



PROGRAMA DE CAPTURA Y DIFUSIÓN TECNOLÓGICA

SECCIÓN COMÚN A TODAS LAS PROPUESTAS

CÓDIGO (uso interno) FIA-CD-U-2006-1-A-097 PPTA

SECCIÓN 1. ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

NOMBRE DE LA PROPUESTA

(en caso que se presente sólo una iniciativa este nombre debe ser el mismo que se indica para ella)

Seminario Internacional "Marketing Agroalimentario"

TIPO DE INICIATIVA(S) A LA(S) QUE POSTULA

(marcar la o las opciones a las cuales está postulando)

Gira
Tecnológica

Realización de Eventos
Técnicos o Ferias
Tecnológicas

Apoyo para asistir a Eventos
Técnicos o Ferias
Tecnológicas

Contratación de
consultores

Elaboración de
Documentos Técnicos

AREAS O SECTORES

Agrícola

Pecuario

Forestal

Dulceacuícola

Acuícola

RUBRO (S)

(Señalar el o los rubros que aborda, por ejemplo: frutales, bovinos, ovinos, hortalizas, flores, entre otros).

Agroalimentos (frutas, hortalizas, pecuarios)

TEMAS (S)

(Indicar el o los temas que aborda según listado en Anexo 2 del documento "Bases de postulación e instructivo")

Agroindustria y Tecnología de Alimentos, Calidad, Comercialización, Diversificación, Economía Agraria, Gestión, Información.



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGROARIA

ENTIDAD RESPONSABLE

Nombre: Universidad Técnica Federico Santa María
RUT: 81.668.700-4
Identificación cuenta bancaria: 15.030.318 BCI
Dirección comercial: Avenida España N° 1680 Valparaíso
Fono: (32)- 654590 (32)-654581
Fax: (32)-654587
Correo electrónico: dqat@dqat.utfsm.cl

REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD RESPONSABLE

Nombre: Arie Aizman Rosenblum
Cargo en la entidad responsable: Director General de Investigación Postgrado
Director General de Asistencia Técnica
RUT: 5.925.831-1
Mandato Especial Repertorio N° 14843/2005, Notaría Fischer del 30 diciembre del 2005
Dirección: Avenida España N° 1680 Valparaíso
Ciudad/Región: Valparaíso Quinta Región
Fono: (32)-654296
Fax: (32)-654587
Correo electrónico: arie.aizman@usm.cl

Arie Aizman
Firma



TIPO DE ENTIDAD RESPONSABLE

(Señalar si corresponde a una empresa productiva o de servicios; organización o agrupación de productores pequeños, medianos o grandes; asociación gremial de productores pequeños medianos o grandes; universidad; instituto de investigación, u otra entidad)

UNIVERSIDAD

NATURALEZA DE LA ENTIDAD RESPONSABLE

Pública

Privada

COORDINADOR DE LA PROPUESTA (Adjuntar curriculum vitae en Anexo 1)

(No aplica para el Apoyo a la asistencia a Eventos Técnicos o Ferias Tecnológicas de un postulante individual)

Nombre: Jorge Puiggros Mazuela

Cargo en la Entidad Responsable: Ingeniero Agronomo, Director de Extension

RUT: 4.073.816-9

Dirección: Avda santa Maria 6400

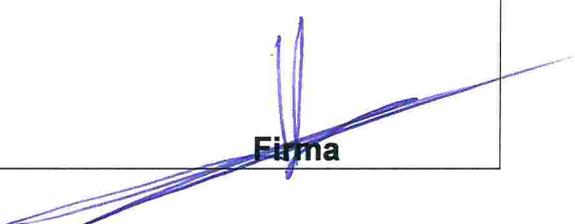
Ciudad/Región: Vitacura, Santiago

Fono: 353 1476

Fax: 353 1229

Correo electrónico: jorge.puiggros@usm.cl

Firma





FECHA DE INICIO Y TÉRMINO DEL PROGRAMA DE ACTIVIDADES

Inicio:

17 de Abril de 2006

Término:

26 de Septiembre de 2006



COSTOS TOTALES Y ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DE LA PROPUESTA (en pesos)

ÍTEM	APORTE DE CONTRAPARTE	APORTE SOLICITADO	COSTO TOTAL	PORCENTAJE (aporte solicitado / costo total)
GIRAS TECNOLÓGICAS	0	0	0	
BECAS PARA ASISTIR A EVENTOS TÉCNICOS O FERIAS TECNOLÓGICAS	0	0	0	
CONTRATACIÓN DE CONSULTORES	0	0	0	
REALIZACIÓN DE EVENTOS TÉCNICOS O FERIAS TECNOLÓGICAS	8.734.306	4.529.450	13.263.756	34,1%
ELABORACIÓN DE DOCUMENTOS TÉCNICOS	0	0	0	
TOTAL	8.734.306	4.501.950	13.263.756	33,9%
PORCENTAJE	65,9%	33,9%	100%	

SECCIÓN 2. RESUMEN Y JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA¹

El **Seminario Internacional en “Marketing Agroalimentario”**, se realizará durante una jornada en la Región Metropolitana, en donde se difundirán conocimientos y experiencias relevantes sobre las nuevas tendencias del consumo y distribución de frutas y hortalizas en los mercados internacionales, y que servirán para promover el desarrollo de una estrategia más competitiva para el sector hortofrutícola chileno, frente a los Tratados de Libre Comercio suscritos.

El seminario organizado por el Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María, por su pertinencia y relevancia está dirigido a los agro empresarios, profesionales agrónomos, profesionales en alimentos, profesionales de otros sectores, académicos y estudiantes.

El evento contará con la presencia de destacados profesionales europeos con grado de Doctor, expertos en marketing de alimentos, quienes desarrollarán temas concernientes a: los productos y su valorización actual en los mercados; la innovación en la industria agroalimentaria; estrategias de diferenciación de los productos alimenticios: decisiones de marca en frutas y hortalizas; como afrontar la globalización desde los ámbitos locales; tendencias de la distribución de productos agroalimentarios (frutas y hortalizas), en supermercados e hipermercados de Europa, y estrategias de marketing en un mundo globalizado”

Como ciencia, el marketing agroalimentario estudia el movimiento y el comportamiento de los bienes y servicios dedicados al sector agropecuario, haciendo énfasis en temas como la conducta del consumidor y la promoción de productos agrícolas. Analiza los cambios y tendencias en los mercados de productos alimentarios y sus implicaciones para las cadenas productivas agrarias.

