42)
- SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR CARNICO EN ESPAÑA DEL CORRAL A LA MESA (33)
- VINOS DE RIOJA LA DISTRIBUCIÓN COMO HERRAMIENTA PARA EQUILIBRAR OFERTA Y DEMANDA (2)
- EMILIO GAMIR**
CIUDAD Y COMERCIO (34)
- EMILIO RUZO SANMARTÍN**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - GALICIA (55)



www.botillodelbierzo.es



I.G.P.
Pimiento Asado
del Bierzo

www.pimientoasadodelbierzo.es



CONSEJO REGULADOR
DENOMINACIÓN DE ORIGEN
MANZANA REINETA
DEL BIERZO

www.manzanareinetadelbierzo.es



MARCA DE GARANTÍA
PERA CONFERENCIA
DEL BIERZO

www.peraconferenciadelbierzo.es



*Esencia
de Sabores*

Alimentos de Calidad del

Bierzo

ENRIC CANUT

EL RENACIMIENTO DEL QUESO ESPAÑOL (37)

ENRIQUE BERNAL JURADO

LAS TARJETAS BANCARIAS COMO MECANISMOS DE PAGO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO (55)

ENRIQUE BIGNE

EMOCIONES, SATISFACCIÓN Y LEALTAD DEL CONSUMIDOR EN ENTORNOS COMERCIALES (76)

ENRIQUE C. DÍEZ DE CASTRO

DISPOSICIÓN DEL PUNTO DE VENTA (68)

ENRIQUE CALDUCH

EL NUEVO MERCADO DEL VINO - EL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL SE ENFRENTA A LA REFORMA PROPUESTA POR LA UE (19)

ENRIQUE CASTAÑE

ESTRUCTURAS COMERCIALES EN PORTUGAL - LA CONSTRUCCIÓN DEL FUTURO (12)

ENRIQUE DUEÑAS

FRANQUICIAS - CRECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN HACIA LOS SERVICIOS (23)

ENRIQUE FLORES LÓPEZ

COMERCIO Y CONSUMO EN LA REGIÓN DE MURCIA - RECONVERSIÓN EN MARCHA (16)
LA RESPUESTA DE LOS CONSUMIDORES - RESULTADOS DE UN ESTUDIO EN LA REGIÓN DE MURCIA SOBRE LA ELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO COMERCIAL EN FUNCIÓN DEL TIPO DE PRODUCTO (20)

ENRIQUE GIL CALVO

LA APOTEOSIS DEL CONSUMO (30)

ENRIQUE GÓMEZ NAVARRO

CENTROS COMERCIALES -VENTAJAS COMPETITIVAS Y DISEÑO DEL FUTURO (18)

DESCUENTO DURO EN ESPAÑA - SITUACIÓN ACTUAL Y EXPECTATIVAS DE FUTURO (28)

INTEGRACIÓN CORPORATIVA EN LA DISTRIBUCIÓN DETALLISTA - ALTERNATIVAS DEL PEQUEÑO COMERCIO (13)

PANORAMA ACTUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN PORTUGAL (38)

TELEVENTA - DISTRIBUCIÓN A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN (22)

VENTA POR CATALOGO - EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO EN ESPAÑA (25)

ENRIQUE ORTEGA

LA FORMACIÓN DE POSTGRADO (9)

ENRIQUE ZARAGOZA

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - COMUNIDAD DE MADRID (15)

ENRIQUE MARTÍNEZ ROBLES

100 NÚMEROS DE DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO (100)

ESTEBAN LÓPEZ PLAZA

ACEITES Y GRASAS - LUCES Y SOMBRAS DE UN SECTOR ESTRATÉGICO (4)

CONSUMO - CERVEZAS, AGUAS Y REFRESCOS (5)

CONSUMO ALIMENTARIO EN NAVIDAD (30)

CONSUMO DE BEBIDAS - SUBEN AGUAS Y REFRESCOS. BAJAN CERVEZAS Y ZUMOS (28)

CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS - EL INICIO DE LA CUENTA ATRÁS (11)

CONSUMO DE LEGUMBRES EN ESPAÑA (25)

CONSUMO DE PRODUCTOS CONGELADOS Y PLATOS PREPARADOS (31)

DIETA ALIMENTARIA EN EL MUNDO RURAL - EL FINAL DE UN MITO (8)

EL CONSUMO DE PASTAS ALIMENTICIAS SIGUE CRECIENDO (29)

EVOLUCIÓN AL ALZA EN EL CONSUMO DE ARROZ (24)

FRUTAS Y HORTALIZAS - NUEVOS DESCENSOS EN EL CONSUMO Y ESTABILIDAD EN EL REPARTO DEL MERCADO (28)

FUERTE DESCENSO DEL CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA (30)

FUERTE DESCENSO DEL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS EN 1995 (27)

FUERTE RECUPERACIÓN EN EL CONSUMO DE PAN (26)

HÁBITOS DE CONSUMO EN NAVIDAD - LA ALIMENTACIÓN EN TIEMPOS DE FIESTA (7)

LA ESTADÍSTICA COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (29)

LA VENTA AMBULANTE DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS - UN NEGOCIO SOBRE RUEDAS (9)

LOS DERIVADOS LÁCTEOS COMPITEN CON LAS FRUTAS EN POSTRE - CONTINUA AUMENTANDO EL CONSUMO DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS (23)

NORMALIZACIÓN - FRUTAS Y HORTALIZAS - ¿DONDE ESTA EL ESLABÓN PERDIDO? (1)

ESTHER SÁNCHEZ

VENTA DIRECTA Y TELEMARKETING - EVOLUCIÓN DEL COMERCIO SIN TIENDA EN ESPAÑA (39)

EUGENIO ÁLVAREZ GÓMEZ

EL SECTOR CÁRNICO EN EXTREMADURA (33)

EVA MADRUGA

EL MERCADOR DE GALVANY (MERCADOS/LITERATURAS) (61)

EVA MADRUGA PÉREZ

POEMAS DEL MERCADO (MERCADOS/LITERATURAS) (51)

EVA MARTÍNEZ SALINAS

PRODUCTOS CONSUMIDORES VERSUS PRODUCTOS AHORRADORES DE TIEMPO - UN ESTUDIO EXPLORATORIO (37)

EVANGELINA ARANDA GARCÍA

ANÁLISIS DEL EMPLEO POR FORMAS COMERCIALES - ASALARIZACIÓN Y DISMINUCIÓN

DEL REFUGIO DE "AUTÓNOMOS" (44)

CASTILLA - LA MANCHA (52)

EL EMPLEO EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - CARACTERÍSTICAS Y TENDENCIAS (36)

EL TEJIDO SOCIAL DEL COMERCIO - CONTRIBUCIÓN AL MERCADO LABORAL (74)

FORMACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - SITUACIÓN ACTUAL Y BASES PARA UNA ESTRATEGIA DE FUTURO (40)

FORMACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - UN FACTOR ESTRATÉGICO EN LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE TRABAJO

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - CASTILLA - LA MANCHA (18)

LA POLÍTICA ECONÓMICA EN LAS RELACIONES PRODUCCIÓN- DISTRIBUCIÓN (17)

LOS HORARIOS EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - LA IMPORTANCIA DEL TIEMPO PARA CONSUMIDORES, EMPRESAS Y DECISORES PÚBLICO (64)

VÉRTIGO EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (49)

EVANGELOS PETER POUNGIAS

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EUROPA ORIENTAL - ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN DE LAS EMPRESAS OCCIDENTALES EN LOS PAÍSES DEL ESTE (8)

FABRIZIO CAROLI

PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE PASTAS ALIMENTICIAS EN ESPAÑA (29)

FAUSTINO DE LORENZO

REDESCUBRIR LOS MERCADOS (11)

FAUSTO LUCHETTI

EL ESCENARIO MUNDIAL DEL ACEITE DE OLIVA (4)

FÉLIX GOROSPE

CONSIDERACIONES SOBRE EL DISEÑO DE LOS PUNTOS DE VENTA MINORISTAS EN UNA ECONOMÍA GLOBALIZADA (54)

DENDANET - APUESTA

ELECTRÓNICA DE LOS COMERCIANTES VASCOS (35)

EL COMERCIO MINORISTA DEL PAÍS VASCO EN LA ENCRUCIJADA DE RENOVACIÓN (31)

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - EL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN EN EL PAÍS VASCO (14)

FERNANDO BALLESTERO

LA DIMENSIÓN EMPRESARIAL (4)

FERNANDO DÍAZ ALONSO

LA MODA QUE VIENE (7)

FERNANDO GARCÍA

DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE ALIMENTOS FRESCOS (53)

EL ACEITE DE OLIVA CONSOLIDA SU LIDERAZGO (49)

EL TOMATE PETULANTE (MERCADOS/LITERATURAS) (27)

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO

ALIMENTARIO - ANÁLISIS POR SECTORES - RESULTADOS POR PRODUCTOS DE LOS PANELES DE CONSUMO ALIMENTARIO DE 1997 (41)

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO ALIMENTARIO - PANELES DE 1997 CONFIRMAN QUE AUMENTA EL GASTO Y LA COMPRA DE ALIMENTOS; Y CRECE EL CONSUMO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN (40)

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS (47)

FRUTAS Y HORTALIZAS - CONSUMO EN HOGARES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (48)

FERNANDO GONZÁLEZ ASTORGA

ASTURIAS - LA DISTRIBUCIÓN ACELERA SU PROCESO DE MODERNIZACIÓN (52)

FERNANDO GONZÁLEZ LAXE

DIFERENCIACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS - RETOS ANTE LAS NUEVAS ESTRATEGIAS ALIMENTARIAS (89)
EL FUTURO DE LA ACUICULTURA EN ESPAÑA (9)

FERNANDO LOSADA PÉREZ

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - GALICIA (55)

FERNANDO MARTÍN-MÖNKEMÖLLER

UN MOMENTO CLAVE PARA EL SECTOR PESQUERO CANARIO (43)

FERNANDO MÉNDEZ DE ANDES

EL SOL SALE PARA TODOS (3)

FERNANDO MORALEDA

LAS CARENCIAS ESTRUCTURALES DEL SECTOR LÁCTEO EN ESPAÑA (6)
LOS AGRICULTORES ESPAÑOLES Y LA REFORMA DEL VINO (19)

FERNANDO PANIZO

CALIDAD Y DIVERSIFICACIÓN EN EL TURISMO ESPAÑOL (4)

FERNANDO PASCUAL

EL FUTURO DEL PORCINO - LOS ACUERDOS DEL GATT Y LA "PRIMERA" CARNE ESPAÑOLA (8)
NUESTRO GRAN FUTURO: LA EXPORTACIÓN DE PORCINO (33)
TIEMPO DE CAMBIOS 21

FERNANDO VILLENA CAÑAS

COOPERATIVISMO EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL (32)

FLORINDA CALVO

CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO Y SU INFLUENCIA EN EL SECTOR DE PANADERÍA (26)

FRANCESC MARIMON I SABATE

DIFUSIÓN Y DEFENSA DE LA DIETA MEDITERRÁNEA - UNA RESPONSABILIDAD DE TODOS (71)

FRANCESC XAVIER MARIMON

EL PRESENTE Y EL FUTURO DE LA PESCA EN CATALUÑA (43)
EL SECTOR CÁRNICO EN CATALUÑA (33)

FRANCISCO AMARILLO

CONSUMO RURAL, TRADICIÓN CULTURAL Y MODERNIDAD (8)
EL SECTOR AGROALIMENTARIO EN EXTREMADURA (3)

FRANCISCO BAREA BAREA

LA CALIDAD Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN LOS ACEITES DE OLIVA ANDALUCES (96)

FRANCISCO BENJAMÍN COBO QUESADA

AGRICULTURA ECOLÓGICA EN ESPAÑA - LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING, CLAVES PARA EL ÉXITO (51)

LA AGRICULTURA ECOLÓGICA ANTE LA GRAN DISTRIBUCIÓN (60)

FRANCISCO BORRAS ESCRIBÁ

LOS PROCESOS DE COMPRVENTA DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS EN LOS MERCADOS EN ORIGEN: EL CASO DE LA REGIÓN DE MURCIA (98)

FRANCISCO CÁCERES CLAVERO

SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO (76)

FRANCISCO JAVIER DE LA BALLINA BALLINA

ASTURIAS - LA DISTRIBUCIÓN ACELERA SU PROCESO DE MODERNIZACIÓN (52)

FRANCISCO JAVIER MIRANDA GONZÁLEZ

FACTORES DETERMINANTES DE LA ADOPCIÓN DE INTERNET COMO CANAL DE VENTA (69)

FRANCISCO JAVIER MONTORO RÍOS

PRODUCTOS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA Y SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN: PERFILES DE CONSUMIDOR (87)

FRANCISCO JAVIER RONDAN CATALUÑA

ESTRATEGIA DE PRECIOS SIEMPRE BAJOS - VENTAJAS E INCONVENIENTES (71)

FRANCISCO JAVIER SOBRINO

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN CATALUÑA - EVOLUCIÓN SECTORIAL Y ACTUACIONES PÚBLICAS (19)

FRANCISCO JOSÉ MAS RUIZ

EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA (87)

FRANCISCO LAVAO

PRESENCIA ESPAÑOLA EN EL ESTE DE EUROPA - LA EXPERIENCIA PIONERA DE SUPERMERCADOS "SYP" EN PRAGA (8)

FRANCISCO MARTÍN ROJAS

EL PAPEL DE LOS MERCADOS MUNICIPALES COMO DINAMIZADORES DEL CASCO HISTÓRICO DE LAS CIUDADES (44)

POTENCIACIÓN DE LOS CENTROS URBANOS COMO ESPACIOS COMERCIALES ABIERTOS (41)

FRANCISCO MOMBIELA

POSICIÓN COMPETITIVA DEL SECTOR INDUSTRIAL PESQUERO (20)

FRANCISCO MONTERO LABERTI

AVENTURAS Y DESVENTURAS DE LA OLEICULTURA ESPAÑOLA EN LA UNIÓN EUROPEA (30)

FRANCISCO MONTIJANO GUARDIA

SECTOR ASEGURADOR - DEMANDA Y CONSUMO (64)

FRANCISCO MUÑOZ LEVIA

PRODUCTOS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA Y SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN: PERFILES DE CONSUMIDOR (87)

FRANCISCO PASCUAL

EL PAPEL DEL COMERCIO MAYORISTA EN LA APLICACIÓN DE TRAZABILIDAD (79)

FRANCISCO RODRÍGUEZ

SECTOR LÁCTEO EL RETO DE LA COMPETITIVIDAD (3)

FRANCISCO SERRANO

EL SISTEMA COMERCIAL DE ANDALUCÍA - ESTRUCTURAS EN PROCESO DE CAMBIO (14)

FRANCISCO SINEIRO GARCÍA

MODELO ESPAÑOL DE PRODUCCIÓN LECHERA - LA EXPLOTACIÓN FAMILIAR EN LA CORNISA CANTÁBRICA (23)

FRANCISCO TRUYOLS

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ISLAS BALEARES (21)

GABINO MARTÍN TORAL

TODO COMENZÓ EN UN CARRETE (MERCADOS/LITERATURAS) (95)

ENTRE MERLUZAS Y PRINCESAS (MERCADOS/LITERATURAS) (81)

GABRIEL ESCARRER

EL SECTOR HOTELERO EN ESPAÑA - LA EVOLUCIÓN INEVITABLE (4)

GABRIEL HIERRO

FRÍO HELADO (MERCADOS/LITERATURAS) (63)

GABRIEL OCAÑA

¿QUÉ ESTÁ PASANDO CON EL CONSUMO DE PESCADO? (43)

CONSUMO Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS (27)

LA TRAZABILIDAD EN LOS PRODUCTOS DE LA PESCA (62)

GABRIEL YRAVEDRA

LA OFICINA INTERNACIONAL DEL VINO ANTE LOS PROBLEMAS ACTUALES DEL SECTOR (2)

GEMA GARCÍA FERRER

COMERCIO ESPECIALIZADO: VARIABLES ESTRATÉGICAS Y POSICIONAMIENTO (54)

GERARD TAIEB

CENTROS COMERCIALES - APROVECHAR LA CRISIS PARA PREPARAR EL FUTURO (10)

CENTROS COMERCIALES EN EUROPA - TENDENCIAS PARA FIN DE SIGLO (3)

GERMÁN UBILLOS ORSOLICH

EL ABUELO (MERCADOS/LITERATURAS) (90)

EL JUGADOR (MERCADOS/LITERATURAS) (69)

EL VIOLINISTA (MERCADOS/LITERATURAS) (30)

GLORIA BERENGUER CONTRÍ

CRITERIOS PARA CONFECCIONAR LA CARTA DE VINOS DEL RESTAURANTE (98)

LOS NIÑOS Y LOS JUGUETES - CONDUCTA DE COMPRA Y ACTITUD ANTE EL JUEGO (8)

GONZALO DÍAZ MENESES

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ISLAS CANARIAS (59)

GONZALO MENÉNDEZ

RELACIONES LABORALES Y EVOLUCIÓN DEL EMPLEO (6)

GRABIEL CAÑELLAS FONS

LIBERTAD DE COMERCIO Y CALIDAD DE VIDA EN BALEARES (21)

GRACIELA KOSIAK DE GESUALDO

PANORAMA DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA EN ARGENTINA (44)

GREGORIO PLANCHUELO SAINZ

ADECUACIÓN A LA NORMATIVA CONSUMERISTA DE LA CE - RESPONSABILIDAD FRENTE A DAÑOS CAUSADOS POR PRODUCTO DEFECTUOSOS (10)

EL ARBITRAJE EN EL ÁMBITO INMOBILIARIO (26)

LA COMUNIDAD EUROPEA Y LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR (5)

MERCADO ÚNICO EUROPEO

GARANTÍAS PARA EL LIBRE TRANSITO DE PRODUCTOS (14)

PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LOS SERVICIOS BANCARIOS (23)

GUILLERMO DE RUEDA

EL COMPROMISO DE CARREFOUR CON LA SOCIEDAD ESPAÑOLA (54)

GUILLERMO GRAELL

EL MUNDO DE LAS FIBRAS QUÍMICAS (7)

GUILLERMO MARAVER TARIFA

ANDALUCÍA. EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y ESTRUCTURA DE LA OFERTA. COMPOSICIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA (53)

GUILLERMO MARIN PÉREZ TABERNERO

CARNE DE MORUCHA EL MERCADO DE LAS CARNES (33)

HÉCTOR GARCÍA ARIAS

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - CASTILLA Y LEÓN (17)

HÉCTOR SAINZ

AGUAS, CERVEZAS Y REFRESCOS - UN CONSUMO MARCADO POR LA ESTACIONALIDAD Y EL CLIMA (34)

ALIMENTOS CON HISTORIA - ALIMENTOS DE CALIDAD (31)

ALIMENTOS Y BEBIDAS CON DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DISTINTIVOS DE CALIDAD - BALANCE Y PERSPECTIVAS (64)

