

Cien números. Cien portadas

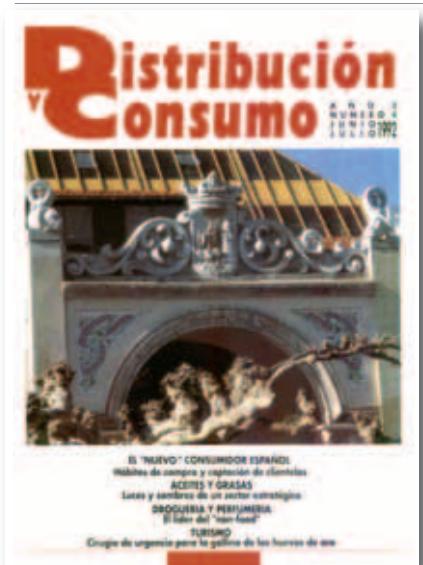
Cien números. Cien portadas. Si la cara es el espejo del alma, la primera página de cualquier publicación es la puerta que te invita a entrar, el escaparate que llama la atención del cliente, el reclamo que te anuncia lo que vas a encontrar dentro. Desde el número 1 hasta el 90, *Distribución y Consumo* 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 cuales 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 y Consumo

ANÁLISIS DE FORMAS COMERCIALES
El "Producto-Establecimiento"
CENTROS COMERCIALES
Aprovechar la crisis para impulsar el futuro
ADAPTACIÓN A LA LEGISLATURA CONSUMISTA DE LA CE
Responsabilidad social o claves para producir efectos
CONSUMO DE HILADOS
Imposición y marketing para aumentar la demanda

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCADOS MINORISTAS TRADICIONALES
La revolución que necesita
FRUTAS Y HORTALIZAS FRENCHES
Un sector líder con problemas
CONSERVAS Y TRANSFORMADOS VEGETALES
El oficial equilibrio produjo un inventario que no se vende
DRUGERÍAS Y PARAFARMACIAS
Evaluación de productos de higiene y cuidado personal

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

ESTRUCTURAS COMERCIALES EN PORTUGAL
La construcción del futuro
EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES POR SEGUIMIENTOS DE EDAD
Implicaciones sobre el diseño del mix de marketing
SECTOR AZUCARERO
La apuesta española en el sector alcacigero

Distribución y Consumo

GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA
Distribución regional del mercado minorista
INTEGRACIÓN CORPORATIVA EN LA DISTRIBUCIÓN DETALLISTA
Alternativas del patrón corporativo
TIENDAS COMERCIALES
Los servicios del detalle
ESTRATEGIAS DE FUTURO PARA EL MERCADO DEL VINO

Distribución y Consumo

EUROCONSUMIDOR (Adulto o Residente)
Geografía Comercial de España
ANDALUCÍA
PAÍS VASCO
LAS MARCAS DE DISTRIBUCIÓN EN ALIMENTACIÓN
La delicada situación de un mercado pleno
LEGUMBRES
Patatas Canarias
Un futuro incierto

Distribución y Consumo

Centro Empresarial
ESTRATEGIAS DEL COMERCIO MINORISTA
Geografía Comercial de España
MADRID
COMUNIDAD VALENCIANA
DIRECCIÓN ALIMENTARIA EUROPEA
Mallorca: los cambios del consumo en la CE
DISTRIBUCIÓN Y HABITS DE COMPRAS EN ITALIA
Cultura especializada
GRANDES SUPERFICIES DE DISTRIBUCIÓN

Distribución y Consumo

Consumo Alimentario
Gasto en alimentos
CANTIDADES COMPRAÍDAS Y LUGAR DE COMPRA
Geografía Comercial de España
ARAGÓN
REGIÓN DE MURCIA
EUROCENTRALES
(Opencenter o Armonia)

Distribución y Consumo

POLÍTICA DE COMERCIO INTERIOR
Regulación política, intereses sectoriales y calidad de vida
Geografía Comercial de España
ASTURIAS
CASTILLA Y LEÓN
EL FRENTE AL DEBILIDAD SE EXTIENDE HACIA LOS PRODUCTOS SIN ALCOHOL
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN GRAN BRETAÑA
MERCADO EDITORIAL Y HABITS DE LECTURA
BIMBIOS SOLIDOS URBANOS
Content: más que el consumo cultural más de consumo

Distribución y Consumo

Resultados de una encuesta de DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO
LA IMAGEN DE LOS JÓVENES SOBRE EL PEQUEÑO COMERCIO
Geografía Comercial de España
LA RIOJA
CASTILLA-LA MANCHA
CENTROS COMERCIALES
Aventuras competitivas y diseño del futuro
COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADO ESPAÑOL DE CAFÉ
Nuevos segmentos de consumo
MARKETING PARA LOS CONSUMIDORES DE MAYOR EDAD

Distribución y Consumo

EDUCACIÓN ALIMENTARIA
Salud, formación, cultura y gusto
Geografía Comercial de España
CÁCERES
GALICIA

EL NUEVO MERCADO DEL VINO
El sector vitivinícola español se sitúa entre las referencias de la Unión Europea
PUBLICIDAD Y SÍNTOMAS DE AGOTAMIENTO

Distribución y Consumo

LOCALIZACIÓN COMERCIAL
HERRAMIENTA CLAVE PARA LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA
Geografía Comercial de España
EXTREMADURA
NAVARRA

SECTOR PESQUERO
Consecuencias de la plena integración en la Unión Europea
EL CONSUMO, UNA REALIDAD COMPLEJA

Distribución y Consumo

PUBLICIDAD O PROMOCIÓN DE VENTAS!
Encuentro de Distribución y Consumo: a mediados de alimentación
Geografía Comercial de España
BALEARES
CANARIAS

NUVA LEY DE ARRENDAMIENTOS URBANOS
La reforma alivia los conflictos de vivienda
DISTRIBUCIÓN TEXTIL
SECTOR CARNÍCO
En la recta final del año brilla el sector cárnico
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EN CUBA

Distribución y Consumo

EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA
Cambios en las formas comerciales y las estrategias empresariales
Geografía Comercial de España
CANTABRIA
CIUDA
MELLILLA

MERCADO DE TRABAJO
Clasificación de ocupaciones en las empresas de distribución
TRIVENTA
FRUTAS Y HORTALIZAS
La gestión de un "nuevo" mercado

Distribución y Consumo

SERVICIOS FINANCIEROS Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
Integración en una economía internacional
PLAN MARCO DE MODERNIZACIÓN DEL COMERCIO
Acciones públicas para articular el sistema de distribución
SECTOR LACTEO
Mejora y nuevos problemas
FRANQUICIAS
Crecimiento y diversificación
Reflexiones
MERCADO VERDE

Distribución y Consumo

LOGÍSTICA EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
Una actividad de futuro en la Unión Europea
ARROZ
Propuestas para la mejora del mercado
DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y SISTEMAS ARBITRALES
Resoluciones de la legislación en expansión
Rellenos
SOCIEDAD DE CONSUMO Y MARKETING

Distribución y Consumo

RELACIONES PRODUCCIÓN-DISTRIBUCIÓN
Plazos de pago
Horarios comerciales
La otra realidad del sector consumo-distribución

VENTA POR CATÁLOGO
Expectativas de consumo en España
LEGUMES
Influencia de las ayudas de la PAC

ETIQUETADO DE ALIMENTOS
DISTRIBUCIÓN Y "AUTOPistas DE LA INFORMACIÓN"

Distribución y Consumo

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN
Análisis de los factores de cambio
PAN FRESCO
Nuevas tendencias en fabricación, distribución y consumo
LA FIGURA SOCIAL DEL CONSUMIDOR
Interpretación de los planteamientos de consumo
EL ARBITRAJE EN EL ÁMBITO INNOVADOR
Informe Especial
LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ESPAÑA

Distribución y Consumo

INNOVACIÓN Y ADAPTACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
Mejorar servicios en "hotels" virtuales
CAMBIOS EN LA NORMATIVA SOBRE ENVASES Y RECICLADO
Responesos de la Directiva de la Unión Europea
PRODUCTOS INFANTILES
Un mercado con un fuerte estancamiento
CONSUMO Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS
RIBERAS
Evaluación de las ventas en grandes superficies y relaciones entre tabacaleros y distribuidores

Distribución y Consumo

ESTABLECIMIENTOS DE DESCUENTO
Nuevos retos para la distribución y consumo

TEXTIL Y CONFECCIÓN
Diferencias entre consumo y producción en el futuro

CATERING
Residencia: Un sector que se adapta a las necesidades de consumo actual

AGUA, CERVEZAS, JUICIOS Y REFRESCOS
Los nuevos productos emergen gracias al desarrollo

EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS SIGUE BAJOANDO

REFLEXIONES
Factores clave para el futuro del comercio minorista

Distribución y Consumo

ESTADÍSTICAS
Una herramienta al servicio de la distribución y consumo

VENTA AMBIENTAL
Oportunidades y amenazas

PERFUMERÍA Y COSMÉTICA
Un valor seguro

PASTAS ALIMENTICIAS
Producción, distribución y consumo

REFLEXIONES
Apertura para una posible alea de consumo minorista

Distribución y Consumo

COMERCIO TRADICIONAL
Opciones estratégicas

INTEGRACIÓN VERTICAL Y ESTABILIZACIÓN DE RELACIONES
EN LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

HÁBITOS DE CONSUMO EN NAVIDAD

AZÚCAR DE OLIVA
Posibilidades de la aceituna

Distribución y Consumo

EVALUACIÓN DE LOS PROBLEMAS DEL COMERCIO
Un análisis competitivo

MERCADO DE ELECTRODOMÉSTICOS

ALIMENTOS CON HISTORIA: ALIMENTOS DE CALIDAD
Sensación de satisfacción y percepción en la Unión Europea

CONSUMO DE CONGELADOS Y PLATOS PREPARADOS

GEOMARKETING
Influencia social, geográfica y económica en la planificación minorista

EL COMERCIO MINORISTA DEL PAÍS VASCO EN LA ENCUENTRADE SU RENOVACIÓN

Distribución y Consumo

EL VINO ESPAÑOL ANTE EL TERCER MILLENIUM
Factores condicionantes de la oferta. Evolución de la demanda

MERCADOS MENORES TRADICIONALES
Situación actual y alternativas de actuación

PRODUCTOS PARA LA LIMPIEZA DELhogar
Más ventas. Menor valor

REFLEXIONES
Consumo alimentario

Distribución y Consumo

SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR CARNICO ESPAÑOL
Del campo a la mesa

LA PERCEPCIÓN DE PRECIOS DE LOS CONSUMIDORES

GESTIÓN DE PRECIOS Y PROMOCIONES

VENTA A PERIODICA Y RELACIONES FABRICANTE-DISTRIBUIDOR

MARCAS DE DISTRIBUIDOR: REFERENCIA AL PRECIO

ANÁLISIS DE MARGENES DEL COMERCIO MINORISTA
Reflexiones

RESPUESTA EFICIENTE AL CONSUMIDOR

Distribución y Consumo

URBANISMO, COMERCIO Y CENTRO CIUDAD

FUNCIÓN DEL COMERCIO EN LA REHABILITACIÓN DE CAScos ANTIGUOS
Los Mercados Modernos quieren de Alcalá

EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN DE AUTOMÓVILES

AGUA, CERVEZAS Y REFRESCOS

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE HELADOS

INFORME SOBRE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA

REFLEXIONES SOBRE EL MARKETING

Distribución y Consumo

COMERCIO ELECTRÓNICO
Plataforma sin comprador virtual

LA DISTRIBUCIÓN ESPAÑOLA ANTE EL RETO DEL EURO
Implicaciones estratégicas

COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN EL ENTORNO INTERNACIONAL

REFLEXIONES
Observatorio de la distribución comercial

Distribución y Consumo

EL EMPLEO EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
Características y tendencias

COMERCIO AGROALIMENTARIO ENTRE ESPAÑA Y AMÉRICA
Nuevas perspectivas para la innovación española

FLOR DE CORIADA Y PLANTA ORNAMENTAL
Avance del consumo a través de una mayor consumo infantil

ARROZ
La moralidad y filosofía estimula la recuperación

ANÁLISIS DEL SECTOR DE PASTAS ALIMENTICIAS
Reflexiones

LOS LÍMITES DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO

Distribución y Consumo

LAS EMPRESAS DE TITULARIDAD JURÍDICA EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS LÍDERES DE HIPERMERCADOS

DIVERSIFICACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL.

SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR LACTEO

LOS JOVENES FRENTE A LOS VÍNOS DE CALIDAD

PRODUCTOS CONSUMIDORES VERSUS PRODUCTOS AHORRADORES DE TIEMPO

Distribución y Consumo

Mercat Galvany

LOGÍSTICA

Chaining, profesionalización y uso de nuevas tecnologías

EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONFECCIÓN

El caso de producción textil

ESTRATEGIAS DETALLISTAS EN LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

PANORAMA DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN PORTUGAL

GESTIÓN DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDORES

TENDENCIAS EN DISTRIBUCIÓN DE DROGUERÍA Y PERFUMERÍA

FRENOS AL DESARROLLO DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Distribución y Consumo

ESTRATEGIAS DE FRANCHISING PARA EL PEQUEÑO COMERCIO

ACTITUDES HACIA LA MODERNIZACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA

PERSPECTIVAS DE LOS CENTROS COMERCIALES FUNDAMENTADOS EN UN HIPERMERCADO

LEY DE ENVASES Y RESIDUOS DE ENVASES

¿Qué deben hacer las empresas envasadoras?

PRODUCTOS CARNICOS

Un mercado estable

REVOLUCIÓN EN EL SECTOR DEL MUEBLE

VENTA DIRECTA Y TELEMARKETING

Distribución y Consumo

FORMACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Sistemas actuales y futuros para una estrategia de futuro

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO ALIMENTARIO

Aumento del gasto y la compra de alimentos

FRUTAS Y HORTALIZAS

Características de fondo en un sector líder

DISTRIBUCIÓN DE ARTÍCULOS DEPORTIVOS

EL AUGE DE LOS MULTICINES

Su expansión y predominio por los consumidores

FUNCION SOCIAL DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Distribución y Consumo

NUEVAS CONCEPTUALIZACIONES COMERCIALES

COMERCIO ELECTRÓNICO

TIENDAS DE DESCUENTO

PARQUES DE FABRICANTES

COMERCIO JUSTO

TIENDAS DE SEGUNDA MANO

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO ALIMENTARIO

Análisis por sectores

POTENCIACIÓN DE LOS CENTROS URBANOS

COMO ESPACIOS COMERCIALES ABIERTOS

Distribución y Consumo

CONSEJEROS DE LOS CONSUMIDORES Y ESTÍMULOS EN EL COMERCIO

FACTORES DE EVOLUCIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA

EL AVANCE DEL MULTICULTURALISMO

CÓMO Y PARA QUÉ IDENTIFICAR A LOS "NO COMPRADORES"

HABITS DE COMPRA DEL COMPRADOR INTERURBANO

LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS

EL COOPERATIVISMO COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA AGROALIMENTARIA

PLATOS PREPARADOS Y PREDISPONIDOS, UN SECTOR EN ALZA

NUEVAS TENDENCIAS EN EL CONSUMO DE VINO

Distribución y Consumo

IMPACTOS JURÍDICOS Y COMERCIALES DE LA IMPLANTACIÓN DEL EURO

EFFECTOS DEL EURO SOBRE EL CRECIMIENTO ECONÓMICO

EVOLUCIÓN DEL COMERCIO MINORISTA Y CAMBIO EN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN EUROPA

CONSUMO DE ALIMENTOS EN LA UNIÓN EUROPEA

EL SECTOR PESQUERO EN ESPAÑA

Frutales y hortalizas

RIGUETES

Un sector en constante evolución

VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA FRANQUICIA

Distribución y Consumo

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y PROPUESTAS DE FUTURO PARA LA MODERNIZACIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES MINORISTAS

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO PARA EL PEQUEÑO COMERCIO

ANÁLISIS DEL EMPLEO EN FORMAS COMERCIALES

Analizaciones y observación del reto de "autoempleo"

PANORAMA DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ARGENTINA

ALIMENTACIÓN INFANTIL

Entendiendo como fuente alternativa al establecimiento de la demanda

NUERAS TECNOLOGÍAS EN DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

Distribución y Consumo

IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA DE LAS MARCAS

MARCAS DE DISTRIBUIDORES

Características y protección jurídica

FRANQUICIAS

Un sentido económico para la expansión de una marca

MIGRACIÓN DISTINTIVA EN PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

LOGÍSTICA

Evolucionar de los operadores con España

GESTIÓN POR CATEGORÍAS

CONSUMIDORES DE LA TIERRA RÍOJA

¡Un segmento en crecimiento!