Dado el escenario actual donde la complejidad de los mercados internacionales aumenta día a día, y la aceleración del cambio se manifiesta cada vez en forma más intensa, es que las empresas tendrán que orientar todas sus actividades en función del cliente, pues es éste quien decide, dadas sus necesidades, cual empresa las satisface mejor.

Las tendencias del comercio de frutas y hortalizas obligan a una reflexión sobre el papel de los distintos agentes de la producción y distribución. Sólo una adecuada consideración de las nuevas tendencias del consumo y de la distribución podrá promover el desarrollo de una estrategia competitiva.

En la actualidad, las empresas agroalimentarias, que logren desarrollar una estrategia comercial (o mezcla comercial), apoyada en las herramientas de marketing, y alcancen la mejor satisfacción del cliente al interior del mercado meta, tendrán en gran parte garantizada una posición competitiva a largo plazo, traduciéndose en índices de liquidez y rentabilidad superior a la media de sus competidores.

Hoy en día la Agricultura Chilena debe adaptarse a las nuevas exigencias de calidad de los mercados internacionales. El Ministro de Agricultura Álvaro Rojas, destacó las inmejorables posibilidades de nuestro país para consolidarse como potencia agrícola y alimentaria pero enfatizó la necesidad de que nuestra industria siga trabajando en pos de alcanzar los estándares de calidad exigidos por los consumidores extranjeros.

Hoy, los grandes consumidores de nuestros productos se ubican en los mercados internacionales. Estos consumidores son personas sofisticadas que requieren de calidad de productos. Ellos apoyan su compra en ciertas propiedades alimentarias, sanitarias y ambientales de los productos, además de favorecer a empresas socialmente responsables.

Como resultado del seminario se espera que los asistentes comprendan que el marketing agroalimentario es una de las herramientas que permite lograr un conocimiento acabado de los mercados consumidores de productos alimenticios, y que la inversión de las empresas chilenas en marketing debe ser superior al 0,3% del ingreso por exportaciones agroalimentarias, en circunstancias que en países como Australia, la proporción llega a 2%). Por ello creemos que un seminario internacional sobre esta temática contribuirá en parte a la información de los agentes involucrados para promover el desarrollo de una estrategia competitiva al interior de sus empresas, y por ende contribuir en la construcción de un sector agroalimentario más competitivo de acuerdo a los estándares internacionales.

<http://www.minagri.gob.cl/boletin/2006/abril/index.htm>

<http://www.eurochile.cl/prontus/eurochile/site/edic/20060102123753/pags/20060110172436.html>

<http://www.rlc.fao.org>. Gestión del mercadeo agrícola.

<http://www.intracen.org/menus/itc-s.htm>. Centro de Comercio Internacional (CCI)

<http://www.Horticom.com>. Artículos: “El Marketing en el sector hortícola”; “ 5 al día”; “ Nuevas formas de comunicación”; “Las secciones de frutas y hortalizas”; “Marketing Aplicado a frutas y hortalizas. Amenazas y oportunidades”. (2005)

NUEVA TENDENCIA DE GESTIÓN:

El marketing se

Campañas televisivas, promociones en los puntos de venta y envases con mensajes que crecientemente están utilizando los productores

EDUARDO MORAGA VÁSQUEZ

La actriz Antonella Ríos, al igual que decenas de pasajeros, espera la llegada del próximo convoy del Metro. Sin embargo, a diferencia de ellos, lo hace desnuda.

La heroína de la teleserie Híppies, junto a otros seis personajes públicos que también aparecen sin ropa, es parte de una de las campañas publicitarias más impactantes del último tiempo, pero a diferencia de otras también memorables, esta vez no lleva el sello de Bennetton ni de un banco, sino el de las empresas lecheras.

Es que en el sector lácteo decidieron tomar el toro por las astas, dejar de esperar que los consumidores vinieran a comprar al supermercado y salir a buscarlos al Metro, la calle o mientras veían TV.

La meta es elevar los 130 litros de leche que los chilenos consumen anualmente y, de paso, aumentar sus ganancias.

"A través de estudios nos dimos cuenta de que los jóvenes eran el segmento en que había un menor consumo de leche, pues la asociaban a algo fome. Es por eso que apuntamos a una campaña que rompiera esquemas y que la posicionara como un producto apetecido por gente atractiva", explica Marcelo Léniz, director gerente de Léniz y Lobato, la agencia de publicidad que elaboró la campaña.

Nuevo paradigma

La exitosa estrategia lechera, en todo caso, es sólo la punta del iceberg de la creciente necesidad de aplicar el marketing por parte de los productores agroalimentarios.

"El sector agropecuario enfrenta un cambio en su modelo de negocios. Siempre estuvo orientado a los commodities, a producir la mayor cantidad posible, pero hoy comienza a girar hacia la satisfacción de las necesidades del consumidor",

señala Luis Hernán Bustos, director ejecutivo de Interbrand.

En Chile, sin embargo, el camino que debe sortear el sector agropecuario para implementar el marketing en sus decisiones de negocios, descontando a las grandes empresas lácteas y de carnes blancas que son las más avanzadas en este aspecto, es todavía grande.

"A nivel de productores hortofrutícolas todavía la mayoría ve a la preocupación por el envasado o la publicidad como un gasto más que una inversión y prefieren delegarla en los comercializadores", señala Andrés Silva, decano de Agronomía de la U. del Aconcagua y autor de varios artículos sobre marketing agropecuario.

Según Silva, esto se refleja que en que al momento de asignar recursos para asesorías, los agricultores optan por realizarlas en el área productiva y no en la comercial.