EL DESPEGUE DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA (94)

LA ACTITUD DE LOS CONSUMIDORES ANTE LOS VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN (55)

LOS ESPAÑOLES Y EL QUESO (67)

VENTA AMBULANTE EN ESPAÑA - OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (29)

HIGINI BARRUFET

EVOLUCIÓN DEL COMERCIO MAYORISTA DE PESCADO. LA NECESIDAD DE ADAPTACIÓN PERMANENTE (20)

IDELFONSO GRANDE ESTEBAN

CONSUMIDORES DE LA TERCERA EDAD. ¿UN SEGMENTO O MUCHOS? (45)

EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES POR GRUPOS DE EDAD - IMPLICACIONES SOBRE EL DISEÑO DEL MIX DE MARKETING (12)

IGNASI FAURA VENTOSA

LA TRANSPARENCIA DEL MERCADO Y LOS CONSUMIDORES (48)

IGNACIO A. RODRÍGUEZ - DEL BOSQUE

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ASTURIAS - EN BUSCA DE EFICIENCIA Y COMPETITIVIDAD (17)

IGNACIO ARANDA

EL SOL SALE PARA TODOS (MERCADOS/LITERATURAS) (20)

IGNACIO ATANCE

INTRUMENTOS DE DIFERENCIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN EL SECTOR DE LA CARNE DE VACUNO (68)

IGNACIO CRUZ ROCHE

ACTUACIONES PÚBLICAS PARA ARTICULAR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN - PLAN MARCO DE MODERNIZACIÓN DEL COMERCIO INTERIOR (23)

ESTANCAMIENTO DE LAS VENTAS DE LAS GRANDES SUPERFICIES Y RELACIONES ENTRE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (27)

EVALUACIÓN DE LOS PROBLEMAS DEL COMERCIO - UN ENFOQUE COMPETITIVO (31)

LA POLÍTICA COMERCIAL EN ESPAÑA (91)

LA REGULACIÓN DE LOS HORARIOS COMERCIALES (77)

LA VALORACIÓN DE LAS REVISTAS DE MARKETING ESPAÑOLAS (61)

LA VENTA A PERDIDA EN LAS RELACIONES FABRICANTE-DISTRIBUIDOR (33)

PRECIOS Y MÁRGENES EN LA CADENA DE VALOR DE LOS PRODUCTOS FRESCOS: INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA (100)

UNIDAD DE MERCADO Y REGULACIÓN AUTONÓMICA EN EL COMERCIO MINORISTA (50)

IGNACIO GARCÍA MAGARZO

REGULACIÓN COMERCIAL: EL RETO DE LA COOPERACIÓN (73)

IGNACIO J. SARDIÑAS & ISA SANTIESTEBAN

EN JERÓNIMO Y EL CALAMAR (MERCADOS/LITERATURAS) (36)

IGNACIO PESQUERA

TENDENCIAS DE FUTURO EN LA INDUSTRIA (27)

IGNACIO REDONDO BELLÓN

COMO Y PARA QUE IDENTIFICAR A LOS "NO-COMPRADORES" (42)

LA IMPARABLE DIFUSIÓN DE LOS ALIMENTOS Y LOS PRODUCTOS DE LIMPIEZA ENVASADOS (58)

IGNACIO RODRÍGUEZ DEL BOSQUE

ACTITUDES HACIA LA MODERNIZACIÓN DEL SECTOR

COMERCIAL MINORISTA (39)
COMERCIO EN LA RED -
¿OPORTUNIDAD COMERCIAL O
ESPEJISMO EMPRESARIAL? (55)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA - CANTABRIA (54)

ILUMINADA OLIVARES

“MERCHANDISING” EN CENTROS
COMERCIALES. LA MEZCLA
COMERCIAL Y LAS CLAVES DEL
ÉXITO (2)
CENTROS COMERCIALES - TODOS
PUEDEN CONVIVIR SIEMPRE QUE
EVOLUCIONEN (48)

INES PÉREZ - SOBA AGUILAR

LAS EMPRESAS DE ALIMENTACION
Y BEBIDAS EN LA BOLSA
ESPAÑOLA (87)

INMACULADA BUENDÍA MARTÍNEZ

COMERCIO JUSTO - LA ÉTICA EN
LAS RELACIONES COMERCIALES
DENTRO DE UN ENTORNO
GLOBALIZADO (56)

IÑAKI ASQUIAZU

PRODUCTOS CARNICOS CON LABEL
VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA
(33)

IÑAKI ORMAZA

LAS RELACIONES PRODUCCION
ALIMENTARIA/ DISTRIBUCION - EL
DOMINIO DE LOS FABRICANTES (6)

IÑIGO DE ARANZADI

MAÑANA DE MERCADO
(MERCADOS/LITERATURAS) (5)

IÑIGO JAUREGUI EZQUIBELA

LOS ALIMENTOS COMO SEÑAS DE
IDENTIDAD - PATRONES
CULTURALES Y ALIMENTICIOS. EL
EJEMPLO DE LA RIOJA (62)

IRATXE BERRIOZABAL

EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL
(CMI) (68)

IRENE GIL SAURA

CRITERIOS PARA CONFECCIONAR
LA CARTA DE VINOS DEL
RESTAURANTE (98)
DISTRIBUCIÓN DETALLISTA EN LA
CE EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS DE
FUTURO (10)
DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO EN LA
COMUNIDAD VALENCIANA -
RESPUESTAS PARA UN NUEVO
ESCENARIO (15)
GEOGRAFÍA COMERCIAL EN
ESPAÑA - UNIVERSIDAD DE
VALENCIA (54)
LOCALIZACIÓN COMERCIAL -
HERRAMIENTA CLAVE PARA EL
COMERCIO MINORISTA (20)
LOS NIÑOS Y LOS JUGUETES -
CONDUCTA DE COMPRA Y ACTITUD
ANTE EL JUEGO (8)
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN
Y LA COMUNICACIÓN EN LA
GESTIÓN LOGÍSTICA (98)
TENDENCIAS DE LA INVESTIGACIÓN
EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN
ESPAÑA (61)

IRENE HERRANZ

EL MERCADO DE
ELECTRODOMÉSTICOS SE ORIENTA
- HACIA LOS PRODUCTOS CON
PRECIOS MAS BAJOS (31)

PERFUMERÍA Y COSMÉTICA - UN
VALOR SEGURO (29)
PRODUCTOS DE CONSUMO
INFANTIL - UN MERCADO CON
FUERTE ESTANCAMIENTO (27)
PRODUCTOS PARA LA LIMPIEZA
DEL HOGAR -MAS VENTAS. MENOS
VALOR (32)

TEXTIL Y CONFECCIÓN - EL
DESCENSO DEL CONSUMO
ENSOMBRECE EL FUTURO (28)

ISABEL BARDAJÍ AZCÁRATE

INSTRUMENTOS DE
DIFERENCIACIÓN DE LA
PRODUCCIÓN EN EL SECTOR DE LA
CARNE DE VACUNO (68)
TENDENCIAS EN EL MERCADO
ESPAÑOL DEL VINO (78)

ISABEL BENITO GARCÍA

EFFECTOS DE LA APLICACIÓN DE
TRAZABILIDAD Y LA NORMATIVA DE
HIGIENE EN LA CADENA DE
PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS (79)

ISABEL BUIL CARRASCO

INFLUENCIA DE LOS HÁBITOS DE
COMPRA EN LA RESPUESTA DEL
CONSUMIDOR ANTE LAS
PROMOCIONES (94)

ISABEL DE FELIPE

LA CADENA ALIMENTARIA EN
ESPAÑA: RETOS Y PERSPECTIVAS
(90)

ISABEL FRASQUET PONS

DIETA MEDITERRÁNEA - ASPECTOS
NUTRICIONALES (50)

ISABEL MARÍA CAZORLA LÓPEZ

FERIAS COMERCIALES EN ESPAÑA -
UN ANÁLISIS SECTORIAL (61)

ISAURA LEAL FERNÁNDEZ

FUNCIÓN DEL COMERCIO EN LA
REHABILITACIÓN DE LOS CASCOS
ANTIGUOS - LOS MERCADOS
MUNICIPALES DE ABASTOS (34)

ISMAEL DÍAZ YUBERO

CONSUMO ALIMENTARIO (32)
EL VINO EN LA COMUNICACIÓN
(71)
LAS CARNES DE VACUNO DE
CALIDAD GARANTIZADA (68)
LOS ALIMENTOS EN SU TIEMPO
(55)
LOS NUEVOS ALIMENTOS (67)
NUESTRA DIETA. COMPOSICIÓN Y
FUTURO (61)
SABORES DE ARAGÓN (95)
SABORES DE CASTILLA - LA
MANCHA (96)
SABORES DE CASTILLA Y LEÓN
(98)
SABORES DE EXTREMADURA (93)
SABORES DE LA RIOJA (99)
SABORES DE MURCIA (94)
SABORES DEL PAÍS VASCO (97)
VINOS DE MADRID UN TOQUE DE
DISTINCIÓN (2)

IVES JOUCHOUX

ACUERDO CE-JAPÓN, MAS QUE
POCO CLARO, MUY OSCURO (3)

J. OLIVARES

CENTROS COMERCIALES EN
ESPAÑA. EL DEBATE DE LOS
HORARIOS Y LAS PREVISIONES DE

SATURACIÓN (18)
HORARIOS COMERCIALES LOS
TÉRMINOS DEL DEBATE (13)

JACINTO MARTÍNEZ RIOJA

QUINCE PREGUNTAS BÁSICAS
SOBRE OUTSOURCING Y
FORMACIÓN LOGÍSTICA (38)

JACOBO GARCÍA DURAN

COMERCIO Y REGULACIÓN (73)
APLICACIONES DEL COMERCIO
ELECTRÓNICO EN EL COMERCIO
MINORISTA TRADICIONAL (55)

JACQUES TRIENEKENS

LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y
SEGURIDAD EN LA CADENA
ALIMENTARIA INTERNACIONAL (91)

JAIME DE PABLO VALENCIANO

OFERTA Y DEMANDA EN EL
COMERCIO INTERNACIONAL DE
FRUTAS Y HORTALIZAS (70)
LAS ALHÓNDIGAS: PASADO,
PRESENTE Y FUTURO (66)

JAIME GALLARDO ALAMILLO

EN UN DÍA DE VERANO
(MERCADOS/LITERATURAS) (85)

JAIME MARTÍNEZ VALDERRAMA

UNA APLICACIÓN DSS (DECISIÓN
SUPPORT SYSTEM) PARA EL
MERCADO DEL VINO (65)

JAIME MORO

CONSUMIDORES ORGANIZADOS LA
UNIÓN HACE LA FUERZA (2)
LEGISLACIÓN SOBRE CONSUMO -
LA EXPERIENCIA ESPAÑOLA (5)

JAIME ROMERO DE LA FUENTE

EL COSTE DE LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS
PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN
FRESCOS85

JAUME BLANCAFORT

ESTRATEGIAS DE CONTROL,
CALIDAD Y SEGURIDAD EN
CONFECARNE (68)

JAVIER ALONSO

EL “NUEVO” CONSUMIDOR
ESPAÑOL - EL IMPULSO DE
COMPRAR Y LA ESTRATEGIA
EMPRESARIAL EN DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL (4)

JAVIER ANGELINA

LA PROTECCIÓN DE LOS
DERECHOS DE LOS
CONSUMIDORES EN ESPAÑA (2)

JAVIER ARIAS BAL

AL FROIZ Y SEE THE REPUGNANCE,
O EL BESUGO Y LA RÉMORA
(MERCADOS/LITERATURAS) (91)

JAVIER AZPIAZU

DEMANDA DE SERVICIOS
COMERCIALES-ANÁLISIS DE LAS
PREFERENCIAS DE LOS
CONSUMIDORES (22)
IMAGEN DE LOS
ESTABLECIMIENTOS Y CAPTACIÓN
DE CLIENTELAS LA CONDUCTA DE
PATRONAZGO (4)

JAVIER CASARES RIPOL

ANÁLISIS DEL EMPLEO POR
FORMAS COMERCIALES -
ASALARIZACIÓN Y DISMINUCIÓN
DEL REFUGIO DE “AUTÓNOMOS”
44

ANOCHÉ SOÑE QUE VOLVÍA A
MANDELEY (81)

CAMBIOS GENERACIONALES (22)
COMERCIO ELECTRÓNICO - UNA
VISIÓN DISTINTA AUNQUE NO MUY
DISTANTE (41)

COMERCIO, OCIO Y TURISMO - UN
TRIANGULO RELEVANTE EN EL
TIEMPO DE LOS CONSUMIDORES
(61)

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - LA
ACELERACIÓN DEL CAMBIO (1)
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL NUEVA
EN UN MUNDO NUEVO - FORMAS
DE COMPETENCIA (12)

DISTRIBUCIÓN E INFLACIÓN -
COMPETENCIA, PRECIOS Y
MÁRGENES COMERCIALES (5)
DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO. CIENTOS
NÚMEROS DE AURORA BOREAL Y
PERIPECIA EMOCIONAL (100)

EL COMERCIO ELECTRÓNICO.
LUCES Y SOMBRAS (55)

EL COMERCIO EN LA LITERATURA
“VENDER Y ESCRIBIR”
(MERCADOS/LITERATURAS) (50)

EL EMPLEO EN LA DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL - CARACTERÍSTICAS Y
TENDENCIAS (36)

EL HORROR VACUÍ EN LA
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL -
VARIEDAD DE LEGISLACIONES (73)
EL NUEVO PAISAJE DEL CONSUMO
(70)

EL PAPEL DE LOS MERCADOS
MUNICIPALES EN LA
VERTEBRACIÓN ECONÓMICA Y
SOCIAL DE LAS CIUDADES (44)
EL TEJIDO SOCIAL DEL COMERCIO -
CONTRIBUCIÓN AL MERCADO
LABORAL (74)

ELABORACIÓN DE LA POLÍTICA
COMERCIAL - UN MARCO
ARTÍSTICO (91)

EMPLEO EN DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL - POLÍTICAS
SECTORIALES EN ESPAÑA Y EN
OTROS PAÍSES (36)

EXPANSIÓN DEL SECTOR DE
HOTELES, RESTAURANTES Y
CAFETERÍAS ANÁLISIS DE LOS
FACTORES DE CAMBIO (26)

INNOVACIÓN Y ADAPTACIÓN EN
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - IDEAS
NUEVAS EN “ODRES” VIEJOS (27)

INTERRELACIÓN DE LOS SERVICIOS
FINANCIEROS Y DISTRIBUTIVOS EN
UNA ECONOMÍA TERCIALIZADA (23)
LA ECONOMÍA DEL AUTOMÓVIL EN
LA CE LOS RETOS DE LA
INTEGRACIÓN EUROPEA (3)

LA INNOVACIÓN EN LA
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - EL
PAPEL DE MERCASA Y LA RED DE
MERCAS (66)

LA RESPUESTA DE LOS MERCADOS
MUNICIPALES MINORISTAS A LAS
NUEVAS FORMAS DE COMERCIO
(59)

LOS HÁBITOS DE COMPRA DE LOS
INMIGRANTES EN ESPAÑA (80)