Distribución y Consumo

HOSIERÍA Y RESTAURACIÓN
Aperturas e tiendas de los sectores más dinámicos de la economía española.
Análisis de las hoteles de compra

■ AGUAS ENNAZADAS
■ ZUMOS
■ BEBIDAS REFRESCANTES
■ CERVEZA

■ EL MERCADO DEL LIBRO Y DE LA MÚSICA EN ESPAÑA
■ COMERCIO Y CIUDAD
■ Una nueva infancia



Distribución y Consumo

COMPETENCIA Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
Concentración en el sector de distribución comercial
Implicaciones competenciales de la regulación del comercio minorista
Innovación competitiva de las tiendas comerciales

■ EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS
■ ENVASES
■ Nuevas tendencias en el consumo español de frutas y hortalizas

■ XXX Congreso de la Unión Iberoamericana de Mercados Minoristas
LOS MERCADOS MAYORISTAS, ANTE EL RETO DEL TERCER MILENIO



Distribución y Consumo

■ Centros comerciales. Concepto, tipología e innovación
■ Volumen sobre distribución comercial en España
■ Distribución exclusiva. Implicaciones en fábricas y distribuidores
■ Frutas y hortalizas. Comercio por Comunidades Autónomas
■ Alimentación. Arroz. Legumbres. Platos alimenticios



Distribución y Consumo

■ Vertigo en la distribución comercial
■ Concentración competitiva entre grandes empresas con presencia internacional
■ Alternativas para los Mercados Minoristas Tradicionales
■ Aceite de oliva. Cambios en la producción y evolución del consumo
■ Diagnóstico y perspectiva. Aire libre consumidor en las ciudades
■ Defensa de los consumidores. Asociaciones y arbitraje



Distribución y Consumo

■ PORTAL DEL PAN
■ PORTAL DE LA VERDURA
■ PORTAL DE LA CABRIZA

■ Dieta mediterránea. La tradición vive de la costa
■ Geografía comercial de España. Distribución regional de la oferta a la demanda de servicios comerciales
■ El comercio en la literatura. "Vender y vender"



Distribución y Consumo

■ Logística. La relación de una empresa con su cadena
■ Agricultura ecológica en España
■ Máquinas expendedoras. El "monedero". El mundo móvil minorista
■ Diagnóstico consumo en España. Castilla y León / Región de Murcia
■ Publicidad y conducta del consumidor



Distribución y Consumo

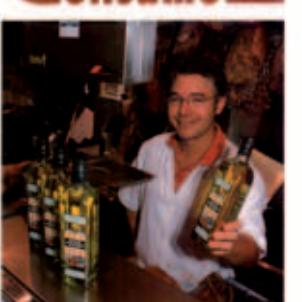
■ El mercado de tarjetas. Relaciones entre comercio y banca
■ Consumo de frutas y hortalizas en la Unión Europea
■ Escenario competitivo del sector hortofrutícola español
■ Diagnóstico consumo en España. Castilla-La Mancha / Asturias
■ Aguas envasadas, zumos, cervezas y bebidas refrescantes



Distribución y Consumo

Bretxa

■ Distribución minorista de alimentos frescos
■ Influencia de las marcas de distribuidor en las relaciones producción-distribuidor
■ Diagnóstico consumo en España. Andalucía / Comunidad de Madrid
■ Libro blanco de seguridad alimentaria
■ Aprovechar el tiempo para una alimentación sana y generosa



Distribución y Consumo

■ Efectos de las variabilidad ambientales sobre la conducta del consumidor
■ Diversificación de los puntos de venta minoristas en una economía globalizada
■ Diagnóstico consumo en España. Comunidad Valenciana / Cantabria
■ Aceite de oliva. Análisis de futuro en la producción y la industria

Distribución Consumo



- Comercio electrónico. ¿Un mundo comercial e impulsivo consumidor?
- Representaciones del comercio electrónico en la cultura popular
- La actitud de los consumidores ante los vinos con Denominación de Origen
- Importación general de España. País Masa / Galicia
- Alimentos. Alimentos en su tiempo

Distribución Consumo



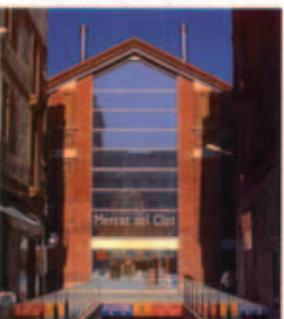
- Evolución del uso del ECI en la distribución comercial
- Comercio público. La idea en las relaciones comerciales
- Hornos, panes, galletas y bollos
- Gato. El consumo en hortícola impulsado por mercados
- El sistema comercial de la fruta cortada en España
- Mercado comercial de Cádiz. Nuevos e intermedios

Distribución Consumo



- Análisis del entorno del consumidor en la Unión Europea
- Centros comerciales de áreas urbanas. Experiencias europeas
- Realidad económica de la fruta en el mercado español
- Mercado comercial en Andalucía. Andalucía / La Rioja

Distribución Consumo



- Consumo de servicios en los hogares españoles
- Prestación de servicios por las Organizaciones no lucrativas
- Comercio comercial de España. Cataluña
- Logística del transporte y del bús
- Tiendas de conveniencia. Una forma diferente de comprar

Distribución Consumo



- Mercados Municipales Municipios. Claves que determinan el futuro
- Nuevas tendencias en la comercialización y el consumo de productos de la pesca
- Importación comercial de trigo. Italia. Bélgica. Italia. Comercio
- Distribución farmacéutica. evolución y relación actual

Distribución Consumo



- Del consumo alimentario a la sociología de la alimentación
- Hábitos de compra y consumo en Andalucía
- La agricultura ecológica entre el gran consumo
- Mercado comercial de Escocia. Corte / Melba
- ¿Qué están haciendo de su entorno los minoristas españoles?
- Distribución comercial de los aceites vegetales
- Alimentos modificados genéticamente. Conceptos y consumo

Distribución Consumo



- Comercio, ocio y turismo. Un trío que refleja el éxito de los comercios
- Ferias comerciales en España. Un análisis sectorial
- Fomento / Minería 2001. Nuevas dietas. Composición y Nutrición
- Tendencias en la Investigación en distribución comercial

Distribución Consumo



- Trasparencia alimentaria. Una herramienta decisiva para la competitividad de los consumidores
- Los mercados de compra. un algoritmo de optimización
- Perfumería y droguería. Nuevas tendencias en distribución y consumo
- Distribución asistencial de las prendas de vestir
- Los alimentos como señales de identidad

Distribución Consumo



- Especial "Florilegio 2002". España. Huerta de Europa. Competitividad y globalización en el sector hortofrutícola europeo
- Logística. La respuesta práctica en materia de gestión
- ECI o respuesta eficiente al consumidor
- ¿A dónde va la alimentación?
- Criterios básicos para una correcta alimentación infantil

- Competencia intensa entre supermercados e hipermercados
- Los hipermercados en distribución minorista
- La importancia de las ferias para consumidores, empresas y comercio minorista
- Marcas de distribución: del branding al branding
- Sector superguía: innovación y promoción
- Comunicaciones de Diprota, Alimentaria y Consumo
- Agroalimentarias, dulces, refrescos y conserveras

- Alimentación, belleza y bienestar
- Una de las principales tendencias en la evolución del ITC
- Nuevas tendencias en merchandising
- El sector alimentario en el siglo XXI
- Las interacciones de venta y las estrategias de los grandes minoristas
- Consumo de producción de la pesca: investigación científica
- Recetas norteamericanas: Arroz, pastas y legumbres

- Innovación en distribución. El papel de MERCADONA y la�a Feria de MERCADONA
- Tipología y evolución de los centros comerciales
- Los supermercados y su éxito en las zonas urbanas
- Las ferias comerciales en la estrategia de marketing
- Alimentación: Fresas, piñas, aguacates y frutas
- Los mercados internacionales del aceite de oliva
- Encuentro de los aceites. Trigo, harina y pan

- Diez años de la etiqueta ecológica europea
- Estrategias comentadas para los productos inteligentes
- Los nuevos alimentos
- Distribución y consumo de electrodomésticos
- Cambio de fondo en el sistema Hipermercadofácil
- Encuentro de los aceites. Leche y productos lácteos

- Disposición del punto de venta
- El plan estratégico. El mundo de minoristas
- Selección de surtido y gestión de categorías
- Cárnicos: instrumentos de diferenciación de la producción
- Galletas y bollos. A la búsqueda de saborizadores
- Encuentro de los aceites. Legumbres, arroces y pescado

- El sector de la restauración en España
- Los mercados municipales como producto establecimiento
- Marcas de distribución: más de 30 años de un proceso ininterrumpido
- Los nuevos pilares de la logística
- El movimiento consumidor. Avances y retos de consumo
- Encuentro de los aceites. Frutas y hortalizas

- El consumidor español: vacaciones para diferenciar su comportamiento
- La seguridad alimentaria, a debate
- Nueva regulación de las transacciones
- Transporte intermodal en la exportación hortofrutícola
- Comercio internacional de frutas y hortalizas
- Encuentro de los aceites. Frutas dulces

- Productos de la pesca: una gama diversa, innovadora e interesante
- Difusión y difusión de la dieta mediterránea
- Distribución y consumo de productos de limpieza del hogar
- Estrategias de precios siempre bajas. 'Varios' e 'intercambiables'
- Las empresas de vino. Frente a un mercado en transición
- El nuevo escenario normativo del sector alimentario
- Encuentro de los aceites. Aceite, y productos aceitosos

- Mercados, calidad y seguridad alimentaria
- Mercados mayoreños. 'El resto de una noche así'
- Normativa sobre la certificación de productos
- Distribución a través de Internet, tiendas y supermercados
- Encuentro de los aceites. Aceite de oliva y aceitunas de mesa

Distribución Consumo



- La industria alimentaria en las comunidades autónomas
- El marco normativo del comercio interior en España
- El arroz: otra forma de saborear
- Encuentro de los sectores: Viveros, Quesos, Caprino, Comercio

Distribución Consumo



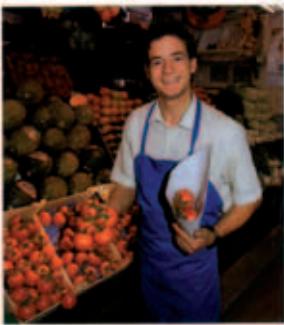
- El tejido social del comercio. Contribuir al mercado interior
- Formación en distribución comercial. Un forte interno
- Frente común de supermercadistas en España
- La hora de la verdad para los operadores logísticos
- Invención de los sectores: Panadería, Alimentaria y otros sectores

Distribución Consumo



- Precios desorbitados de productos básicos. Si efecto hipermercado
- Agua, zumos, cereales y refrescos
- Tendencias en el mercado de artesanos y feriantes
- Consumo de frutas y hortalizas. Distribución vertical
- Encuentro de los sectores: Hortalizas de fruta

Distribución Consumo



- Distribución comercial minorista en la Europa de 15+10
- Sistemas de certificación de la calidad en alimentación
- Pérdida desmesurada en los comercios
- Emoción, lealtad y satisfacción del consumidor
- Encuentro de los sectores: Hortalizas (II)

Distribución Consumo



- La regulación de los horarios comerciales
- Responsabilidad: un paso para la cadena alimentaria
- Promoción y marketing de los productos pesqueros
- ¿Qué está pasando con el sector lácteo?
- Encuentro de los sectores: Frutas secas y frutas deshidratadas

Distribución Consumo



- Propiedad: Una familia compone casi todo su plato consumo
- Los grandes especialistas no alimentarios
- Consumo de aceites. Inversión terciaria
- Tendencias en el mercado español del vino
- Encuentro de los sectores: Asícar y vinos

Distribución Consumo



- Calidad del servicio en distribución comercial
- Trasparencia. Unión de su aplicación para la cadena alimentaria
- Nuevas restauración en España. Cineca las Almazanas
- Consumo de platos preparados
- Encuentro de los sectores: Hoteles

Distribución Consumo



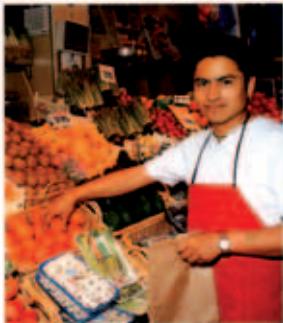
- Hábitos de compra y consumo de los inmigrantes en España
- Cenovis en el mercado internacional del vino
- Observatorio del consumo y la distribución alimentaria
- Logística: Los operadores buscan su futuro
- Alimentos y platos: El menú de invierno sobre el peso
- Encuentro de los sectores: Café, té, chocolate e infusiones

Distribución Consumo



- El sistema alimentario español. Los datos señalan
- Carnes con calidad diferenciada. Aumenta la oferta
- Barómetro del clima de confianza agroalimentaria
- Agua embotellada. Crecimiento a freno
- Droguería y perfumería. Inversión hacia el sector
- Cine, sociedad, consumo y consumo

Distribución Consumo



- El sistema alimentario (II). Productos pescadería y frutería.
- Consumo de frutas frescas. Principales características.
- Análisis de las principales variedades de frutas.
- Hábitos de consumo de frutas. Comportamiento en el punto.

Distribución Consumo



- Consumo de hortalizas frescas. Principales características.
- Análisis de los principales surtidos de hortalizas.
- El consumo en Navidad. Cambios en la demanda y la distribución.
- Tiendas de comercio. Un sector dinamizado ante el encarecimiento de los alimentos. Especias, hierbas y condimentos.

Distribución Consumo



- Precios en alimentos y distribución. Análisis por sectores.
- Los mercados municipales como vivero de las ciudades.
- Gestión avanzada de clientes en los mercados municipales.
- El consumidor europeo de productos ecológicos.
- Sector lácteo. Nuevas y norteamericanas de las lecherías.
- Encarecimiento de los alimentos. Productos pesqueros (I).

Distribución Consumo



- El grupo de empresas líder del sistema agroalimentario.
- Corte de la comercialización de los alimentos frescos.
- Consumo de vinos. Análisis por segmentos demográficos.
- Detergentes y productos de limpieza. Un sector dinámico.
- Sector textil-confección. El consumo a menores.
- Encarecimiento de los alimentos. Productos pescadería (II).

Distribución Consumo



- Promoción en gran consumo. Tendencias versus descuentos.
- Logística. ¿Qué sucede cuando se rompe la cadena?
- Análisis estadístico de datos geográficos en geomarketing.
- Consumo de arroz. Principales características.
- Marca Blanca. Aspira, entre los países europeos que más crecen.
- Encarecimiento de los alimentos. Dietética especializada.

Distribución Consumo



- La industria láctea en España.
- Impacto de los cambios sociodemográficos en alimentación.
- Las empresas de alimentación y bebidas en la Borsa.
- Agricultura ecológica. Iniciativas actuales, retos yopportunità.
- Consumo de platos preparados.
- Encarecimiento de los alimentos. Cervezas.

Distribución Consumo



- Hacienda de compra y consumo de frutas y hortalizas.
- Seguridad alimentaria en la industria hortofrutícola.
- La industria alimentaria y los mercados exteriores.
- Implementación de prácticas logísticas mediterráneas.
- La alimentación dinámica en el sector de los envases.

Distribución Consumo

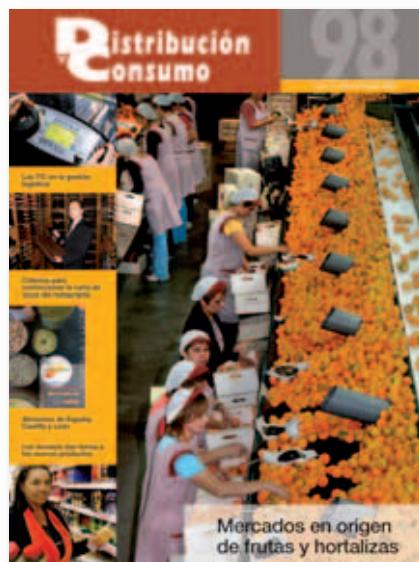


- Distribución especializada no alimentaria. Nuevos enfoques.
- Diferenciación y valorización de los productos pescadería.
- Fichas Coordinadas de Indicadores Alimentarios.
- Aceite de oliva. El mayor de las distinciones en la catedra de sabor.
- Responsabilidad social de la empresa y hábitos de consumo.
- Encarecimiento de los alimentos. Tomates y dulces naranjas.

Distribución Consumo



- Análisis de las principales exportaciones pesqueras (II).
- La cadena alimentaria en España. Análisis y perspectivas.
- Denominaciones de origen. Casos novedosos en el mercado alimentario.
- Sector lácteo. Incremento nómadas en el consumo.
- Marketing de relaciones en la distribución comercial.
- Encarecimiento 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 modulos 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 CABRUA