La razón radica en que muchos de ellos todavía tienen una mentalidad productiva más que de orientación al consumo y a que la producción hortofrutícola se encuentra atomizada. Debido a esto, el costo del marketing por unidad productiva es más elevado que para una gran empresa.

Para dimensionar los recursos que implica el asumir una política de marketing, se puede tener en cuenta que una campaña publicitaria equivale a entre el 1 y el 5% de las ventas.

Vicent Godon, gerente de Productos de D&S y responsable de las compras de verduras, frutas y lácteos del holding comercial, cree que la tendencia hacia un mayor peso del marketing es inevitable.

"El mercado de los alimentos va hacia allá. De hecho, desde hace más de un año estamos cambiando la relación que tenemos con nuestros proveedores. Hemos iniciado una política de informarles permanentemente respecto a qué y cuánto están demandando los consumidores y cuáles son las tendencias futuras que



vemos", afirma Vicent Godon.

Dentro de "lo que viene", según Godon, está el aumento de las ventas de productos envasados. Asociado a lo anterior, los consumidores demandarán que los envases contengan una mayor información tanto del origen del producto como

de las formas de prepararlo.

Así ocurre, por ejemplo, en Europa, donde los productores se han focalizado en nichos específicos como la producción socialmente responsable, lo que se informa al consumidor en un folleto en el que se explican las condiciones labora-

les de los trabajadores.

De hecho, para los expertos las exigencias de marketing pueden convertirse en una herramienta para mejorar el negocio de los agricultores.

"Si un productor tiene una imagen ganada entre los consumidores es más fácil negociar tanto los precios como la presencia en los puntos de venta", afirma Bustos.

Además, los consumidores se vuelven más fieles a un productor por lo que se asegura, aun en el caso de que no se obtengan mejores precios, una mayor rotación en los puntos de venta.

Las razones

El nuevo peso del marketing en el sector agropecuario es el resultado de mercados más competitivos

Setiuciendo a los gringos

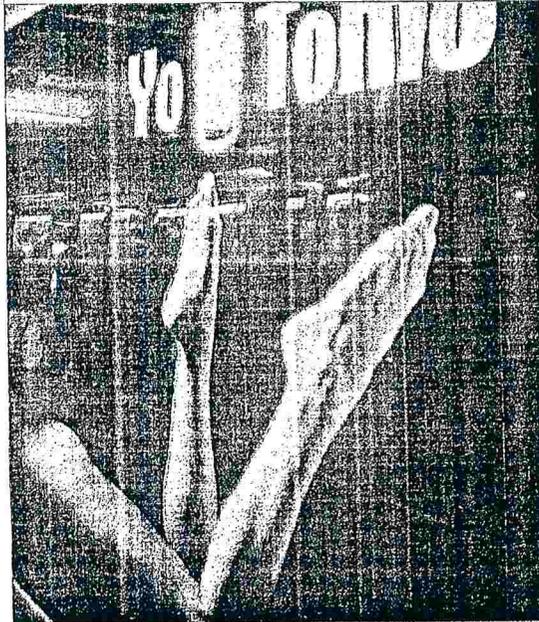
La industria frutera chilena decidió hace cuatro años atrás apelar a la televisión y a promociones en los puntos de venta para revertir el estancamiento de las exportaciones a EE.UU. que se registró a fines de los noventa. El 2003, la campaña tuvo un costo de US\$ 2,4 millones, la mitad fue aportado por ProChile, y alcanzó a 175 millones de consumidores.

A través de spots televisivos de 35 segundos se destacó las condiciones de Chile como productor de alimentos de alta calidad.

En cuanto a promoción en los puntos de venta, los fruteros llegaron a un acuerdo con 22 cadenas de supermercados para apoyar la campaña televisiva a través de carteles gigantes, folletos ilustrativos y promociones cruzadas con vinos chilenos en 3.200 locales repartidos por todo EE.UU.

toma el agro

por información para el consumidor son algunas de las pres agroalimentarios.



de consumidores más exigentes. A diferencia de décadas pasadas, en que la compra de alimentos se realizaba en el almacén de la esquina donde existían pocas ofertas competidoras, hoy el panorama se parece más a una selva en la que los productores luchan por sobrevivir.

El gran "culpable" de estos cambios es la transformación de los supermercados en el principal punto de compra. Sus amplios espacios permiten mostrar ya no un tipo de queso sino decenas, junto con áreas para la fruta y verdura que multiplican por mil las opciones.

Las dos diferencias

Al momento de planificar una campaña de marketing de productos alimentarios se debe tener en cuenta que éstos tienen características específicas. La primera es que en todo el proceso de promoción (desde la publicidad hasta el envase) se debe transmitir la idea de que es un producto saludable. Hay que tomar en cuenta que las personas compran alimentos para que los consuman sus familias", advierte Henry Northcote. En segundo lugar, los alimentos se diferencian de otros productos porque pueden ser promocionados directamente con los clientes. "Una herramienta muy útil es tener muestras en los supermercados para que la gente pueda probar por sí misma los alimentos", señala Gustavo Yentzen, gerente de Marketing de la Asociación de Exportadores (Asoex).

"Frente a esa oferta tan grande ya no se puede luchar sólo con precios bajos para atraer al consumidor", señala Henry Northcote, presidente ejecutivo de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad.

Northcote agrega que la apertura comercial chilena hace que siempre haya un productor en algún lugar del mundo que es más barato y que puede ser un eventual competidor en la góndola del supermercado.

En este nuevo escenario, la clave es lograr productos que atraigan el consumo a partir de la imagen. Para ello es vital usar herramientas de marketing que van desde los envases hasta la publicidad masiva.

"El tema de la percepción es tan poderoso que incluso cambia el gusto de un producto", advierte Marcelo Léniz.

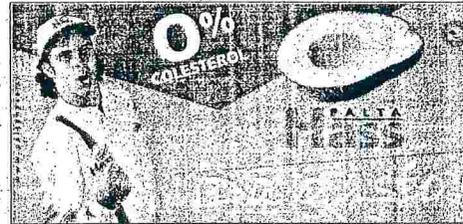
Léniz señala que en investigaciones en las que personas deben probar el mismo alimento, una vez a ciegas y otra sabiendo que marca es, describen sensaciones muy distintas dependiendo de la imagen que tengan de él antes de consumirlo.