LOS HORARIOS EN LA
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - LA
IMPORTANCIA DEL TIEMPO PARA

- CONSUMIDORES, EMPRESAS Y DECISORES PÚBLICO (64)
- LOS MERCADOS MAYORISTAS - RUEDA CATALINA DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL ALIMENTARIA (72)
- LOS MERCADOS MINORISTAS COMO VALOR DE LAS CIUDADES (84)
- LOS MERCADOS MUNICIPALES Y EL FUTURO DE LAS CIUDADES (69)
- LOS PRECIOS DETALLISTAS DE PRODUCTOS BÁSICOS (75)
- MERCADOS MINORISTAS TRADICIONALES - SITUACIÓN ACTUAL ALTERNATIVAS DE ACTUACIÓN (32)
- MERCADOS MUNICIPALES: UN SERVICIO PÚBLICO QUE AUNA TRADICIÓN Y MODERNIDAD (97)
- NIVELES DE PRECIOS EN DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA Y DROGUERÍA - ANÁLISIS POR PRODUCTOS, ESTABLECIMIENTOS Y CIUDADES (84)
- OBSERVATORIO DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (35)
- PLANTEAMIENTOS DE POLÍTICA LABORAL EN COMERCIO INTERIOR - UN ENFOQUE DE MODERNIZACIÓN CON EMPLEO (36)
- POLÍTICA DE COMERCIO INTERIOR - REGULACIÓN PÚBLICA, INTERESES SECTORIALES Y CALIDAD DE VIDA (17)
- RED DE MERCAS - RESULTADOS DE UN ESTUDIO SOBRE COMPETITIVIDAD Y COMPETENCIA EN EL COMERCIO MAYORISTA DE ALIMENTOS PERECEDEROS (93)
- UN CÁLIDO MERCADO EN UN FRÍO DÍA DE INVIERNO (MERCADOS/LITERATURAS) (73)
- UNA NOTA, EN ESCORZO Y BREVE, SOBRE LA IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA DE LAS MARCAS (45)
- VÉRTIGO EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (49)
- JAVIER CASTRESANA**
- EL DISEÑO EN LOS CENTROS COMERCIALES. EVOLUCIÓN O SALTO GENERACIONAL (2)
- NUEVAS CONCEPCIONES DEL URBANISMO COMERCIAL (48)
- URBANISMO, COMERCIO Y CENTRO CIUDAD - RELACIONES DIFÍCILES (34)
- JAVIER CEBOLLADA PASCUAL**
- LA GESTIÓN DE LOS PRECIOS Y PROMOCIONES EN LA EMPRESA MINORISTA (33)
- JAVIER DE PAZ**
- CRITERIOS DE LA ADMINISTRACIÓN PARA LA REGULACIÓN Y MODERNIZACIÓN DEL COMERCIO (17)
- JAVIER DE VILLAS**
- DROGUERÍA Y PERFUMERÍA - DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL (11)
- JAVIER FORCADA**
- EUROCONSUMIDOR - ¿MITO O REALIDAD? (14)
- JAVIER GÓMEZ NAVARRO**
- GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA (13)
- JAVIER GONZÁLEZ BENITO**
- IMPLANTACIÓN DE PRÁCTICAS LOGÍSTICAS MEDIOAMBIENTAL (88)
- JAVIER LANDA**
- EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS COMERCIALES (10)
- JAVIER MORALES ORTIZ**
- OBSERVACIONES DE BESUGO (MERCADOS/LITERATURAS) (29)
- JAVIER OUBIÑA BARBOLLA**
- ANÁLISIS DE LAS CUENTAS DE RESULTADOS DE LAS EMPRESAS MINORISTAS DE BIENES DE GRAN CONSUMO (49)
- ECR O RESPUESTA EFICIENTE AL CONSUMIDOR (63)
- INFLUENCIA DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR EN LAS RELACIONES FABRICANTE - DISTRIBUIDOR (53)
- LA PERCEPCIÓN DE PRECIOS DE LOS CONSUMIDORES IMPLICACIONES PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS MINORISTAS (33)
- LOGÍSTICA: LA ASIGNATURA PENDIENTE EN MATERIA DE GESTIÓN (63)
- JAVIER PÉREZ**
- LA PERFUMERÍA LUCHA POR MANTENER SU IDENTIDAD (29)
- PERFUMERÍA Y COSMÉTICA DE ALTA SELECCIÓN - ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN PARA UN CONSUMO DE "LUJO" (11)
- JAVIER PUIG DE LA BELLACASA**
- CONSECUENCIAS DE LA APLICACIÓN DE LA LEY DE ENVASES - ¿QUE DEBEN HACER LOS EMPRESARIOS ENVASADORES? (39)
- ENVASADOS, RESIDUOS Y MEDIO AMBIENTE (5)
- TRASPOSICIÓN DE LA DIRECTIVA DE LA UNIÓN EUROPEA - CAMBIOS EN LA NORMATIVA SOBRE ENVASES Y RECICLADO (27)
- JAVIER RICO**
- TÍA FELI, DUEÑA DE UNA CASQUERÍA (MERCADOS/LITERATURAS) (37)
- JAVIER RODRÍGUEZ LOSADA**
- VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA FRANQUICIA PARA EL FRANQUICIADOR, EL FRANQUICIADO Y EL MERCADO (43)
- JAVIER SAGARNA**
- EL TREN (MERCADOS/LITERATURAS) (99)
- JAVIER SAMPER CIMORRA**
- CARNES DE CALIDAD - LA APUESTA DE CERTIFICAR (68)
- SELECCIÓN, CONTROL E IDENTIFICACIÓN LA MEJOR RESPUESTA DE LA CARNE DE VACUNO (33)
- JAVIER SANZ CAÑADA**
- ACEITE DE OLIVA - PENDIENTES DE LA REFORMA (30)
- JAVIER SOBRINO SUÁREZ**
- GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - CATALUÑA (58)
- JAVIER SOTIL**
- ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN (9)
- JEAN LUC DAVEAUX**
- LA FUNCIÓN LOGÍSTICA COMO FUNCIÓN ESTRATÉGICA EN EL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS (24)
- JENARO IRITIA**
- EL MERCADO DEL AUTOMÓVIL - SOLUCIONES PARA DESPUÉS DE LA CRISIS (3)
- JESÚS CASTRO**
- LA "FASCINACIÓN" DE UN NEGOCIO DE FUTURO (4)
- JESÚS CONTRERAS**
- ¿UN NUEVO ORDEN ALIMENTARIO? (97)
- JESÚS DE LAS CUEVAS POMBO**
- DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN CANTABRIA (22)
- JESÚS GARCÍA DE MADARIAGA MIRANDA**
- LA DISTRIBUCIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS ANTE LOS NUEVOS DESARROLLOS TECNOLÓGICOS (61)
- JESÚS J. CAMBRA FIERRO**
- OPORTUNIDADES DE FUTURO DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN EL CONTEXTO DE LOS MERCADOS DE PRODUCTOS DE CALIDAD (72)
- JESÚS LACASIA**
- DISTRIBUCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS - UNIDADES ALIMENTARIAS Y SERVICIOS LOGÍSTICOS (24)
- LA UBICACIÓN DE UN EQUIPAMIENTO COMERCIAL DESDE LA ÓPTICA DEL CLIENTE (20)
- JESÚS POSADA**
- HOMENAJE A LA DIETA MEDITERRÁNEA (50)
- JESÚS SANTOS DEL CERRO**
- CASTILLA - LA MANCHA (52)
- JESÚS SIMON**
- DIFERENTES MODELOS DE CONSUMO DE ARROZ - EUROPA VS. ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA VS. FRANCIA (24)
- HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE LEGUMBRES (25)
- JESÚS VOZMEDIANO**
- LA DIETA MEDITERRÁNEA EN ESPAÑA (3)
- JOACHIM ZENTES**
- DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EUROPA ORIENTAL - ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN DE LAS EMPRESAS OCCIDENTALES EN LOS PAÍSES DEL ESTE (8)
- JOAN GARAU VADELL**
- DISTRIBUCIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS - UNA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR EN ESPAÑA (91)
- JOAN LERMA**
- LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL VALENCIANA (15)
- JOAN MIR PIQUERAS**
- LOS PROCESOS DE COMPRVENTA DE PRODUCTOS
- HORTOFRUTÍCOLAS EN LOS MERCADOS EN ORIGEN: EL CASO DE LA REGIÓN DE MURCIA (98)
- MARKETING DIRECTO LA DISTRIBUCIÓN EN BUSCA DEL CLIENTE (2)
- REQUISITOS BÁSICOS PARA LA FORMACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (9)
- SEGURIDAD ALIMENTARIA EN ANECOOP - TRAZABILIDAD Y "NATURANE" (62)
- VENTA DOMICILIARIA, MULTINIVEL Y PIRAMIDAL - CONCEPTUALIZACIÓN Y DIFERENCIACIÓN (10)
- JOAN VALLVE**
- LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA CATALANA ANTE EL RETO DEL MERCADO ÚNICO (3)
- JOAQUIM DEULOFEU AYMAR**
- CLAVES PARA EL ÉXITO DE LA CALIDAD EN EL COMERCIO DETALLISTA (79)
- JOAQUÍN FERNÁNDEZ**
- MARKETING PARA LA AUSTERIDAD (7)
- JOAQUÍN GRIS**
- GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - REGIÓN DE MURCIA (16)
- JOAQUÍN LABIANO**
- DISTRIBUCIÓN EN NAVARRA. ACTUACIONES PÚBLICAS (20)
- JOAQUÍN LEGUINA**
- CONSUMO Y METRÓPOLI (4)
- LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN MADRID (15)
- JOAQUÍN ROS SAQUES**
- ADAPTACIÓN DE LOS MERCADOS MAYORISTAS A LOS NUEVOS CONSUMIDORES DE LA INMIGRACIÓN - LA EXPERIENCIA DE MERCABARNA (80)
- JOHN A. DAWSON**
- EL COMERCIO MINORISTA EN EUROPA - LA EXPERIENCIA DE LAS ALIANZAS EMPRESARIALES (7)
- EVOLUCIÓN DEL COMERCIO MINORISTA EN EUROPA (43)
- JON CHARTERINA ABANDO**
- EL CONSUMIDOR ECOLÓGICO - UN MODELO DE COMPARTIMENTO A PARTIR DE LA RECOPLACIÓN Y ANÁLISIS DE LA EVIDENCIA EMPÍRICA (67)
- JORDI FORNOS**
- COMO ASEGURAR EL ÉXITO DE UNA SUBCONTRATACIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS (24)
- JORDI MAYMÓ I ASSES**
- DISTRIBUCIÓN MAYORISTA DE PRODUCTOS PESQUEROS - LA EXPERIENCIA DE MERCABARNA (20)
- LA SOSTENIBILIDAD Y EL EQUILIBRIO MEDIOAMBIENTAL EN LA GESTIÓN DE LOS RESIDUOS DE LOS MERCADOS MAYORISTAS - EL EJEMPLO DE MERCABARNA (72)
- PRODUCTOS FRESCOS EN LA ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR (46)
- JORDI PARES I JOU**
- DENOMINACIÓN DE CALIDAD TERNERA DE GIRONA (33)

JORDI PUIG I GABAU

ALIMENTACIÓN BEBIDAS Y TABACO
- UNO DE LOS GRUPOS MENOS
INFLACIONISTA EN LA EVOLUCIÓN
DEL IPC (65)

JORDI PUJOL I SOLEY

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN
CATALUÑA (19)

JORGE BRAVO FERNÁNDEZ

FATIH (MERCADOS/LITERATURAS)
(89)

JORGE COQUE MARTÍNEZ

COMERCIO JUSTO - LA ÉTICA EN
LAS RELACIONES COMERCIALES
DENTRO DE UN ENTORNO
GLOBALIZADO (56)

JORGE HARO MALO DE MOLINA

VALORACIÓN DE LA CALIDAD DEL
SERVICIO EN ESTABLECIMIENTOS -
LA EXPERIENCIA DEL SELLO
ACOTEX EN EL COMERCIO TEXTIL
DE MADRID (68)

JORGE HIERRO ÁLVAREZ

DISCRECIÓN
(MERCADOS/LITERATURAS) (82)
SERAPIO
(MERCADOS/LITERATURAS) (77)
TENDENCIAS EN EL MERCADO DE
ORDENADORES PERSONALES (75)
UN DÍA CUALQUIERA
(MERCADOS/LITERATURAS) (60)

JORGE SILVA

EL MERCADO DE SEGUNDA MANO
(3)

JOSÉ A. FERNÁNDEZ CEBRIAN

LA COMERCIALIZACIÓN DE LA
CALIDAD ALIMENTARIA - LA VENTA
DEL APPCC EN EL SECTOR DE LA
DISTRIBUCIÓN (78)

JOSÉ ABELARDO MOURE

CATERING - RESULTADOS DE UNA
ENCUESTA SOBRE LA ACTIVIDAD
DE LAS EMPRESAS DE
RESTAURACIÓN COLECTIVA EN SUS
RELACIONES CON PROVEEDORES Y
CLIENTES (28)

JOSÉ ALBERTO CASTAÑEDA GARCÍA

PRODUCTOS DE AGRICULTURA
ECOLÓGICA Y SISTEMAS DE
CERTIFICACIÓN: PERFILES DE
CONSUMIDOR (87)

JOSÉ ÁLVAREZ GANCEDO

EL SECTOR PESQUERO EN
CANTABRIA (43)

JOSÉ ÁLVAREZ RAMOS

COMERCIO AGROALIMENTARIO
ENTRE ESPAÑA Y AMÉRICA -
NUEVAS PERSPECTIVAS PARA LA
INVERSIÓN ESPAÑOLA (36)
CONVULSIONES EN EL COMERCIO
INTERNACIONAL DE CAFÉ VERDE -
CONSECUENCIAS PARA EL
MERCADO ESPAÑOL (18)
EL FUTURO DEL TRANSPORTE
INTERMODAL EN LA EXPORTACIÓN
HORTOFRUTÍCOLA ESPAÑOLA (70)
GLOBALIZACIÓN Y COMPETENCIA
EN EL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA
EUROPEO (63)
LA LOGÍSTICA - EL GRAN RETO DE
EXPORTACIÓN HORTOFRUTÍCOLA
ESPAÑOLA (49)
LA PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA

EN EXPOSICIONES DE LARGA
DURACIÓN - EL CASO DE FLORIADE
2002 (66)

JOSÉ ÁNGEL AZNAR SÁNCHEZ

EL SISTEMA DE
COMERCIALIZACIÓN Y
EXPORTACIÓN DE LAS HORTALIZAS
MARROQUÍES (78)

JOSÉ ANTONIO ALFARO

SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LA
INDUSTRIA HORTOFRUTÍCOLA:
RETOS Y CONFLICTOS (88)

JOSÉ ANTONIO ARDANZA

EL RETO DEL COMERCIO VASCO
(14)

JOSÉ ANTONIO ARENAS

UN "MERCHANDISING" ADECUADO
ES LA PIEZA CLAVE DE UN CENTRO
COMERCIAL (2)

JOSÉ ANTONIO CASTRO

CHIQUITITO
(MERCADOS/LITERATURAS) (19)

JOSÉ ANTONIO CRESPO ALBELDA

LA FUNCIÓN MAYORISTA EN LA
DISTRIBUCIÓN DE FRUTAS Y
HORTALIZAS FRESCAS (22)

JOSÉ ANTONIO DEL BARRIO MARTÍN

ANÁLISIS DEL SECTOR PORCINO
EN ESPAÑA Y LA UNIÓN EUROPEA
(33)

JOSÉ ANTONIO PÉREZ TORRES

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE
ELECTRODOMÉSTICOS EN ESPAÑA
(67)

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL
HOGAR EN ESPAÑA (71)
INTENSIFICACIÓN DE LA
COMPETENCIA INTERTIPO ENTRE
SUPERMERCADOS E
HIPERMERCADOS (64)

JOSÉ ANTONIO PUELLES PÉREZ

CONSUMO Y MEDIO AMBIENTE -
MARKETING DEL RECICLADO (7)
INTEGRACIÓN CORPORATIVA EN LA
DISTRIBUCIÓN DETALLISTA -
ALTERNATIVAS DEL PEQUEÑO
COMERCIO (13)

LAS MARCAS DE DISTRIBUCIÓN EN
EL MERCADO DE ALIMENTACIÓN
(14)

MARCAS DE DISTRIBUIDOR -
ESPECIAL REFERENCIA AL PRECIO
(33)

MARCAS DE DISTRIBUIDOR - MÁS
DE 30 AÑOS DE UN PROCESO
DINÁMICO, COMPETITIVO E
IMPARABLE (69)

MARCAS DE DISTRIBUIDOR (MDD):
100 IDEAS CLAVE - INICIATIVAS
EMPRESARIALES MÁS NOVEDOSAS
A NIVEL MUNDIAL (100)

JOSÉ ANTONIO SUÁREZ LLANOS

PRESENTE Y FUTURO DEL SECTOR
PESQUERO (43)

JOSÉ ANTONIO VARELA

MERCADOS MUNICIPALES.
FACTORES CLAVE DE
COMPETITIVIDAD (97)

JOSÉ ANTONIO VELASCO RAMI

CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN
COLECTIVA SOBRE CONSUMO Y
SALUD - IMPORTANCIA DE LA DIETA

MEDITERRÁNEA EN UNA
ALIMENTACIÓN CARDIOSALUDABLE
(19)

JOSÉ BONO MARTÍNEZ

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN
CASTILLA -LA MANCHA (18)

JOSÉ CARLOS ANTÓN

SECTOR AZUCARERO - LA APUESTA
ESPAÑOLA EN EL MERCADO
EUROPEO (12)

JOSÉ CARLOS CRUZ GÓMEZ

SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE
LA CALIDAD EN EL SECTOR
AGROALIMENTARIO (76)

JOSÉ CLEMENTE RICOLFE

INFLUENCIA DEL COMERCIO
ELECTRÓNICO EN EL SISTEMA
AGROALIMENTARIO (69)

JOSÉ FELIPE JIMÉNEZ GUERRERO

FERIAS COMERCIALES EN ESPAÑA -
UN ANÁLISIS SECTORIAL (61)
LAS FERIAS COMERCIALES EN LA
ESTRATEGIA DE MARKETING -
MOTIVACIONES PARA LA EMPRESA
EXPOSITORA (66)

JOSÉ IGNACIO GONZÁLEZ RODRÍGUEZ

PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN -
MECANISMOS DE FINANCIACIÓN
(17)

SERVICIOS FINANCIEROS AL
CONSUMO EN ESPAÑA (23)

JOSÉ IGNACIO PÉREZ SÁENZ

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN LA
RIOJA (18)

JOSÉ IGNACIO URRUTIA

EL CHARCUTERO, SU MUJER Y EL
HOMBRE DEL MALETÍN
(MERCADOS/LITERATURAS) (3)

JOSÉ JAVIER CEBOLLADA CALVO

LOS MERCADOS Y SUS PARADOJAS
- EL CASO DE LOS DETERGENTES
DOMÉSTICOS (32)

JOSÉ JUAN BERISTAN OÑEDERRA

MARCAS DE DISTRIBUCIÓN: DEL
LABELING AL BRANDING (64)

JOSÉ LOIRA

EL MERCADO ÚNICO EN LOS
PRODUCTOS DE LA PESCA (9)

JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ NORIEGA

FORMACIÓN Y DESARROLLO (9)

JOSÉ LUIS ILLESCAS

ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES
ESPECIES PESQUERAS
COMERCIALIZADAS (90)

ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES
ESPECIES PESQUERAS
COMERCIALIZADAS (91)

ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES
VARIEDADES DE FRUTAS (82)

ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES
VARIEDADES DE HORTALIZAS Y
PATATAS (83)

ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES
FRUTOS TROPICALES
COMERCIALIZADOS (95)

EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN LOS
MERCADOS DE CRUSTÁCEOS (93)

EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN LOS
MERCADOS DE MOLUSCOS (92)

MERCASA Y LA RED DE MERCAS.

