**TÍTULO DOCUMENTO DE TRABAJO**

**AUTOR 1; AUTOR 2; AUTOR 3**

**Universidad y dirección de correo electrónico de cada autor**

Identifique las áreas temáticas con las que se corresponde el trabajo (marque las que procedan):

|  |
| --- |
| Estructura comercial y estrategias de distribución |[ ]
| Diseño y selección de canales de distribución |[ ]
| Análisis de las relaciones entre empresas del canal de distribución |[ ]
| Política de la competencia y distribución comercial |[ ]
| La logística de la distribución comercial |[ ]
| Hábitos de consumo/compra del consumidor y estrategias comerciales de distribución |[ ]
| Internet y comercio electrónico |[ ]
| Localización de empresas de distribución comercial |[ ]
| Decisiones de surtido y valor de marca |[ ]
| Innovaciones en productos/servicios y sus implicaciones en la estrategia de distribución |[ ]
| Estrategias de marcas del distribuidor |[ ]
| Estrategias y políticas de precio para las empresas de distribución |[ ]
| Merchandising de presentación, seducción y gestión |[ ]
| Promoción de ventas y comunicación en empresas detallistas |[ ]
| Calidad de servicio y gestión de la atención al cliente |[ ]
| Satisfacción, WOM, gestión de quejas y estrategias de recuperación del servicio |[ ]
| Programas de lealtad y marketing de relaciones |[ ]
| Impacto de los sistemas informáticos en la gestión de los canales de distribución |[ ]
| Estrategias y decisiones de distribuión para diferentes sectores de la economía |[ ]
| Aspectos legales y de política de la competencia en distribución comercial |[ ]
| Aspectos éticos y socialmente responsables de la distribución comercial |[ ]

 **TÍTULO DOCUMENTO DE TRABAJO**

# RESUMEN:

Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen 100 palabras Resumen

# PALABRAS CLAVE:

Palabra clave 1, Palabra clave 2, Palabra clave 3, Palabra clave 4, Palabra clave 5

**WORKING PAPER TITLE**

# ABSTRACT:

Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract 100 words Abstract

# KEYWORDS:

Keywords 1, Keywords 2, Keywords 3, Keywords 4, Keywords 5

# JEL classification: JEL1; JEL2,…

# 1. INTRODUCCIÓN

Texto[[1]](#endnote-1) Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto

**1.1. Subapartado**

Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto

**Figura 1. Edificio Histórico de la Universidad de Oviedo**



**Fuente*.* Universidad de Oviedo.**

# BIBLIOGRAFÍA

Kumar, N., & Steenkamp, J. B. E. (2007). *La estrategia de las marcas blancas: cómo afrontar el reto de las marcas de la distribución*. Grupo Planeta (GBS).

Liu, Y., & Yang, R. (2009). Competing loyalty programs: Impact of market saturation, market share, and category expandability. *Journal of Marketing*, *73*(1), 93-108.

1. Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto [↑](#endnote-ref-1)