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 CONFECIONAR 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 ACCELERACIÓN 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 ESTRÁTÉGICA 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)	LOS MERCADOS INTERNACIONALES DEL ACEITE DE OLIVA (66)	ANA C. GÓMEZ MUÑOZ LA FRANQUICIA COMO ALTERNATIVA PARA LAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA (23)	SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL SE ENFRENTA A LA REFORMA PROPUESTA POR LA UE (19)
EFFECTOS DE LA APLICACIÓN DE TRAZABILIDAD Y LA NORMATIVA DE HIGIENE EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS (79)	MERCADOS DIFERENCIALES EN ACEITE DE OLIVA VIRGEN (49)	ANA CRISTINA GÓMEZ MUÑOZ PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS TÍPICOS Y TERRITORIO (31)	ANDRÉS RODRÍGUEZ LA CHICA DEL MERCADO (MERCADOS/LITERATURAS) (11)
EL GRUPO DE EMPRESAS LÍDER DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO ESPAÑOL (85)	NUEVAS TENDENCIAS EN EL CONSUMO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA (59)	PRODUCTOS TÍPICOS E INNOVACIÓN (38)	OFERTA ESPECIALIZADA - GRANDES SUPERFICIES DE BRICOLAJE (15)
EL SISTEMA ALIMENTARIO ESPAÑOL DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS (81)	PLÁTANO CANARIO - UN FUTURO INCERTO (14)	SIGNOS DISTINTIVOS EN PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS (45)	SECTOR CARNICO - EN LA RECTA FINAL DE LA HOMOLOGACIÓN EUROPEA (21)
EL SISTEMA ALIMENTARIO ESPAÑOL DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS (82)	PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE PASTAS ALIMENTICIAS EN ESPAÑA (29)	ANA FUSTER GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA – ARAGÓN (57)	ANDRÉU LLARGUES PROYECTO "PAN 2000" (26)
EL SISTEMA ALIMENTARIO MUNDIAL - PRINCIPALES TENDENCIAS Y EFECTOS SOBRE LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS LOCALES (100)	PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS (43)	ANA GOÑI DISTRIBUCIÓN TEXTIL - ESPECIALIZACIÓN DE LA OFERTA Y NUEVAS TENDENCIAS DE LA DEMANDA (21)	ÁNGEL AGUDO SAN EMETERIO ACTITUDES HACIA LA MODERNIZACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL MINORISTA (39)
ENTRE LOS NUEVOS PRODUCTOS, LA CALIDAD ESTÁNDAR Y LOS PRODUCTOS DE CALIDAD DIFERENCIAL (85)	PRODUCTOS DE LA PESCA - UN SECTOR DINÁMICO, INNOVADOR, COMPLEJO Y ARTICULADO (71)	ANA MARÍA GUARDIOLA SORIANO LA INDUSTRIA ALIMENTARIA Y SU VINCULACIÓN CON LOS MERCADOS EXTERIORES: UN ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE INTERNALIZACIÓN (88)	GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA – CANTABRIA (54)
FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS - CAMBIOS DE FONDO EN UN SECTOR LÍDER (11)	TENDENCIAS DE FUTURO EN LA PRODUCCIÓN Y LA INDUSTRIA DEL ACEITE DE OLIVA (54)	ANA MARÍA PANTOJA TIEMPOS QUE FUERON (MERCADOS/LITERATURAS) (71)	GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA – EL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN EN CANTABRIA (22)
FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS - UN SECTOR LÍDER CON PROBLEMAS (40)	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)	ANA ONTIVEROS TIENDAS DE SEGUNDA MANO - PRODUCTOS CON DOBLE VIDA (41)	ÁNGEL ALLUE REFLEXIONES PARA UN DEBATE SOBRE EL MODELO DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL ESPAÑOL (27)
HARINAS, PANES, GALLETAS Y BOLLOS - EL DESPEGUE DE LA CALIDAD (56)	ALMUDENA RODRÍGUEZ AGRICULTURA ECOLÓGICA. SITUACIÓN ACTUAL, RETOS Y OPORTUNIDADES (87)	ANA ROSSETTI CADÁVERES EXQUISITOS (MERCADOS/LITERATURAS) (34)	ÁNGEL CARRASCO PERERA IMPlicaciones COMPETenciales de la REGULACIÓN del COMERCIO MINORISTA (47)
INDUSTRIA LÁCTEA CAMBIOS RECIENTES Y PERSPECTIVAS (37)	ALONSO ÁLVAREZ DE TOLEDO Y URQUIJO CARNE DE ÁVILA APUESTA POR LA CALIDAD (33)	ANA SUÁREZ VÁZQUEZ ACTITUDES HACIA LA MODERNIZACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL MINORISTA (39)	LEY de ORDENACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA - JUICIO CRÍTICO DE UNA REFORMA (27)
INMIGRACIÓN Y "GLOBALIZACIÓN" DE LA ALIMENTACIÓN (80)	AMADEO PETITBÓ JUAN COMPETENCIA Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (47)	ANA VALENZUELA MARTÍNEZ GESTIÓN POR CATEGORÍAS - DEFINICIÓN DE CATEGORÍA Y PLANIFICACIÓN EN FUNCIÓN AL ANÁLISIS DE ROLES (45)	ÁNGEL F. GARCÍA BARAKALDO, MI AMOL (MERCADOS/LITERATURAS) (55)
JEREZ - ESTRATEGIAS Y PERSPECTIVAS EN UN VINO DE CALIDAD (32)	HORARIOS COMERCIALES Y LIBERTAD DE COMERCIO (13)	ANA VICANDI CRÓNICA DE UNA VISITA AL MERCADO CON VEINTICINCO NOTAS Y UN MAR (MERCADOS/LITERATURAS) (2)	ÁNGEL F. VILLAREJO RAMOS EL COMPORTAMIENTO DE LOS JÓVENES FRENTE A LOS VINOS DE CALIDAD (37)
LA CULTURA DE LOS CULTIVOS - UNA NUEVA OPORTUNIDAD DE FUTURO PARA LA AGROALIMENTACIÓN MEDITERRÁNEA (50)	AMADO A. MILLÁN FUERTES SEGURIDAD E INSEGURIDAD ALIMENTARIAS: ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE LOS OMG (99)	ANABEL SIGUAN COMERCIALIZACIÓN - EL PODER DE LA DISTRIBUCIÓN EN LA "CADENA" HORTOFRUTÍCOLA (22)	ÁNGEL FALDER RIVERO AHORA SOY EL SEÑOR CHANG, NO LA PESTE AMARILLA (MERCADOS/LITERATURAS) (96)
LA FUNCIÓN LOGÍSTICA COMO FUNCIÓN ESTRÁTÉGICA EN EL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS (24)	AMAIA LAFUENTE RUIZ DE SABANDO LAS OPERACIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS: REPERCUSIONES EN LA CADENA LOGÍSTICA (55)	ANDRÉS CONESA FONTES FUNDAMENTOS ECONÓMICAS DE LA REGULACIÓN DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN MATERIA DE COMERCIO INTERIOR (73)	ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA (92)
LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS - CONDICIONES TENDENCIAS Y ESTRATEGIAS DIFERENTES PARA UN ÚNICO MERCADO (73)	AMANCIO LANDÍN JARÁIZ ALARGAR LA VIDA DEL MAR (43)	ANDRÉS GARCÍA DE LA RIVA EL FUTURO DE LOS MERCADOS MUNICIPALES (11)	ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN CASTILLA - LA MANCHA (96)
LA INDUSTRIA CÁRNICA EN ESPAÑA (87)	AMAYA MURILLO FERRER MAQUINAS EXPENDEDORAS AUTOMÁTICAS - EL "VENDING" LA VENTA MAS DIRECTA (51)	ANDRÉS GARCÍA RECHE LAS NUEVAS FORMAS COMERCIALES Y EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN (10)	ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN CASTILLA Y LEÓN (98)
LA INDUSTRIA CÁRNICA EN ESPAÑA (99)	AMELIA DIE EL TESORO DE LA ISLA (MERCADOS/LITERATURAS) (9)	ANDRÉS MONTES UNA ESTRELLA ENTRE EL PESCADO (MERCADOS/LITERATURAS) (47)	ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN EXTREMADURA (93)
LA SEGURIDAD ALIMENTARIA, A DEBATE (70)	AMPARO BAVIERA EL TRANSPORTE INTERNACIONAL DE CÍTRICOS - VIABILIDAD DEL TRANSPORTE MARÍTIMO DE CORTA DISTANCIA (86)	ANDRÉS GARCÍA DE LA RIVA EL FUTURO DE LOS MERCADOS MUNICIPALES (11)	ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN LA REGIÓN DE MURCIA (94)
LAS CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS CON DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA (87)	AMPARO CERVERA TAULET ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL CONSUMIDOR EN LA UNIÓN EUROPEA (57)	ANDRÉS GARCÍA RECHE LAS NUEVAS FORMAS COMERCIALES Y EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN (10)	ALIMENTOS DE ESPAÑA: AGRICULTURA Y GANADERÍA EN LA RIOJA (99)
LOS MERCADOS DE CARNES EN ESPAÑA, EN EL PROCESO DE VERTICALIZACIÓN (62)	ANA BRAVO EL ETIQUETADO DE LA CARNE DE VACUNO BASADO EN LA TRAZABILIDAD DEL PRODUCTO (62)	ANDRÉS MONTES UNA ESTRELLA ENTRE EL PESCADO (MERCADOS/LITERATURAS) (47)	ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: ACEITE DE OLIVA Y ACEITUNA DE MESA (72)
LOS MERCADOS DE GRANELES DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA (66)		ANDRÉS PROENSA EL NUEVO MERCADO DEL VINO - EL	ENCICLOPEDIA DE LOS ALIMENTOS: AGUAS MINERALES Y BEBIDAS REFRESCANTES (88)
LOS MERCADOS DE VINOS Y LAS ESTRATEGIAS DE LAS BODEGAS ESPAÑOLAS (65)			

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

AZUCENA VICENTE MOLINA EL CONSUMIDOR ECOLÓGICO - UN MODELO DE COMPARTIMENTO A PARTIR DE LA RECOPILACIÓN Y ANÁLISIS DE LA EVIDENCIA EMPÍRICA (67)	CARLOS COIDURAS ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA - EL DESCRUBRIMIENTO DEL MEDITERRÁNEO (49)	CARLOS VELASCO PUBLICIDAD DE AGUAS, ZUMOS, REFRESCOS Y CERVEZAS (28)	CECILIA DÍAZ MÉNDEZ ¿QUE SIGNIFICA COMER BIEN? - UNA DESCRIPCIÓN DE LAS NORMAS ALIMENTARIAS GENERALES PRESENTES EN LOS MODELOS ALIMENTARIOS ESPAÑOLES (97)
IMPlicaciones de aspectos ecológicos sobre el canal de distribución (67)	CARLOS FALCES LOS EFECTOS DE LAS VARIABLES AMBIENTALES SOBRE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR (54)	CARLOTA LORENZO ROMERO ESTRATEGIAS PROMOCIONALES Y PLANIFICACIÓN DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (94)	DEL CONSUMO ALIMENTARIO A LA SOCIOLOGÍA DE LA ALIMENTACIÓN (60)
BAUDILIO CAVADAS GORMAZ LA SOLANA (MERCADOS/LITERATURAS) (43)	CARLOS FALCO EL VINO ESPAÑOL ANTE EL TERCER MILLENIUM (32)	CARMEN BERNE MANERO APORTACIONES DESDE LA ECONOMÍA Y EL MARKETING AL DEBATE DE LOS HORARIOS COMERCIALES (88)	CELINA DE MANUEL FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS - CAMBIOS DE FONDO EN UN SECTOR LÍDER (40)
BEATRIZ ISABEL VÁZQUEZ BELDA ANÁLISIS DE PELIGROS Y PUNTOS DE CONTROL CRÍTICOS (APPCC) (64)	CARLOS FERNÁNDEZ EL PAN, MUCHO MAS QUE UN ALIMENTO (56)	LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS EN EL MERCADO MINORISTA DE ALIMENTACIÓN (42)	JEREZ - ESTRATEGIAS Y PERSPECTIVAS EN UN VINO DE CALIDAD (32)
BEATRIZ RONDA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ITALIA - LA CONSTRUCCIÓN DEL FUTURO (15)	CARLOS FLAVIAN BLANCO CAMBIOS EN EL MERCADO DE TRABAJO - CLASIFICACIÓN DE OCUPACIONES EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (22)	CARMEN DÍAZ DE CERIO DENOMINACIÓN DE CALIDAD TERNERA DE NAVARRA (33)	CÉSAR BRAÑA PINO LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES: UNA REALIDAD NECESARIA (2)
BEGOÑA ÁLVAREZ ÁLVAREZ ESTRATEGIAS PROMOCIONALES Y PLANIFICACIÓN DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (94)	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ARAGÓN - PERSPECTIVAS DE FUTURO (16)	CARMEN ESCRIBA PÉREZ INFLUENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SISTEMA AGROALIMENTARIO (69)	CÉSAR NIETO UNA APLICACIÓN DSS (DECISION SUPPORT SYSTEM) PARA EL MERCADO DEL VINO (65)
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)	EL CARÁCTER ESTRÁTÉGICO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL (9)	CARMEN FUENTES EL CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS (99)	CESÁREO GOICOECHEA EL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL EN LA COMUNIDAD EUROPEA (2)
BEN LOSA SAN SALVADOR (MERCADOS/LITERATURAS) (46)	EL EMPLEO DE INTERNET COMO NUEVO CANAL DE DISTRIBUCIÓN: UN ANÁLISIS DE SUS PRINCIPALES VENTAJAS E INCONVENIENTES (72)	EL MODELO ALIMENTARIO EUROPEO (15)	EL SECTOR VITIVINÍCOLA EUROPEO FRENTE AL RETO DEL MERCADO MUNDIAL (32)
BENITO ORIHUEL IRANZO SEGURIDAD ALIMENTARIA EN ANECOOP - TRAZABILIDAD Y "NATURANE" (62)	ESTRATEGIAS DETALLISTAS EN LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA (38)	CARMEN GARCÍA DIFERENTES MODELOS DE CONSUMO DE ARROZ - EUROPA VS. ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA VS. FRANCIA (24)	CHEBIL ALI ESCENARIO COMPETITIVO DEL SECTOR HORTÍCOLA ESPAÑOL (52)
BENJAMÍN SIERRA DÍEZ LOS EFECTOS DE LAS VARIABLES AMBIENTALES SOBRE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR (54)	GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ARAGÓN (57)	HÁBITOS DE COMpra Y CONSUMO DE LEGUMBRES (25)	CIRIACO VÁZQUEZ NORMALIZACIÓN - FRUTAS Y HORTALIZAS - ¿DONDE ESTA EL ESLABÓN PERDIDO? (1)
PUBLICIDAD Y CONDUCTA DEL CONSUMIDOR - INDUCCIÓN CONDICIONADA DE PREFERENCIAS (51)	PRODUCTOS CONSUMIDORES VERSUS PRODUCTOS AHORRADORES DE TIEMPO - UN ESTUDIO EXPLORATORIO (37)	CARMEN GÓMEZ LA GESTIÓN DEL SURTIDO POR "CATEGORÍAS DE PRODUCTOS"(24)	CLARA DÍEZ ONECA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN CATALUÑA - EVOLUCIÓN SECTORIAL Y ACTUACIONES PÚBLICAS (19)
BERNARDO HERNÁNDEZ ESTRATEGIAS DE CONTROL, CALIDAD Y SEGURIDAD EN CONFECARNE (68)	CARLOS H.OLMOS LA COMPRADORA (MERCADOS/LITERATURAS) (1)	CARMEN PAZ MARCO REGLAMENTARIO PARA LA CALIDAD EN EL SECTOR PESQUERO (27)	GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA – CATALUÑA (58)
BLANCA DOMÉNECH CASARES PLAZA DE LA LIBERTAD (MERCADOS/LITERATURAS) (84)	CARLOS HERNÁNDEZ OLMOS COCINA MEDITERRÁNEA - LA HISTORIA NOS DA LA RAZÓN (50)	CARMEN PELIGROS MÁRGENES BRUTOS Y COSTES DE COMERCIALIZACIÓN A TRAVES DE LAS TABLAS INPUT - OUTPUT Y LA ENCUESTA DE PRESUPUESTOS FAMILIARES (31)	CLARA MANZANO BEN UNA NUEVA MADRUGADA (MERCADOS/LITERATURAS) (74)
BLANCA LUCENA COBOS SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE LA CALIDA EN LE SECTOR AGROALIMENTARIO (76)	CARLOS IGLESIAS FERNÁNDEZ LA TERCIARIZACION DEL EMPLEO COMO CAUSA DE LA EMERGENCIA DE NUEVAS FORMAS DE TRABAJO (58)	CARMEN PÉREZ MERCADO EDITORIAL Y HÁBITOS DE LECTURA - PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE LIBROS (17)	CLAUDIO ARANZADI INDUSTRIA, INFLACIÓN Y COMPETITIVIDAD (5)
BLAS VIVES SOTO LOS CONCESIONARIOS DE AUTOMÓVILES - MERCADO DE OFERTA, COMPETENCIA Y FINANCIACIÓN (3)	CARLOS J. RODRÍGUEZ RAD EL COMPORTAMIENTO DE LOS JÓVENES FRENTE A LOS VINOS DE CALIDAD (37)	NADA MÁS SOLO QUE UN PERRO SOLO (MERCADOS/LITERATURAS) (15)	CLAUDIO CABALEIRO VILLANUEVA FUTURO DE LA ACUICULTURA EN ESPAÑA - EL EJEMPLO DEL CULTIVO DE LA OSTRA EN GALICIA (43)
CARLOS BALANDRÓN LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES Y EL NEGOCIO DE LA DISTRIBUCIÓN (6)	CARLOS MANUEL FRANCO ABUIN ANÁLISIS DE PELIGROS Y PUNTOS DE CONTROL CRÍTICOS (APPCC) (64)	CARMEN RESINO PARALELISMO (MERCADOS/LITERATURAS) (76)	CLEMENTE J. NAVARRO YAÑEZ EL CONSUMERISMO CON RESPUESTA ACTIVA DE LOS CONSUMIDORES (74)
CARLOS BARBACHANO DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EXTREMADURA - POLÍTICA COMERCIAL Y ACTUACIONES PÚBLICAS (20)	CARLOS MEDIAVILLA GARCÍA SONHOS (SUEÑOS) (MERCADOS/LITERATURAS) (64)	CARMEN SANTAMARÍA LA COMpra DEL PINTOR (MERCADOS/LITERATURAS) (6)	CLETO SÁNCHEZ VELLISCO LAS SUGERENCIAS DE LA CARNE (21)
CARLOS CABRERA COMO ASEGUAR EL ÉXITO DE UNA SUBCONTRATACIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS (24)	CARLOS MENA GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ISLAS BALEARES (21)	CARMEN SUÁREZ BLANCO POLÍTICA DE COMERCIO INTERIOR EN CASTILLA - LA MANCHA (18)	CONCHA GONZÁLEZ PIZARRO CONTIGO EN LA DISTANCIA (MERCADOS/LITERATURAS) (40)
INSTRUMENTOS DE DIFERENCIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN EL SECTOR DE LA CARNE DE VACUNO (68)	CARLOS POLAINO EL FUTURO DE LA GANADERÍA EN ESPAÑA (21)	CARMEN VALOR PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA Y HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES (89)	EL MERCADO MUSICAL EN ESPAÑA (46)
CARLOS SÁNCHEZ REYES EL PODER COMPENSADOR DE LOS CONSUMIDORES (2)	CARLOS SÁNCHEZ REYES EL PODER COMPENSADOR DE LOS CONSUMIDORES (2)	CATALINA ÁLVAREZ LA CALIDAD DEL TRIGO (26)	CONSEJO QUESADA LÓPEZ FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CERVEZA - LA MADUREZ DEL MERCADO Y LOS CAMBIOS EN EL CONSUMO (5)
CARLOS TÍO INSTRUMENTOS DE DIFERENCIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN EL SECTOR DE LA CARNE DE VACUNO (68)			CONSTANCIO IBÁÑEZ CASANOVA LAS UNIDADES ALIMENTARIAS Y