Pero el desafío no termina con diferenciarse de la competencia, sino que también hay que disputar un cliente cada vez más exigente.

Esto se debe, según Luis Hernán Bustos, a que el consumidor chileno hoy es más sofisticado que antes. A esto contribuiría que en la actualidad la población tiene mejores ingresos, más años de escolaridad, muchos han viajado al extranjero y se han acostumbrado a tener una gran oferta de productos a su disposición.

Debido a lo anterior, los nuevos consumidores son menos tolerantes a la frustración y exigen tanto calidad como la plena satisfacción de sus necesidades particulares, incluso las emocionales, las que pueden pasar por saber que el producto lo ayuda a ser más atractivo o que colabora con el bienestar del planeta, en el caso de los orgánicos.

"Si alguien cree que esto es privativo de los chilenos de ingresos más altos, Vicent Godón aclara que aunque este fenómeno partió en estratos altos, esta conducta ya hace tiempo que fue asumida por el



El ejemplo paltero

Probablemente, usted lo ha visto en buses, paraderos de micro o en el Metro. El tenista Fernando González aparece en avisos publicitarios proclamando las virtudes de la palta.

Como pocos sectores agropecuarios, los productores de palta representan un exitoso ejemplo de marketing.

Organizados a través del Comité de Paltas, que controla casi el 95% de los envíos, los productores han podido duplicar la superficie plantada y sus exportaciones en una década sin afectar los precios.

"Los productores tenían el miedo de que pasara lo mismo que con el kiwi, que fue flor de un día", señala Alfredo Dabancens, director ejecutivo de la asociación.

Es por ello que en los años noventa decidieron unirse y colocar un centavo por cada dólar exportado en un fondo común para financiar la promoción en los mercados internacionales.

De esta forma, el Comité de Paltas ha podido invertir anualmente cerca de tres millones de dólares en publicidad en Estados Unidos.

Otra estrategia de mercadeo que están utilizando los palteros es enviar constantemente sus productos a mercados secundarios como el europeo, aunque tengan retornos menores a los que podrían conseguir en EEUU. Esto se debe a que les interesa abrir nuevos mercados a la producción chilena, para lo que es clave un abastecimiento permanente que atraiga a comercializadores y consumidores finales.

resto de la población chilena, especialmente la clase media.

Tareas básicas

Según los expertos, los productores que aspiran asumir una estrategia de marketing deben cumplir con tres tareas básicas.

El primer paso es asumir que una política de marketing debe basarse en lo que el público quiere y no en lo que el productor desea.

"En el caso de la leche podríamos haber hablado de sus bondades nutricionales, pero los jóvenes no nos iban a prestar atención, por lo que optamos por remarcar un carácter de éxito social", aclara Léniz.

En segundo lugar es clave que la imagen que se quiere promover sea congruente con el producto que se tiene. La publicidad no es una vari-

ta mágica capaz de vender cualquier producto.

"Esto es vital porque el consumidor defraudado no volverá a comprar. La marca no se puede construir sobre una mentira", señala Melanie Whatmore, subgerente de Marketing de Viña Ventisquero.

Finalmente, el marketing requiere de un esfuerzo constante. En el ambiente publicitario se reconoce que ante la posibilidad de hacer una campaña que no tendrá continuidad en el tiempo es mejor abstenerse y dar otro uso a esos fondos. La razón es simple, el grado de recordación de un evento esporádico es muy bajo.

"Una vez que te colocas los pantalones largos del marketing ya no hay vuelta atrás", resume Juan Pablo Mena, subgerente de Marketing de Agrosuper.

Encuentro de Negocios, Fruit Logística 2006:

Chile: Futura Potencia Agroalimentaria

El sector agroalimentario chileno tiene la tasa de crecimiento anual más alta del mundo: 132% en la última década. Exporta US\$ 8.200 millones al año, ocupa el lugar 17 entre los exportadores mundiales y aporta 10% al PIB, el segundo tras la minería.

Al 31 de julio de 2005, los embarques de fruta fresca alcanzaron 217,6 millones de cajas, 6,2% más que las 205 millones exportadas a igual fecha de la temporada anterior. Y el volumen de fruta fresca durante los meses enero-junio 2005 fue 1,2% superior al de igual período de 2004 y alcanzó a 1.639 miles de toneladas.

Las exportaciones agrícolas, en promedio, crecieron un 9% durante 2005, alcanzando los 5 mil millones de dólares, señaló en su balance anual el presidente de la Sociedad Nacional de Agricultura (SNA), Luis Schmidt. Durante el año 2005, según él, la fruta tuvo un volumen exportado que llegó a alrededor de los US\$ 2.000 millones anuales, cifras que dan cuenta de un sector dinámico, que invierte y que ha logrado posicionarse en sofisticados mercados y cadenas de distribución en países desarrollados.

Con estos resultados, cobra fuerza la posibilidad de ver a Chile convertido en una potencia agroalimentaria y generar, de esta manera, un nuevo sueldo para el país, menos volátil e impredecible que el cobre. Se proyecta que para el año 2010, Chile estaría en el top ten de los exportadores de alimentos, con envíos que irían entre los US\$ 14 mil millones y los US\$ 17 mil millones.

Sin embargo, para lograr tales metas primero Chile requiere, en los próximos 15 años, aumentar su potencial energético en 10 mil megawatts e inversiones por US\$ 13 mil millones para generarlos, según el economista Jorge Quiroz. **Otros analistas advierten que falta marketing (sólo el 0,3% del ingreso por exportaciones agroalimentarias chilenas se destina a marketing, en circunstancias que en países como Australia, la proporción llega a 2%) y sobre todo, invertir más en Investigación y Desarrollo.**

2



Marketing

4



Capacitación

6



Entrevista

11



Fomento

12



Eventos

Nueva imagen País



En los principios del 2004, ProChile convocó a representantes de los sectores público y privado con la finalidad de analizar las diferentes variables que influyen en la imagen país de Chile. El objetivo fue poder desarrollar una "marca país". Una necesidad imperiosa para un escenario mundial globalizado en el que los países compiten por los consumidores. Un objetivo que a pesar de varios intentos no se había logrado, si no hasta ahora: con una participación y compromiso real de ambos sectores.