AL SERVICIO DE LA CADENA
ALIMENTARIA. UN VIAJE EN EL
TIEMPO (100)

JOSÉ LUIS JUAN SANZ

EL PAPEL DE LAS CORPORACIONES
LOCALES EN LA PROMOCIÓN Y
GESTIÓN DE LOS MERCADOS
MUNICIPALES DETALLISTAS (44)
VALENCIA ABRE SUS PUERTAS AL
TERCER MILENIO (47)

JOSÉ LUIS LÓPEZ

CATERING - RESULTADOS DE UNA
ENCUESTA SOBRE LA ACTIVIDAD
DE LAS EMPRESAS DE
RESTAURACIÓN COLECTIVA EN SUS
RELACIONES CON PROVEEDORES Y
CLIENTES (28)
DIFERENTES MODELOS DE
CONSUMO DE ARROZ - EUROPA VS.
ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA VS.
FRANCIA (24)
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN
ITALIA - LA CONSTRUCCIÓN DEL
FUTURO (15)
HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO
DE LEGUMBRES (25)

JOSÉ LUIS LÓPEZ FAJARDO

CONSERVAS VEGETALES.
REFORZAR CALIDAD Y REDUCIR
COSTES (3)

JOSÉ LUIS LOUREIRO ABRANTES

HORARIOS COMERCIALES - UN
SERVICIO ESTRATÉGICO PARA LAS
EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN (25)

JOSÉ LUIS MARRERO CABRERA

APUNTES PARA UNA POLÍTICA DE
COMERCIO INTERIOR (2ª PARTE)
(30)

INFORME SOBRE LA DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL EN ESPAÑA (48)

COMERCIO Y CIUDAD: UNA NUEVA
RELACIÓN - COMPRAR Y VIVIR EN
EL SIGLO XXI (46)

APUNTES PARA UNA POLÍTICA DE
COMERCIO INTERIOR (29)

CONSIDERACIONES SOBRE LOS
ASPECTOS EUROPEOS, JURÍDICOS
Y COMERCIALES DE LA
IMPLANTACIÓN DEL EURO COMO
MONEDA ÚNICA (43)

COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA - VEINTICINCO AÑOS DE
CAMBIO (50)

LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN
ESPAÑA EN 1997 (41)

JOSÉ LUIS MÉNDEZ GARCÍA DE PAREDES

INFLUENCIA DE LAS MARCAS DE
DISTRIBUIDOR EN LAS RELACIONES
FABRICANTE - DISTRIBUIDOR (53)

LA ACTITUD DE LOS
CONSUMIDORES FRENTE A LAS
FORMAS COMERCIALES
(RESULTADOS DE UNA
INVESTIGACIÓN SOBRE HÁBITOS
DE COMPRA) (4)

LA ESTADÍSTICA COMO
HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LAS
EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL (29)

LOGÍSTICA: LA ASIGNATURA
PENDIENTE EN MATERIA DE
GESTIÓN (63)

UNA APROXIMACIÓN A LA

- LOGÍSTICA - ACTIVIDADES CLAVE Y RELACIONES (24)
- JOSÉ LUIS MUNUERA ALEMÁN**
COMERCIO Y CONSUMO EN LA REGIÓN DE MURCIA - RECONVERSIÓN EN MARCHA (16)
CONSIDERACIONES SOBRE LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN HORTOFRUTÍCOLA (35)
DECISIONES DE COMPRA DE MEDICAMENTOS SIN RECETA Y PRODUCTOS DE PARAFARMACIA (59)
EL CONSUMIDOR EUROPEO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS - PRIMEROS RESULTADOS DE UN ESTUDIO CUALITATIVO DEL CONSUMIDOR ESPAÑOL (84)
EL COOPERATIVISMO COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA AGROALIMENTARIA (42)
ELECCIÓN DEL LUGAR DE COMPRA DE MEDICAMENTOS Y PARAFARMACIA. SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA INTRA E INTERTIPO (59)
- JOSÉ LUIS MURCIA**
LA CRISIS RALENTIZA LA EXPANSIÓN DEL VINO ESPAÑOL (13)
LA FUERZA DEL DESTINO (MERCADOS/LITERATURAS) (8)
- JOSÉ LUIS OSONA**
CALIDAD Y CONTROL SANITARIO EN LAS CARNES - MARCAS CERTIFICADAS Y TRAZABILIDAD EN EL MERCADO CENTRAL DE CARNES DE MADRID (68)
- JOSÉ LUIS PLACER GALÁN**
DIVERSIFICACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL QUE OPERAN EN ESPAÑA (37)
- JOSÉ LUIS TAPIA**
EL SECTOR LÁCTEO, ANTE LOS RETOS Y LAS OPORTUNIDADES DE LA INNOVACIÓN CONSTANTE (84)
- JOSÉ LUIS VÁZQUEZ DEQUIT**
MARKETING, DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN - BUSCANDO MAYOR PRECISIÓN (47)
- JOSÉ M. GIL**
EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN LA UNIÓN EUROPEA - UNA PERSPECTIVA REGIONAL (43)
- JOSÉ M^a ALCALDE ROJO**
COMERCIO, TARJETAS Y COMISIONES - LA DIFÍCIL ARMONÍA DE UN TRIÁNGULO ESENCIAL (52)
NUEVA LEY DE ARRENDAMIENTOS URBANOS - LA SITUACIÓN DE LOS LOCALES DE NEGOCIO (21)
- JOSÉ M^a BONMATI**
RESPUESTA EFICIENTE AL CONSUMIDOR (33)
- JOSÉ M^a DE MIGUEL**
COMERCIO INTERNACIONAL DE CAFÉ VERDE - LOS RIEGOS DE UN MERCADO A SALTO DE CICLOS (18)
- JOSÉ M^a ESPUNY**
UNAS GOTAS DE ACEITE DE OLIVA (30)
- JOSÉ M^a MARCOS PUJOL**
COMERCIALIZACIÓN MAYORISTA DE PRODUCTOS PESQUEROS EN ESPAÑA (92)
COMERCIO RURAL - PROPUESTAS PARA MEJORAR LAS CONDICIONES DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y OFERTA (96)
IMPACTO DE LOS CAMBIOS SOCIODEMOGRÁFICOS EN EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN (87)
- JOSÉ M^a PLANELL**
LA ALTERNATIVA COOPERATIVA EN EL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA (3)
- JOSÉ M^a SAINZ DE VICUÑA ANCIN**
COMERCIO TRADICIONAL - OPCIONES ESTRATÉGICAS (30)
EL PLAN ESTRATÉGICO - UNA DE LAS PRINCIPALES NECESIDADES DE GESTIÓN DEL PEQUEÑO Y MEDIANO COMERCIO (68)
ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO PARA EL PEQUEÑO COMERCIO (44)
ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN PARA EL PEQUEÑO COMERCIO (39)
- JOSÉ MANUEL BARREIRO FERNÁNDEZ**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - GALICIA (55)
- JOSÉ MANUEL BERNAL**
LA SEGURIDAD ALIMENTARIA ES RESPONSABILIDAD DE TODOS (62)
- JOSÉ MANUEL DELGADO**
LA ALTERNATIVA DEL TURISMO RURAL (4)
- JOSÉ MANUEL LASA DOLHAGARAY**
EL SECTOR CÁRNICO EN ARAGÓN (33)
- JOSÉ MANUEL MARTÍN DEL MORAL**
EL CONSUMO EN NAVIDAD - ANÁLISIS DE LOS CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE LOS CONSUMIDORES Y ESTRATEGIAS DE LA DISTRIBUCIÓN (83)
- JOSÉ MANUEL VEGA**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ASTURIAS (17)
- JOSÉ MARCO**
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ARAGÓN (16)
- JOSÉ MARÍA ALCALDE ROJO**
UNA LEY DE COMERCIO QUE FAVORECE A LOS CONSUMIDORES (27)
- JOSÉ MARÍA ASIN**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ARAGÓN (16)
- JOSÉ MARÍA CHEMES**
PANORAMA DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA EN ARGENTINA (44)
COMERCIO EN ARGENTINA - INFLUENCIA DE LA CRISIS ECONÓMICA EN LA EVOLUCIÓN DEL COMERCIO MINORISTA DE BIENES DE CONSUMO MASIVO (96)
- JOSÉ MARÍA MARTÍNEZ**
CONSUMO RURAL - CONSUMO URBANO - ¿DONDE ESTÁN LAS DIFERENCIAS? (8)
LA PRODUCTIVIDAD DE LOS SERVICIOS (5)
- JOSÉ MARÍA PLANELL**
COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS - EL DESARROLLO DEL MODELO "ANEKOOP" (11)
- JOSÉ MARÍA POZANCOS**
LOS RETOS DEL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA ESPAÑOL (63)
- JOSÉ MARÍA SAINZ DE VICUÑA**
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EL PAÍS VASCO - LA RENOVACIÓN PENDIENTE (14)
- JOSÉ MIGUEL GALANTE**
LAS RELACIONES ENTRE COMERCIO Y BANCOS EN LA MODERNA DISTRIBUCIÓN (52)
- JOSÉ MIGUEL HERRERO VELASCO**
BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA AGROALIMENTARIA (81)
HÁBITOS DE CONSUMO DE FRUTAS (82)
OBSERVATORIO DEL CONSUMO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA (80)
- JOSÉ MIGUEL MÚGICA GRIJALBA**
CAMBIOS EN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN EUROPA - TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN, SISTEMAS INTEGRADOS CADENAS DE SUMINISTRO (43)
EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA - TENDENCIAS EN FORMAS COMERCIALES Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES (22)
ESPAÑA - LA NUEVA ORGANIZACIÓN DEL MERCADO (7)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - NAVARRA (20)
LA CUESTIÓN ESTRATÉGICA (15)
LA GESTIÓN DE LOS PRECIOS Y PROMOCIONES EN LA EMPRESA MINORISTA (33)
PROCESOS DE INTEGRACIÓN VERTICAL Y DE ESTABILIZACIÓN DE RELACIONES EN LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN (30)
- JOSÉ MOYA AGUDO**
EL COMERCIO TRADICIONAL DE CARNE RETOS Y OPORTUNIDADES (33)
- JOSÉ RAMÓN GÓMEZ DE BARREDA Y OTERO**
MERCAMADRID. UN ESFUERZO SOSTENIDO POR LA CALIDAD (72)
- JOSÉ RAMÓN MENDOZA**
LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS - MODERNIZACIÓN DEL SECTOR Y NORMALIZACIÓN DEL MERCADO (6)
- JOSÉ RAMÓN PARDO**
DISEÑAR Y GESTIONAR PENSANDO EN EL FUTURO (3)
- JOSÉ SERRANO CARVAJAL**
EL MARCO DE LAS RELACIONES LABORALES EN LA GRAN DISTRIBUCIÓN (6)
- JOSÉ VALIN ALONSO**
COMPETITIVIDAD Y CALIDAD EN EL SECTOR LÁCTEO DE CASTILLA Y LEÓN (37)
EL SECTOR CÁRNICO Y LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA EN EL CONTEXTO ECONÓMICO DE CASTILLA Y LEÓN (33)
- JOSÉ VIDAL GARCÍA ALONSO**
COMERCIO JUSTO - LA ÉTICA EN LAS RELACIONES COMERCIALES DENTRO DE UN ENTORNO GLOBALIZADO (56)
- JOSÉP GUTIÉRREZ JIMÉNEZ**
MERCADOS Y SUPERMERCADOS - UNA ALIANZA ESTRATÉGICA (97)
- JOSÉP PUXEU**
REMODELACIÓN DE MERCADOS TRADICIONALES (11)
LA APUESTA MEDITERRÁNEA DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ESPAÑOLA (26)
- JUAN ANTONIO MARTÍNEZ DAPENA**
EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN DE AUTOMÓVILES EN ESPAÑA (34)
- JUAN ANTONIO TRESPALACIOS GUTIÉRREZ**
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ASTURIAS - EN BUSCA DE EFICIENCIA Y COMPETITIVIDAD (17)
DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA - IMPLICACIONES PARA FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (48)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - CANTABRIA (22)
- JUAN BAUTISTA JUAN GIMENO**
LA TRAZABILIDAD COMO REQUISITO EN EL CONTROL DE CALIDAD (62)
- JUAN BOSCO GIMENO**
EL APROVISIONAMIENTO EN LA HOSTELERÍA: UN CUIDADO MUY ESPECIAL (46)
- JUAN CARAPETO**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - EXTREMADURA (20)
- JUAN CARLOS GÁZQUEZ ABAD**
LAS FERIAS COMERCIALES EN LA ESTRATEGIA DE MARKETING - MOTIVACIONES PARA LA EMPRESA EXPOSITORA (66)
SOBRE LA EFICACIA DE LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS DE GRAN CONSUMO: FOLLETOS VERSUS DESCUENTOS EN PRECIOS (86)
- JUAN CARLOS MÁRQUEZ**
HAGA USTED MEMORIA (MERCADOS/LITERATURAS).(94)
- JUAN CARLOS PÉREZ MESA**
LAS ALHÓNDIGAS: PASADO, PRESENTE Y FUTURO (66)
OFERTA Y DEMANDA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS (70)
- JUAN CARLOS RIEUX**
HÁBLAME DE TI (MERCADOS/LITERATURAS) (22)
- JUAN CARLOS RODRÍGUEZ IBARRA**
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EXTREMADURA (20)
- JUAN CARLOS SANTAMARÍA**
EL SATISFECHO Y EL HAMBRIENTO (MERCADOS/LITERATURAS) (12)
- JUAN CARLOS SPIEGELBERG**
EXPORTACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS HACIA LA CE LA IMPORTANCIA DEL MERCADO DE PERSIGNAN (11)
- JUAN COBOS WILKINS**
EL RITMO CONCÉNTRICO (O EN UN MERCADO TARTESSO) (MERCADOS/LITERATURAS) (32)
- JUAN CRUZ ALLI**
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN NAVARRA (20)

JUAN FRANCISCO CASTILLO PLAZA
LOGÍSTICA - ANÁLISIS DEL SECTOR DE PALETS (51)

JUAN IGNACIO ROJAS
VENTA AMBULANTE Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES (9)

JUAN JOSÉ FERNÁNDEZ GÓMEZ
EL SECTOR COMERCIAL EN CANTABRIA - UNA ACTUACIÓN PÚBLICA PENDIENTE (22)

JUAN JOSÉ MARIN LÓPEZ
LA VENTA A DISTANCIA EN LA NUEVA ORDENACIÓN DEL COMERCIO (27)

JUAN LUIS MARTÍN DÍAZ
VACA CÓSMICA (MERCADOS/LITERATURAS) (58)

JUAN MANUEL SÁNCHEZ
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA (19)

JUAN MARTÍN CANO
EL VIDRIO EN LOS ENVASES - TRADICIÓN Y FUTURO (5)

JUAN PEDRO GARCÍA PALOMO
GEOMARKETING - LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS A LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL (31)

JUAN R. CUADRADO ROURA
LA TERCIARIZACIÓN DEL EMPLEO COMO CAUSA DE LA EMERGENCIA DE NUEVAS FORMAS DE TRABAJO (58)

JUAN RODRÍGUEZ DE LECEA
ANIDANDO (MERCADOS/LITERATURAS) (4)

JUAN ROJAS GUERRERO
LA NORMALIZACIÓN DE LOS MERCADILLOS (9)

JUAN SÁNCHEZ FERNÁNDEZ
ANDALUCÍA. EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y ESTRUCTURA DE LA OFERTA. COMPOSICIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA (53)
EVOLUCIÓN DEL USO DEL EDI EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN EN ESPAÑA (56)

JULIA ARROYO
OJOS DE BESUGO (MERCADOS/LITERATURAS) (21)

JULIA SÁEZ-ANGULO
EL PASEANTE SABATINO DE LA BOQUERÍA (MERCADOS/LITERATURAS) (10)
PERFIL DEL LECTOR Y DEL NO LECTOR (17)

JULIÁN ARÉVALO ARIAS
EL PORQUE DE UN PROYECTO EDITORIAL (1)
LEY DE ORDENACIÓN DEL COMERCIO Y EMPRESA COMERCIAL (27)
TAL COMO ÉRAMOS (100)

JULIÁN BRIZ
ESCENARIO COMPETITIVO DEL SECTOR HORTÍCOLAS ESPAÑOL (52)
LA CADENA ALIMENTARIA EN ESPAÑA: RETOS Y PERSPECTIVAS (90)

JULIÁN PANDO GARCÍA
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - PAÍS VASCO (55)

JULIO CERVIÑO
LA VALORACIÓN DE LAS REVISTAS DE MARKETING ESPAÑOLAS (61)
LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONFECCIÓN - UN CASO DE PROYECCIÓN INTERNACIONAL (38)

JULIO JIMÉNEZ MARTÍNEZ
VENTAJAS EN COSTES DERIVADAS DE LA ADOPCIÓN DEL EDI (89)
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (55)

KAMAL BEN LAOUAN
INMIGRACIÓN E INTEGRACIÓN SOCIOCULTURAL (80)

KAREL VAN MIERT
DISTRIBUCIÓN Y COMPETENCIA (12)

LADISLAO GONZÁLEZ RUIZ
¿PUBLICIDAD O PROMOCIÓN DE VENTAS? - LOS RESULTADOS DE UNA ENCUESTA DE DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO ENTRE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN DEMUESTRAN LA IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN FRENTE A LA PUBLICIDAD (21)
AGRICULTURA ECOLÓGICA EN ESPAÑA - LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING, CLAVES PARA EL ÉXITO (51)
CONSUMO Y MEDIO AMBIENTE - MARKETING DEL RECICLADO (7)
LA AGRICULTURA ECOLÓGICA ANTE LA GRAN DISTRIBUCIÓN (60)
PUBLICIDAD - ¿SÍNTOMAS DE AGOTAMIENTO? (19)
RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS - GESTIÓN MUNICIPAL Y COMERCIALIZACIÓN DE ENVASES (17)

LAURA LÓPEZ ALTARES
NO LOVE, NO GLORY, NO HERO IN HER SKY (MERCADOS/LITERATURAS) (87)

LAURA NÚÑEZ LETAMENDIA
LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (58)

LEOPOLDO JIMÉNEZ
VINOS DE CALIDAD Y DISTRIBUCIÓN MODERNA (13)

LEOPOLDO MASA GODOY
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - EXTREMADURA (20)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - EXTREMADURA (56)
LA IMAGEN DE MARCA EXTREMEÑA. RASGOS DISTINTIVOS (56)
PERFIL DE LAS FORMAS COMERCIALES ELEMENTOS DE LA TECNOLOGÍA DE VENTA (10)

LIBIA SANTOS REQUEJO
ANÁLISIS DE LOS MÁRGENES DEL COMERCIO MINORISTA ESPAÑOL (33)

CASTILLA Y LEÓN - EL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN, HACIA EL EQUILIBRIO (51)

LLUIS ALEGRE I SELGA
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y MERCADO ÚNICO (7)

LÓPEZ DEL VALLE
EL SECTOR CÁRNICO EN CASTILLA-LA MANCHA (33)

LORENZO REYERO
COMERCIO MAYORISTA Y FORMACIÓN DE PRECIOS (5)
EL MERCADO MAYORISTA EN NAVIDAD - COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS EN LA RED DE MERCAS (7)

MERCASA - 25 AÑOS AL SERVICIO DE LA DISTRIBUCIÓN (1)

LOURDES BORRÁS REYES
IRINA (MERCADOS/LITERATURAS) (92)

LOURDES FERNÁNDEZ-VENTURA
UN YANQUI EN EL MERCADO DE SALAMANCA (MERCADOS/LITERATURAS) (13)

LOYOLA DE PALACIO
EL VINO QUE VIENE (32)

LUCA PELLEGRINI
ITALIA - EL RETO DE LA MODERNIZACIÓN (7)

LUCA ZANDERIGHI
ITALIA - EL RETO DE LA MODERNIZACIÓN (7)

LUCAS FERNÁNDEZ
LA PRUEBA (MERCADOS/LITERATURAS) (49)

LUCÍA GARCÍA
EL CARÁCTER ESTRATÉGICO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL (9)

LUCÍA LISBONA FUENTES
LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (58)

LUCÍA MEDIANO
ASOCIACIONISMO COMERCIAL ESPACIAL Y REVITALIZACIÓN URBANA - EL CASO DE BILBAO (86)

LUIS ARTURO RABADE
SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LA INDUSTRIA HORTOFRUTÍCOLA: RETOS Y CONFLICTOS (88)

LUIS ATIENZA SERNA
CONSUMO Y MUNDO RURAL (8)

LUIS ENRIQUE ALONSO
EL AVANCE DEL MULTICULTURALISMO Y EL FUTURO DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO (42)

LA CULTURA COMERCIAL DE LOS PRODUCTOS FRESCOS (53)
LA IRRESISTIBLE ATRACCIÓN DEL CENTRO COMERCIAL (37)

LUIS EUGENIO BERNARDO CARRASCAL
LEGUMBRES - INFLUENCIA DE LAS AYUDAS DE LA PAC (25)

LUIS F. PADILLA ROMERO
LA FRANQUICIA COMO ALTERNATIVA PARA LAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA (23)

LUIS FERNANDO LEZA
SITUACIÓN ACTUAL DE LA REGULACIÓN DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN DE VINOS (32)

LUIS FERNANDO VILCHEZ
NUEVOS SEGMENTOS DE

DEMANDA - ESTRATEGIAS DE MARKETING - PARA LOS CONSUMIDORES DE MAYOR EDAD (18)