LOS MERCADOS MUNICIPALES - PRINCIPIOS DE UNA MARCA DE CALIDAD (69)	DANIEL RIVERA GÓMEZ PROTECCIÓN JURÍDICA DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR (45)	ELENA ALIER LOS EFECTOS DE LAS VARIABLES AMBIENTALES SOBRE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR (54)	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)
CONSUELO ESCOBAR TRES DÍAS DE PÁNICO (MERCADOS/LITERATURAS) (23)	DANIEL WAGMAN LOS LIMITES DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO - VIVIR MEJOR CON MENOS (36)	ELENA CEBRIÁN CALVO LA DIVERSIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN COMO AMENAZA PARA LOS PRODUCTORES TRADICIONALES (22)	EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN EN ORIGEN DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN FRESCO (98) LA IMAGEN DE LOS JÓVENES SOBRE EL PEQUEÑO COMERCIO (18)
CONSUEL PEDRON GINER CRITERIOS BÁSICOS PARA UNA CORRECTA ALIMENTACIÓN INFANTIL (63)	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)	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)
CORO CHASCO YRIGOYEN ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS GEOGRÁFICOS EN GEOMARKETING: EL PROGRAMA GEODA (86)	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)	EMILIO BAQUE DELAS ESTRATEGIAS DE FUTURO EN EL MERCADO DE CAFÉ (18)
COVADONGA ALDAMIZ - ECHEVARRIA GONZÁLEZ DE DURANA EL CONSUMIDOR ECOLÓGICO - UN MODELO DE COMPARTIMENTO A PARTIR DE LA RECOPILACIÓN Y ANÁLISIS DE LA EVIDENCIA EMPÍRICA (67)	DIANA GAVILÁN BOUZAS 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)	EMILIO BARCO ROYO CAMBIOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DEL VINO - ALGUNAS PREGUNTAS SOBRE EL ÉXITO DEL VINO AUSTRALIANO (80)
CRISTINA ARAGÓN AMONARRIZ ANÁLISIS SECTORIALES - DISTRIBUCIÓN COMERCIAL DE LAS PRENDAS DE VESTIR (62)	DIÉGO 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)	CONSERVAS Y TRANSFORMADOS VEGETALES - EL DIFÍCIL EQUILIBRIO PRODUCCIÓN - INDUSTRIA - DISTRIBUCIÓN (11) CONSUMO RURAL Y CONSUMO DE "LO RURAL" (8)
CRISTINA CAMPAYO RODRÍGUEZ LOS SUPERMERCADOS Y SU ENTORNO EN LAS DISTINTAS ZONAS URBANAS (66)	DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO ESTUDIO DE DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO SOBRE SERVICIOS COMERCIALES Y HÁBITOS DE COMPRA (100)	ELENA LÓPEZ DE COCA EL CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS (99)	DE VIDES, VINOS, VIDUEÑOS Y PLANES ESTRATÉGICOS (92) DENOMINACIONES DE ORIGEN - LA INCIDENCIA DE LA LOCALIZACIÓN Y DESLOCALIZACIÓN (96)
CRISTINA ITURRIEZ LANDART ANÁLISIS SECTORIALES - DISTRIBUCIÓN COMERCIAL DE LAS PRENDAS DE VESTIR (62)	DOLORES Mª FRÍAS JAMILENA DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA - EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL (59)	ELENA MARGARETO BLÁZQUEZ TIENDAS DE DESCUENTO - NUEVO RETO PARA LA DISTRIBUCIÓN (41)	EL DEBATE EUROPEO SOBRE LA REFORMA DEL MERCADO DEL VINO (19) EL SECTOR VITIVINÍCOLA EN EL SIGLO XXI (65)
CRISTINA OLARTE PASCUAL LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)	DULCE CHACÓN LA JATUCA (MERCADOS/LITERATURAS) (24)	ELENA MÁRKQUEZ DE LA CRUZ LAS EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS EN LA BOLSA ESPAÑOLA (87)	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)
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)	EDUARDO MOYANO ESTRADA EL CONSUMERISMO COMO RESPUESTA ACTIVA DE LOS CONSUMIDORES (74)	ELENA PISONERO DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA - SITUACIÓN ACTUAL Y EXPECTATIVAS DE FUTURO (50)	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)
CRISTINA SALINAS COMERCIO RURAL - PROPUESTAS PARA MEJORAR LAS CONDICIONES DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y OFERTA (96)	EDURNE KOCH GARCÍA EL ALMA MENDIGA DEL ESPECIERO (MERCADOS/LITERATURAS) (68)	ELISA MARTÍN LA HORTOFRUTICULTURA ESPAÑOLA ANTE EL MERCADO ÚNICO HISTORIA DE UNA CRISIS (11)	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)
CRISTINA SEGOVIA LÓPEZ ACCIONES DE INNOVACIÓN EN LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS HORTOFRUTÍCOLA (93)	ELADIO PALOMINO EL MERCADO DE TRABAJO EN EL COMERCIO Y LA INDUSTRIA (6)	ELISA REVILLA GARCÍA ETIQUETADO DE ALIMENTOS - ANTECEDENTES, SITUACIÓN ACTUAL Y PROGRAMAS FUTUROS (25)	EMILIO GAMIR CIUDAD Y COMERCIO (34)
LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA EN LA EUROPA DE 15 + 10 (76)		ELVIRA F. MARTÍN RETRATO SOCIOLOGICO DE "MANITAS" Y "BRICOLADORES" (15)	EMILIO RUZO SANMARTÍN GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA – GALICIA (55)
LAS ACTIVIDADES DE ACABADO DEL PRODUCTO Y AUXILIARES DE LA PRODUCCIÓN EN LA CADENA DE VALOR HORTOFRUTÍCOLA (98)		EMILIA GARCÍA ESCALONA ESPACIO CENTRAL Y ACTIVIDAD COMERCIAL (34)	
CRISTINO ÁLVAREZ GASTRONOMÍA MEDITERRÁNEA LA HISTORIA NOS HA DADO LA RAZÓN (3)		EMILIA LINARES AGUERA FERIAS COMERCIALES EN ESPAÑA - UN ANÁLISIS SECTORIAL (61)	
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)			



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)	CONSUMO - CERVEZAS, AGUAS Y REFRESCOS (5)	DEL REFUGIO DE "AUTÓNOMOS" (44)	ALIMENTARIO - ANÁLISIS POR SECTORES - RESULTADOS POR PRODUCTOS DE LOS PANELES DE CONSUMO ALIMENTARIO DE 1997 (41)
ENRIQUE BERNAL JURADO LAS TARJETAS BANCARIAS COMO MECANISMOS DE PAGO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO (55)	CONSUMO ALIMENTARIO EN NAVIDAD (30)	CASTILLA - LA MANCHA (52)	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)
ENRIQUE BIGNE EMOCIONES, SATISFACCIÓN Y LEALTAD DEL CONSUMIDOR EN ENTORNOS COMERCIALES (76)	CONSUMO DE BEBIDAS - SUBEN AGUAS Y REFRESCOS. BAJAN CERVEZAS Y ZUMOS (28)	EL EMPLEO EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - CARACTERÍSTICAS Y TENDENCIAS (36)	Evolución DEL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS (47)
ENRIQUE C. DÍEZ DE CASTRO DISPOSICIÓN DEL PUNTO DE VENTA (68)	CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS - EL INICIO DE LA CUENTA ATRÁS (11)	EL TEJIDO SOCIAL DEL COMERCIO - CONTRIBUCIÓN AL MERCADO LABORAL (74)	FRUTAS Y HORTALIZAS - CONSUMO EN HOGARES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (48)
ENRIQUE CALDUCH EL NUEVO MERCADO DEL VINO - EL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL SE ENFRENTA A LA REFORMA PROPUESTA POR LA UE (19)	CONSUMO DE LEGUMBRES EN ESPAÑA (25)	FORMACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - SITUACIÓN ACTUAL Y BASES PARA UNA ESTRATEGIA DE FUTURO (40)	FERNANDO GONZÁLEZ ASTORGA ASTURIAS - LA DISTRIBUCIÓN ACELERA SU PROCESO DE MODERNIZACIÓN (52)
ENRIQUE CASTAÑE ESTRUCTURAS COMERCIALES EN PORTUGAL - LA CONSTRUCCIÓN DEL FUTURO (12)	CONSUMO DE PRODUCTOS CONGELADOS Y PLATOS PREPARADOS (31)	FORMACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - UN FACTOR ESTRÁTÉGICO EN LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE TRABAJO	FERNANDO GONZÁLEZ LAXE DIFERENCIACIÓN Y VALORIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS - RETOS ANTE LAS NUEVAS ESTRATEGIAS ALIMENTARIAS (89)
ENRIQUE DUEÑAS FRANQUICIAS - CRECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN HACIA LOS SERVICIOS (23)	DIETA ALIMENTARIA EN EL MUNDO RURAL - EL FINAL DE UN MITO (8)	GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - CASTILLA - LA MANCHA (18)	EL FUTURO DE LA ACUICULTURA EN ESPAÑA (9)
ENRIQUE FLORES LÓPEZ COMERCIO Y CONSUMO EN LA REGIÓN DE MURCIA - RECONVERSIÓN EN MARCHA (16)	EL CONSUMO DE PASTAS ALIMENTICIAS SIGUE CRECIENDO (29)	LA POLÍTICA ECONÓMICA EN LAS RELACIONES PRODUCCIÓN-DISTRIBUCIÓN (17)	FERNANDO LOSADA PÉREZ GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - GALICIA (55)
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)	EVOLUCIÓN AL ALZA EN EL CONSUMO DE ARROZ (24)	LOS HORARIOS EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - LA IMPORTANCIA DEL TIEMPO PARA CONSUMIDORES, EMPRESAS Y DECISORES PÚBLICO (64)	FERNANDO MARTÍN-MÖNKEMÖLLER UN MOMENTO CLAVE PARA EL SECTOR PESQUERO CANARIO (43)
ENRIQUE GIL CALVO LA APOTEOSIS DEL CONSUMO (30)	FRUTAS Y HORTALIZAS - NUEVOS DESCENSOS EN EL CONSUMO Y ESTABILIDAD EN EL REPARTO DEL MERCADO (28)	VÉRTIGO EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (49)	FERNANDO MÉNDEZ DE ANDES EL SOL SALE PARA TODOS (3)
ENRIQUE GÓMEZ NAVARRO CENTROS COMERCIALES - VENTAJAS COMPETITIVAS Y DISEÑO DEL FUTURO (18)	FUERTE DESCENSO DEL CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA (30)	EVANGELOS PETER POUNGIAS DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EUROPA ORIENTAL - ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN DE LAS EMPRESAS OCCIDENTALES EN LOS PAÍSES DEL ESTE (8)	FERNANDO MORALEDÁ LAS CARENCIAS ESTRUCTURALES DEL SECTOR LÁCTEO EN ESPAÑA (6)
DESCUENTO DURO EN ESPAÑA - SITUACIÓN ACTUAL Y EXPECTATIVAS DE FUTURO (28)	FUERTE DESCENSO DEL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS EN 1995 (27)	FABRIZIO CAROLI PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE PASTAS ALIMENTICIAS EN ESPAÑA (29)	LOS AGRICULTORES ESPAÑOLES Y LA REFORMA DEL VINO (19)
INTEGRACIÓN CORPORATIVA EN LA DISTRIBUCIÓN DETALLISTA - ALTERNATIVAS DEL PEQUEÑO COMERCIO (13)	FUERTE RECUPERACIÓN EN EL CONSUMO DE PAN (26)	FAUSTINO DE LORENZO REDESCUBRIR LOS MERCADOS (11)	FERNANDO PANIZO CALIDAD Y DIVERSIFICACIÓN EN EL TURISMO ESPAÑOL (4)
PANORAMA ACTUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN PORTUGAL (38)	HÁBITOS DE CONSUMO EN NAVIDAD - LA ALIMENTACIÓN EN TIEMPOS DE FIESTA (7)	FAUSTO LUCHETTI EL ESCENARIO MUNDIAL DEL ACEITE DE OLIVA (4)	FERNANDO PASCUAL EL FUTURO DEL PORCINO - LOS ACUERDOS DEL GATT Y LA "PRIMERA" CARNE ESPAÑOLA (8)
TELEVENTA - DISTRIBUCIÓN A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN (22)	LA ESTADÍSTICA COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (29)	FÉLIX GOROSPE CONSIDERACIONES SOBRE EL DISEÑO DE LOS PUNTOS DE VENTA MINORISTAS EN UNA ECONOMÍA GLOBALIZADA (54)	NUESTRO GRAN FUTURO: LA EXPORTACIÓN DE PORCINO (33)
VENTA POR CATALOGO - EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO EN ESPAÑA (25)	LA VENTA AMBULANTE DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS - UN NEGOCIO SOBRE RUEDAS (9)	DENDANET - APUESTA ELECTRÓNICA DE LOS COMERCIANTES VASCOS (35)	TIEMPO DE CAMBIOS 21
ENRIQUE ORTEGA LA FORMACIÓN DE POSTGRADO (9)	LOS DERIVADOS LÁCTEOS COMPITEN CON LAS FRUTAS EN POSTRE - CONTINUA AUMENTANDO EL CONSUMO DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS (23)	EL COMERCIO MINORISTA DEL PAÍS VASCO EN LA ENCRUCIADA DE RENOVACIÓN (31)	FERNANDO VILLENA CAÑAS COOPERATIVISMO EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL (32)
ENRIQUE ZARAGOZA GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - COMUNIDAD DE MADRID (15)	NORMALIZACIÓN - FRUTAS Y HORTALIZAS - ¿DONDE ESTÁ EL ESLABÓN PERDIDO? (1)	GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - EL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN EN EL PAÍS VASCO (14)	FLORINDA CALVO CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO Y SU INFLUENCIA EN EL SECTOR DE PANADERÍA (26)
ENRIQUE MARTÍNEZ ROBLES 100 NÚMEROS DE DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO (100)	ESTHER SÁNCHEZ VENTA DIRECTA Y TELEMARKETING - EVOLUCIÓN DEL COMERCIO SIN TIENDA EN ESPAÑA (39)	FERNANDO BALLESTERO LA DIMENSIÓN EMPRESARIAL (4)	FRANCESC MARIMON I SABATE DIFUSIÓN Y DEFENSA DE LA DIETA MEDITERRÁNEA - UNA RESPONSABILIDAD DE TODOS (71)
ESTEBAN LÓPEZ PLAZA ACEITES Y GRASAS - LUCES Y SOMBRAS DE UN SECTOR ESTRÁTÉGICO (4)	EUGENIO ÁLVAREZ GÓMEZ EL SECTOR CÁRNICO EN EXTREMADURA (33)	FERNANDO DÍAZ ALONSO LA MODA QUE VIENE (7)	FRANCESC XAVIER MARIMON EL PRESENTE Y EL FUTURO DE LA PESCA EN CATALUÑA (43)
EVA MADRUGA EL MERCADOR DE GALVANY (MERCADOS/LITERATURAS) (61)	EVA MADRUGA PÉREZ POEMAS DEL MERCADO (MERCADOS/LITERATURAS) (51)	FERNANDO GARCÍA DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE ALIMENTOS FRESCOS (53)	EL SECTOR CÁRNICO EN CATALUÑA (33)
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	EL ACEITE DE OLIVA CONSOLIDADA SU LIDERAZGO (49)	FRANCISCO AMARILLO CONSUMO RURAL, TRADICIÓN CULTURAL Y MODERNIDAD (8)
EVANGLINA ARANDA GARCÍA ANÁLISIS DEL EMPLEO POR FORMAS COMERCIALES - ASALARIZACIÓN Y DISMINUCIÓN	EVANGLINA ARANDA GARCÍA ANÁLISIS DEL EMPLEO POR FORMAS COMERCIALES - ASALARIZACIÓN Y DISMINUCIÓN	EL TOMATE PETULANTE (MERCADOS/LITERATURAS) (27)	EL SECTOR AGROALIMENTARIO EN EXTREMADURA (3)
		EVOLUCIÓN DEL CONSUMO	