Fue así como se unificaron esfuerzos por encontrar un mensaje central común.

Para ello se conformó un comité ampliado en el que se logró mucho consenso. Se creó finalmente un logo, después de un estudio acucioso de qué símbolos gráficos comunicarían mejor la marca de Chile en el extranjero, igual que lo hace Australia, Nueva Zelanda o Sudáfrica. Países que además de coincidir con una oferta muy parecida a la chilena, nos llevan una clara delantera en presupuesto y marketing de su imagen.

Luego de una licitación, la Consultora de Marketing y Branding Interbrand fue la elegida para desarrollar el proyecto. La propuesta conceptual y visual consideró los siguientes elementos: geografía espectacular, variedad, diversidad, espíritu exportador, modernidad y oportunidades, gente emprendedora, espacios sin explorar, país

próspero. Elementos que llevaron a formular el concepto: "**Chile, All Ways Surprising**", acompañado por un logo creado bajo el mismo concepto del slogan. Un logo con "capacidad para sorprender", mágico positivo y siempre en movimiento. Con colores atractivos, estrellas sobrias que evocan asociaciones como humanidad, cultura y naturaleza.

Como Asociación estuvimos presentes y participamos del proyecto e incluso rápidamente implementamos el uso del logo a través del apoyo al equipo nacional de esquí durante las pasadas Olimpiadas de Invierno.

Sin embargo la puesta en marcha se ha vuelto lenta. La parte más complicada: la implementación coordinada del nuevo concepto, no ha logrado efectivamente llevarse a cabo. Falta presupuesto para la implementación de la marca "Chile". Se necesitan sin duda de dineros que apoyen este proyecto para que efectivamente la publicidad llegue como mensaje a los mercados de destino.

Estamos a la espera de la gestión que deberá realizar ProChile, es con la esperanza de que este proyecto que tiene como característica el haber aunado las ideas del sector público y privado, pueda pasar por fin a la segunda etapa, sin duda la más difícil: llegar efectivamente a los mercados de destino.

Marketing

MARKETING



Fruta Chilena Un socio confiable en los mercados internacionales

Confianza es un término que pesa en los mercados internacionales a la hora de hacer negocios, y es justamente la confianza la que ha permitido que la fruta chilena sea valorada no sólo como un producto de primera calidad, sino también como un elemento que cuenta con el total respaldo de una industria. Las diversas campañas de promoción realizadas por Asoex han conseguido posicionar a la fruta chilena como un socio estratégico, en el abastecimiento de fruta fresca al mundo.

Europa y Asia apoyando al distribuidor

La tarea de promocionar la fruta chilena en los mercados europeos es una labor que ya lleva varios años, pero cuyos desafíos crecen día a día. En Europa las campañas de promoción están dirigidas a tres grupos objetivos, los supermercados, importadores y mercados mayoristas. Donde se ha apoyado la compra de fruta chilena con empleo de herramientas promocionales. Se trata de ser un socio que no sólo vende el producto, sino que ayuda a venderlo.

Es así como en el Reino Unido, Alemania, España, Italia y Rusia se ha trabajado en promoción en el punto de venta. Con ello se ha buscado resaltar las características del producto en términos de calidad, nutrición e inocuidad, con el objeto de apoyar a los clientes aumentando la rotación y venta del producto.

Una promotora ofrece fruta a degustar, exhibe y entrega material promocional. Esto ha logrado aumentar las ventas entre un 30% y un 55% durante los períodos en que se ha realizado la promoción.

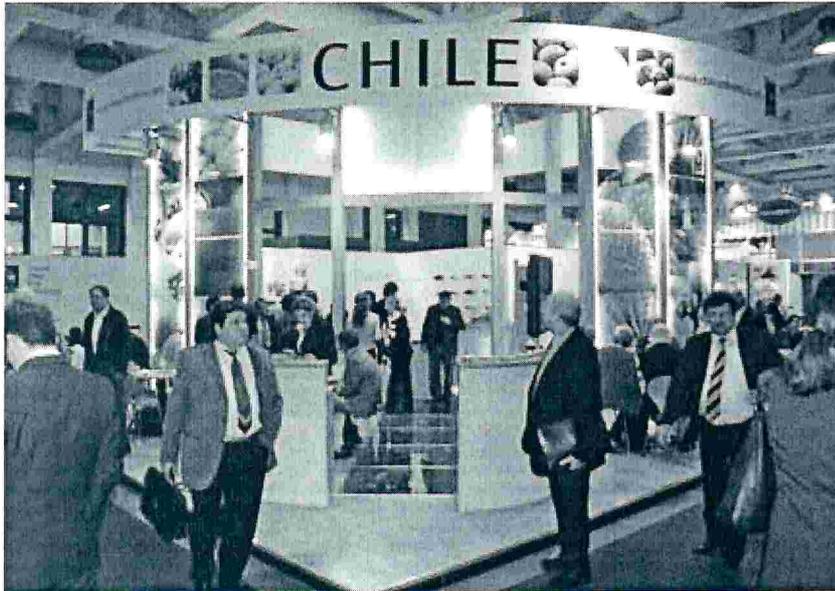
También se han publicado avisos publicitarios en revistas del rubro, así como se han realizado invitaciones a visitar Chile a periodistas especializados, líderes de opinión y encargados de compras de supermercados, con el propósito de afianzar las relaciones comerciales y promover las ventajas competitivas de la industria frutícola nacional, su infraestructura, procesos y las cualidades agro-climáticas.

En Japón y Corea se han realizado actividades en razón de las especiales características de estos mercados. Los estudios efectuados demostraron que la principal compradora, la dueña de casa, valora mucho la higiene e inocuidad de los productos y por ello se ha enfatizado en la entrega de información sobre los beneficios nutricionales e inocuidad de la fruta chilena, de modo de derribar la desconfianza de la dueña de casa japonesa.

