

Contenido

Relación de autores. Distribución comercial

Prólogo. Distribución comercial

Introducción. Distribución comercial

Parte I. Introducción

Capítulo 1. Magnitudes del Sector , JAVIER FERNÁNDEZ DÍEZ DE LOS RÍOS

Capítulo 2. Radiografía del sector de la distribución alimentaria en España (JORGE FERNÁNDEZ CASAMAYOR y FERNANDO LÓPEZ DE LOS MOZOS RODRÍGUEZ)

Capítulo 3. Marco normativo de la distribución comercial y propuestas de regulación (DANIEL VÁZQUEZ ALBERT)

Capítulo 4. Situación actual y principales tendencias de la distribución minorista en Europa (JORGE FERNÁNDEZ CASAMAYOR y EDUARDO DÍAZ URIARTE)

Parte II. Consumo y distribución

Capítulo 1. Distribución y consumo (LUIS GONZÁLEZ VAQUÉ)

Capítulo 2. El comportamiento del consumidor (ANTONIO DE SANTOS MARTÍN)

Capítulo 3. La protección de los consumidores y usuarios en la financiación al consumo (JOSÉ MARÍA ABELLA RUBIO y LUIS ALBERTO SANZ EXPÓSITO)

Capítulo 4. Las rebajas. La protección de los consumidores y usuarios en las compras: devoluciones y reclamaciones (MARÍA SONIA GUMPERT MELGOSA y CARMEN PÉREZ ANDÚJAR)

Parte III. La cadena y los canales de distribución

Capítulo 1. La cadena y los canales de distribución: un análisis introductorio (IGNACIO CRUZ ROCHE y JAIME ROMERO DE LA FUENTE)

Capítulo 2. La red de mercas: aportando valor a la cadena (DAVID CHICA MARCOS)

Capítulo 3. Emprendedores en distribución: El Ganso (CLEMENTE CEBRIÁN MOSQUERA)

Capítulo 4. El pequeño comercio especializado (MARÍA LUISA ÁLVAREZ BLANCO)

Capítulo 5. Operadores regionales (JOSÉ JUAN FORNÉS ARTIGUES)

Capítulo 6. Los centros comerciales y la distribución comercial (JAVIER HORTELANO DE LA LASTRA, CARLOS SOLANA ZORRILLA y JESÚS DOMÍNGUEZ RICO)

Capítulo 7. Empresa familiar y distribución comercial (MANEL PLANA FARRAN)

Parte IV. Contratación en el marco de la distribución comercial

Capítulo 1. Modalidades contractuales de la distribución comercial (CARLOS DURÁN MARTÍ y JOSÉ MANUEL CALAVIA MOLINERO)

Capítulo 2. El contrato de distribución (ENRIQUE ORTEGA BURGOS)

Capítulo 3. Algunas reflexiones sobre el régimen del contrato de agencia mercantil a los treinta años de la Directiva de armonización (FRANCISCO MERCADAL VIDAL y JOSÉ MARÍA MAYOR CIVIT)

Capítulo 4. El contrato de franquicia (CARLOS TERRAZAS TERRAZAS y JAVIER SALVADOR ORTEGA)

Capítulo 5. El contrato de máster franquicia (JORDI RUIZ DE VILLA JUBANY, MANUEL ROBLEDO POZAS, FRANCISCO JAVIER ROYO-VILLANOVA JORDANA y MIGUEL MEJÍAS GONZÁLEZ)

Capítulo 6. El contrato de suministro en la distribución alimentaria (EDUARDO MUÑOZ DEL CAZ)

Capítulo 7. El contrato de logística en el marco de la distribución comercial (ÁLVARO NEBREDA LLANA y JULIO LÓPEZ QUIROGA)

Capítulo 8. Los contratos de transporte en el marco de la distribución comercial (JUAN MANUEL SÁNCHEZ ANGOSO y JULIO LÓPEZ QUIROGA)

Capítulo 9. Arrendamiento de superficies comerciales (MANUEL LIEDO ÁLVAREZ y ISIDRO DEL MORAL GONZÁLEZ)

Capítulo 10. El outsourcing, el facility management (FM) y la externalización de servicios como aporte de valor en la distribución comercial (JOSÉ LUIS ESTEBAN CHIMENO y JUAN GARCÍA MARTÍN)

Capítulo 11. Condiciones económicas de los contratos de distribución (ÁLVARO DEL CAÑO DURÁN y JOSÉ RAMÓN DEL CAÑO PALOP)

Capítulo 12. Causas y efectos de la extinción del contrato de distribución: indemnizaciones (JORDI SÁNCHEZ SÁNCHEZ-CRESPO y MARÍA CARMEN CRESPO RECASENS)