FRANCISCO BAREA BAREA LA CALIDAD Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN LOS ACEITES DE OLIVA ANDALUCES (96)	FRANCISCO MUÑOZ LEVIA PRODUCTOS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA Y SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN: PERFILES DE CONSUMIDOR (87)	GONZALO DÍAZ MENESES GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ISLAS CANARIAS (59)	IDELFONSO GRANDE ESTEBAN CONSUMIDORES DE LA TERCERA EDAD. ¿ UN SEGMENTO O MUCHOS? (45)
FRANCISCO BENJAMÍN COBO QUESADA AGRICULTURA ECOLÓGICA EN ESPAÑA - LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING, CLAVES PARA EL ÉXITO (51)	FRANCISCO PASCUAL EL PAPEL DEL COMERCIO MAYORISTA EN LA APLICACIÓN DE TRAZABILIDAD (79)	GONZALO MENÉNDEZ RELACIONES LABORALES Y EVOLUCIÓN DEL EMPLEO (6)	EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES POR GUPOS DE EDAD - IMPLICACIONES SOBRE EL DISEÑO DEL MIX DE MARKETING (12)
LA AGRICULTURA ECOLÓGICA ANTE LA GRAN DISTRIBUCIÓN (60)	FRANCISCO RODRÍGUEZ SECTOR LÁCTEO EL RETO DE LA COMPETITIVIDAD (3)	GRACIELA KOSIAK DE GESUALDO LIBERTAD DE COMERCIO Y CALIDAD DE VIDA EN BALEARES (21)	IGNASI FAURA VENTOSA LA TRANSPARENCIA DEL MERCADO Y LOS CONSUMIDORES (48)
FRANCISCO BORRAS ESCRIBÁ LOS PROCESOS DE COMPROVANTA DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS EN LOS MERCADOS EN ORIGEN: EL CASO DE LA REGIÓN DE MURCIA (98)	FRANCISCO SERRANO EL SISTEMA COMERCIAL DE ANDALUCÍA - ESTRUCTURAS EN PROCESO DE CAMBIO (14)	GREGORIO PLANCHUELO SAINZ ADECUACIÓN A LA NORMATIVA CONSUMERISTA DE LA CE - RESPONSABILIDAD FRENTA A DAÑOS CAUSADOS POR PRODUCTO DEFECTUOSOS (10)	IGNACIO A. RODRÍGUEZ - DEL BOSQUE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ASTURIAS - EN BUSCA DE EFICIENCIA Y COMPETITIVIDAD (17)
FRANCISCO CÁCERES CLAVERO SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE LA CALIDA EN LE SECTOR AGROALIMENTARIO (76)	FRANCISCO SINEIRO GARCÍA MÓDULO ESPAÑOL DE PRODUCCIÓN LECHERA - LA EXPLOTACIÓN FAMILIAR EN LA CORNISA CANTÁBRICA (23)	EL ARBITRAJE EN EL ÁMBITO INMOBILIARIO (26)	IGNACIO ARANDA EL SOL SALE PARA TODOS (MERCADOS/LITERATURAS) (20)
FRANCISCO JAVIER DE LA BALLINA BALLINA ASTURIAS - LA DISTRIBUCIÓN ACELERA SU PROCESO DE MODERNIZACIÓN (52)	FRANCISCO TRUYOLS GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - ISLAS BALEARES (21)	LA COMUNIDAD EUROPEA Y LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR (5)	IGNACIO ATANCE INTRUMENTOS DE DIFERENCIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN EL SECTOR DE LA CARNE DE VACUNO (68)
FRANCISCO JAVIER MIRANDA GONZÁLEZ FACTORES DETERMINANTES DE LA ADOPCIÓN DE INTERNET COMO CANAL DE VENTA (69)	GABINO MARTÍN TORAL TODO COMENZÓ EN UN CARRETE (MERCADOS/LITERATURAS) (95)	MERCADO ÚNICO EUROPEO GARANTÍAS PARA EL LIBRE TRANSITO DE PRODUCTOS (14)	IGNACIO CRUZ ROCHE ACTUACIONES PÚBLICAS PARA ARTICULAR EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN - PLAN MARCO DE MODERNIZACIÓN DEL COMERCIO INTERIOR (23)
FRANCISCO JAVIER MONTORO RÍOS PRODUCTOS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA Y SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN: PERFILES DE CONSUMIDOR (87)	ENTRE MERLUZAS Y PRINCESAS (MERCADOS/LITERATURAS) (81)	PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LOS SERVICIOS BANCARIOS (23)	ESTANCIAMIENTO DE LAS VENTAS DE LAS GRANDES SUPERFICIES Y RELACIONES ENTRE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (27)
FRANCISCO JAVIER RONDÁN CATALUÑA ESTRATEGIA DE PRECIOS SIEMPRE BAJOS - VENTAJAS E INCONVENIENTES (71)	GABRIEL ESCARRER EL SECTOR HOTELERO EN ESPAÑA - LA EVOLUCIÓN INEVITABLE (4)	GUILLERMO DE RUEDA EL COMPROMISO DE CARREFOUR CON LA SOCIEDAD ESPAÑOLA (54)	EVALUACIÓN DE LOS PROBLEMAS DEL COMERCIO - UN ENFOQUE COMPETITIVO (31)
FRANCISCO JAVIER SOBRINO DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN CATALUÑA - EVOLUCIÓN SECTORIAL Y ACTUACIONES PÚBLICAS (19)	GABRIEL HIERRO FRÍO HELADO (MERCADOS/LITERATURAS) (63)	GUILLERMO GRAELL EL MUNDO DE LAS FIBRAS QUÍMICAS (7)	LA POLÍTICA COMERCIAL EN ESPAÑA (91)
FRANCISCO JOSÉ MAS RUIZ EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA (87)	GABRIEL OCAÑA ¿QUÉ ESTÁ PASANDO CON EL CONSUMO DE PESCADO? (43)	GUILLERMO MARAVER TARIFA ANDALUCÍA. EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y ESTRUCTURA DE LA OFERTA. COMPOSICIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA (53)	LA REGULACIÓN DE LOS HORARIOS COMERCIALES (77)
FRANCISCO LAVAO PRESENCIA ESPAÑOLA EN EL ESTE DE EUROPA - LA EXPERIENCIA PIONERA DE SUPERMERCADOS "SYP" EN PRAGA (8)	CONSUMO Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS (27)	GUILLERMO MARÍN PÉREZ TABERNERO CARNE DE MORUCHA EL MERCADO DE LAS CARNES (33)	LA VALORACIÓN DE LAS REVISTAS DE MARKETING ESPAÑOLAS (61)
FRANCISCO MARTÍN ROJAS EL PAPEL DE LOS MERCADOS MUNICIPALES COMO DINAMIZADORES DEL CASCO HISTÓRICO DE LAS CIUDADES (44)	LA TRAZABILIDAD EN LOS PRODUCTOS DE LA PESCA (62)	HÉCTOR GARCÍA ARIAS GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - CASTILLA Y LEÓN (17)	LA VENTA A PERDIDA EN LAS RELACIONES FABRICANTE-DISTRIBUIDOR (33)
POTENCIACIÓN DE LOS CENTROS URBANOS COMO ESPACIOS COMERCIALES ABIERTOS (41)	GABRIEL YRAVEDRA LA OFICINA INTERNACIONAL DEL VINO ANTE LOS PROBLEMAS ACTUALES DEL SECTOR (2)	HÉCTOR SAINZ AGUAS, CERVEZAS Y REFRESCOS - UN CONSUMO MARCADO POR LA ESTACIONALIDAD Y EL CLIMA (34)	PRECIOS Y MÁRGENES EN LA CADENA DE VALOR DE LOS PRODUCTOS FRESCOS: INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA (100)
FRANCISCO MOMBIELA POSICIÓN COMPETITIVA DEL SECTOR INDUSTRIAL PESQUERO (20)	GEMA GARCÍA FERRER COMERCIO ESPECIALIZADO: VARIABLES ESTRÁTÉGICAS Y POSICIONAMIENTO (54)	ALIMENTOS CON HISTORIA - ALIMENTOS DE CALIDAD (31)	UNIDAD DE MERCADO Y REGULACIÓN AUTONÓMICA EN EL COMERCIO MINORISTA (50)
FRANCISCO MONTERO LABERTI AVVENTURAS Y DESVENTURAS DE LA OLEICULTURA ESPAÑOLA EN LA UNIÓN EUROPEA (30)	GERARD TAIEB CENTROS COMERCIALES - APROVECHAR LA CRISIS PARA PREPARAR EL FUTURO (10)	ALIMENTOS Y BEBIDAS CON DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DISTITIVOS DE CALIDAD - BALANCE Y PERSPECTIVAS (64)	IGNACIO GARCÍA MAGARZO REGULACIÓN COMERCIAL: EL RETO DE LA COOPERACIÓN (73)
FRANCISCO MONTIJANO GUARDIA SECTOR ASEGUADOR - DEMANDA Y CONSUMO (64)	CENTROS COMERCIALES EN EUROPA - TENDENCIAS PARA FIN DE SIGLO (3)	EL DESPEGUE DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA (94)	IGNACIO J. SARDÍNAS & ISA SANTIESTEBAN EN JERONI Y EL CALAMAR (MERCADOS/LITERATURAS) (36)
	GERMÁN UBILLOS ORSOLICH EL ABUELO (MERCADOS/LITERATURAS) (90)	LA ACTITUD DE LOS CONSUMIDORES ANTE LOS VINOS CON DENOMINACION DE ORIGEN (55)	IGNACIO PESQUERA TENDENCIAS DE FUTURO EN LA INDUSTRIA (27)
	EL JUGADOR (MERCADOS/LITERATURAS) (69)	LOS ESPAÑOLES Y EL QUESO (67)	IGNACIO REDONDO BELLÓN COMO Y PARA QUE IDENTIFICAR A LOS "NO-COMPRADORES" (42)
	EL VIOLINISTA (MERCADOS/LITERATURAS) (30)	VENTA AMBULANTE EN ESPAÑA - OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (29)	LA IMPARABLE DIFUSIÓN DE LOS ALIMENTOS Y LOS PRODUCTOS DE LIMPIEZA ENVASADOS (58)
	GLORIA BERENGUER CONTRÍ CRITERIOS PARA CONFECCIONAR LA CARTA DE Vinos DEL RESTAURANTE (98)	HIGINI BARRUFET EVOLUCIÓN DEL COMERCIO MAYORISTA DE PESCADO. LA NECESIDAD DE ADAPTACION PERMANENTE (20)	IGNACIO RODRÍGUEZ DEL BOSQUE ACTITUDES HACIA LA MODERNIZACIÓN DEL SECTOR
	LOS NIÑOS Y LOS JUGUETES - CONDUCTA DE COMPRA Y ACTITUD ANTE EL JUEGO (8)		

COMERCIAL MINORISTA (39)	PERFUMERÍA Y COSMÉTICA - UN VALOR SEGURO (29)	SATURACIÓN (18)	ANOCHÉ SOÑE QUE VOLVÍA A MANDELEY (81)
COMERCIO EN LA RED - ¿OPORTUNIDAD COMERCIAL O ESPEJISMO EMPRESARIAL? (55)	PRODUCTOS DE CONSUMO INFANTIL - UN MERCADO CON FUERTE ESTANCIAMIENTO (27)	HORARIOS COMERCIALES LOS TÉRMINOS DEL DEBATE (13)	CAMBIOS GENERACIONALES (22)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA – CANTABRIA (54)	PRODUCTOS PARA LA LIMPIEZA DEL HOGAR -MAS VENTAS. MENOS VALOR (32)	JACINTO MARTÍNEZ RIOJA QUINCE PREGUNTAS BÁSICAS SOBRE OUTSOURCING Y FORMACIÓN LOGÍSTICA (38)	COMERCIO ELECTRÓNICO - UNA VISIÓN DISTINTA AUNQUE NO MUY DISTANTE (41)
ILUMINADA OLIVARES “MERCHANDISING” EN CENTROS COMERCIALES. LA MEZCLA COMERCIAL Y LAS CLAVES DEL ÉXITO (2)	TEXTIL Y CONFECCIÓN - EL DESCENSO DEL CONSUMO ENSOMBRECE EL FUTURO (28)	JACOB GARCÍA DURAN COMERCIO Y REGULACIÓN (73)	COMERCIO, OCIO Y TURISMO - UN TRIANGULO RELEVANTE EN EL TIEMPO DE LOS CONSUMIDORES (61)
CENTROS COMERCIALES - TODOS PUEDEN CONVIVIR SIEMPRE QUE EVOLUCIONEN (48)	ISABEL BARDAJÍ AZCÁRATE INSTRUMENTOS DE DIFERENCIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN EL SECTOR DE LA CARNE DE VACUNO (68)	APLICACIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL COMERCIO MINORISTA TRADICIONAL (55)	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - LA ACCELERACIÓN DEL CAMBIO (1)
INES PÉREZ - SOBA AGUILAR LAS EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS EN LA BOLSA ESPAÑOLA (87)	TENDENCIAS EN EL MERCADO ESPAÑOL DEL VINO (78)	JACQUES TRIENEKENS LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y SEGURIDAD EN LA CADENA ALIMENTARIA INTERNACIONAL (91)	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL NUEVA EN UN MUNDO NUEVO - FORMAS DE COMPETENCIA (12)
INMACULADA BUENDÍA MARTÍNEZ COMERCIO JUSTO - LA ÉTICA EN LAS RELACIONES COMERCIALES DENTRO DE UN ENTORNO GLOBALIZADO (56)	ISABEL BENITO GARCÍA EFECTOS DE LA APLICACIÓN DE TRAZABILIDAD Y LA NORMATIVA DE HIGIENE EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS (79)	JAIME DE PABLO VALENCIANO OFERTA Y DEMANDA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS (70)	DISTRIBUCIÓN E INFLACIÓN - COMPETENCIA, PRECIOS Y MÁRGENES COMERCIALES (5)
IÑAKI ASQUIAZUA PRODUCTOS CARNICOS CON LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA (33)	ISABEL BUIL CARRASCO INFLUENCIA DE LOS HÁBITOS DE COMPRA EN LA RESPUESTA DEL CONSUMIDOR ANTE LAS PROMOCIONES (94)	LAS ALHÓNDIGAS: PASADO, PRESENTE Y FUTURO (66)	DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO. CIEN NÚMEROS DE AURORA BOREAL Y PERIPECIA EMOCIONAL (100)
IÑAKI ORMAZA LAS RELACIONES PRODUCCION ALIMENTARIA/ DISTRIBUCION - EL DOMINIO DE LOS FABRICANTES (6)	ISABEL DE FELIPE LA CADENA ALIMENTARIA EN ESPAÑA: RETOS Y PERSPECTIVAS (90)	JAIME GALLARDO ALAMILLO EN UN DÍA DE VERANO (MERCADOS/LITERATURAS) (85)	EL COMERCIO ELECTRÓNICO. LUCES Y SOMBRAS (55)
IÑIGO DE ARANZADI MAÑANA DE MERCADO (MERCADOS/LITERATURAS) (5)	ISABEL FRASQUET PONS DIETA MEDITERRÁNEA - ASPECTOS NUTRICIONALES (50)	JAIME MARTÍNEZ VALDERRAMA UNA APLICACIÓN DSS (DECISIÓN SUPPORT SYSTEM) PARA EL MERCADO DEL VINO (65)	EL COMERCIO EN LA LITERATURA “VENDER Y ESCRIBIR” (MERCADOS/LITERATURAS) (50)
IÑIGO JÁUREGUI EZQUIBELA LOS ALIMENTOS COMO SEÑAS DE IDENTIDAD - PATRONES CULTURALES Y ALIMENTICIOS. EL EJEMPLO DE LA RIOJA (62)	ISABEL MARÍA CAZORLA LÓPEZ FERIAS COMERCIALES EN ESPAÑA - UN ANÁLISIS SECTORIAL (61)	JAIME ROMERO DE LA FUENTE EL COSTE DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN FRESCO85	EL EMPLEO EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - CARACTERÍSTICAS Y TENDENCIAS (36)
IRATXE BERROZOZBAL EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL (CMI) (68)	ISAURA LEAL FERNÁNDEZ FUNCIÓN DEL COMERCIO EN LA REHABILITACIÓN DE LOS CASCOS ANTIGUOS - LOS MERCADOS MUNICIPALES DE ABASTOS (34)	JAUME BLANCAFORT ESTRATEGIAS DE CONTROL, CALIDAD Y SEGURIDAD EN CONFECARNE (68)	EL HORROR VACUI EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - VARIEDAD DE LEGISLACIONES (73)
IRENE GIL SAURA CRITERIOS PARA CONFECCIONAR LA CARTA DE VINOS DEL RESTAURANTE (98)	ISMAEL DÍAZ YUBERO CONSUMO ALIMENTARIO (32)	JAVIER ALONSO EL “NUEVO” CONSUMIDOR ESPAÑOL - EL IMPULSO DE COMPRAR Y LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (4)	EL NUEVO PAISAJE DEL CONSUMO (70)
DISTRIBUCIÓN DETALLISTA EN LA CE EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS DE FUTURO (10)	EL VINO EN LA COMUNICACIÓN (71)	JAVIER ANGELINA LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN ESPAÑA (2)	EL PAPEL DE LOS MERCADOS MUNICIPALES EN LA VERTEBRACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE LAS CIUDADES (44)
DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA - RESPUESTAS PARA UN NUEVO ESCENARIO (15)	LAS CARNES DE VACUNO DE CALIDAD GARANTIZADA (68)	JAVIER ARIAS BAL AL FROIZ Y SEE THE REPUGNANCE, O EL BESUGO Y LA RÉMORA (MERCADOS/LITERATURAS) (91)	EL TEJIDO SOCIAL DEL COMERCIO - CONTRIBUCIÓN AL MERCADO LABORAL (74)
GEOGRAFÍA COMERCIAL EN ESPAÑA - UNIVERSIDAD DE VALENCIA (54)	LOS ALIMENTOS EN SU TIEMPO (55)	JAVIER ANGELINA LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN ESPAÑA (2)	ELABORACIÓN DE LA POLÍTICA COMERCIAL - UN MARCO ARTÍSTICO (91)
LOCALIZACIÓN COMERCIAL - HERRAMIENTA CLAVE PARA EL COMERCIO MINORISTA (20)	LOS NUEVOS ALIMENTOS (67)	JAVIER ARIAS BAL AL FROIZ Y SEE THE REPUGNANCE, O EL BESUGO Y LA RÉMORA (MERCADOS/LITERATURAS) (91)	EMPLEO EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - POLÍTICAS SECTORIALES EN ESPAÑA Y EN OTROS PAÍSES (36)
LOS NIÑOS Y LOS JUGUETES - CONDUCTA DE COMPRA Y ACTITUD ANTE EL JUEGO (8)	NUESTRA DIETA. COMPOSICIÓN Y FUTURO (61)	JAVIER APPIAZU DEMANDA DE SERVICIOS COMERCIALES-ANÁLISIS DE LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES (22)	EXPANSIÓN DEL SECTOR DE HOTELES, RESTAURANTES Y CAFETERÍAS ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE CAMBIO (26)
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN LOGÍSTICA (98)	SABORES DE ARAGÓN (95)	JAVIER CASARES RIPOL IMAGEN DE LOS ESTABLECIMIENTOS Y CAPTACIÓN DE CLIENTELAS LA CONDUCTA DE PATRONAZGO (4)	INNOVACIÓN Y ADAPTACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - IDEAS NUEVAS EN “ODRES” VIEJOS (27)
TENDENCIAS DE LA INVESTIGACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA (61)	SABORES DE CASTILLA - LA MANCHA (96)	JAVIER CASARES RIPOL ANÁLISIS DEL EMPLEO POR FORMAS COMERCIALES - ASALARIZACIÓN Y DISMINUCIÓN DEL REFUGIO DE “AUTÓNOMOS”	INTERRELACIÓN DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS Y DISTRIBUTIVOS EN UNA ECONOMÍA TERCIARIZADA (23)
IRENE HERRANZ EL MERCADO DE ELECTRODOMÉSTICOS SE ORIENTA - HACIA LOS PRODUCTOS CON PRECIOS MAS BAJOS (31)	SABORES DE CASTILLA Y LEÓN (98)	44	LA ECONOMÍA DEL AUTOMÓVIL EN LA CE LOS RETO DE LA INTEGRACIÓN EUROPEA (3)
	SABORES DE EXTREMADURA (93)		LA INNOVACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - EL PAPEL DE MERCASA Y LA RED DE MERCAS (66)
	SABORES DE LA RIOJA (99)		LA RESPUESTA DE LOS MERCADOS MUNICIPALES MINORISTAS A LAS NUEVAS FORMAS DE COMERCIO (59)
	SABORES DE MURCIA (94)		LOS HÁBITOS DE COMPRA DE LOS INMIGRANTES EN ESPAÑA (80)
	SABORES DEL PAÍS VASCO (97)		LOS HORARIOS EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - LA IMPORTANCIA DEL TIEMPO PARA
	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		