LUIS JAVIER ALCALÁ FERNÁNDEZ
EL MOVIMIENTO CONSUMERISTA EN ESPAÑA - ASOCIACIONES Y ARBITRAJE DE CONSUMO (69)
NI ES LO MISMO, NI ES IGUAL (MERCADOS/LITERATURAS) (65)
TRAZABILIDAD: POR EL BIEN DE LOS CONSUMIDORES (62)

LUIS LÓPEZ BELLIDO
NUEVAS TÉCNICAS PARA DETERMINAR LA CALIDAD DE LAS LEGUMBRES (25)

LUIS M. ALBISU
EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN LA UNIÓN EUROPEA - UNA PERSPECTIVA REGIONAL (43)

LUIS M. ESTERUELAS HERNÁNDEZ
EL MERCADO DEL VINO DE CALIDAD EN EL REINO UNIDO (32)

LUIS M. RIVERA
ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS (67)

LUIS MANUEL BOYER
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - COMUNIDAD VALENCIANA (15)

LUIS MANUEL CERDA SUÁREZ
ATRIBUTOS PARA EL ÉXITO DE UNA ZONA COMERCIAL: UNA EVIDENCIA EMPÍRICA EN EL MUNICIPIO DE GETAFE (95)
TIPOLOGÍA Y EVOLUCIÓN DE LOS CENTROS COMERCIALES (66)

LUIS MARÍA MURCIANO
ROSAS EN EL MAR (MERCADOS/LITERATURAS) (28)

LUIS MIGUEL ALBISU
EL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS EN ESPAÑA, FRANCIA Y GRAN BRETAÑA (79)

LUIS MIGUEL DE DIOS
MEMORIA DE LOS SENTIDOS (MERCADOS/LITERATURAS) (7)

LUIS MIGUEL RIVERA VILAS
LOS CRITERIOS ECOLÓGICOS COMO RAZÓN DE COMPRA DEL PESCADO FRESCO (53)

LUIS NAVARRO GARCÍA
LA CALIDAD Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN LOS ACEITES DE OLIVA ANDALUCES (96)

LUIS PALHA
DESAFÍOS Y RESPUESTAS DEL COMERCIO EN PORTUGAL (12)

LUIS RUBALCABA BERMEJO
EL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS EN ESPAÑA (58)

LUIS VICENTE BARCELÓ VILA
LA DIVERSIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN COMO AMENAZA PARA LOS PRODUCTORES TRADICIONALES (22)

LUISA ANDRÉU
EMOCIONES, SATISFACCIÓN Y LEALTAD DEL CONSUMIDOR EN ENTORNOS COMERCIALES (76)

LUS ENRIQUE ALONSO

LOS GRANDES CENTROS
COMERCIALES Y EL CONSUMIDOR
POSTMODERNO (48)

LUZ CORCUERA

LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES
Y EL NEGOCIO DE LA
DISTRIBUCIÓN (6)

LYDIA CALERO JIMÉNEZ

ALIMENTACIÓN INFANTIL - LA
INNOVACIÓN COMO ÚNICA
ALTERNATIVA ANTE EL ESTAN-
CAMIENTO DE LA DEMANDA (44)
POR UN BOCADILLO DE QUESO
(MERCADOS/LITERATURAS) (33)

M. DAVID GARCÍA BRENES

EL PAPEL DE LA DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL EN LA CADENA DE
VALOR DEL ACEITE DE OLIVA (89)

M. SANDRA CAVERO BRÚJULA

LOS MERCADOS Y SUS PARADOJAS -
EL CASO DE LOS DETERGENTES
DOMÉSTICOS (32)

Mª ANGELES DONOSO MELERO

EL SECRETO DEL MERCADO DEL
CARME (MERCADOS/LITERATURAS)
(42)

Mª ANTONIA CASTRO

EL MERCADO DE DOÑA TECLA
(MERCADOS/LITERATURAS) (31)

Mª ANTONIA LANDERO

BRADEMAR
(MERCADOS/LITERATURAS) (44)

Mª ANTONIA MARTÍNEZ

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN
MURCIA (16)

Mª CRUZ NAVARRO PÉREZ

CAMBIOS EN EL MERCADO
INTERNACIONAL DEL VINO -
ALGUNAS PREGUNTAS SOBRE EL
ÉXITO DEL VINO AUSTRALIANO (80)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA - LA RIOJA (57)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA (18)

Mª D. DE JUAN VIGARAY

DISTRIBUCIÓN DE
ELECTRODOMÉSTICOS - UNA
PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR
EN ESPAÑA (91)

Mª DEL CARMEN DE LA TORRE BORONAT

IDEAS ACTUALES SOBRE LA
COMPOSICIÓN DEL VINO -
SITUACIÓN QUE APOYA LA
HIPÓTESIS "VINO Y SALUD" (32)

Mª DEL PILAR ÁLVAREZ POLO

ADIÓS, JUVENTUD
(MERCADOS/LITERATURAS) (70)

Mª ELENA DELGADO BALLESTER

POLÍTICAS DE MARCA EN LOS
PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN
FRESCO: DESAPARICIÓN DE LOS
GENÉRICOS (77)

Mª ESTHER CALDERÓN MONGE

LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN
VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)

Mª EUGENIA MARTÍNEZ

PERFIL DE LOS EMPLEADOS Y
FORMACIÓN COMERCIAL (9)

Mª ISABEL HERNÁNDEZ ENCINAS

EVOLUCIÓN DE LOS HÁBITOS DE

COMPRA, CONSERVACIÓN Y
CONSUMO DE LOS PRODUCTOS
PESQUEROS (84)

Mª JESÚS RODRÍGUEZ

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA (19)

Mª JESÚS YAGÜE GUILLEN

CONSUMO DE VINO - EVOLUCIÓN Y
TENDENCIAS (32)

RESULTADOS ECONÓMICOS Y
RELACIONALES DEL FABRICANTE CON
LA MARCA DE DISTRIBUIDOR (88)

Mª JOSÉ ARAGUEN QUEREJETA

ANÁLISIS SECTORIALES -
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL DE LAS
PRENDAS DE VESTIR (62)

Mª JOSÉ FERNÁNDEZ SANTA - ANA

ARROZ - PROPUESTAS PARA LA
REFORMA DEL MERCADO (24)

Mª JOSÉ GONZÁLEZ

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA - NAVARRA (56)

Mª JOSÉ MARTÍN DE HOYOS

VENTAJAS EN COSTES DERIVADAS
DE LA ADOPCIÓN DEL EDI (89)

Mª LUISA GIMENEZ TORRES

LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
MINORISTA EN LA EUROPA DE 15 +
10 (76)

Mª LUZ ALONSO AGUIAR

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA - CANARIAS (21)

Mª SOLEDAD AGUIRRE GARCÍA

EL CONSUMIDOR ECOLÓGICO - UN
MODELO DE COMPARTIMENTO A
PARTIR DE LA RECOPIACIÓN Y ANÁ-
LISIS DE LA EVIDENCIA EMPÍRICA (67)

Mª SOLEDAD AGUIRRE GARCÍA

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA - PAÍS VASCO (55)
LAS OPERACIONES COMERCIALES
ELECTRÓNICAS: REPERCUSIONES
EN LA CADENA LOGÍSTICA (55)

Mª VICTORIA GUILLEN LARREA

FORMACIÓN COMERCIAL - UN RETO
ASUMIDO POR LAS CÁMARAS DE
COMERCIO (74)

Mª VICTORIA ROMÁN GONZÁLEZ

ESTABLECIMIENTOS DE
DESCUENTO EN EUROPA - NUEVOS
RETOS PARA LA DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL (28)

EUROCENTRALES - ¿OPORTUNIDAD
O AMENAZA? (16)

PLAZOS DE PAGO - LA NECESIDAD
DE UN NUEVO EQUILIBRIO (25)

Mª VICTORIA ROMÁN GONZÁLEZ

RELACIONES PRODUCCIÓN -
DISTRIBUCIÓN - OBJETIVOS Y
VENTAJAS DE LA COOPERACIÓN A
LARGO PLAZO (25)

Mª YOLANDA FERNÁNDEZ JURADO

DINERO DE PLÁSTICO - TARJETAS
DE CRÉDITO Y SERVICIOS
COMERCIALES (23)

EL COMERCIO ELECTRÓNICO COMO
POSIBLE CAUSA DE DESEMPLEO Y
POBREZA (55)

EL MERCADO DE TARJETAS - UN
ELEMENTO FUNDAMENTAL EN LA
ECONOMÍA ESPAÑOLA DEL SIGLO
XXI (52)

MABEL GRACIA

NUEVAS MANERAS DE VIVIR

NUEVAS MANERAS DE COMER -
COMER HOY EN ESPAÑA (97)

MAGDA VILALLONGA

RESPUESTA EFICIENTE AL
CONSUMIDOR (33)

MAICA CANO

COMERCIO NO SEDENTARIO -
VENTA AMBULANTE EN
MERCADILLOS (9)

CONSUMO DE HELADOS -
IMAGINACIÓN Y MARKETING PARA
AUMENTAR LA DEMANDA (10)

DISTRIBUCIÓN DE ARTÍCULOS DE-
PORTIVOS - EL COMERCIO TRADICIO-
NAL APUESTA POR LAS MEDIANAS Y
MODERNAS SUPERFICIES (40)

MAICA VALERO

FLOR CORTADA Y PLANTA
ORNAMENTAL - INCREMENTO DEL
CONSUMO A TRAVÉS DE UNA
MEJOR COMERCIALIZACIÓN (36)
TENDENCIAS EN LA DISTRIBUCIÓN
DE PRODUCTOS DE DROGUERÍA Y
PERFUMERÍA (38)

MAITE RUIZ ROQUEÑI

IMPLICACIONES DE ASPECTOS
ECOLÓGICOS SOBRE EL CANAL DE
DISTRIBUCIÓN (67)

MANUEL A. SANTAMARÍA SOLÍS

FRAGILIDAD DE LOS INMORTALES
(MERCADOS/LITERATURAS) (18)

MANUEL ALONSO

LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR
CÁRNICO EN LA CE (8)

MANUEL CARLON LÓPEZ

EL FUTURO DE LA LECHE
BUSCANDO TRANSPARENCIA (37)

MANUEL CASABO

CINCO CLAVES PARA UNA
FRANQUICIA (23)

MANUEL CHÁVEZ

EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL EN ANDALUCÍA (14)

MANUEL CUADRADO GONZÁLEZ

CONSUMO DE ACTIVIDADES
TEATRALES Y MUSICALES (51)
EL AUGE DE LOS MULTICINES - SU
EXPANSIÓN Y PREFERENCIA POR
LOS ESPECTADORES (40)

MANUEL FERNÁNDEZ

CARNE DE ASTURIAS. CALIDAD
CONTROLADA (33)

MANUEL FRAGA IRIBARNE

EL NUEVO RETO DE LA
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (19)

MANUEL FROUFE TORRES

PUBLICIDAD Y CONDUCTA DEL
CONSUMIDOR - INDUCCIÓN
CONDICIONADA DE PREFERENCIAS
(51)

MANUEL HERMOSO ROJAS

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN
CANARIAS (21)

MANUEL OÑORO

COMERCIO ELECTRÓNICO Y
DESARROLLO TECNOLÓGICO -
¿DONDE ESTA EL LIMITE? (35)
EL RETO DE LOS AVANCES
TECNOLÓGICOS LIBROS DIGITALES
Y LECTURA "MULTIMEDIA" (17)

MANUEL PARRAS ROSA

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL DE LOS

ACEITES VEGETALES EN ESPAÑA:

OLIVA VIRGEN VERSUS
OLIVA/GIRASOL (60)

EL SISTEMA COMERCIAL DE
ANDALUCÍA - ESTRUCTURAS EN
PROCESO DE CAMBIO (14)

MANUEL R. RODRÍGUEZ ZÚNIGA

ACEITE DE OLIVA - PENDIENTES DE
LA REFORMA (30)

LAS EMPRESAS DE VINO DE LOS
PAÍSES DEL MEDITERRÁNEO,
FRENTE A UN MERCADO EN
TRANSICIÓN (71)

LAS PERSPECTIVAS DEL SISTEMA
AGRO - ALIMENTARIO (3)

MANUEL RECIO MENÉNDEZ

EUROCENTRALES - ¿OPORTUNIDAD
O AMENAZA? (16)

LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
ESPAÑOLA ANTE EL RETO DEL
EURO (45)

POSIBILIDADES DE GESTIÓN
ESTRATÉGICA DE LAS MARCAS DE
DISTRIBUIDOR (45)

PROTECCIÓN JURÍDICA DE LAS
MARCAS DE DISTRIBUIDOR (45)

MANUEL SÁNCHEZ PÉREZ

ACCIONES DE INNOVACIÓN EN LA
GESTIÓN DE LAS EMPRESAS
HORTOFRUTÍCOLAS (93)

ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL
CONSUMIDOR EN LA UNIÓN
EUROPEA (57)

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE
ELECTRODOMÉSTICOS EN ESPAÑA
(67)

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE
PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL
HOGAR EN ESPAÑA (71)

INTENSIFICACIÓN DE LA
COMPETENCIA INTERTIPO ENTRE
SUPERMERCADOS E
HIPERMERCADOS (64)

LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
MINORISTA EN LA EUROPA DE 15 +
10 (76)

LAS ACTIVIDADES DE ACABADO
DEL PRODUCTO Y AUXILIARES DE
LA PRODUCCIÓN EN LA CADENA DE
VALOR HORTOFRUTÍCOLA (98)

SOBRE LA EFICACIA DE LA
PROMOCIÓN DE PRODUCTOS DE
GRAN CONSUMO: FOLLETOS
VERSUS DESCUENTOS EN PRECIOS
(86)

MANUEL SEVILLA

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN
DE FRUTAS Y HORTALIZAS (47)

DEMANDA DE SERVICIOS
COMERCIALES -ANÁLISIS DE LAS
PREFERENCIAS DE LOS
CONSUMIDORES (22)

MANUEL VENTURA GALLEGO

AYUDAS DE LA UE A LA INDUSTRIA
AGROALIMENTARIA (94)

MAR VILANOVA AMAT

SEGURIDAD ALIMENTARIA EN
ANECOOP - TRAZABILIDAD Y
"NATURANE" (62)

MARC FILSER

FRANCIA - EL LIDERAZGO DE LOS
HIPERMERCADOS, LA
CONCENTRACIÓN DE LAS

CENTRALES DE COMPRA Y LAS NUEVAS FORMAS COMERCIALES (7)

MARÇAL TARRAGÓ

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA – CATALUÑA (19)
LOCALIZACIÓN COMERCIAL E IMPACTOS TERRITORIALES (20)
MERCADOS MUNICIPALES OFERTA LOCAL Y CENTRALIDAD (34)
URBANISMO COMERCIAL - RESPUESTAS DE FUTURO PARA EL BINOMIO COMERCIO/CIUDAD (2)

MARCELINO CARRO BLANCO

COMERCIO DETALLISTA DE PRODUCTOS PESQUEROS - PRESENTE Y FUTURO DEL ÚLTIMO ESLABÓN DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN (43)

MARCOS HUARTE CRISTÓBAL

LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)

MARGARITA BRUGAROLAS

ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS (67)

MARÍA ÁNGELES DONOSO MELERO

JUGUETES - UN SECTOR EN CONSTANTE RENOVACIÓN (43)

MARÍA ÁNGELES MARTÍN

LA LEGISLACIÓN DE LA CE Y LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES (10)

MARÍA ANTONIA ALBARDIAZ

SEGADOR

COMPARTIMIENTO DEL CONSUMIDOR HACIA LOS ALIMENTOS ECOLÓGICOS (51)
ESTUDIO DE LOS FRENOS AL DESARROLLO DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA A TRAVÉS DE LAS VARIABLES DEL CONSUMO (38)
IMPORTANCIA DEL MERCADO DE FLORES Y PLANTAS ORNAMENTALES (36)
LOGÍSTICA - ANÁLISIS DEL SECTOR DE PALETS (51)

MARÍA ANTONIA LANDERO

LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES EN ESPAÑA - ASOCIACIONES Y ARBITRAJE DE CONSUMO (49)

MARÍA D. DE JUAN VIGARAY

SECTOR TEXTIL - CONFECCIÓN - PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES POR FORMATO Y SURTIDO (86)
SECTOR TEXTIL - CONFECCIÓN - EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (85)

MARÍA DE LOS LLANOS MATEA

EL FOCO INFLACIONISTA DE IPC - EL SECTOR DE SERVICIOS (5)

MARÍA DEL MAR GARCÍA DE LOS SALMONES

ACTITUDES HACIA LA MODERNIZACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL MINORISTA (39)

MARÍA DÍAZ

LOS SUEÑOS LLEVAN NOMBRE DE MERCADO (MERCADOS/LITERATURAS) (53)

MARÍA EUGENIA RUIZ MOLINA

CRITERIOS PARA CONFECCIONAR

LA CARTA DE VINOS DEL RESTAURANTE (98)

MARÍA ISABEL BONILLA DELGADO

EL SECTOR HOTELERO EN ESPAÑA - AVANCES HACIA EL FUTURO (26)
EMPLEO EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - POLÍTICAS SECTORIALES EN ESPAÑA Y EN OTROS PAÍSES (36)
LA ESTADÍSTICA COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (29)
LA GESTIÓN DE PAGOS A PROVEEDORES Y LA LEY DE ORDENACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA (49)

MARÍA ISABEL HERNÁNDEZ

PROMOCIÓN Y MARKETING DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS - LA EXPERIENCIA DE 25 AÑOS DE TRABAJO DEL FROM (77)

MARÍA JESÚS RUBIO SANZ

FICHERO COORDINADO DE INDUSTRIAS ALIMENTARIAS, AGRARIAS Y FORESTALES (89)

MARÍA JESÚS YAGUE GUILLÉN

EL COSTE DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN FRESCO (85)

MARÍA JOSÉ BARBALES

APORTACIONES DESDE LA ECONOMÍA Y EL MARKETING AL DEBATE DE LOS HORARIOS COMERCIALES (88)

MARÍA JOSÉ BARRERO

A ORILLAS DEL HUÉCAR (MERCADOS/LITERATURAS) (38)
COMERCIO JUSTO - UNA ALTERNATIVA SOLIDARIA (41)
EL MERCADO DEL LIBRO EN ESPAÑA - LA INDUSTRIA EDITORIAL, MARCADA POR LA CONTRADICCIÓN ENTRE LOS BAJOS ÍNDICES DE LECTURA Y LA ELEVADA PRODUCCIÓN, COMIENZA UN PROCESO DE REORGANIZACIÓN Y CONCENTRACIÓN (46)
REVOLUCIÓN EN EL SECTOR DEL MUEBLE (39)

MARÍA JOSÉ CAVADAS

MARU CENTENO NECESITABA UNA VICTORIA (MERCADOS/LITERATURAS) (67)
UN INVIERNO RARO (MERCADOS/LITERATURAS) (54)