La introducción de la cereza al mercado japonés en 2002 fue acompañada de una campaña, la cual logró una gran cobertura de la prensa escrita y televisión. Como en el país nipón es una costumbre regalar frutas, se aprovechó que las cerezas llegaban justo en la época navideña para promocionarlas como un regalo de Navidad.

Estados Unidos y Latinoamérica El Líder de la Contraestación

Disfrutar de una deliciosa fruta de verano chilena en medio del invierno norteamericano, es un privilegio que muchos habitantes del país del norte se están dando. Gracias a una campaña de promoción pionera en la industria, dirigida hacia el consumidor final, se está logrando un doble objetivo: por un lado comunicar a las personas las ventajas que ofrece nuestra fruta y por otro, mostrar



en qué cadena de supermercados está disponible. A cambio de esto, los supermercados incluyen a la fruta chilena en sus catálogos, grandes impulsores de la demanda en el país del norte.

Las campañas de promoción no sólo dan a conocer la fruta chilena, sino también los cuidados que debe tener para una mejor mantención. Si a través de estas indicaciones se logra generar una menor merma, la fruta chilena se hace mucho más rentable. En definitiva, se entrega confianza a los compradores, se sienten respaldados, hay un apoyo que se traduce en el valor esencial del trabajo en equipo, de la confianza y de ser un socio estratégico.

En México –el mercado más importante en Latinoamérica- la tarea de promoción ha sido muy exitosa. Aquí el público objetivo son las dueñas de casas y los niños y por esto los esfuerzos se han dirigido hacia ellos. Durante la celebración del Día del Niño 2005, se cerró el área de las frutas y verduras en un supermercado y se instalaron mesas y sillas para que los niños pudieran pintar y dibujar. Del mismo modo, para el Día de la Madre se regaló a cada mujer un clavel. Estas actividades han servido para lograr una mayor participación de la fruta chilena en el mercado mexicano, apoyar la comercialización, generar reconocimiento de la imagen de nuestra fruta fresca y consolidar a Chile como país proveedor confiable.

Nueva Página Web Información Precisa y a Tiempo

Desde fines de mayo está disponible la nueva página Web bajo el dominio www.chileanfreshfruit.com, la cual se ha estructurado de modo de entregar información dirigida al importador y al supermercado relativa a la disponibilidad, características del producto, regiones productivas, visión general de la industria, estadísticas, programas de inocuidad y acceso a materiales promocionales. En una primera etapa estará en inglés, español, hindi y chino. Para posteriormente incorporar el japonés y coreano.

Esta nueva página web fué diseñada con una imagen corporativa única incorporando la nueva imagen país.

En términos prácticos los usuarios tendrán acceso a estadísticas generales de la industria frutícola chilena y herramientas interactivas sobre cada una de las regiones productoras, de modo que el comprador pueda conocer las características específicas de la región donde se produce una determinada fruta, su clima, ubicación, etc.

Se creará también una intranet de modo que cuando se realice una campaña específica, el cliente tenga una clave y con ella pueda acceder a los diferentes elementos promocionales.



Nuevo Programa en Travel Channel: "Sabores de Chile"

Un nuevo programa que reúne aspectos turísticos, culturales y gastronómicos de Chile, será exhibido por el Travel Channel, programa en el cual, la fruta chilena tendrá un lugar destacado.

Cuando el productor inglés, Alasdair Grant, tuvo la idea de realizar un programa acerca de nuestro país, se contactó con los representantes de ProChile en Londres y junto con ASOEX se comenzó a trabajar la idea, concordando finalmente en presentar la imagen de un Chile turístico, gastronómico y cultural.

Fue así como se iniciaron las reuniones con diferentes sectores productores (frutas, salmón, vinos, carnes y turismo) las cuales culminaron exitosamente con el vamos al programa "Sabores de Chile" el que consta de cuatro capítulos y se exhibirá en junio y julio próximos por el canal Travel Channel para toda Europa, Medio Oriente y África.

El recorrido permitirá mostrar aspectos y sabores desconocidos de nuestro Chile, sabores que sin duda quedarán en el paladar de los televidentes.

Estadísticas

ESTADÍSTICAS

Evolución de Exportaciones de Fruta fresca, Abril 2006

Las exportaciones de frutas frescas al 30 de abril del presente año suman 1,59 millones de toneladas, cerca de 2% menos que al mismo período de la temporada anterior, este balance es consecuencia de una importante contracción en las exportaciones de frutos de carozo, paltas y manzanas verdes. Se estima que la presente temporada finalizará en términos de volumen con un balance final similar a la temporada pasada o levemente superior.

Las exportaciones de nectarines y duraznos registraron una importante caída, respecto al mismo período del año anterior, con un total de 44.733 toneladas de nectarines, 48.734 toneladas de duraznos y 79.452 toneladas de ciruelas, y una disminución de 29%, 16% y 18% respectivamente. Las cerezas por su lado, experimentaron un fuerte expansión de 62%, con una cifra récord de 22.486 toneladas.

Los despachos de uvas de mesa al 30 de abril muestran un incremento de un 6% respecto al ejercicio anterior, con 782.260 toneladas embarcadas. Esta cifra es el resultado de una disminución en las exportaciones de un 9% y 12% en la III y IV regiones respectivamente y un aumento de un 7%, 30% y 13% en la V, VI y Región Metropolitana.

Todas las variedades de uvas muestran una expansión con excepción de Red Globe, de hecho Flame Seedless, Thompson Seedless, Crimson Seedless y Sugraone registran aumentos de 7%, 9%, 20% y 6% respectivamente mientras que Red Globe una caída de 8%.

Respecto a las pomáceas se ha embarcado un 3% más de manzanas rojas, pero un 17% menos de manzanas verdes y un 2% más de peras en comparación con el mismo período de la campaña anterior, sumando 273.621 toneladas, 76.138 toneladas y 83.964 toneladas respectivamente. Las manzanas Royal Gala y

tipo Delicious se recuperaron de la contracción experimentada la temporada pasada con un aumento de un 10% y 5% en los envíos.