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

JORDI PUIG I GABAU ALIMENTACIÓN BEBIDAS Y TABACO - UNO DE LOS GRUPOS MENOS INFLACIONISTA EN LA EVOLUCIÓN DEL IPC (65)	EN EXPOSICIONES DE LARGA DURACIÓN - EL CASO DE FLORIADE 2002 (66)	MEDITERRÁNEA EN UNA ALIMENTACIÓN CARDIOSALUDABLE (19)	AL SERVICIO DE LA CADENA ALIMENTARIA. UN VIAJE EN EL TIEMPO (100)
JORDI PUJOL I SOLEY DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN CATALUÑA (19)	JOSÉ ÁNGEL AZNAR SÁNCHEZ EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE LAS HORTALIZAS MARROQUÍES (78)	JOSÉ BONÓ MARTÍNEZ DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN CASTILLA-LA MANCHA (18)	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 MILÉNIO (47)
JORGE BRAVO FERNÁNDEZ FATIH (MERCADOS/LITERATURAS) (89)	JOSÉ ANTONIO ALFARO SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LA INDUSTRIA HORTOFRUTÍCOLA: RETOS Y CONFLICTOS (88)	JOSÉ CARLOS ANTÓN SECTOR AZUCARERO - LA APUESTA ESPAÑOLA EN EL MERCADO EUROPEO (12)	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)
JORGE COQUE MARTÍNEZ COMERCIO JUSTO - LA ÉTICA EN LAS RELACIONES COMERCIALES DENTRO DE UN ENTORNO GLOBALIZADO (56)	JOSÉ ANTONIO ARDANZA EL RETO DEL COMERCIO VASCO (14)	JOSÉ CLEMENTE RICOLFE INFLUENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SISTEMA AGROALIMENTARIO (76)	DIFERENTES MODELOS DE CONSUMO DE ARROZ - EUROPA VS. ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA VS. FRANCIA (24)
JORGE HARO MALO DE MOLINA VALORIZACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN ESTABLECIMIENTOS - LA EXPERIENCIA DEL SELLO ACOTEX EN EL COMERCIO TEXTIL DE MADRID (68)	JOSÉ ANTONIO ARENAS UN "MERCHANDISING" ADECUADO ES LA PIEZA CLAVE DE UN CENTRO COMERCIAL (2)	JOSÉ FELIPE JIMÉNEZ GUERRERO FERIAS COMERCIALES EN ESPAÑA - UN ANÁLISIS SECTORIAL (61)	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ITALIA - LA CONSTRUCCIÓN DEL FUTURO (15)
JORGE HIERRO ÁLVAREZ DISCRECIÓN (MERCADOS/LITERATURAS) (82)	JOSÉ ANTONIO CASTRO CHIQUITITO (MERCADOS/LITERATURAS) (19)	JOSÉ IGNACIO GONZÁLEZ RODRÍGUEZ PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN - MECANISMOS DE FINANCIACIÓN (17)	HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE LEGUMBRES (25)
SERAPIO (MERCADOS/LITERATURAS) (77)	JOSÉ ANTONIO CRESPO ALBELDA LA FUNCIÓN MAYORISTA EN LA DISTRIBUCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS (22)	JOSÉ IGNACIO PÉREZ SÁENZ DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN LA RIOJA (18)	JOSÉ LUIS LÓPEZ FAJARDO CONSERVAS VEGETALES. REFORZAR CALIDAD Y REDUCIR COSTES (3)
TENDENCIAS EN EL MERCADO DE ORDENADORES PERSONALES (75)	JOSÉ ANTONIO DEL BARRO MARTÍN ANÁLISIS DEL SECTOR PORCINO EN ESPAÑA Y LA UNIÓN EUROPEA (33)	JOSÉ IGNACIO URRUTIA EL CHARCUTERO, SU MUJER Y EL HOMBRE DEL MALETÍN (MERCADOS/LITERATURAS) (3)	JOSÉ LUIS LOUREIRO ABRANTES HORARIOS COMERCIALES - UN SERVICIO ESTRÁTÉGICO PARA LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN (25)
UN DÍA CUALQUIERA (MERCADOS/LITERATURAS) (60)	JOSÉ ANTONIO PÉREZ TORRES DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE ELECTRODOMÉSTICOS EN ESPAÑA (67)	JOSÉ JAVIER CEBOLLADA CALVO LOS MERCADOS Y SUS PARADOJAS - EL CASO DE LOS DETERGENTES DOMÉSTICOS (32)	JOSÉ LUIS MARRERO CABRERA APUNTES PARA UNA POLÍTICA DE COMERCIO INTERIOR (2ª PARTE) (30)
JORGE SILVA EL MERCADO DE SEGUNDA MANO (3)	JOSÉ ANTONIO PUELLES PÉREZ CONSUMO Y MEDIO AMBIENTE - MARKETING DEL RECICLADO (7)	JOSÉ JUAN BERISTAN OÑEDERRA MARCAS DE DISTRIBUCIÓN: DEL LABELING AL BRANDING (64)	INFORME SOBRE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA (48)
JOSÉ A. FERNÁNDEZ CEBRIÁN LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CALIDAD ALIMENTARIA - LA VENTA DEL APPCC EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN (78)	INTEGRACIÓN CORPORATIVA EN LA DISTRIBUCIÓN DETALLISTA - ALTERNATIVAS DEL PEQUEÑO COMERCIO (13)	JOSÉ LOIRA EL MERCADO ÚNICO EN LOS PRODUCTOS DE LA PESCA (9)	COMERCIO Y CIUDAD: UNA NUEVA RELACIÓN - COMPRAR Y VIVIR EN EL SIGLO XXI (46)
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)	LAS MARCAS DE DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO DE ALIMENTACIÓN (14)	JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ NORIEGA FORMACIÓN Y DESARROLLO (9)	APUNTES PARA UNA POLÍTICA DE COMERCIO INTERIOR (29)
JOSÉ ALBERTO CASTAÑEDA GARCÍA PRODUCTOS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA Y SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN: PERFILES DE CONSUMIDOR (87)	MARCAS DE DISTRIBUIDOR - ESPECIAL REFERENCIA AL PRECIO (33)	JOSÉ LUIS ILLESCAS ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES ESPECIES PESQUERAS COMERCIALIZADAS (90)	CONSIDERACIONES SOBRE LOS ASPECTOS EUROPEOS, JURÍDICOS Y COMERCIALES DE LA IMPLANTACIÓN DEL EURO COMO MONEDA ÚNICA (43)
JOSÉ ÁLVAREZ GANCEDO EL SECTOR PESQUERO EN CANTABRIA (43)	MARCAS DE DISTRIBUIDOR - MÁS DE 30 AÑOS DE UN PROCESO DINÁMICO, COMPETITIVO E IMPARABLE (69)	ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES ESPECIES PESQUERAS COMERCIALIZADAS (91)	COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA - VEINTICINCO AÑOS DE CAMBIO (50)
JOSÉ ÁLVAREZ RAMOS COMERCIO AGROALIMENTARIO ENTRE ESPAÑA Y AMÉRICA - NUEVAS PERSPECTIVAS PARA LA INVERSIÓN ESPAÑOLA (36)	MARCAS DE DISTRIBUIDOR (MDD): 100 IDEAS CLAVE - INICIATIVAS EMPRESARIALES MÁS NOVEDOSAS A NIVEL MUNDIAL (100)	ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES DE FRUTAS (82)	LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA EN 1997 (41)
CONVULSIONES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL DE CAFÉ VERDE - CONSECUENCIAS PARA EL MERCADO ESPAÑOL (18)	JOSÉ ANTONIO SUÁREZ LLANOS PRESENTE Y FUTURO DEL SECTOR PESQUERO (43)	ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES DE HORTALIZAS Y PATATAS (83)	JOSÉ LUIS MÉNDEZ GARCÍA DE PAREDES INFLUENCIA DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR EN LAS RELACIONES FABRICANTE - DISTRIBUIDOR (53)
EL FUTURO DEL TRANSPORTE INTERMODAL EN LA EXPORTACIÓN HORTOFRUTÍCOLA ESPAÑOLA (70)	JOSÉ ANTONIO VARELA MERCADOS MUNICIPALES. FACTORES CLAVE DE COMPETITIVIDAD (97)	ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES FRUTOS TROPICALES COMERCIALIZADOS (95)	LA ACTITUD DE LOS CONSUMIDORES FRENTE A LAS FORMAS COMERCIALES (RESULTADOS DE UNA INVESTIGACIÓN SOBRE HÁBITOS DE COMPRA) (4)
GLOBALIZACIÓN Y COMPETENCIA EN EL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA EUROPEO (63)	JOSÉ ANTONIO VELASCO RAMÍ CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN COLECTIVA SOBRE CONSUMO Y SALUD - IMPORTANCIA DE LA DIETA	EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN LOS MERCADOS DE CRUSTÁCEOS (93)	LA ESTADÍSTICA COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (29)
LA LOGÍSTICA - EL GRAN RETO DE EXPORTACIÓN HORTOFRUTÍCOLA ESPAÑOLA (49)	MERCASA Y LA RED DE MERCAS.	EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN LOS MERCADOS DE MOLUSCOS (92)	LOGÍSTICA: LA ASIGNATURA PENDIENTE EN MATERIA DE GESTIÓN (63)
LA PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA			UNA APROXIMACIÓN A LA

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

JUAN FRANCISCO CASTILLO PLAZA LOGÍSTICA - ANÁLISIS DEL SECTOR DE PALETAS (51)	JULIO CERVÍNO LA VALORACIÓN DE LAS REVISTAS DE MARKETING ESPAÑOLAS (61)	LÓPEZ DEL VALLE EL SECTOR CÁRNICO EN CASTILLA-LA MANCHA (33)	DEMANDA - ESTRATEGIAS DE MARKETING - PARA LOS CONSUMIDORES DE MAYOR EDAD (18)
JUAN IGNACIO ROJAS VENTA AMBULANTE Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES (9)	LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONFECCIÓN - UN CASO DE PROYECCIÓN INTERNACIONAL (38)	LORENZO REYERO COMERCIO MAYORISTA Y FORMACIÓN DE PRECIOS (5)	LUIS JAVIER ALCALÁ FERNÁNDEZ EL MOVIMIENTO CONSUMERISTA EN ESPAÑA - ASOCIACIONES Y ARBITRAJE DE CONSUMO (69)
JUAN JOSÉ FERNÁNDEZ GÓMEZ EL SECTOR COMERCIAL EN CANTABRIA - UNA ACTUACIÓN PÚBLICA PENDIENTE (22)	JULIO JIMÉNEZ MARTÍNEZ VENTAJAS EN COSTES DERIVADAS DE LA ADOPCIÓN DEL EDI (89)	EL MERCADO MAYORISTA EN NAVIDAD - COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS EN LA RED DE MERCAS (7)	NI ES LO MISMO, NI ES IGUAL (MERCADOS/LITERATURAS) (65)
JUAN JOSÉ MARÍN LÓPEZ LA VENTA A DISTANCIA EN LA NUEVA ORDENACIÓN DEL COMERCIO (27)	VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO (55)	MERCASA - 25 AÑOS AL SERVICIO DE LA DISTRIBUCIÓN (1)	TRAZABILIDAD: POR EL BIEN DE LOS CONSUMIDORES (62)
JUAN LUIS MARTÍN DÍAZ VACA CÓSMICA (MERCADOS/LITERATURAS) (58)	KAMAL BEN LAAOUAN INMIGRACIÓN E INTEGRACIÓN SOCIOCULTURAL (80)	LOURDES BORRÁS REYES IRINA (MERCADOS/LITERATURAS) (92)	LUIS LÓPEZ BELLIDO NUEVAS TÉCNICAS PARA DETERMINAR LA CALIDAD DE LAS LEGUMBRES (25)
JUAN MANUEL SÁNCHEZ GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA (19)	KAREL VAN MIERT DISTRIBUCIÓN Y COMPETENCIA (12)	LOURDES FERNÁNDEZ-VENTURA UN YANQUI EN EL MERCADO DE SALAMANCA (MERCADOS/LITERATURAS) (13)	LUIS M. ALBISU EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN LA UNIÓN EUROPEA - UNA PERSPECTIVA REGIONAL (43)
JUAN MARTÍN CANO EL VIDRIO EN LOS ENVASES - TRADICIÓN Y FUTURO (5)	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)	LOYOLA DE PALACIO EL VINO QUE VIENE (32)	LUIS M. ESTERUELAS HERNÁNDEZ EL MERCADO DEL VINO DE CALIDAD EN EL REINO UNIDO (32)
JUAN PEDRO GARCÍA PALOMO GEOMARKETING - LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS A LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL (31)	AGRICULTURA ECOLÓGICA EN ESPAÑA - LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING, CLAVES PARA EL ÉXITO (51)	LUCA PELLEGRINI ITALIA - EL RETO DE LA MODERNIZACIÓN (7)	LUIS M. RIVERA ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS (67)
JUAN R. CUADRADO ROURA LA TERCIARIZACIÓN DEL EMPLEO COMO CAUSA DE LA EMERGENCIA DE NUEVAS FORMAS DE TRABAJO (58)	CONSUMO Y MEDIO AMBIENTE - MARKETING DEL RECICLADO (7)	LUCA ZANDERIGHI ITALIA - EL RETO DE LA MODERNIZACIÓN (7)	LUIS MANUEL BOYER GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - COMUNIDAD VALENCIANA (15)
JUAN RODRÍGUEZ DE LECEA ANIDANDO (MERCADOS/LITERATURAS) (4)	LA AGRICULTURA ECOLÓGICA ANTE LA GRAN DISTRIBUCIÓN (60)	LUCAS FERNÁNDEZ LA PRUEBA (MERCADOS/LITERATURAS) (49)	LUIS MANUEL CERDA SUÁREZ ATRIBUTOS PARA EL ÉXITO DE UNA ZONA COMERCIAL: UNA EVIDENCIA EMPÍRICA EN EL MUNICIPIO DE GETAFE (95)
JUAN ROJAS GUERRERO LA NORMALIZACIÓN DE LOS MERCADILLOS (9)	PUBLICIDAD - ¿SÍNTOMAS DE AGOTAMIENTO? (19)	LUCÍA GARCÍA EL CARÁCTER ESTRÁTÉGICO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL (9)	TIPOLOGÍA Y EVOLUCIÓN DE LOS CENTROS COMERCIALES (66)
JUAN SÁNCHEZ FERNÁNDEZ ANDALUCÍA. EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y ESTRUCTURA DE LA OFERTA. COMPOSICIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA (53)	RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS - GESTIÓN MUNICIPAL Y COMERCIALIZACIÓN DE ENVASES (17)	LUCÍA LISBONA FUENTES LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (58)	LUIS MARÍA MURCIANO ROSAS EN EL MAR (MERCADOS/LITERATURAS) (28)
EVOLUCIÓN DEL USO DEL EDI EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN EN ESPAÑA (56)	LAURA LÓPEZ ALTARES NO LOVE, NO GLORY, NO HERO IN HER SKY (MERCADOS/LITERATURAS) (87)	LUCÍA MEDIANO ASOCIACIONISMO COMERCIAL ESPACIAL Y REVITALIZACIÓN URBANA - EL CASO DE BILBAO (86)	LUIS MIGUEL ALBISU EL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS EN ESPAÑA, FRANCIA Y GRAN BRETAÑA (79)
JULIA ARROYO OJOS DE BESUGO (MERCADOS/LITERATURAS) (21)	LAURA NÚÑEZ LETAMENDIA LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (58)	LUIS ARTURO RABADE SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LA INDUSTRIA HORTOFRUTÍCOLA: RETOS Y CONFLICTOS (88)	LUIS MIGUEL DE DIOS MEMORIA DE LOS SENTIDOS (MERCADOS/LITERATURAS) (7)
JULIA SÁEZ-ANGULO EL PASEANTE SABATINO DE LA BOQUERÍA (MERCADOS/LITERATURAS) (10)	LEOPOLDO JIMÉNEZ VINOS DE CALIDAD Y DISTRIBUCIÓN MODERNA (13)	LUIS ATIENZA SERNA CONSUMO Y MUNDO RURAL (8)	LUIS MIGUEL RIVERA VILAS LOS CRITERIOS ECOLÓGICOS COMO RAZÓN DE COMpra DEL PESCADO FRESCO (53)
PERFIL DEL LECTOR Y DEL NO LECTOR (17)	LEOPOLDO MASA GODOY GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA – EXTREMADURA (20)	LUIS ENRIQUE ALONSO EL AVANCE DEL MULTICULTURALISMO Y EL FUTURO DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO (42)	LUIS NAVARRO GARCÍA LA CALIDAD Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN LOS ACEITES DE OLIVA ANDALUCES (96)
JULIÁN ARÉVALO ARIAS EL PORQUE DE UN PROYECTO EDITORIAL (1)	GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA – EXTREMADURA (56)	LA CULTURA COMERCIAL DE LOS PRODUCTOS FRESCOS (53)	LUIS PALHA DESAFÍOS Y RESPUESTAS DEL COMERCIO EN PORTUGAL (12)
LEY DE ORDENACIÓN DEL COMERCIO Y EMPRESA COMERCIAL (27)	LA IMAGEN DE MARCA EXTREMEÑA. RASGOS DISTINTIVOS (56)	LA IRRESISTIBLE ATRACCIÓN DEL CENTRO COMERCIAL (37)	LUIS RUBalcaba BERMEJO EL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS EN ESPAÑA (58)
TAL COMO ÉRAMOS (100)	PERFIL DE LAS FORMAS COMERCIALES ELEMENTOS DE LA TECNOLOGÍA DE VENTA (10)	LUIS EUGENIO BERNARDO CARRASCAL LEGUMBRES - INFLUENCIA DE LAS AYUDAS DE LA PAC (25)	LUIS VICENTE BARCELÓ VILA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN COMO AMENAZA PARA LOS PRODUCTORES TRADICIONALES (22)
JULIÁN BRIZ ESCRARIO COMPETITIVO DEL SECTOR HORTÍCOLAS ESPAÑOL (52)	LIBIA SANTOS REQUEJO ANÁLISIS DE LOS MÁRGENES DEL COMERCIO MINORISTA ESPAÑOL (33)	LUIS F. PADILLA ROMERO LA FRANQUICIA COMO ALTERNATIVA PARA LAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA (23)	LUISA ANDRÉU EMOCIONES, SATISFACCIÓN Y LEALTAD DEL CONSUMIDOR EN ENTORNOS COMERCIALES (76)
LA CADENA ALIMENTARIA EN ESPAÑA: RETOS Y PERSPECTIVAS (90)	CASTILLA Y LEÓN - EL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN, HACIA EL EQUILIBRIO (51)	LUIS FERNANDO LEZA SITUACIÓN ACTUAL DE LA REGULACIÓN DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN DE VINOS (32)	
JULIÁN PANDO GARCÍA GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - PAÍS VASCO (55)	LLUIS ALEGRE I SELGA ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y MERCADO ÚNICO (7)	LUIS FERNANDO VILCHEZ NUEVOS SEGMENTOS DE	

