

ÍNDICE

	<i>Páginas</i>
1. INTRODUCCIÓN: EL MERCADO DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	7
2. EL OCIO ENTRE LAS NECESIDADES Y DISPONIBILIDADES DE LOS INDIVIDUOS	21
2.1. Las necesidades en los procesos de decisión.....	26
2.2. La utilidad en la elección de los consumidores	34
2.3. Definición y clasificación de bienes.....	51
2.4. Restricciones presupuestaria, informativa y temporal.....	57
3. EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES EN EL MERCADO ALIMENTARIO	61
3.1. La influencia de los factores demográficos.....	63
3.2. La influencia de los factores económicos	82
3.3. La influencia de los factores culturales.	91
4. EL PAPEL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EL MERCADO DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN	105
4.1. La importancia de los servicios comerciales	108
4.2. La aportación económica de las actividades de distribución	112
4.3. Situación actual y tendencias de la distribución alimentaria en España	123
5. LAS ACTIVIDADES DE RESTAURACIÓN FUERA DEL HOGAR	143
5.1. Aproximación a las actividades de <i>servicios-alimentación</i>	146
5.2. Valoración económica de las actividades de restauración	160
5.3. Análisis de las formas de restauración	168
6. GASTO EN ALIMENTACIÓN Y BEBIDA FUERA DEL HOGAR SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS HOGARES	185
6.1. Tamaño del municipio	187
6.2. Número de miembros.....	192

	<i>Páginas</i>
6.3. Ingresos anuales del sustentador principal	195
6.4. Nivel de estudios del sustentador principal.....	201
6.5. Situación laboral del sustentador principal	204
7. NOTAS FINALES	211
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	221