Capítulo 13. La licencia de apertura de establecimientos comerciales. Los horarios comerciales (SABINIANO MEDRANO IRAZOLA y MARIO CHAPARRO YEDRO)

Parte V. Competencia

Capítulo 1. Distribución comercial, competencia y economía (JUAN RIEGO VILA, JORGE MASÍA TEJEDOR y JUAN JIMÉNEZ-LAIGLESIA)

Capítulo 2. Derecho de la competencia español en el sector de la distribución comercial (PATRICIA VIDAL MARTÍNEZ y PALOMA SANJUAN VÁZQUEZ)

Capítulo 3. Competencia desleal en el sector de la distribución comercial (IGNACIO MARQUÉS JARQUE y ANNA GUIX TORNOS)

Parte VI. Competitividad de los pequeños y medianos operadores

Capítulo 1. Análisis de modelos de distribución alimentaria: el desarrollo de Covirán y las cooperativas de detallistas de distribución alimentaria (LUIS OSUNA HERVÁS, CARLOS MARTÍNEZ CASTILLA y JUAN JIMÉNEZ-LAIGLESIA OÑATE)

Capítulo 2. Franquicias de distribución (MIGUEL ÁNGEL IGLESIAS PEINADO y MARTA LÓPEZ

SÁNCHEZ)

Capítulo 3. Crecimiento a través de la franquicia para una empresa de distribución comercial (SANTIAGO BARBADILLO DE MARÍA y MIGUEL ÁNGEL OROQUIETA POYO)

Capítulo 4. Centrales de compra (ANTONIO FONT SOLER y JUAN MANUEL MORALES ALONSO)

Capítulo 5. Cooperativas de distribución (LUIS OSUNA HERVÁS y FRANCISCO JAVIER QUILES BODÍ)

Parte VII. Logística y transporte

Capítulo 1. La importancia de la logística y el transporte en la distribución comercial (MIGUEL AMBIELLE FERNÁNDEZ y RAFAEL GUTIÉRREZ DE MESA)

Capítulo 2. Decisiones estratégicas en el diseño y gestión de un almacén logístico (DAVID MORENO CASAS y PETER INSULAN)

Capítulo 3. La gestión de la cadena de suministro: gestión del transporte (distribución) (FRANCISCO JAVIER ESCOBAR REFUSTA)

Capítulo 4. La gestión de la cadena de suministro: gestión de los stocks (MIGUEL GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ)

Capítulo 5. Logística Inversa (LETICIA BIESCAS ALTELARREA)

Capítulo 6. La logística colaborativa fabricante – gran distribución (ANA ISABEL GONZÁLEZ HERRERA)

Capítulo 7. Visibilidad, trazabilidad y gestión de parámetros clave (KPIs) (RICARDO DE ABIEGA QUINTANO)

Capítulo 8. Lean, Six Sigma y mejora de procesos (LEE ANN RICHARDS)

Capítulo 9. Modelos de distribución no estándar (JOSÉ ANDRÉS ARRIBAS NAVARRO, REMEDIOS PARRA FERNÁNDEZ y IAGO BECERRA GARCÍA)

Capítulo 10. Supply chain management: gestión integral de la cadena de suministro (JAVIER SAN MARTÍN MARÍA)

Parte VIII. Principales retos y oportunidades del sector

Capítulo 1. La protección penal de la actividad comercial. El delito de hurto tras la reforma penal de 2015 (JOSÉ MARÍA BONMATÍ y JESÚS ZARZALEJOS NIETO)

Capítulo 2. El arte de comprar (JAVIER MILLÁN DULCE)

Capítulo 3. El capital riesgo y la distribución comercial (CARLOS MALLO ÁLVAREZ, ALEJANDRO ORTÍZ VAAMONDE y LUIS MANUEL LOZANO OTERO)

Capítulo 4. Principales operaciones y operadores de capital riesgo en el sector de la distribución (RODRIGO RECONDO PORRÚA y ANTONIO SERRANO ACITORES)

Capítulo 5. La financiación de la empresa de distribución (DAVID MORENO CASAS y LUIS DANIEL SANZ SUÁREZ)

Capítulo 6. La gestión de tesorería en las empresas de distribución: excedentes y déficits (LUIS FERNANDO UTRERA INFANTES y JAVIER GUZMÁN QUINTANA)

Capítulo 7. La financiación al consumo (DAVID MORENO CASAS y IGNACIO NAVARRO MARTÍNEZ-AVIAL)

Capítulo 8. La responsabilidad penal de la empresa (MANUEL ANTONIO TUERO MADIEDO y JOSÉ ANTONIO TUERO SÁNCHEZ)