- 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)
- M. ANGELES DONOSO MELERO**
EL SECRETO DEL MERCADO DEL
CARME (MERCADOS/LITERATURAS)
(42)
- M. ANTONIA CASTRO**
EL MERCADO DE DOÑA TECLA
(MERCADOS/LITERATURAS) (31)
- M. ANTONIA LANDERO**
BRADEMAR
(MERCADOS/LITERATURAS) (44)
- M. ANTONIA MARTÍNEZ**
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN
MURCIA (16)
- M. 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)
- M. D. DE JUAN VIGARAY**
DISTRIBUCIÓN DE
ELECTRODOMÉSTICOS - UNA
PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR
EN ESPAÑA (91)
- M. DEL CARMEN DE LA TORRE
BORONAT**
IDEAS ACTUALES SOBRE LA
COMPOSICIÓN DEL VINO -
SITUACIÓN QUE APOYA LA
HIPÓTESIS "VINO Y SALUD" (32)
- M. DEL PILAR ÁLVAREZ POLO**
ADIÓS, JUVENTUD
(MERCADOS/LITERATURAS) (70)
- M. ELENA DELGADO BALLESTER**
POLÍTICAS DE MARCA EN LOS
PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN
FRESCO: DESAPARICIÓN DE LOS
GENÉRICOS (77)
- M. ESTHER CALDERÓN MONGE**
LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN
VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)
- M. EUGENIA MARTÍNEZ**
PERFIL DE LOS EMPLEADOS Y
FORMACIÓN COMERCIAL (9)
- M. ISABEL HERNÁNDEZ ENCINAS**
EVOLUCIÓN DE LOS HÁBITOS DE
- COMPRA, CONSERVACIÓN Y
CONSUMO DE LOS PRODUCTOS
PESQUEROS (84)
- M. JESÚS RODRÍGUEZ**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA (19)
- M. JESÚS YAGÜE GUILLEN**
CONSUMO DE VINO - EVOLUCIÓN Y
TENDENCIAS (32)
RESULTADOS ECONÓMICOS Y
RELACIONALES DEL FABRICANTE CON
LA MARCA DE DISTRIBUIDOR (88)
- M. JOSÉ ARAGUEN QUEREJETA**
ANÁLISIS SECTORIALES -
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL DE LAS
PRENDAS DE VESTIR (62)
- M. JOSÉ FERNÁNDEZ SANTA - ANA**
ARROZ - PROPUESTAS PARA LA
REFORMA DEL MERCADO (24)
- M. JOSÉ GONZÁLEZ**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA – NAVARRA (56)
- M. JOSÉ MARTÍN DE HOYOS**
VENTAJAS EN COSTES DERIVADAS
DE LA ADOPCIÓN DEL EDI (89)
- M. LUISA GIMÉNEZ TORRES**
LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
MINORISTA EN LA EUROPA DE 15 +
10 (76)
- M. LUZ ALONSO AGUIAR**
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA – CANARIAS (21)
- M. SOLEDAD AGUIRRE GARCÍA**
EL CONSUMIDOR ECOLÓGICO - UN
MODELO DE COMPARTIMENTO A
PARTIR DE LA RECOPILACIÓN Y ANÁ-
LISIS DE LA EVIDENCIA EMPÍRICA (67)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE
ESPAÑA - PAÍS VASCO (55)
LAS OPERACIONES COMERCIALES
ELECTRÓNICAS: REPERCUSIONES
EN LA CADENA LOGÍSTICA (55)
- M. VICTORIA GUILLEN LARREA**
FORMACIÓN COMERCIAL - UN RETO
ASUMIDO POR LAS CÁMARAS DE
COMERCIO (74)
- M. 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)
RELACIONES PRODUCCIÓN -
DISTRIBUCIÓN - OBJETIVOS Y
VENTAJAS DE LA COOPERACIÓN A
LARGO PLAZO (25)
- M. 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 VILLALONGA**
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 - INDUCIÓN
CONDICIONADA DE PREFERENCIAS
(51)
- MANUEL HERMOSO ROJAS**
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN
CANARIAS (21)
- MANUEL ONORÓ**
COMERCIO ELECTRÓNICO Y
DESARROLLO TECNOLÓGICO -
¿DONDE ESTÁ 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 ZÚÑIGA**
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 MENÉDEZ**
EUROCENTRALES - ¿OPORTUNIDAD
O AMENAZA? (16)
LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
ESPAÑOLA ANTE EL RETO DEL
EURO (45)
POSIBILIDADES DE GESTIÓN
ESTRÁTICA 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 GALLEG**
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)	LA CARTA DE Vinos DEL RESTAURANTE (98)	PLANIFICACIÓN DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (94)	EXPANSIÓN Y PREFERENCIA POR LOS ESPECTADORES (40)
MARÇAL TARRAGÓ GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA – CATALUÑA (19)	MARÍA ISABEL BONILLA DELGADO EL SECTOR HOTELERO EN ESPAÑA - AVANCES HACIA EL FUTURO (26)	MARÍA PUELLES GALLO COMPETENCIA Y NUEVAS ESTRATEGIAS EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN ESPECIALIZADA NO ALIMENTARIA (89)	GEOGRAFÍA COMERCIAL EN ESPAÑA - COMUNIDAD VALENCIANA (54)
LOCALIZACIÓN COMERCIAL E IMPACTOS TERRITORIALES (20)	EMPLEO EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL - POLÍTICAS SECTORIALES EN ESPAÑA Y EN OTROS PAÍSES (36)	LOS GRANDES ESPECIALISTAS NO ALIMENTOS (GENAS) - UNA PRIMERA APROPIACIÓN A LA REALIDAD ACTUAL Y PREVISIBLE EVOLUCIÓN (78)	TENDENCIAS DE LA INVESTIGACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA (61)
MERCADOS MUNICIPALES OFERTA LOCAL Y CENTRALIDAD (34)	LA ESTADÍSTICA COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (29)	MARCAS DE DISTRIBUIDOR - MÁS DE 30 AÑOS DE UN PROCESO DINÁMICO, COMPETITIVO E IMPARABLE (69)	MARTA LAGUNA ANÁLISIS DE LA MOTIVACIÓN DE COMpra DENTRO Y FUERA DEL MUNICIPIO (91)
URBANISMO COMERCIAL - RESPUESTAS DE FUTURO PARA EL BINOMIO COMERCIO/CIUDAD (2)	LA GESTIÓN DE PAGOS A PROVEEDORES Y LA LEY DE ORDENACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA (49)	MARCAS DE DISTRIBUIDOR (MDD): 100 IDEAS CLAVE - INICIATIVAS EMPRESARIALES MÁS NOVEDOSAS A NIVEL MUNDIAL (100)	MARTA PEDRAJA IGLESIAS LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS EN EL MERCADO MINORISTA DE ALIMENTACIÓN (42)
MARCELINO CARRO BLANCO COMERCIO DETALLISTA DE PRODUCTOS PESQUEROS - PRESENTE Y FUTURO DEL ÚLTIMO ESLABÓN DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN (43)	MARÍA ISABEL HERNÁNDEZ PROMOCIÓN Y MARKETING DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS - LA EXPERIENCIA DE 25 AÑOS DE TRABAJO DEL FROM (77)	MARÍA RODRÍGUEZ SÁNCHEZ FUNCIÓN SOCIAL DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES (40)	MARTA SEGURA I BONET ALIMENTACIÓN BEBIDAS Y TABACO - UNO DE LOS GRUPOS MENOS INFLACIONISTA EN LA EVOLUCIÓN DEL IPC (65)
MARCOS HUARTE CRISTÓBAL LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)	MARÍA JESÚS RUBIO SANZ FICHERO COORDINADO DE INDUSTRIAS ALIMENTARIAS, AGRARIAS Y FORESTALES (89)	MARÍA SEGARRA MATEU LA CALIDAD DESDE LA PERSPECTIVA DE LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALES (79)	MARTÍN-SPIKER UN MOMENTO CLAVE PARA EL SECTOR PESQUERO CANARIO (43)
MARGARITA BRUGAROLAS ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS (67)	MARÍA JESÚS YAGUE GUILLÉN EL COSTE DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN FRESCO (85)	MARÍA VICTORIA ROMÁN GONZÁLEZ POSIBILIDADES DE GESTIÓN ESTRÁTÉGICA DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR (45)	MATÍAS HIERRO SANZ EL ASESINATO (MERCADOS/LITERATURAS) (86)
MARÍA ÁNGELES DONOSO MELERO JUGUETES - UN SECTOR EN CONSTANTE RENOVACIÓN (43)	MARÍA JOSÉ BARBALES APORTACIONES DESDE LA ECONOMÍA Y EL MARKETING AL DEBATE DE LOS HORARIOS COMERCIALES (88)	MARIANO ALONSO EL FUTURO DE LA FRANQUICIA 23	MAXIMINO VIAÑO GARCÍA TERNERA GALLEGА HAY QUE CONSEGUIR LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (33)
MARÍA ÁNGELES MARTÍN LA LEGISLACIÓN DE LA CE Y LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES (10)	MARÍA JOSÉ BARRERO A ORILLAS DEL HUÉCAR (MERCADOS/LITERATURAS) (38)	MARIANO MARAVER EL CAMINO DEL ESTE - LA RENTABILIDAD DE LOS PROCESOS DE INTERNALIZACIÓN (8)	MELCHOR ENRIQUE DISTRIBUCIÓN Y SERVICIOS TURISMO CIRUGÍA DE URGENCIA PARA LA GALLINA DE LOS HUEVOS DE ORO (4)
MARÍA ANTONIA ALBARDIAZ SEGADOR COMPARTIMIENTO DEL CONSUMIDOR HACIA LOS ALIMENTOS ECOLÓGICOS (51)	COMERCIO JUSTO - UNA ALTERNATIVA SOLIDARIA (41)	EL MODELO AGRO - ALIMENTARIO ESPAÑOL UN CAMINO DE DOBLE VÍA (3)	EL VINO ESPAÑOL EN LA ENCRUCIJADA - PROMOCIÓN Y CALIDAD, ÚNICAS SALIDAS PARA RECUPERAR MERCADOS (2)
ESTUDIO DE LOS FRENIOS AL DESARROLLO DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA A TRAVES DE LAS VARIABLES DEL CONSUMO (38)	EL MERCADO DEL LIBRO EN ESPAÑA - LA INDUSTRIA EDITORIAL, MARCADA POR LA CONTRADICIÓN ENTRE LOS BAJOS ÍNDICES DE LECTURA Y LA ELEVADA PRODUCCIÓN, COMIENZA UN PROCESO DE REORGANIZACIÓN Y CONCENTRACIÓN (46)	EL SECTOR CÁRNICO EN CASTILLA-LA MANCHA (33)	SECTOR CÁRNICO - EN EL UMBRAL DEL CAMBIO (8)
IMPORTANCIA DEL MERCADO DE FLORES Y PLANTAS ORNAMENTALES (36)	REVOLUCIÓN EN EL SECTOR DEL MUEBLE (39)	MARIANO RODRÍGUEZ MOYA LA CARNE DE VACUNO "CALIDAD TRADICIÓN CARREFOUR" (68)	MERCEDES BLANCO DROGUERÍA Y PERFUMERÍA - LA PRESIÓN DE LA DEMANDA FUERZA LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR (49)
LOGÍSTICA - ANÁLISIS DEL SECTOR DE PALETAS (51)	MARÍA JOSÉ CAVADAS MARU CENTENO NECESITABA UNA VICTORIA (MERCADOS/LITERATURAS) (67)	MARIANO ROJAS NADA (MERCADOS/LITERATURAS) (14)	MERCEDES ROZANO SUPLET INFLUENCIA DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR EN LAS RELACIONES FABRICANTE – DISTRIBUIDOR (53)
MARÍA ANTONIA LANDERO LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES EN ESPAÑA - ASOCIACIONES Y ARBITRAJE DE CONSUMO (49)	UN INVIERNO RARO (MERCADOS/LITERATURAS) (54)	MARIANO SANZ PECH EL CIRCUITO DEL QUESO (6)	PROFESOR DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID (95)
MARÍA D. DE JUAN VIGARAY SECTOR TEXTIL - CONFECCIÓN - PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES POR FORMATO Y SURTIDO (86)	MARÍA LUISA GIMÉNEZ TORRES DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE ELECTRODOMÉSTICOS EN ESPAÑA (67)	LA CULTURA QUESERA ESPAÑOLA (67)	MERCEDES SOLER EL MODELO ALIMENTARIO EUROPEO (15)
SECTOR TEXTIL - CONFECCIÓN - EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (85)	INTENSIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA INTERTIPO ENTRE SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS (64)	LOS QUESOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN FRENTE A LA MODERNA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (23)	LA DIETA MEDITERRÁNEA EN ESPAÑA (3)
MARÍA DE LOS LLANOS MATEA EL FOCO INFLACIONISTA DE IPC - EL SECTOR DE SERVICIOS (5)	MARÍA PEMARTÍN GONZÁLEZ - ADALÍD EL CONSUMIDOR EUROPEO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS - PRIMEROS RESULTADOS DE UN ESTUDIO CUALITATIVO DEL CONSUMIDOR ESPAÑOL (84)	UN NUEVO MODELO DE ALIMENTACIÓN (1)	MIGUEL A. MODREGO SÁNCHEZ LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CALIDAD ALIMENTARIA - LA VENTA DEL APPCC EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN (78)
MARÍA DEL MAR GARCÍA DE LOS SALMONES ACTITUDES HACIA LA MODERNIZACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL MINORISTA (39)	MARÍA PILAR MARTÍNEZ RUIZ ESTRATEGIAS PROMOCIONALES Y	MARIO CAÑÍZAL LAS CADENAS DE RESTAURANTES EN LA ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR (46)	MIGUEL ÁNGEL ALMODÓVAR CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: CERVEZA, COMPAÑERA DE LA HUMANA EVOLUCIÓN (87)
MARÍA DÍAZ LOS SUEÑOS LLEVAN NOMBRE DE MERCADO (MERCADOS/LITERATURAS) (53)		MARIO TANCO EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN INTERNET (35)	CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: EL AGUA VITAL Y REGENERADORA (88)
MARÍA EUGENIA RUIZ MOLINA CRITERIOS PARA CONFECCIONAR		MARTA CAMPS ALMA (MERCADOS/LITERATURAS) (59)	CÓMO CURAN LOS ALIMENTOS: EL GRUESO DE LA DESPENSA MARINA (84)
		MARTA FRASQUET DEL TORO EL AUGE DE LOS MULTICINES - SU	