MARÍA LUISA GIMÉNEZ TORRES

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE ELECTRODOMÉSTICOS EN ESPAÑA (67)

INTENSIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA INTERTIPO ENTRE SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS (64)

MARÍA PEMARTÍN GONZÁLEZ - ADALID

EL CONSUMIDOR EUROPEO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS - PRIMEROS RESULTADOS DE UN ESTUDIO CUALITATIVO DEL CONSUMIDOR ESPAÑOL (84)

MARÍA PILAR MARTÍNEZ RUIZ

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES Y

PLANIFICACIÓN DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (94)

MARÍA PUELLES GALLO

COMPETENCIA Y NUEVAS ESTRATEGIAS EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN ESPECIALIZADA NO ALIMENTARIA (89)
LOS GRANDES ESPECIALISTAS NO ALIMENTOS (GENAS) - UNA PRIMERA APROPIACIÓN A LA REALIDAD ACTUAL Y PREVISIBLE EVOLUCIÓN (78)
MARCAS DE DISTRIBUIDOR - MÁS DE 30 AÑOS DE UN PROCESO DINÁMICO, COMPETITIVO E IMPARABLE (69)
MARCAS DE DISTRIBUIDOR (MDD): 100 IDEAS CLAVE - INICIATIVAS EMPRESARIALES MÁS NOVEDOSAS A NIVEL MUNDIAL (100)

MARÍA RODRÍGUEZ SÁNCHEZ

FUNCIÓN SOCIAL DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES (40)

MARÍA SEGARRA MATEU

LA CALIDAD DESDE LA PERSPECTIVA DE LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALES (79)

MARÍA VICTORIA ROMÁN GONZÁLEZ

POSIBILIDADES DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR (45)

MARIANO ALONSO

EL FUTURO DE LA FRANQUICIA 23

MARIANO MARAVER

EL CAMINO DEL ESTE - LA RENTABILIDAD DE LOS PROCESOS DE INTERNALIZACIÓN (8)
EL MODELO AGRO - ALIMENTARIO ESPAÑOL UN CAMINO DE DOBLE VÍA (3)
EL SECTOR CÁRNICO EN CASTILLA-LA MANCHA (33)

MARIANO RODRÍGUEZ MOYA

LA CARNE DE VACUNO “CALIDAD TRADICIÓN CARREFOUR” (68)

MARIANO ROJAS

NADA (MERCADOS/LITERATURAS) (14)

MARIANO SANZ PECH

EL CIRCUITO DEL QUESO (6)
LA CULTURA QUESERA ESPAÑOLA (67)
LOS QUESOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN FRENTE A LA MODERNA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (23)
UN NUEVO MODELO DE ALIMENTACIÓN (1)

MARIO CAÑIZAL

LAS CADENAS DE RESTAURANTES EN LA ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR (46)

MARIO TANGO

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN INTERNET (35)

MARTA CAMPS

ALMA (MERCADOS/LITERATURAS) (59)

MARTA FRASQUET DEL TORO

EL AUGE DE LOS MULTICINES - SU

EXPANSIÓN Y PREFERENCIA POR LOS ESPECTADORES (40)

GEOGRAFÍA COMERCIAL EN ESPAÑA - COMUNIDAD VALENCIANA (54)

TENDENCIAS DE LA INVESTIGACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA (61)

MARTA LAGUNA

ANÁLISIS DE LA MOTIVACIÓN DE COMPRA DENTRO Y FUERA DEL MUNICIPIO (91)

MARTA PEDRAJA IGLESIAS

LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS EN EL MERCADO MINORISTA DE ALIMENTACIÓN (42)

MARTA SEGURA I BONET

ALIMENTACIÓN BEBIDAS Y TABACO - UNO DE LOS GRUPOS MENOS INFLACIONISTA EN LA EVOLUCIÓN DEL IPC (65)

MARTÍN-SPILKER

UN MOMENTO CLAVE PARA EL SECTOR PESQUERO CANARIO (43)

MATÍAS HIERRO SANZ

EL ASESINATO (MERCADOS/LITERATURAS) (86)

MAXIMINO VIAÑO GARCÍA

TERNERA GALLEGA HAY QUE CONSEGUIR LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (33)

MELCHOR ENRIQUE

DISTRIBUCIÓN Y SERVICIOS TURISMO CIRUGÍA DE URGENCIA PARA LA GALLINA DE LOS HUEVOS DE ORO (4)

EL VINO ESPAÑOL EN LA ENCRUCIJADA - PROMOCIÓN Y CALIDAD, ÚNICAS SALIDAS PARA RECUPERAR MERCADOS (2)
SECTOR CÁRNICO - EN EL UMBRAL DEL CAMBIO (8)

MERCEDES BLANCO

DROGUERÍA Y PERFUMERÍA - LA PRESIÓN DE LA DEMANDA FUERZA LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR (49)

MERCEDES ROZANO SUPLET

INFLUENCIA DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR EN LAS RELACIONES FABRICANTE – DISTRIBUIDOR (53)
PROFESOR DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID (95)

MERCEDES SOLER

EL MODELO ALIMENTARIO EUROPEO (15)
LA DIETA MEDITERRÁNEA EN ESPAÑA (3)

MIGUEL A. MODREGO SÁNCHEZ

LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CALIDAD ALIMENTARIA - LA VENTA DEL APPCC EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN (78)

MIGUEL ÁNGEL ALMODÓVAR

CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: CERVEZA, COMPAÑERA DE LA HUMANA EVOLUCIÓN (87)
CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: EL AGUA VITAL Y REGENERADORA (88)
CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: EL GRUESO DE LA DESPENSA MARINA (84)

- CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: EL SALUDABLE ARTE DE SAZONAR (83)
- CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: ESPIRITUOSOS Y LICORES COMO REMEDIO ANCESTRAL (86)
- CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: FRUTOS MILENARIOS DEL ÁRBOL DEL MAR (85)
- CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: FUNCIONALES, NUTRACEUTICOS, ALICAMENTOS Y ALGUNOS CUENTOS (91)
- CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: GRASAS QUE SUEÑAN ACEITES (90)
- CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: TURRONES Y MAZAPANES, ENTRE LOS QUE ESTÁN Y LOS QUE SON (89)
- LAS ESTRELLAS DE LA GASTRONOMÍA NAVARRA (92)
- RUTAS CON SABOR. ARAGÓN (95)
- RUTAS CON SABOR. CASTILLA - LA MANCHA (96)
- RUTAS CON SABOR. CASTILLA Y LEÓN (98)
- RUTAS CON SABOR. EXTREMADURA (93)
- RUTAS CON SABOR. LA RIOJA (99)
- RUTAS CON SABOR. MURCIA (94)
- RUTAS CON SABOR. NAVARRA (92)
- RUTAS CON SABOR. PAÍS VASCO (97)
- MIGUEL ÁNGEL BUENO COGOLLUDO**
CERTIFICACIÓN AGROALIMENTARIA SEGURA (77)
- MIGUEL ÁNGEL DÍAZ MIER**
NUEVO ESCENARIO INTERNACIONAL - LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EL GATT (17)
- MIGUEL ÁNGEL FEITO**
LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y EL MERCADO ÚNICO (2)
- MIGUEL ÁNGEL MÉNDEZ RODRÍGUEZ**
SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO (76)
- MIGUEL ÁNGEL RIERA GÓMEZ**
TRAZABILIDAD: EL RETO DE LA INDUSTRIA EN GENERAL Y DE LA CADENA ALIMENTARIA EN PARTICULAR (77)
- MIGUEL ÁNGEL VÁZQUEZ DE PRADA**
LA INDUSTRIA LÁCTEA ANTE LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO Y LA CONCENTRACIÓN DE LA DEMANDA (23)
- LA INDUSTRIA LÁCTEA ESPAÑOLA ANTE LA REFORMA DE LA OCM DE LA LECHE Y LOS PRODUCTOS LÁCTEOS (37)
- MIGUEL CERVANTES BLANCO**
DIVERSIFICACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL QUE OPERAN EN ESPAÑA (37)
- MIGUEL COMENGE PUIG**
COMPETENCIA Y CRISIS DEL COMERCIO TRADICIONAL EN UNA NOVELA DE ZOLA (52)
- MIGUEL DELGADO PANTOJA**
AMORES INCOMPRENDIDOS (MERCADOS/LITERATURAS) (79)
- MIGUEL HERNÁNDEZ ESPALLARDO**
COMERCIO Y CONSUMO EN LA REGIÓN DE MURCIA - RECONVERSIÓN EN MARCHA (16)
- CONSIDERACIONES SOBRE LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN HORTOFRUTÍCOLA (35)
- ELECCIÓN DEL LUGAR DE COMPRA DE MEDICAMENTOS Y PARAFARMACIA. SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA INTRA E INTERTIPO (59)
- LA ¿SORPRENDENTE? RESISTENCIA DE LA FRUTERÍA (53)
- LOS PROCESOS DE COMRAVENTA DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS EN LOS MERCADOS EN ORIGEN: EL CASO DE LA REGIÓN DE MURCIA (98)
- REGIÓN DE MURCIA - MODERNIZACIÓN, CONCENTRACIÓN Y COLONIZACIÓN EXTERNA (51)
- MIGUEL OLMEDA**
FACTORES QUE CONDICIONAN LA FRECUENCIA DE CONSUMO DE VINO (65)
- MIGUEL RAMÍREZ GONZÁLEZ**
LA EFICIENCIA DEL COMERCIO MAYORISTA Y SU APORTACIÓN A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA - LA EXPERIENCIA ESPAÑOLA DE LA RED DE MERCASA (72)
- RETOS DE FUTURO DE LOS MERCADOS MAYORISTAS (47)
- MIGUEL ROMERO GONZÁLEZ**
EL SISTEMA COMERCIAL DE LA FLOR CORTADA EN ESPAÑA (56)
- MIGUEL S. PEÑA**
SECTOR PESQUERO - EL FINAL DE UN CICLO (9)
- MIGUEL SEBASTIÁN**
INFORMACIÓN, TRANSPARENCIA Y SERVICIO PÚBLICO (100)
- MILAGROS MONTOYA RAMOS**
¿PUEDE LA ESCUELA CAMBIAR LOS HÁBITOS DE ALIMENTACIÓN DE LAS GENERACIONES JÓVENES? (19)
- MOISÉS PÉREZ RUIZ**
ETIQUETADO DE ALIMENTOS - ANTECEDENTES, SITUACIÓN ACTUAL Y PROGRAMAS FUTUROS (25)
- MÓNICA CORTINAS**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - NAVARRA (56)
- MÓNICA GÓMEZ SUÁREZ**
COMERCIO ELECTRÓNICO - ESTRATEGIAS DE MARKETING EN INTERNET (1) (41)
- ESTRUCTURA Y DISTRIBUCIÓN DE ESPACIO EN EL LINEAL - ESTRATEGIAS DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR EN ALIMENTACIÓN Y DROGUERÍA-PERFUMERÍA (45)
- LA VALORACIÓN DE LAS REVISTAS DE MARKETING ESPAÑOLAS (61)
- MÓNICA MARTÍNEZ**
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ITALIA - LA CONSTRUCCIÓN DEL FUTURO (15)
- MONSERRAT BADIA**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - EL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN EN ANDALUCÍA (14)
- MONTERRAT PRIETO GOBERNA**
CRISIS ALIMENTARIAS Y PROTECCIÓN DE LOS INTERESES DE LOS CONSUMIDORES (59)
- ALIMENTOS MODIFICADOS GENÉTICAMENTE - CONCEPTOS BÁSICOS Y REALIDAD NORMATIVA (60)
- NAGORE GARMENDIA**
EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL (CMI) (68)
- NARCISO ARCAS LARIO**
EL COOPERATIVISMO COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA AGROALIMENTARIA (48)
- EL SISTEMA COMERCIAL DE LA FLOR CORTADA EN ESPAÑA (56)
- LA ¿SORPRENDENTE? RESISTENCIA DE LA FRUTERÍA (53)
- LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN EL ENTORNO INTERNACIONAL (53)
- LOS PROCESOS DE COMRAVENTA DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS EN LOS MERCADOS EN ORIGEN: EL CASO DE LA REGIÓN DE MURCIA (98)
- POLÍTICAS DE MARCA EN LOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN FRESCO: DESAPARICIÓN DE LOS GENÉRICOS (77)
- NATALIA RUBIO BENITO**
RESULTADOS ECONÓMICOS Y RELACIONALES DEL FABRICANTE CON LA MARCA DE DISTRIBUIDOR (88)
- NELSON CASTRO GIL**
LIBRO BLANCO DE SEGURIDAD ALIMENTARIA. APUESTA EUROPEA POR UNA ALIMENTACIÓN CON GARANTÍAS (53)
- NORBERTO LUIS ROMERO**
DE LO QUE ACONTECIÓ DE EXTRAORDINARIO EN EL MERCADO DE ABASTOS DE LA FELGUERA (MERCADOS/LITERATURAS) (25)
- NORBERTO MUÑIZ MARTÍNEZ**
DIVERSIFICACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL QUE OPERAN EN ESPAÑA (37)
- NURIA MORENO - MANZANERO GARCÍA**
LA TRANSPARENCIA DEL MERCADO Y LOS CONSUMIDORES 48
- OLGA BACHO JIMENEZ**
ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES ESPECIES PESQUERAS COMERCIALIZADAS (90)
- ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES ESPECIES PESQUERAS COMERCIALIZADAS (91)
- ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES DE FRUTAS (82)
- ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES DE HORTALIZAS Y PATATAS (83)
- ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES FRUTOS TROPICALES COMERCIALIZADOS (95)
- EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN LOS MERCADOS DE CRUSTÁCEOS (93)
- EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN LOS MERCADOS DE MOLUSCOS (92)
- MERCASA Y LA RED DE MERCAS. AL SERVICIO DE LA CADENA ALIMENTARIA. UN VIAJE EN EL TIEMPO (100)
- OSCAR GONZÁLEZ BENITO**
IMPLANTACIÓN DE PRÁCTICAS LOGÍSTICAS MEDIOAMBIENTALES (88)
- INTERACCIÓN COMPETITIVA DE LAS FÓRMULAS COMERCIALES - FIDELIDAD AL FORMATO COMERCIAL DE LOS CONSUMIDORES (47)
- PAPEL DE LA LOCALIZACIÓN EN LA SELECCIÓN DE ESTABLECIMIENTO MINORISTA: UN ENFOQUE TRIDIMENSIONAL (80)
- OSCAR MEDINA ORTA**
ANÁLISIS DE LAS CUENTAS DE RESULTADOS DE LAS EMPRESAS MINORISTAS DE BIENES DE GRAN CONSUMO (49)
- LOS HÁBITOS DE COMPRA DEL COMPRADOR INTERURBANO ESPAÑA-OL (42)
- MÉTODOS PARA LA LOCALIZACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS (20)
- PABLO A. MUÑOZ GALLEGOS**
¿ESTABLECIMIENTOS EN PROPIEDAD O ESTABLECIMIENTOS EN FRANQUICIA? (23)
- DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN CASTILLA Y LEÓN - UNA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA (17)
- ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (10)
- HORARIOS COMERCIALES - UN SERVICIO ESTRATÉGICO PARA LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN (25)
- INTERACCIÓN COMPETITIVA DE LAS FÓRMULAS COMERCIALES - FIDELIDAD AL FORMATO COMERCIAL DE LOS CONSUMIDORES (47)
- PABLO GOÑI**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - NAVARRA (56)
- PABLO MANZANO BEN**
DÍA DE COLEGIO (MERCADOS/LITERATURAS) (67)
- PACO SEVA RIVADULLA**
LA VERTEBRACIÓN INTERPROFESIONAL EN EL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA ESPAÑOL (52)
- PALOMA SAA TEJA**
REALIDAD ECONÓMICA DE LA FRUTA EN EL MERCADO ESPAÑOL (57)
- PASCUAL HEREDERO**
HACIA DONDE CAMINA LA PUBLICIDAD DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS (21)
- PRODUCTOS PESQUEROS. PUBLICIDAD FRESCA (27)

PASQUAL MARAGALL

BARCELONA'92 - REEQUILIBRIO URBANO (2)

PATRICIA GABALDON QUIÑONES

CONSUMO DE SERVICIOS EN LOS HOGARES ESPAÑOLES (58)

PATRICIA NIETO

RETRATO SOCIOLÓGICO DE "MANITAS" Y "BRICOLADORES" (15)

PATRICK HARTMANN

PERSPECTIVAS DE LOS CENTROS COMERCIALES FUNDAMENTADOS EN UN HIPERMERCADO (39)

PAU ROCA

FACTORES CONDICIONANTES DE LA OFERTA ESPAÑOLA DE VINO (32)

PAU SANSÀ BRINQUIS

COMERCIALIZACIÓN MAYORISTA DE PRODUCTOS PESQUEROS EN ESPAÑA (92)

PAULA FERNÁNDEZ DE LARREA

MARCAS DE DISTRIBUIDOR - ESPECIAL REFERENCIA AL PRECIO (33)

PAULINO PLATA CÁNOVAS

LA COMERCIALIZACIÓN EN ORIGEN DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA (43)

PEDRO ARA LEYUN

PRESENTE Y FUTURO DE LA INDUSTRIA LÁCTEA (37)

PEDRO BARATO TRIGUERO

EL FUTURO DEL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL (37)

PEDRO CALDENTEY ALBERT

PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS TÍPICOS Y TERRITORIO (31)
PRODUCTOS TÍPICOS E INNOVACIÓN (38)
SIGNOS DISTINTIVOS EN PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS (45)

PEDRO CUESTA VALIÑO

ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS LÍDERES DEL SECTOR DE HIPERMERCADOS EN ESPAÑA - PRYCA. CONTINENTE. ALCAMPO. HIPERCOR. EROSKI (37)
CENTROS COMERCIALES EN ESPAÑA (48)
COMUNIDAD DE MADRID - CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL. LA DEMANDA Y LA OFERTA DE SERVICIOS COMERCIALES (53)
EL TRADE MARKETING DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL FABRICANTE (77)
LA FRANQUICIA: UNA FORMULA COMERCIAL CON ÉXITO EN PLENO CRECIMIENTO (78)
LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN ESPAÑA (58)
TREINTA AÑOS DE HIPERMERCADOS EN ESPAÑA - ¿SATURACIÓN O RENOVACIÓN? (74)

PEDRO LÓPEZ

LA SEGURIDAD ALIMENTARIA ES RESPONSABILIDAD DE TODOS (62)

PEDRO M. PASCUAL FERNÁNDEZ

COMISIONES POR EL USO DE TARJETAS DE PAGO (92)

PEDRO POVEDA GÓMEZ

LEY DE ENVASES Y RESIDUOS DE ENVASES - ASPECTOS ESENCIALES DE SU CONTENIDO (39)

PEDRO REINARES LARA

ASPECTOS TEÓRICOS Y ESTRATÉGICOS EN LA GESTIÓN DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR (38)