Las exportaciones de kiwis al 30 de abril llevan acumulado 65.155 toneladas, 1% menos que al mismo período del año pasado, no obstante se espera que esta cifra se recupere en los próximos meses, quedando con un balance final levemente superior al de la temporada pasada.

Las exportaciones de paltas muestran una importante contracción de un 34%, debido a la menor cosecha experimentada el año pasado, no obstante para el presente año se espera una cosecha que continúe la tendencia expansiva de las últimas temporadas. Las exportaciones de arándanos finalizaron con un aumento de un 34% y 15.143 toneladas; las frambuesas con una caída de 13% y 4.313 toneladas.

Respecto a los mercados, las colocaciones al 30 de abril en Estados Unidos de América totalizan 697.746 toneladas, 5% menos que el año anterior, debido a la fuerte contracción en los envíos de frutos de carozo y paltas. Por su lado los despachos a Canadá a la fecha del análisis registran aun aumento de 9% con 10.383 toneladas.

Europa ha absorbido 484.478 toneladas con una caída de 3% respecto al año anterior, debido a menores envíos de manzanas, peras y frutos de carozo. Las exportaciones destinadas al Lejano Oriente muestran un incremento de un 6%, con un total de 121.112 toneladas, mientras que los envíos al Medio Oriente, registran una caída de 9% sumando 48.551 toneladas.

Latinoamérica suma 233.401 toneladas exportadas y un aumento de 5%, debido fundamentalmente a mayores envíos a México, Brasil y Venezuela.

Panamá Reabre Mercado a Manzanas Chilenas

Producto de la visita a nuestro país, realizada durante el pasado mes de febrero, de una misión oficial del Ministerio de Desarrollo Agropecuario de Panamá, MIDA, encabezado por su Director Nacional de Sanidad Vegetal, el pasado 15 de marzo esta nación reabrió este mercado a las manzanas chilenas.

Con esto se reanudaron los envíos de manzanas a este mercado, los que en febrero de 2005, habían sido suspendidos, como consecuencia de nuevos requisitos fitosanitarios establecidos por la nación panameña. Durante su visita la misión evaluó en terreno el proceso de selección y embalaje de manzanas y el proceso de certificación fitosanitaria efectuado por el Servicio Agrícola y Ganadero.



Misión SAG/ASOEX a Japón y Corea

Una misión del Servicio Agrícola y Ganadero, SAG, presidida por su Director Nacional Sr. Francisco Bahamonde, e integrada por los jefes de las Divisiones de Protección Agrícola y Protección Pecuaria, señores Orlando Morales y Hernán Rojas, respectivamente, visitó Japón y Corea, a fines del mes de febrero, con el objeto de sostener reuniones técnicas bilaterales para facilitar el proceso de ingreso a Japón y Corea de productos agropecuarios chilenos. Integró también la misión el Gerente General de la Asociación de Exportadores de Chile, Sr. Miguel Canala – Echeverría.

La misión en Japón se reunió con el Director de la División de Protección de Plantas del MAFF de Japón Sr. Hayakawa, y el Director de la Oficina de Cuarentena Sr. Omura, oportunidad en la cual el SAG agradeció a las autoridades japonesas la confianza depositada en su institución al reconocer la erradicación de los focos de mosca de la fruta ocurridos durante 2005, así como la aprobación de ingreso de cinco nuevas variedades de cerezas, para su exportación a Japón y la aprobación de la alternativa de fumigación en origen con bromuro de metilo de cerezas en cajas embaladas, como alternativa al actual tratamiento de fumigación a granel.

En Corea se sostuvo una reunión con el Sr. Jong – Ho Baek, Director de la División de Protección de Plantas y Cuarentena, el Subdirector de Cuarentena Sr. Jong - Yoo Kim y la Sra. Mi Chang, del National Plant and Quarantine Service, NPQS. El SAG agradeció a las autoridades coreanas la confianza depositada en la institución chilena al levantar la cuarentena de todas las regiones que fueron afectadas por focos de mosca de la fruta el año pasado. Asimismo, el NPQS informó que la autorización de ingreso de las naranjas está en una etapa administrativa la que debería estar finalizada a fines del mes de mayo.





SECCIÓN 3. OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA

Cuando se trate de una propuesta que incluya más de una iniciativa, debe describirse el objetivo global en el cual se enmarcan las distintas iniciativas.

OBJETIVO GENERAL

El seminario propuesto tiene como objetivo difundir conocimientos y experiencias relevantes sobre las nuevas tendencias del consumo y distribución de frutas y hortalizas en los mercados internacionales, y que servirán para promover el desarrollo de una estrategia competitiva para el sector hortofrutícola chileno.

Objetivos Específicos:

Conocer e intercambiar experiencias con los expositores extranjeros.

Establecer un convenio marco entre las instituciones participantes Universidad Técnica Federico Santa María y el Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria del Gobierno de Aragón, a través del Jefe de Unidad e Investigador Dr. Luis Miguel Albisu, para favorecer el intercambio sistemático de experiencias e investigación en la disciplina.

SECCIÓN 4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA PROPUESTA

FECHA (Día-mes-año)	ACTIVIDAD	OBJETIVO	LUGAR
17 de Abril al 12 de Mayo	- Reuniones de organización Seminario Internacional	- Conformar equipo de trabajo - Contactar a expositores extranjeros - Definir temáticas y charlas - Definir actividades paralelas con expositores extranjeros	Universidad Técnica Federico Santa María (Sede Santiago)
10 al 21 de julio	- Contactos con empresas (hoteles, agencias de viajes, diseño, diario, etc.)	- Obtener cotizaciones	Universidad Técnica Federico Santa María (Sede Santiago)
10 al 14 de Agosto	- Diseño materiales difusión	- Definir diseño y contenidos de material de difusión (página Web, afiches, mail, pendón, carpetas, diplomas, lienzo, pendón, etc.)	Universidad Técnica Federico Santa María (Sede Santiago)
21 de Agosto	- Invitación seminario (mail, fax, teléfono); envío material de difusión (afiches); publicidad en diarios (Mercurio)	- Difundir el seminario internacional	Universidad Técnica Federico Santa María (Sede Santiago)