Capítulo 9. Generación de valor en el sector del retail (MAR GALLARDO MATEO, JAVIER VELLO CUADRADO y YAIZA GOÑI BLANCO)

Capítulo 10. Medida de valor (CARLOS FERNÁNDEZ LANDA, MIGUEL VIDANES BORDA y MARGARITA SACRISTÁN MEDINA)

Capítulo 11. Mercado retail y mercado inmobiliario. Dos sectores estrechamente ligados (ENRIQUE USED ALONSO, CARLOS FERNÁNDEZ LANDA, DÉBORA SERRANO MARTÍNEZ)

Capítulo 12. La puesta en marcha de una superficie comercial: aspectos jurídicos (ARMANDO NAVAS GUTIÉRREZ)

Capítulo 13. Comercio electrónico y distribución comercial (DAVID GIL ACACIO y PABLO USLÉ PRESMANES)

Capítulo 14. Los plazos de pago (FRANCISCO JAVIER QUILES BODI)

Capítulo 15. Nuevas tecnologías y su impacto en el sector de la distribución comercial (ROBERTO PALENCIA CÁMARA y RAFAEL GARCÍA DEL POYO VIZCAYA)

Capítulo 16. Redes sociales y distribución comercial (JOAQUÍN MUÑOZ RODRÍGUEZ y ANTONIO TOCA)

Capítulo 17. La protección de datos de carácter personal en el ámbito de la distribución (ÁLVARO ÉCIJA BERNAL y JAVIER PUYOL MONTERO)

Capítulo 18. La oportunidad de las desinversiones de activos y sus negocios (IDOIA BARANGUAN JUAN)

Capítulo 19. Ecoembes. El gran impulsor de toda una corriente ambiental (BEGOÑA DE BENITO FERNÁNDEZ)

Parte IX. Marketing

Capítulo 1. Marketing y distribución: el valor del marketing (AGUSTÍN LÓPEZ-QUESADA, JUAN LUIS GONZÁLEZ LÓPEZ, JESÚS HERNÁNDEZ RUÍZ, ANDRÉS GUSÓ SIERRA y FÉLIX MUÑOZ LÁZARO)

Capítulo 2. El entorno digital y adaptación del marketing de las empresas de distribución (CONCEPCIÓN GÓMEZ DE LIAÑO HERNÁNDEZ)

Capítulo 3. La omnicanalidad (DAVID ARCONADA y DAVID MUNTAÑOLA PROSPER)

Capítulo 4. Antiguas y nuevas generaciones de consumidores y su uso de la tecnología a la hora de enfrentarse al proceso de compra (JUAN JOSÉ PESO-VIÑALS)

Capítulo 5. Cómo crear experiencias de cliente en el entorno on y off line y nuevas formas de publicidad (BEATRIZ NAVARRO JIMÉNEZ-ASENJO, JOSÉ MARÍA ZAMORA)

Capítulo 6. Publicidad ilícita y autodisciplina publicitaria (ANXO TATO PLAZA)

Parte X. Funcionamiento de la cadena alimentaria

Capítulo 1. La industria agroalimentaria y su valor en la marca España (MANUEL LAMELA FERNÁNDEZ)

Capítulo 2. La ley de la cadena alimentaria (IGNACIO CRUZ ROCHE y JOSÉ LUIS PALMA FERNÁNDEZ)

Capítulo 3. El código de buenas prácticas mercantiles en la contratación alimentaria (IGNACIO GARCÍA MAGARZO)

Capítulo 4. La agencia de información y control alimentarios (JOSÉ MIGUEL HERRERO VELASCO)

Capítulo 5. El sector agrario: pilar básico de la cadena agroalimentaria y de la economía española (FELIPE MEDINA MARTÍN)

Capítulo 6. La distribución organizada alimentaria (CHARO REYES EXPÓSITO)

Parte XI. Propiedad industrial e intelectual

Capítulo 1. La importancia de la marca y su protección para la empresa distribuidora (ADELA LARIO RIVAS y EMILIO HIDALGO HERNÁNDEZ)

Capítulo 2. Marcas y distribución paralela en la Unión Europea. Situaciones y casos que se plantean (JAVIER FERNÁNDEZ-LASQUETTY QUINTANA y MANUEL DESANTES REAL)

Capítulo 3. Marcas e importación paralela. El agotamiento comunitario e internacional (JAVIER FERNÁNDEZ-LASQUETTY QUINTANA y MANUEL DESANTES REAL)

Capítulo 4. La marca del distribuidor (CARLOS MORÁN MEDINA y LUIS BAZ BAZ)

Capítulo 5. Los acuerdos de producción para la fabricación de marca de distribución (MANUEL LOBATO GARCÍA-MIJÁN, BEATRIZ DÍAZ DE ESCAURIAZA y JOSÉ MARÍA RODRÍGUEZ MONTEYS)