PEDRO RUIZ AVILÉS

LA CALIDAD Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN LOS ACEITES DE OLIVA ANDALUCES (96)

PEDRO SOLBES

LA ALDEA GLOBAL AGRO - ALIMENTARIA (1)

PEDRO TORRES

DISTRIBUCIÓN Y COMPETENCIA (12)

PEPA MOSQUERA

LA MERCERÍA (MERCADOS/LITERATURAS) (39)

PERE LLORENS LORENTE

EL PEQUEÑO COMERCIO Y LAS TARJETAS DE PAGO (52)

PETRA ANGULO ÁLVAREZ

EL TRABAJO DE ANTÓN (MERCADOS/LITERATURAS) (26)

PILAR AYUSO

SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL (37)

PILAR GALINDO

AGUAS, ZUMOS, CERVEZAS Y REFRESCOS - INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO EN UN MERCADO MADURO (75)
ARROCES Y PASTAS - EL MERCADO INTERIOR SABE A POCO (80)
EL ARROZ MIRA HACIA DELANTE (73)
LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS - RECONVERSIÓN Y TRAZABILIDAD EN TODA LA CADENA (77)
SÓLO EL TIEMPO NOS SEPARA (MERCADOS/LITERATURAS) (75)

PILAR PLANS

DENOMINACIÓN DE CALIDAD - CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA (33)

PILAR RIVERA TORRES

LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS EN EL MERCADO MINORISTA DE ALIMENTACIÓN (42)

PILAR ZORRILLA CALVO

EL COMERCIO URBANO COMO FACTOR ESTRATÉGICO PARA LA COMPETITIVIDAD ENTRE CIUDADES (78)
NUEVAS TENDENCIAS EN MERCHANDISING - GENERAR EXPERIENCIAS PARA CONQUISTAR EMOCIONES Y FIDELIZAR CLIENTES (65)
PERSPECTIVAS DE LOS CENTROS COMERCIALES FUNDAMENTADOS EN UN HIPERMERCADO (39)

PRUDENCIO MEDEL

COMER POR LOS OJOS. TRAGAR DE OÍDAS (16)

PURIFICACIÓN GONZÁLEZ CAMACHO

CERTIFICACIONES DE GESTIÓN DE

CALIDAD Y AMBIENTAL EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA (94)

QUINTILIANO PÉREZ BONILLA

ALGO SE ESTA MOVIENDO EN EL SECTOR CÁRNICO (33)

RAFAEL GÓMEZ PASCUAL

LA CALIDAD EN EL COMERCIO MINORISTA (79)

RAFAEL MIQUEL

LA FORMACIÓN DE LAS EMPRESAS - UNA VISIÓN PRÁCTICA (40)

RAFAEL MYRO

LOS EFECTOS DEL EURO SOBRE EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EUROPEO (1) (43)

RAFAEL REY SALGADO

UN FUTURO POSIBLE PARA EL VINO ESPAÑOL (65)

RAFAEL ZORRAQUINO

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ARAGÓN (16)

RAMÓN ARAGONÉS

COMERCIO ELECTRÓNICO - ¿REVOLUCIÓN O ESPEJISMO VIRTUAL? (35)
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN GRAN BRETAÑA - NUEVAS TENDENCIAS PARA CONSOLIDAR EL FUTURO (17)
EL NEGOCIO DE LA DISTRIBUCIÓN Y SU ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS FORMAS COMERCIALES (10)
ESTRATEGIAS DE LA "GRAN" DISTRIBUCIÓN - LA LOCA CARRERA POR EL CONTROL DE UN NEGOCIO EN EXPANSIÓN (6)

RAMÓN LÓPEZ DE LUCIO

LA VITALIDAD DEL ESPACIO PÚBLICO URBANO EN RIESGO - IMPLICACIONES URBANÍSTICAS DE LA CRECIENTE CONCENTRACIÓN EN CLAVES DE ACTIVIDAD COMERCIAL (66)

RAQUEL BARROSO CÁDIZ

FRANQUICIAS - UN SÓLIDO SISTEMA PARA LA EXPANSIÓN DE UNA MARCA (45)

RAQUEL GURREA

EL EMPLEO DE INTERNET COMO NUEVO CANAL DE DISTRIBUCIÓN: UN ANÁLISIS DE SUS PRINCIPALES VENTAJAS E INCONVENIENTES (72)

RAQUEL LLORENTE HERAS

LA TERCIALIZACION DEL EMPLEO COMO CAUSA DE LA EMERGENCIA DE NUEVAS FORMAS DE TRABAJO (58)

RAQUEL SÁNCHEZ FERNÁNDEZ

ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL CONSUMIDOR EN LA UNIÓN EUROPEA (57)

RAÚL ANTEQUERA

DISTRIBUCIÓN, INFLACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL (5)

RAÚL COMPE LÓPEZ

EL TRANSPORTE INTERNACIONAL DE CÍTRICOS - VIABILIDAD DEL TRANSPORTE MARÍTIMO DE CORTA DISTANCIA (86)

LA LOGÍSTICA DE LA ALIMENTACIÓN PERECEDERA - PROBLEMAS Y SOLUCIONES (74)

RAÚL H. GREEN

LAS EMPRESAS DE VINO DE LOS PAÍSES DEL MEDITERRÁNEO, FRENTE A UN MERCADO EN TRANSICIÓN (71)
LAS PERSPECTIVAS DEL SISTEMA AGRO - ALIMENTARIO (3)
MERCADOS MAYORISTAS - ¿EL INICIO DE UNA NUEVA ERA? (72)
TENDENCIAS DE LA LOGÍSTICA ALIMENTARIA DE PRODUCTOS FRESCOS (63)

RICARDO AGUILAR

CONSERVACIÓN MUNDIAL DE RECURSOS UN MAR DE PROBLEMAS (20)

RICARDO ALBERT

MARCAS DE DISTRIBUIDOR - ESPECIAL REFERENCIA AL PRECIO (33)

RICARDO ALONSO SOTO

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y DERECHO DE LA COMPETENCIA (12)

RICARDO BORDERA

LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LOS PRODUCTOS DE PERFUMERÍA (4)

RICARDO SELLERS RUBIO

EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA (87)

ROBERTO ALONSO GORDÓN

CENTRO COMERCIALES - EL OCIO ES EL NEGOCIO (1)
EL FUTURO DE LOS CENTROS COMERCIALES EN ESPAÑA (10)
GESTIÓN AVANZADA DE CLIENTES EN LOS MERCADOS MUNICIPALES MINORISTAS (84)
LAS CLAVES QUE DETERMINAN EL FUTURO DE LOS MERCADOS MUNICIPALES MINORISTAS (59)
LOS MERCADOS DETALLISTAS MUNICIPALES EN ESPAÑA: PRESENTE Y FUTURO - SITUACIÓN, PROBLEMÁTICA, PERSPECTIVAS, SOLUCIONES (44)
LOS MERCADOS MUNICIPALES COMO PRODUCTO
ESTABLECIMIENTO - LA NECESIDAD DE UNA GESTIÓN GLOBAL (69)
MERCADOS MINORISTAS _ NUEVAS TENDENCIAS PARA CONQUISTAR EMOCIONES Y FIDELIZAR CLIENTES (97)
MODERNIZACIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES MINORISTAS, SERVICIO PÚBLICO Y EFICIENCIA EMPRESARIAL. EL PAPEL DE MERCASA (100)

ROBERTO FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ

ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS PARA LOS MERCADOS MINORISTAS TRADICIONALES (49)
ASPECTOS TEÓRICOS Y ESTRATÉGICOS EN LA GESTIÓN DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR (38)
FACTORES CLAVE PARA EL FUTURO DEL COMERCIO MAYORISTA (28)
PERSPECTIVAS DE DESARROLLO DE LA VENTA AMBULANTE EN MERCADILLOS - EL CASO DE LA

COMUNIDAD DE MADRID (29)
REALIDAD ECONÓMICA DE LA
FRUTA EN EL MERCADO ESPAÑOL
(57)

ROCÍO MUÑOZ PINO

LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN
VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)

RODOLFO BERNABÉU

DIFERENCIAS EN LAS
PREFERENCIAS DE LOS
CONSUMIDORES DE CARNE DE
CORDERO (73)
FACTORES QUE CONDICIONAN LA
FRECUENCIA DE CONSUMO DE
VINO (65)

RODOLFO RAMÍREZ GARCÍA

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA – CANARIAS (21)

RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES

ASTURIAS - LA DISTRIBUCIÓN
ACELERA SU PROCESO DE
MODERNIZACIÓN (52)
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN
ASTURIAS - EN BUSCA DE
EFICIENCIA Y COMPETITIVIDAD (17)
DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA -
IMPLICACIONES PARA FABRICANTES
Y DISTRIBUIDORES (48)

ROGELIO FERNÁNDEZ ANDRADE

DIETA MEDITERRÁNEA - REALIDAD
HISTÓRICA Y EVOLUCIÓN ACTUAL
HACIA UN MODELO DE
ALIMENTACIÓN RACIONAL (50)
DOS CAMPAÑAS CONSECUTIVAS
CORTAS DE ACEITE DE OLIVA:
PROBLEMAS A LA VISTA (83)
PANORÁMICA DEL CONSUMO DE
FRUTAS Y HORTALIZAS EN LA
UNIÓN EUROPEA (52)
TRAZABILIDAD ALIMENTARIA - UNA
HERRAMIENTA DECISIVA PARA LA
SEGURIDAD Y LA PROTECCIÓN DE
LOS CONSUMIDORES (62)

ROGER GASPA

TRAZABILIDAD EN EL COMERCIO
MAYORISTA DE ALIMENTOS
FRESCOS (93)

ROGER SÁNCHEZ DEL RÍO

CENTROS COMERCIALES ABIERTOS
- UNA ESTRATEGIA DE MEJORA DEL
ATRACTIVO URBANO Y DEL NIVEL
DE COMPETITIVIDAD DE LA
ACTIVIDAD TERCIARIA EN LAS
CIUDADES (48)

ROMINA SÁNCHEZ PÉREZ

ECLIPSE
(MERCADOS/LITERATURAS) (78)

ROSA DíEZ GONZÁLEZ

PRODUCCIÓN/ DISTRIBUCIÓN - LAS
INAPELABLES LEYES DEL
MERCADO (6)

ROSA FERNÁNDEZ LEÓN

ALTERNATIVAS DE MODERNIZACIÓN
Y FUTURO PARA EL SECTOR
REMOLACHERO – AZUCARERO (12)

ROSA GRACIA

MERCADO ESPAÑOL DE
ELECTRODOMÉSTICOS -
DIFERENCIAS POR SEGMENTOS
(31)

ROSA PRADAS REGEL

AGUAS, CERVEZAS, ZUMOS Y
REFRESCOS - LOS NUEVOS

PRODUCTOS INTENTAN REACTIVAR
EL MERCADOL (28)

CERVEZAS, AGUAS, ZUMOS Y
REFRESCOS - EL MERCADO DE
BEBIDAS SE ORIENTA HACIA LOS
PRODUCTOS SIN ALCOHOL (17)
CONSUMO - TODOS QUIEREN SER
VERDES (1)
CRITERIOS DE INTERÉS PÚBLICO
PARA LA EDUCACIÓN ALIMENTARIA -
SALUD, FORMACIÓN, CULTURA Y
GUSTO (19)

DIETA ALIMENTARIA EUROPEA -
PERFIL SOCIO-CULTURAL DE LOS
HÁBITOS DE CONSUMO EN LA UE
(15)

EL CONSUMO ALIMENTARIO EN
ESPAÑA - GASTO EN ALIMENTOS,
CANTIDADES COMPRADAS Y LUGAR
DE COMPRA (16)

HÁBITOS DE CONSUMO EN
NAVIDAD (30)

LA ESTADÍSTICA COMO
HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LAS
EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL (29)

SECTOR PESQUERO
CONSECUENCIAS DE LA
INTEGRACIÓN EN LA UNIÓN
EUROPEA (20)

ROSARIO CAÑABATE POZO

PROTECCIÓN JURÍDICA DE LAS
MARCAS DE DISTRIBUIDOR (45)

ROSARIO CASTAÑO

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA - REGIÓN DE MURCIA (16)

ROSAURA FARRE ROVIRA

DIETA ESPAÑOLA/DIETA
MEDITERRÁNEA ALIMENTACIÓN Y
SALUD (3)

DIETA MEDITERRÁNEA - ASPECTOS
NUTRICIONALES (50)

EL ACEITE DE OLIVA EN LA
ALIMENTACIÓN HUMANA (30)

EL MODELO ALIMENTARIO ESPAÑOL
- ESTRUCTURA DE LA DIETA Y
TENDENCIAS DE CONSUMO (16)

EL VINO COMO COMPETENTE DE LA
DIETA (19)

INTERÉS DE LOS PRODUCTOS DE
LA PESCA EN LA ALIMENTACIÓN
(27)

INTERESES DE LECHE Y OTROS
DERIVADOS LÁCTEOS EN LA
ALIMENTACIÓN HUMANA (23)

LAS LEGUMBRES EN LA
ALIMENTACIÓN DE LOS ESPAÑOLES
(14)

ROSSEND BOSCH

COMO ASEGURAR EL ÉXITO DE
UNA SUBCONTRATACIÓN DE
SERVICIOS LOGÍSTICOS (24)

RUBÉN CASTRO RODRÍGUEZ

EL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL - UNA
ACTIVIDAD ESTRATÉGICA Y
NECESARIA PARA LOS
CONSUMIDORES (96)

RUBÉN PÉREZ ATIENZA

EL TRATO Y EL TRABAJO
(MERCADOS/LITERATURAS) (88)

SALVADOR RUIZ DE MAYA

DECISIONES DE COMPRA DE
MEDICAMENTOS SIN RECETA Y

PRODUCTOS DE PARAFARMACIA
(59)

LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS
Y HORTALIZAS EN EL ENTORNO
INTERNACIONAL (35)

LA RESPUESTA DE LOS
CONSUMIDORES - RESULTADOS DE
UN ESTUDIO EN LA REGIÓN DE
MURCIA SOBRE LA ELECCIÓN DE
ESTABLECIMIENTO COMERCIAL EN
FUNCIÓN DEL TIPO DE PRODUCTO
(20)

SAMIR MILI

ACEITE DE OLIVA - PENDIENTES DE
LA REFORMA (30)

SAMUEL JUÁREZ CASADO

EL SECTOR PESQUERO EN ESPAÑA
- FORTALEZAS Y DEBILIDADES (43)

SANTIAGO BALLESTEROS

LEYENDAS DE LA MANCHA
(MERCADOS/LITERATURAS) (45)

SANTIAGO BARBADILLO

COMO ELEGIR UNA FRANQUICIA
(23)

SANTIAGO MENÉNDEZ DE LUARCA

EL ESFUERZO INVERSOR DEL
SECTOR ELABORADOR DE VINO
(19)
LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS
VINO (13)

SEBASTIÁN CEBRIÁN

ENVASES Y EMBALAJES -
ECOLOGÍA, TECNOLOGÍA Y
MERCADO ÚNICO (5)
LOGÍSTICA - UN SECTOR EN ALZA
QUE CONSIGUE REDUCCIÓN DE
COSTES Y CAMINA HACIA EL
OUTSOURCING, LA
PROFESIONALIZACIÓN Y EL USO DE
NUEVAS TECNOLOGÍAS (38)

SEBASTIÁN FRAILE

LA POLÍTICA COMÚN DE
MERCADOS PESQUEROS (20)

SEBASTIÁN MOLINILLO JIMÉNEZ

CENTROS COMERCIALES DE ÁREA
URBANA - ESTUDIO DE LAS
PRINCIPALES EXPERIENCIAS
EXTRANJERAS (57)
EXPERIENCIAS INTERNACIONALES
EN REHABILITACIÓN DE CENTROS
URBANOS (57)

SEGUNDO GONZÁLEZ VAQUERO

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA
CORDERO DE EXTREMADURA (33)

SERGIO GONZÁLEZ REYES

HERRAMIENTAS PARA POTENCIAR
LOS MERCADOS MUNICIPALES -
PLANES DE APOYO Y GUÍA DE
CALIDAD DEL PEQUEÑO COMERCIO
(69)

SERGIO RODRÍGUEZ

LA PRIMA NATI
(MERCADOS/LITERATURAS) (35)

SERGIO RUBIO LACOBIA

LOS SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN
INVERSA PARA LA RECUPERACIÓN
DE RESIDUOS; SU DESARROLLO
EN ESPAÑA (76)

**SERVICIO DE "POLÍTICA DE LOS
CONSUMIDORES".**

RESPONSABILIDAD DE LOS
FABRICANTES Y SEGURIDAD DE
LOS PRODUCTOS (10)

SIGFRIDO HERRAEZ RODRÍGUEZ

VIVIENDA Y COMERCIO 34

**SILVIA ANDRÉS GONZÁLEZ-
MORALEJO**

LA GUERRA DE LAS
TEMPERATURAS (92)
LA INDUSTRIA ALIMENTARIA Y SU
VINCULACIÓN CON LOS MERCADOS
EXTERIORES: UN ANÁLISIS DE LA
ESTRATEGIA DE INTERNALIZACIÓN
(88)
LA LOGÍSTICA DE LA ALIMENTACIÓN
PERECEDERA - PROBLEMAS Y
SOLUCIONES (74)

SILVIA ORDÍÑAGA RIGO

COMO SELECCIONAR UN
FRANQUICIADOR (23)
FORMACIÓN COMERCIAL - UN RETO
ASUMIDO POR LAS CÁMARAS DE
COMERCIO (74)

SILVIA VALLS BARREDA

LA RESPUESTA DE LOS
COMERCIANTES DE CÁCERES ANTE
LA APERTURA DE GRANDES
SUPERFICIES (20)

SILVIO MARTÍNEZ VICENTE

UNA APLICACIÓN DSS (DECISIÓN
SUPPORT SYSTEM) PARA EL
MERCADO DEL VINO (65)

SONIA SAN MARTÍN GUTIÉRREZ

LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN
VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)

SONSOLES OSSET

NUEVAS TENDENCIAS DE LOS
ENVASES EN EL MERCADO
ESPAÑOL DE FRUTAS Y
HORTALIZAS (47)

STEVE BURT

EVOLUCIÓN DEL COMERCIO
MINORISTA EN EUROPA (43)
GRAN BRETAÑA - LA ADAPTACIÓN
A UN ESCENARIO DE CRISIS (7)

SUSAN A. SHAW

EL COMERCIO MINORISTA EN
EUROPA - LA EXPERIENCIA DE LAS
ALIANZAS EMPRESARIALES (7)

SUSANA FERRER ASÍS

ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES
FRUTOS TROPICALES
COMERCIALIZADOS (95)
EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN
LOS MERCADOS DE CRUSTÁCEOS
(93)
EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN LOS
MERCADOS DE MOLUSCOS (92)
MERCADA Y LA RED DE MERCAS.
AL SERVICIO DE LA CADENA
ALIMENTARIA. UN VIAJE EN EL
TIEMPO (100)

