

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><u>Páginas</u></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 |