**TÍTULO DOCUMENTO DE TRABAJO**

PRIMERO NOMBRE Y DESPUÉS APELLIDOS DE LOS/AS AUTORES/AS, EN LETRAS MAYÚSCULAS. A continuación, las direcciones electrónicas de los autores y separado por punto la Universidad de los autores.

 (SI SON VARIOS/AS AUTORES/AS PONER UNO EN CADA LÍNEA)

Identifique las áreas temáticas con las que se corresponde el trabajo (borre las que no 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 Texto Texto Texto Texto Texto

*1.1.1. Subapartado*

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

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



**Fuente: Universidad de Oviedo.**

# BIBLIOGRAFÍA

Kumar, N. y Steenkamp, J.B. (2007), *La estrategia de las marcas blancas*, Ediciones Deusto, Madrid.

Liu, Y. y Yang, R. (2009), “Competing loyalty programs: impact of market saturation, market share and category expandability”, *Journal of Marketing*, 73, 1 (january), 83-108.

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