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

PASQUAL MARAGALL BARCELONA'92 - REEQUILIBRIO URBANO (2)	PEDRO POVEDA GÓMEZ LEY DE ENVASES Y RESIDUOS DE ENVASES - ASPECTOS ESENCIALES DE SU CONTENIDO (39)	CALIDAD Y AMBIENTAL EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA (94)	RAÚL H. GREEN LAS EMPRESAS DE VINO DE LOS PAÍSES DEL MEDITERRÁNEO, FRENTE A UN MERCADO EN TRANSICIÓN (71)
PATRICIA GABALDON QUIÑONES CONSUMO DE SERVICIOS EN LOS HOGARES ESPAÑOLES (58)	PEDRO REINARES LARA ASPECTOS TEÓRICOS Y ESTRÁTÉGICOS EN LA GESTIÓN DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR (38)	QUINTILIANO PÉREZ BONILLA ALGO SE ESTÁ MOVIENDO EN EL SECTOR CÁRNICO (33)	LAS PERSPECTIVAS DEL SISTEMA AGRO – ALIMENTARIO (3)
PATRICIA NIETO RETRATO SOCIOLOGICO DE "MANITAS" Y "BRICOLADORES" (15)	PEDRO RUIZ AVILÉS LA CALIDAD Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN LOS ACEITES DE OLIVA ANDALUCES (96)	RAFAEL GÓMEZ PASCUAL LA CALIDAD EN EL COMERCIO MINORISTA (79)	MERCADOS MAYORISTAS - ¿EL INICIO DE UNA NUEVA ERA? (72)
PATRICK HARTMANN PERSPECTIVAS DE LOS CENTROS COMERCIALES FUNDAMENTADOS EN UN HIPERMERCADO (39)	PEDRO SOLBES LA ALDEA GLOBAL AGRO – ALIMENTARIA (1)	RAFAEL MIQUEL LA FORMACIÓN DE LAS EMPRESAS - UNA VISIÓN PRÁCTICA (40)	TENDENCIAS DE LA LOGÍSTICA ALIMENTARIA DE PRODUCTOS FRESCOS (63)
PAU ROCA FACTORES CONDICIONANTES DE LA OFERTA ESPAÑOLA DE VINO (32)	PEDRO TORRES DISTRIBUCIÓN Y COMPETENCIA (12)	RAFAEL MYRO LOS EFECTOS DEL EURO SOBRE EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EUROPEO (1) (43)	RICARDO AGUILAR CONSERVACIÓN MUNDIAL DE RECURSOS UN MAR DE PROBLEMAS (20)
PAU SANSA BRINQUIS COMERCIALIZACIÓN MAYORISTA DE PRODUCTOS PESQUEROS EN ESPAÑA (92)	PEPA MOSQUERA LA MERCERÍA (MERCADOS/LITERATURAS) (39)	RAFAEL REY SALGADO UN FUTURO POSIBLE PARA EL VINO ESPAÑOL (65)	RICARDO ALBERT MARCAS DE DISTRIBUIDOR - ESPECIAL REFERENCIA AL PRECIO (33)
PAULA FERNÁNDEZ DE LARREA MARCAS DE DISTRIBUIDOR - ESPECIAL REFERENCIA AL PRECIO (33)	PERE LLORENS LORENTE EL PEQUEÑO COMERCIO Y LAS TARJETAS DE PAGO (52)	RAFAEL ZORRAQUINO GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA – ARAGÓN (16)	RICARDO ALONSO SOTO DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y DERECHO DE LA COMPETENCIA (12)
PAULINO PLATA CÁNOVAS LA COMERCIALIZACIÓN EN ORIGEN DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA (43)	PETRA ANGULO ÁLVAREZ EL TRABAJO DE ANTÓN (MERCADOS/LITERATURAS) (26)	RAMÓN ARAGONÉS COMERCIO ELECTRÓNICO - ¿REVOLUCIÓN O ESPEJISMO VIRTUAL? (35)	RICARDO BORDERA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LOS PRODUCTOS DE PERFUMERÍA (4)
PEDRO ARA LEYUN PRESENTE Y FUTURO DE LA INDUSTRIA LÁCTEA (37)	PILAR AYUSO SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL (37)	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN GRAN BRETAÑA - NUEVAS TENDENCIAS PARA CONSOLIDAR EL FUTURO (17)	RICARDO SELLERS RUBIO EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA (87)
PEDRO BARATO TRIGUERO EL FUTURO DEL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL (37)	PILAR GALINDO AGUAS, ZUMOS, CERVEZAS Y REFRESCOS - INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO EN UN MERCADO MADURO (75)	EL NEGOCIO DE LA DISTRIBUCIÓN Y SU ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS FORMAS COMERCIALES (10)	ROBERTO ALONSO GORDÓN CENTRO COMERCIALES - EL OCIO ES EL NEGOCIO (1)
PEDRO CALDENTEY ALBERT PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS TÍPICOS Y TERRITORIO (31)	ARROCES Y PASTAS - EL MERCADO INTERIOR SABE A POCO (80)	ESTRATEGIAS DE LA "GRAN" DISTRIBUCIÓN - LA LOCA CARRERA POR EL CONTROL DE UN NEGOCIO EN EXPANSIÓN (6)	EL FUTURO DE LOS CENTROS COMERCIALES EN ESPAÑA (10)
PRODUCTOS TÍPICOS E INNOVACIÓN (38)	EL ARROZ MIRA HACIA DELANTE (73)	RAMÓN LÓPEZ DE LUCIO LA VITALIDAD DEL ESPACIO PÚBLICO URBANO EN RIESGO - IMPLICACIONES URBANÍSTICAS DE LA CREciente CONCENTRACIÓN EN CLAVES DE ACTIVIDAD COMERCIAL (66)	GESTIÓN AVANZADA DE CLIENTES EN LOS MERCADOS MUNICIPALES MINORISTAS (84)
SIGNOS DISTINTIVOS EN PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS (45)	LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS - RECONVERSIÓN Y TRAZABILIDAD EN TODA LA CADENA (77)	RAQUEL BARROSO CÁDIZ FRANQUICIAS - UN SÓLIDO SISTEMA PARA LA EXPANSIÓN DE UNA MARCA (45)	LAS CLAVES QUE DETERMINAN EL FUTURO DE LOS MERCADOS MUNICIPALES MINORISTAS (59)
PEDRO CUESTA VALIÑO ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS LÍDERES DEL SECTOR DE HIPERMERCADOS EN ESPAÑA - PRYCA. CONTINENTE. ALCAMPO. HIPERCOR. EROSKI (37)	SÓLO EL TIEMPO NOS SEPARA (MERCADOS/LITERATURAS) (75)	RAQUEL GURREA EL EMPLEO DE INTERNET COMO NUEVO CANAL DE DISTRIBUCIÓN: UN ANÁLISIS DE SUS PRINCIPALES VENTAJAS E INCONVENIENTES (72)	LOS MERCADOS DETALLISTAS MUNICIPALES EN ESPAÑA: PRESENTE Y FUTURO - SITUACIÓN, PROBLEMÁTICA, PERSPECTIVAS, SOLUCIONES (44)
CENTROS COMERCIALES EN ESPAÑA (48)	PILAR PLANS DENOMINACIÓN DE CALIDAD - CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA (33)	RAQUEL LLORENT HERAS LA TERCERIZACIÓN DEL EMPLEO COMO CAUSA DE LA EMERGENCIA DE NUEVAS FORMAS DE TRABAJO (58)	LOS MERCADOS MUNICIPALES COMO PRODUCTO ESTABLECIMIENTO - LA NECESIDAD DE UNA GESTIÓN GLOBAL (69)
COMUNIDAD DE MADRID - CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL. LA DEMANDA Y LA OFERTA DE SERVICIOS COMERCIALES (53)	PILAR RIVERA TORRES LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS EN EL MERCADO MINORISTA DE ALIMENTACIÓN (42)	RAQUEL SÁNCHEZ FERNÁNDEZ ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL CONSUMIDOR EN LA UNIÓN EUROPEA (57)	MERCADOS MINORISTAS - NUEVAS TENDENCIAS PARA CONQUISTAR EMOCIONES Y FIDELIZAR CLIENTES (97)
EL TRADE MARKETING DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL FABRICANTE (77)	PILAR ZORRILLA CALVO EL COMERCIO URBANO COMO FACTOR ESTRÁTÉGICO PARA LA COMPETITIVIDAD ENTRE CIUDADES (78)	RAÚL ANTEQUERA DISTRIBUCIÓN, INFLACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL (5)	MODERNIZACIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES MINORISTAS, SERVICIO PÚBLICO Y EFICIENCIA EMPRESARIAL. EL PAPEL DE MERCASA (100)
LA FRANQUICIA: UNA FORMULA COMERCIAL CON ÉXITO EN PLENO CRECIMIENTO (78)	NUEVAS TENDENCIAS EN MERCHANDISING - GENERAR EXPERIENCIAS PARA CONQUISTAR EMOCIONES Y FIDELIZAR CLIENTES (65)	RAÚL COMPES LÓPEZ EL TRANSPORTE INTERNACIONAL DE CÍTRICOS - VIABILIDAD DEL TRANSPORTE MARÍTIMO DE CORTA DISTANCIA (86)	ROBERTO FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ ALTERNATIVAS ESTRÁTÉGICAS PARA LOS MERCADOS MINORISTAS TRADICIONALES (49)
LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN ESPAÑA (58)	PERSPECTIVAS DE LOS CENTROS COMERCIALES FUNDAMENTADOS EN UN HIPERMERCADO (39)	LA LOGÍSTICA DE LA ALIMENTACIÓN PERECEDERA - PROBLEMAS Y SOLUCIONES (74)	ASPECTOS TEÓRICOS Y ESTRÁTÉGICOS EN LA GESTIÓN DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR (38)
TREINTA AÑOS DE HIPERMERCADOS EN ESPAÑA - ¿SATURACIÓN O RENOVACIÓN? (74)	PRUDENCIO MEDEL COMER POR LOS OJOS. TRAGAR DE OÍDAS (16)		FACTORES CLAVE PARA EL FUTURO DEL COMERCIO MAYORISTA (28)
PEDRO LÓPEZ LA SEGURIDAD ALIMENTARIA ES RESPONSABILIDAD DE TODOS (62)	PURIFICACIÓN GONZÁLEZ CAMACHO CERTIFICACIONES DE GESTIÓN DE		PERSPECTIVAS DE DESARROLLO DE LA VENTA AMBULANTE EN MERCADILLOS - EL CASO DE LA
PEDRO M. PASCUAL FERNÁNDEZ COMISIONES POR EL USO DE TARJETAS DE PAGO (92)			

COMUNIDAD DE MADRID (29)	PRODUCTOS INTENTAN REACTIVAR EL MERCADOL (28)	PRODUCTOS DE PARAFARMACIA (59)	SIGFRIDO HERRAEZ RODRÍGUEZ
REALIDAD ECONÓMICA DE LA FRUTA EN EL MERCADO ESPAÑOL (57)	CERVEZAS, AGUAS, ZUMOS Y REFRESCOS - EL MERCADO DE BEBIDAS SE ORIENTA HACIA LOS PRODUCTOS SIN ALCOHOL (17)	LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN EL ENTORNO INTERNACIONAL (35)	VIVIENDA Y COMERCIO 34
ROCÍO MUÑOZ PINO	CONSUMO - TODOS QUIEREN SER VERDES (1)	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)	SILVIA ANDRÉS GONZÁLEZ-MORALEJO
LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)	CRITERIOS DE INTERÉS PÚBLICO PARA LA EDUCACIÓN ALIMENTARIA - SALUD, FORMACIÓN, CULTURA Y GUSTO (19)	SAMIR MILI	LA GUERRA DE LAS TEMPERATURAS (92)
RODOLFO BERNABÉU	DIETA ALIMENTARIA EUROPEA - PERFIL SOCIO-CULTURAL DE LOS HÁBITOS DE CONSUMO EN LA UE (15)	ACEITE DE OLIVA - PENDIENTES DE LA REFORMA (30)	LA INDUSTRIA ALIMENTARIA Y SU VINCULACIÓN CON LOS MERCADOS EXTERIORES: UN ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE INTERNALIZACIÓN (88)
DIFERENCIAS EN LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES DE CARNE DE CORDERO (73)	EL CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA - GASTO EN ALIMENTOS, CANTIDADES COMPRADAS Y LUGAR DE COMPRA (16)	SAMUEL JUÁREZ CASADO	LA LOGÍSTICA DE LA ALIMENTACIÓN PEREcedera - PROBLEMAS Y SOLUCIONES (74)
FACTORES QUE CONDICIONAN LA FRECUENCIA DE CONSUMO DE VINO (65)	HÁBITOS DE CONSUMO EN NAVIDAD (30)	SANTIAGO BALLESTEROS	SILVIA ORDIÑAGA RIGO
RODOLFO RAMÍREZ GARCÍA	LA ESTADÍSTICA COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (29)	LEYENDAS DE LA MANCHA (MERCADOS/LITERATURAS) (45)	COMO SELECCIONAR UN FRANQUICIADOR (23)
GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - CANARIAS (21)	SECTOR PESQUERO CONSECUENCIAS DE LA INTEGRACIÓN EN LA UNIÓN EUROPEA (20)	SANTIAGO BARBADILLO	FORMACIÓN COMERCIAL - UN RETO ASUMIDO POR LAS CÁMARAS DE COMERCIO (74)
RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES	ROSARIO CAÑABATE POZO	COMO ELEGIR UNA FRANQUICIA (23)	SILVIA VALLS BARREDA
ASTURIAS - LA DISTRIBUCIÓN ACELERA SU PROCESO DE MODERNIZACIÓN (52)	PROTECCIÓN JURÍDICA DE LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR (45)	SANTIAGO MENÉNDEZ DE LUARCA	LA RESPUESTA DE LOS COMERCIANTES DE CÁCERES ANTE LA APERTURA DE GRANDES SUPERFICIES (20)
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ASTURIAS - EN BUSCA DE EFICIENCIA Y COMPETITIVIDAD (17)	ROSARIO CASTAÑO	EL EFSUERZO INVERSOR DEL SECTOR ELABORADOR DE VINO (19)	SILVIO MARTÍNEZ VICENTE
DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA - IMPLICACIONES PARA FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (48)	GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - REGIÓN DE MURCIA (16)	LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS VINO (13)	UNA APLICACIÓN DSS (DECISIÓN SUPPORT SYSTEM) PARA EL MERCADO DEL VINO (65)
ROGELIO FERNÁNDEZ ANDRADE	ROSAURA FARRE ROVIRA	SEBASTIÁN CEBRIÁN	SONIA SAN MARTÍN GUTIÉRREZ
DIETA MEDITERRÁNEA - REALIDAD HISTÓRICA Y EVOLUCIÓN ACTUAL HACIA UN MODELO DE ALIMENTACIÓN RACIONAL (50)	DIETA ESPAÑOLA/DIETA MEDITERRÁNEA ALIMENTACIÓN Y SALUD (3)	ENVASES Y EMBALAJES - ECOLOGÍA, TECNOLOGÍA Y MERCADO ÚNICO (5)	LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS (76)
DOS CAMPAÑAS CONSECUTIVAS CORTAS DE ACEITE DE OLIVA: PROBLEMAS A LA VISTA (83)	DIETA MEDITERRÁNEA - ASPECTOS NUTRICIONALES (50)	LOGÍSTICA - UN SECTOR EN ALZA QUE CONSIGUE REDUCCIÓN DE COSTES Y CAMINA HACIA EL OUTSOURCING, LA PROFESIONALIZACIÓN Y EL USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS (38)	SONSOLES OSSET
PANORÁMICA DEL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN LA UNIÓN EUROPEA (52)	EL ACEITE DE OLIVA EN LA ALIMENTACIÓN HUMANA (30)	SEBASTIÁN FRAILE	NUEVAS TENDENCIAS DE LOS ENVASES EN EL MERCADO ESPAÑOL DE FRUTAS Y HORTALIZAS (47)
TRAZABILIDAD ALIMENTARIA - UNA HERRAMIENTA DECISIVA PARA LA SEGURIDAD Y LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES (62)	EL MODELO ALIMENTARIO ESPAÑOL - ESTRUCTURA DE LA DIETA Y TENDENCIAS DE CONSUMO (16)	LA POLÍTICA COMÚN DE MERCADOS PESQUEROS (20)	STEVE BURT
ROGER GASPA	EL VINO COMO COMPETENTE DE LA DIETA (19)	SEBASTIÁN MOLINILLO JIMÉNEZ	EVOLUCIÓN DEL COMERCIO MINORISTA EN EUROPA (43)
TRAZABILIDAD EN EL COMERCIO MAYORISTA DE ALIMENTOS FRESCOS (93)	INTERÉS DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA EN LA ALIMENTACIÓN (27)	CENTROS COMERCIALES DE ÁREA URBANA - ESTUDIO DE LAS PRINCIPALES EXPERIENCIAS EXTRANJERAS (57)	GRAN Bretaña - LA ADAPTACIÓN A UN ESCENARIO DE CRISIS (7)
ROGER SÁNCHEZ DEL RÍO	INTERESES DE LECHE Y OTROS DERIVADOS LÁCTEOS EN LA ALIMENTACIÓN HUMANA (23)	EXPERIENCIAS INTERNACIONALES EN REHABILITACIÓN DE CENTROS URBANOS (57)	SUSAN A. SHAW
CENTROS COMERCIALES ABIERTOS - UNA ESTRATEGIA DE MEJORA DEL ATRACTIVO URBANO Y DEL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE LA ACTIVIDAD TERCIARIA EN LAS CIUDADES (48)	LAS LEGUMBRES EN LA ALIMENTACIÓN DE LOS ESPAÑOLES (14)	SEGUNDO GONZÁLEZ VAQUERO	EL COMERCIO MINORISTA EN EUROPA - LA EXPERIENCIA DE LAS ALIANZAS EMPRESARIALES (7)
ROMINA SÁNCHEZ PÉREZ	ROSSEND BOSCH	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA CORDERO DE EXTREMADURA (33)	SUSANA FERRER ASÍS
ECLIPSE (MERCADOS/LITERATURAS) (78)	COMO ASEGURAR EL ÉXITO DE UNA SUBCONTRATACIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS (24)	SERGIO GONZÁLEZ REYES	ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES FRUTOS TROPICALES COMERCIALIZADOS (95)
ROSA DÍEZ GONZÁLEZ	RUBÉN CASTRO RODRÍGUEZ	HERRAMIENTAS PARA POTENCIAR LOS MERCADOS MUNICIPALES - PLANES DE APOYO Y GUÍA DE CALIDAD DEL PEQUEÑO COMERCIO (69)	EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN LOS MERCADOS DE CRUSTÁCEOS (93)
PRODUCCIÓN / DISTRIBUCIÓN - LAS INAPELABLES LEYES DEL MERCADO (6)	EL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL - UNA ACTIVIDAD ESTRÁTÉGICA Y NECESARIA PARA LOS CONSUMIDORES (96)	SERGIO RODRÍGUEZ	EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EN LOS MERCADOS DE MOLUSCOS (92)
ROSA FERNÁNDEZ LEÓN	RUBÉN PÉREZ ATIENZA	LA PRIMA NATI (MERCADOS/LITERATURAS) (35)	MERCASA Y LA RED DE MERCAS. AL SERVICIO DE LA CADENA ALIMENTARIA. UN VIAJE EN EL TIEMPO (100)
ALTERNATIVAS DE MODERNIZACIÓN Y FUTURO PARA EL SECTOR REMOLACHERO - AZUCARERO (12)	EL TRATO Y EL TRABAJO (MERCADOS/LITERATURAS) (88)	SERGIO RUBIO LACOBÀ	SUSANA MADRUGA PÉREZ
ROSA GRACIA	SALVADOR RUIZ DE MAYA	LOS SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN INVERSA PARA LA RECUPERACIÓN DE RESIDUOS; SU DESARROLLO EN ESPAÑA (76)	LOS CUENTOS DEL RECUERDO (MERCADOS/LITERATURAS) (56)
MERCADO ESPAÑOL DE ELECTRODOMÉSTICOS - DIFERENCIAS POR SEGMENTOS (31)	DECISIONES DE COMpra DE MEDICAMENTOS SIN RECETA Y	SERVICIO DE "POLÍTICA DE LOS CONSUMIDORES".	SUSANA ROMERO SANZ
ROSA PRADAS REGEL	RESPONSABILIDAD DE LOS FABRICANTES Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS (10)	RESPONSABILIDAD DE LOS FABRICANTES Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS (10)	CRISIS ALIMENTARIAS Y PROTECCIÓN DE LOS INTERESES DE LOS CONSUMIDORES (59)
AGUAS, CERVEZAS, ZUMOS Y REFRESCOS - LOS NUEVOS			SUSANA TEJADA BARRENTEA
			ASOCIACIONISMO COMERCIAL ESPACIAL Y REVITALIZACIÓN URBANA - EL CASO DE BILBAO (86)
			GEOGRAFÍA COMERCIAL DE ESPAÑA - PAÍS VASCO (55)

SYLVIA RESA LÓPEZ

AGUAS ENVASADAS, ZUMOS, REFRESOS 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 LIDER A EL SECTOR MINORISTA (91)
LAS BEBIDAS DEL CALOR - ZUMOS, REFRESOS, 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 VOLÚMENES (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 ESTRÁTICO 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 ESTRÁTÉGICA 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

DIEZ 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 "EUROTERROIRS" (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, REFRESOS, 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 VACUII 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)
 VERTIGO 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 ESTRÁTÉGICO 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 IGUZQUIZA

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 DR LA POBLACIÓN (8)

LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ESPAÑA IMPACTO INICIAL DE LA ADHESIÓN A LA CE (3)

VILMA QUINONES

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.