SUSANA MADRUGA PÉREZ

LOS CUENTOS DEL RECUERDO
(MERCADOS/LITERATURAS) (56)

SUSANA ROMERO SANZ

CRISIS ALIMENTARIAS Y
PROTECCIÓN DE LOS INTERESES
DE LOS CONSUMIDORES (59)

SUSANA TEJADA BARRENETXEA

ASOCIACIONISMO COMERCIAL
ESPACIAL Y REVITALIZACIÓN
URBANA - EL CASO DE BILBAO (86)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA - PAÍS VASCO (55)

SYLVIA RESA LÓPEZ

AGUAS ENVASADAS, ZUMOS, REFRESCOS Y CERVEZAS - UNA DEMANDA EN CRECIMIENTO (64)
 BUSCAR NUEVAS SALIDAS (94)
 DETERGENTES Y PRODUCTOS DE LIMPIEZA - EL SECTOR ATOMIZADO QUE SE PREPARA PARA LA NUEVA LEGISLACIÓN (85)
 DISTRIBUCIÓN DE DROGUERÍA Y PERFUMERÍA (81)
 DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE DROGUERÍA Y PERFUMERÍA - CONCENTRACIÓN Y RACIONALIZACIÓN EN UN MERCADO QUE SIGUE CRECIENDO (97)
 DROGUERÍA Y PERFUMERÍA - LA PRESIÓN DE LA DEMANDA FUERZA LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR (49)
 ESPAÑA TIENE YA CASI UN TERCIO DEL MERCADO DE GRAN CONSUMO CON MARCA BLANCA (86)
 GALLETAS Y BOLLERÍA - A LA BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES (68)
 HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO EN NAVIDAD (95)
 LA ALIMENTACIÓN DINAMIZA EL SECTOR DE LOS ENVASES (88)
 LA HORA DE LA VERDAD PARA LOS OPERADORES LOGÍSTICOS (74)
 LA NUEVA RESTAURACIÓN EN ESPAÑA - JUNTO A NUEVOS CONCEPTOS, COMO EL DE FOODSERVICE, LAS FRANQUICIAS REGISTRAN LOS MAYORES CRECIMIENTOS (79)
 LA PERFUMERÍA ESPECIALIZADA LIDERA EL SECTOR MINORISTA (91)
 LAS BEBIDAS DEL CALOR - ZUMOS, REFRESCOS, AGUAS Y CERVEZAS SIGUEN MANTENIENDO UN GRAN CONSUMO ESTACIONAL LIGADO AL VERANO (99)
 LAS BEBIDAS DEL VERANO HACEN UN GUIÑO AL CONSUMIDOR (69)
 LEGUMBRES - DELICADA SITUACIÓN DE UN MERCADO PLANO (14)
 LOGÍSTICA - ¿QUE OCURRE CUANDO SE ROMPE LA CADENA? (86)
 LOGÍSTICA - LA ECLOSIÓN DE UNA VIEJA CIENCIA (51)
 LOGÍSTICA - LA TECNIFICACIÓN Y UNA MAYOR PRESENCIA EN LA INDUSTRIA MARCAN LA EVOLUCIÓN DE LOS OPERADORES EN ESPAÑA (45)
 LOGÍSTICA DE GRANDES VOLUMENES (92)
 LOGÍSTICA DEL FRÍO - LOS OPERADORES DE CARGA FRACCIONADA SE ENFRENTAN A LA DIFICULTAD DE LAS ENTREGAS EN CIUDAD (58)
 LOGÍSTICA DEL TRANSPORTE - UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS PERMITIRÁ MEJORAR CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS (58)

LOGÍSTICA: LOS OPERADORES DE GRAN CONSUMO TRAZAN SU FUTURO (80)
 LOS ELEMENTOS REUTILIZABLES DE TRANSPORTE Y LOGÍSTICA DE LA CADENA DE SUMINISTROS (76)
 LOS ENVASES DAN FORMA A LOS NUEVOS PRODUCTOS (98)
 LOS NUEVOS PILARES DE LA LOGÍSTICA EN ESPAÑA - LA INTERMODALIDAD Y EL ESTABLECIMIENTO DE ACUERDOS CON LOS PROVEEDORES CONSTITUYEN LAS TENDENCIAS MAS UTILIZADAS POR LOS OPERADORES (69)
 LOS PLATOS PREPARADOS VIVEN SU MOMENTO DE ORO (94)
 NUEVAS TENDENCIAS EN DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE PRODUCTOS DE PERFUMERÍA Y DROGUERÍA (62)
 PLATOS PREPARADOS. EL REFUGIO DE LOS GRANDES (9)
 TIENDAS DE CONVENIENCIA (58)
 TIENDAS DE CONVENIENCIA, DESARROLLO DEMASIADO LENTO (83)

TEODORO LUQUE MARTÍNEZ

ANDALUCÍA. EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y ESTRUCTURA DE LA OFERTA. COMPOSICIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA (53)
 EVOLUCIÓN DEL USO DEL EDI EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN EN ESPAÑA (56)

TERESA ABAD

EXPERIENCIA ESPAÑOLA EN DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y SISTEMAS ARBITRALES (24)

TERESA FERREIRO

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN INTERNET (35)

TERESA GARCÍA AZCÁRATE

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS - UN SECTOR LÍDER CON PROBLEMAS (11)
 LA FUNCIÓN LOGÍSTICA COMO FUNCIÓN ESTRATÉGICA EN EL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS (24)
 PLÁTANO CANARIO - UN FUTURO INCIERTO (14)

TERESA GARCÍA ESPEJO

EL REGRESO (MERCADOS/LITERATURAS) (80)

TERESA MONTANER GUTIÉRREZ

INFLUENCIA DE LOS HÁBITOS DE COMPRA EN LA RESPUESTA DEL CONSUMIDOR ANTE LAS PROMOCIONES (94)

TERESA SERRA

LAS MARCAS DE DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO DE ALIMENTACIÓN (14)

TERESA VALLET BELLMUNT

¿QUE VISIÓN TIENEN DE SU ENTORNO LOS MINORISTAS ESPAÑOLES? - PUNTO DE VISTA DEL SUBSECTOR DE NO ALIMENTACIÓN (60)

TENDENCIAS DE LA INVESTIGACIÓN

EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA (61)

TOMAS DE HARO GIMÉNEZ

LA FRANQUICIA COMO ALTERNATIVA PARA LAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA (23)

TOMAS M. BAÑEGIL PALACIOS

DÍEZ AÑOS DE ETIQUETA ECOLÓGICA EUROPEA (67)

TONI GARGANTE

ELECTRODOMÉSTICOS - CUOTAS DE MERCADO Y FORMAS COMERCIALES FRENTE A UNA DEMANDA EN RECESIÓN (9)
 SECTOR TEXTIL - LA APUESTA DE LA COMERCIALIZACIÓN 7

TOÑI FERNÁNDEZ NAHARRO

SUEÑOS Y MENTIRAS (MERCADOS/LITERATURAS) (83)

UNAI TAMAYO ORBEGOZO

ASOCIACIONISMO COMERCIAL ESPACIAL Y REVITALIZACIÓN URBANA - EL CASO DE BILBAO (86)
 LAS OPERACIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS: REPERCUSIONES EN LA CADENA LOGÍSTICA (55)

VALENTINA GUISADO

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA POLLO Y CAPÓN DEL PRAT (33)

VALERIANO MUÑOZ

EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN ANTE LA LLEGADA DEL EURO (35)
 EL PAPEL DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO - NUEVOS HORIZONTES PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL (9)

VANESSA MORENO VICENT

AGUAS ENVASADAS - EL MERCADO SIGUE CRECIENDO, AUNQUE YA PRÓXIMO A LA MADUREZ Y NECESITADO DE INNOVACIÓN PERMANENTE (81)

VERÓNICA SEGUI

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FOMENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS (77)

VICENTE ALBERO

EL MEJOR ZUMO DE ESPAÑA (13)

VICENTE BENÉITEZ

SONATA DE PRIMAVERA, SEGUNDAS PRUEBAS (MERCADOS/LITERATURAS) (97)

VICENTE DE SANTIAGO

ACUICULTURA EN ESPAÑA ¿UNA ALTERNATIVA REAL A LA PESCA? (27)

EL FUTURO DEL SECTOR PESQUERO ESPAÑOL - RESTRUCTURACIÓN Y SUPERVIVENCIA (20)
 SUICIDIOS, TOMATES Y GENÉTICA EN EL MERCADO CENTRAL (MERCADOS/LITERATURAS) (57)

VICENTE FERNÁNDEZ LOBATO

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA LOS ACEITES DE OLIVA ESPAÑOLES (30)

VICENTE GRIMALT GARCÍA

MEDIDAS DE APOYO COMERCIAL EN GALICIA (19)

VICENTE ROMANO

ALIMENTACIÓN Y CULTURA. EL

PROYECTO "EUROTERRITORS" (19)

VÍCTOR IGLESIAS ARGÜELLES

DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA - IMPLICACIONES PARA FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (48)

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

ALIMENTACIÓN E INMIGRACIÓN - UN ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EN EL MERCADO ESPAÑOL (80)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: ARAGÓN - COMERCIO, TURISMO Y RESTAURACIÓN (95)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: ARAGÓN - INDUSTRIA ALIMENTARIA (95)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: CASTILLA - LA MANCHA - COMERCIO, TURISMO Y RESTAURACIÓN (96)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: CASTILLA - LA MANCHA - INDUSTRIA ALIMENTARIA (96)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: CASTILLA Y LEÓN - COMERCIO, TURISMO Y RESTAURACIÓN (98)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: CASTILLA Y LEÓN - INDUSTRIA ALIMENTARIA (98)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: EXTREMADURA - COMERCIO Y RESTAURACIÓN (93)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: EXTREMADURA - INDUSTRIA ALIMENTARIA (93)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: LA RIOJA - COMERCIO, TURISMO Y RESTAURACIÓN (99)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: LA RIOJA - INDUSTRIA ALIMENTARIA (99)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: MURCIA - COMERCIO, TURISMO Y RESTAURACIÓN (94)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: MURCIA - INDUSTRIA ALIMENTARIA (94)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: NAVARRA - COMERCIO Y RESTAURACIÓN (92)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: NAVARRA - INDUSTRIA ALIMENTARIA (92)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: PAÍS VASCO - COMERCIO, TURISMO Y RESTAURACIÓN (97)
 ALIMENTOS DE ESPAÑA: PAÍS VASCO - INDUSTRIA ALIMENTARIA (97)
 ANÁLISIS DEL CONSUMO DE PESCADO EN CONSERVA (92)
 ANÁLISIS DEL EMPLEO POR FORMAS COMERCIALES - ASALARIZACIÓN Y DISMINUCIÓN DEL REFUGIO DE "AUTÓNOMOS" (44)
 CALIDAD DEL SERVICIO EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (79)
 COMERCIO, OCIO Y TURISMO - UN TRIANGULO RELEVANTE EN EL TIEMPO DE LOS CONSUMIDORES (61)
 CONSUMO DE ACEITES - DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL (78)
 CONSUMO DE AGUA, REFRESCOS, ZUMOS Y CERVEZA - PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS (93)
 CONSUMO DE ARROZ - PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS (86)

CONSUMO DE CAFÉ E INFUSIONES 95
 CONSUMO DE CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS - PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS (94)
 CONSUMO DE CHOCOLATE, CACAO Y SUCEDÁNEOS - PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS (96)
 CONSUMO DE FRUTAS FRESCAS EN ESPAÑA - PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS (82)
 CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS EN ESPAÑA (83)
 CONSUMO DE HORTALIZAS Y FRUTAS FRESCAS - DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL (75)
 CONSUMO DE HORTALIZAS Y FRUTAS FRESCAS (61)
 CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS - PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS (87)
 CONSUMO DE PRODUCTOS DE LA PESCA DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL (65)
 CONSUMO DE VINOS - PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (85)
 DENOMINACIONES DE ORIGEN: UNA REVISIÓN EN EL MERCADO ALIMENTARIO ESPAÑOL (90)
 EL CONSUMIDOR ESPAÑOL - FACTORES QUE DETERMINAN SU COMPORTAMIENTO (70)
 EL CONSUMO EN LAS ORGANIZACIONES FORMALES (39)
 EL HORROR VACUÍ EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - VARIEDAD DE LEGISLACIONES (73)
 EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN EN ESPAÑA - SITUACIÓN Y FACTORES EXPLICATIVOS (69)
 EL SECTOR DE RESTAURACIÓN EN ESPAÑA - EVOLUCIÓN CONTINUA Y NUEVAS TENDENCIAS (26)
 EL TEJIDO SOCIAL DEL COMERCIO - CONTRIBUCIÓN AL MERCADO LABORAL (74)
 EVOLUCIÓN DE LOS HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO EN ESPAÑA - 1987-2007, DOS DÉCADAS DEL PANEL DE CONSUMO ALIMENTARIO (100)

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - CEUTA (60)
 GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - MELILLA (60)
 HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS - RESULTADOS DEL OBSERVATORIO DEL CONSUMO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA (88)
 HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN - APROXIMACIÓN A UNO DE LOS SECTORES MÁS DINÁMICOS DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA (46)
 LA COMPLEMENTARIEDAD ENTRE EL COMERCIO Y EL TURISMO EN LA NUEVA ECONOMÍA DEL OCIO (61)
 LA ESTADÍSTICA COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (29)
 LOS HORARIOS EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - LA IMPORTANCIA DEL TIEMPO PARA CONSUMIDORES, EMPRESAS Y DECISORES PÚBLICO (64)
 LOS PARQUES DE FABRICANTES COMO SEGUNDA - GENERACIÓN DE LAS TIENDAS DE FÁBRICA (41)
 NIVELES DE PRECIOS EN DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA Y DROGUERÍA - ANÁLISIS POR PRODUCTOS, ESTABLECIMIENTOS Y CIUDADES (84)
 PLANTEAMIENTOS DE POLÍTICA LABORAL EN COMERCIO INTERIOR - UN ENFOQUE DE MODERNIZACIÓN CON EMPLEO (36)
 VÉRTIGO EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (49)
VÍCTOR MANTECA VALDELANDE
 ANÁLISIS, REGULACIÓN Y APLICACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD (80)
 DELIMITACIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD EN DERECHO DEL CONSUMO (73)
 EL CONSUMIDOR ANTE LA FINANCIACIÓN INMOBILIARIA (74)
 EL CONSUMIDOR MENOR DE EDAD Y SU ESTATUTO LEGAL (89)
 EL NUEVO ESCENARIO NORMATIVO DEL SECTOR VITIVINÍCOLA - LA LEY DE LA VIÑA Y DEL VINO, 24/2003 (71)

EL PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN ALIMENTARIA (II) - EL CONCEPTO LEGAL DE RIESGO EN LA ALIMENTACIÓN (99)
 EL TRANSPORTE TERRESTRE DE ALIMENTOS - SU REGULACIÓN (67)
 LA LEY DE PESCA MARÍTIMA DEL ESTADO - UN NUEVO MARCO REGULADOR PARA LOS PRODUCTOS PESQUEROS (59)
 LA PROPIEDAD INDUSTRIAL ALIMENTARIA (78)
 MEJORA DE LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS (92)
 NORMATIVA ISO DE APLICACIÓN A LA CALIDAD ALIMENTARIA (79)
 NORMATIVA SOBRE AGUAS DE BEBIDA ENVASADAS (75)
 NORMATIVA SOBRE LA CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS (72)
 NOVEDADES LEGISLATIVAS (SECCIÓN FIJA)
 NUEVA REGULACIÓN DE LOS TRANSGÉNICOS (70)
 NUEVAS PROPUESTAS EUROPEAS SOBRE ENVASES (64)
 PROCEDIMIENTO REGISTRAL Y CONSECUENCIAS JURÍDICAS DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA (76)
 REGULACIÓN DE LAS ETIQUETAS ECOLÓGICAS (84)
 REGULACIÓN NORMATIVA DE TRAZABILIDAD ALIMENTARIA (87)
 RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA ALIMENTARIA (81)
 TENDENCIAS ACTUALES DEL COMERCIO Y EL CONSUMO (93)
 TRAZABILIDAD Y DERECHO ALIMENTARIO (86)
VICTORIA DE ELIZAGARATE
 EL COMERCIO URBANO COMO FACTOR ESTRATÉGICO PARA LA COMPETITIVIDAD ENTRE CIUDADES (78)
 EL COMERCIO Y LA REGENERACIÓN URBANA DE LA CIUDAD (84)
VICTORIA GUILLÉN LAREA
 EL CONTRATO DE FRANQUICIA (23)

VICTORIA LABAJO GONZÁLEZ
 EL TRADE MARKETING DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL FABRICANTE (77)
VICTORIANO CALCEDO ORDÓÑEZ
 SECTOR LÁCTEO - VIEJOS Y NUEVOS PROBLEMAS (23)
 SECTOR LÁCTEO LOS PROBLEMAS CRECEN (37)
VIDAL DÍAZ DE RADA IGUQUIZA
 LA FIGURA SOCIAL DEL CONSUMIDOR - INTERPRETACIÓN DE SUS PAUTAS DE CONDUCTA (26)
VIDAL DÍEZ TASCON
 LA REFORMA DE ESTRUCTURAS DE DISTRIBUCIÓN EN RUSIA - CONSTRUCCIÓN DEL MERCADO Y ABASTECIMIENTO DE LA POBLACIÓN (8)
 LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ESPAÑA IMPACTO INICIAL DE LA ADHESIÓN A LA CE (3)
VILMA QUIÑONES
 EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL (CMI) (68)
YOLANDA POLO REDONDO
 CAMBIOS EN EL MERCADO DE TRABAJO - CLASIFICACIÓN DE OCUPACIONES EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (22)
 DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ARAGÓN - PERSPECTIVAS DE FUTURO (16)
 GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ARAGÓN (57)
 OPORTUNIDADES DE FUTURO DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN EL CONTEXTO DE LOS MERCADOS DE PRODUCTOS DE CALIDAD (72)
 PERFIL DE LOS EMPLEADOS Y FORMACIÓN COMERCIAL (9)
 PRODUCTOS CONSUMIDORES VERSUS PRODUCTOS AHORRADORES DE TIEMPO - UN ESTUDIO EXPLORATORIO (37)
 REFLEXIONES SOBRE EL MARKETING (34)
 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (55)

Todos los artículos de *Distribución y Consumo* ya se pueden consultar en Internet

Coincidiendo con la edición del número 100, y gracias a un acuerdo de colaboración entre Mercasa y el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino, los 100 números completos de *Distribución y Consumo* pueden consultarse ya en Internet, a través de la Plataforma de conocimiento para el medio rural y pesquero, a la que se accede desde la web del propio ministerio -www.mapa.es- y la de Mercasa -www.mercasa.es-. Un sistema de consulta al que se irán incorporando los siguientes números de *Distribución y Consumo* a medida que se vayan editando.