Capítulo 6. Know-How, secretos industriales y otros derechos de propiedad intelectual en el ámbito de la distribución comercial (CRISTINA DUCH FONOLL y PAMELA GÓMEZ-TABOADA MÁRQUEZ)

Parte XII. Gestión de recursos humanos y derecho laboral

Capítulo 1. Introducción a la gestión de recursos humanos en las empresas de distribución comercial (FERNANDO VIZCAÍNO DE SAS)

Capítulo 2. Formación y comunicación interna en distribución (JUAN MARÍA DE MORA NARVÁEZ y CARMEN DE ANDRÉS FAZIO)

Capítulo 3. El servicio al cliente: el ADN de la distribución (ITXASO LARRAÑAGA LARRAÑAGA)

Capítulo 4. Incremento de la productividad de los empleados (DAVID ACEBES LÓPEZ y FERNANDO CARRERO BOSCH)

Capítulo 5. El establecimiento de políticas, normativas y códigos de conducta (PABLO FRANCESCH HUIDOBRO)

Capítulo 6. Atracción y retención del talento en perfiles de venta (CARMEN SALAMERO SÁEZ)

Capítulo 7. El papel de las empresas distribuidoras en la empleabilidad (ARTURO MOLINERO SÁNCHEZ)

Capítulo 8. El régimen disciplinario en la distribución comercial (ALBERTO NOVOA MENDOZA y

ENRIQUE CECA GÓMEZ-AREVALILLO)

Capítulo 9. Construcción de cultura de empresa a través de un sistema de objetivos sobre resultados (JOAQUÍN SALVO PUEBLA y CARMEN DE ANDRÉS FAZIO)

Parte XIII. Fiscalidad y distribución comercial

Capítulo 1. La fiscalidad en el sector de la distribución (RAFAEL MARTÍNEZ DE VEGA y JORGE PEDRO RABADÁN VILLANUEVA)

Capítulo 2. Imposición indirecta en la distribución comercial (LEOPOLDO GANDARIAS CEBRIÁN)

Parte XIV. Distribución internacional

Capítulo 1. La franquicia internacional (JAIME RODRÍGUEZ BERTIZ)

Capítulo 2. Estrategias de entrada en los canales de distribución internacional (NIEVES ÁLVAREZ NIETO, GINÉS CABAÑETE CORDERO y LARA VADILLO MUÑOZ)

Capítulo 3. Principales problemas de Derecho internacional privado en el marco de la distribución: jurisdicción competente y ley aplicable (ALBERT FONT I SEGURA y JOSEP GRÀCIA I CASAMITJANA)

Capítulo 4. Breve referencia al derecho comparado en materia de distribución comercial (JOSEP M. BALCELLS CABANAS y NURIA CRISTINA CRESPO BISCARRI)

Capítulo 5. Distribución en EE.UU. (LAURENCE WIENER y MABEL ÁLVAREZ GIAY)

Capítulo 6. Mecanismos de entrada en España para una empresa del sector de la distribución (LUISA MASUET IGLESIAS, JORDI RUIZ DE VILLA JUBANY y MIGUEL MEJÍAS GONZÁLEZ)

Capítulo 7. Principales operadores internacionales en el mercado asiático (JUAN JOSÉ GARCÍA GARCÍA y GUZMÁN LÓPEZ Y MIGUEL)

Capítulo 8. El operador económico autorizado (OEA) como figura aduanera favorecedora de la distribución comercial (FRANCISCO DE MIGUEL RAMÍREZ y PEDRO JOSÉ HERNÁNDEZ LORCA)

Capítulo 9. Estrategias de entrada en los mercados internacionales para una empresa de retail , DIEGO J. PITARCH VÁZQUEZ

Parte XV. Resolución alternativa de conflictos

Capítulo 1. Arbitraje y distribución comercial (JOSÉ FERNANDO MERINO MERCHÁN y FRANCISCO JAVIER ÍSCAR DE HOYOS)

Capítulo 2. Mediación y su impacto en la distribución comercial (RAMÓN HERMOSILLA GIMENO y MARÍA JOSÉ ZUECO PEÑA)

Parte XVI. Concursos y extinción en el ámbito de la distribución comercial

Capítulo 1. Los concursos y las extinciones de empresas distribuidoras (MARÍA ENCISO ALONSO-MUÑUMER y ANA BELÉN CAMPUZANO LAGUILLO)

Capítulo 2. El concurso de acreedores y su impacto en la distribución comercial (JAVIER GARCÍA MARRERO y FÉLIX JOSÉ MONTERO MURIEL)