22 de Septiembre	- Reunión coordinación final	- Determinar con el equipo organizador sobre aspectos organizativos y de coordinación.	Universidad Técnica Federico Santa Maria (Sede Santiago)
24 de Septiembre	- Atención equipo expositor	- Atender aspectos de traslados, recepción, estadía, alimentación de expositores extranjeros	Aeropuerto/ Hotel Marriott
25 de septiembre	- Reunión Director y Profesores Departamento de Industrias	- Concretar convenios de cooperación académica	Universidad Técnica Federico Santa Maria (Sede Santiago)
26 de Septiembre	- Realización del seminario Internacional	- Acreditación de asistentes - Desarrollo del seminario - Clausura	Hotel Marriott
27 de septiembre	- Salida a terreno equipo expositor y organizador	- Visitar empresas de alimentos	RM
28 de septiembre	- Tour expositores	- Visitar Viña del Mar y Valparaíso	V región
26 de Septiembre al 26 de Octubre	- Preparación y presentación de informe técnico y financiero a FIA	- Dar a conocer resultados del seminario internacional y demás actividades a FIA	Universidad Técnica Federico Santa Maria y FIA



SECCIÓN 5. ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN

FECHA (Día-mes-año)	TIPO DE ACTIVIDAD	OBJETIVO	LUGAR	Nº Y TIPO BENEFICIARIOS	INFORMACIÓN A ENTREGAR
26-sep	Seminario Internacional Marketing Agroalimentario	Difundir conocimientos y experiencias relevantes sobre las nuevas tendencias del consumo y distribución de frutas y hortalizas en los mercados internacionales, y que servirán para promover el desarrollo de una estrategia competitiva para el sector hortofrutícola chileno, desde la base de los retos que se avecinan.	Hotel Marriott Av. Kennedy 5741 Vitacura, Stgo.	80 Agroempresarios, Profesionales agrónomos, Ingenieros Comerciales, Exportadores, Estudiantes	Charlas de expositores en CD



SECCIÓN 6. RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS

Con la realización del **Seminario Internacional en “Marketing Agroalimentario”**, se espera la participación de al menos 100 personas, los que corresponderán en su mayoría a Agro empresarios, Profesionales agrónomos, Profesionales en alimentos, Académicos.

Como resultado del seminario se espera que los asistentes comprendan que el marketing agroalimentario es una de las herramientas que permite lograr un conocimiento acabado de los mercados consumidores de productos alimenticios.

Las empresas agroalimentarias, que logren desarrollar una estrategia comercial (o mezcla comercial), apoyada en estas herramientas de marketing, y alcancen la mejor satisfacción del cliente al interior del mercado meta, tendrán en gran parte garantizada una posición competitiva a largo plazo, traducándose en índices de liquidez y rentabilidad superior a la media de sus competidores.

SECCIÓN 7. ANTECEDENTES DE LA ENTIDAD RESPONSABLE Y DE LAS ENTIDADES ASOCIADAS

ANTECEDENTES DE LA ENTIDAD RESPONSABLE

(Adjuntar antecedentes adicionales en el Anexo 3)

SECCIÓN 8. CARACTERÍSTICAS DE LA RELACIÓN ENTRE LA ENTIDAD RESPONSABLE Y LA(S) ENTIDAD(ES) ASOCIADA(S)

(No hay entidad asociada)

SECCIÓN 9. VINCULACIÓN DE LAS PERSONAS O ENTIDADES POSTULANTES CON EL TEMA O CONTENIDOS DE LA INICIATIVA PROPUESTA

PERFIL DE LOS POTENCIALES PARTICIPANTES, ASISTENTES, BENEFICIARIOS, ENTRE OTROS.

Los contenidos temáticos a tratar por su pertinencia y relevancia están dirigidos a todos los profesionales de empresas vinculadas con la actividad agrícola, pecuaria y agroalimentaria, tanto del ámbito público y privado. Entre estos mencionamos a:

- Agro empresarios
- Profesionales Agrónomos
- Profesionales de alimentos
- Otros Profesionales y Asesores Técnicos
- Académicos y Estudiantes.

RELACIÓN DE LA PROPUESTA CON LAS ACTIVIDADES INNOVATIVAS QUE LOS POSTULANTES DESARROLLAN O TIENEN PREVISTO DESARROLLAR EN EL CORTO PLAZO

El Departamento de Industria de la Universidad Técnica Federico Santa María, durante este año ha mantenido conversaciones con el Jefe de Unidad e Investigador Dr. Luis Miguel Albisu, del Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria del Gobierno de Aragón, para favorecer el intercambio sistemático de experiencias e investigación en la disciplina. Por ello surge esta primera iniciativa para organizar este seminario internacional, que servirá como una primera instancia para emprender y desarrollar proyectos conjuntos de investigación y extensión relacionados con esta temática.



SECCIÓN 10. COSTOS TOTALES (POR ÍTEM) Y ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DE LA PROPUESTA (en pesos)

ÍTEM	COSTO TOTAL	APORTE DE CONTRAPARTE	APORTE SOLICITADO	PORCENTAJE (aporte solicitado / costo total)
RECURSOS HUMANOS	2.650.000	1.090.000	1.560.000	58,9%
TRANSPORTE AÉREO	2.969.450	0	2.969.450	100,0%
GASTOS DE TRAMITACIÓN DE VISAS	0	0	0	
TRANSPORTE TERRESTRE	80.000	80.000	0	0,0%
ALOJAMIENTO	1.368.000	1.368.000	0	0,0%
VIÁTICOS DE ALIMENTACIÓN Y GASTOS MENORES DE TRANSPORTE	412.500	412.500	0	0,0%
GASTOS DE INTÉRPRETE O TRADUCTOR	0	0	0	
GASTOS DE DIFUSIÓN	2.058.550	2.058.550		0,0%
INGRESO A FERIAS, SEMINARIOS O SIMILARES	0	0	0	
HONORARIOS DE ASESORES PARA LA ORGANIZACIÓN DE LA PROPUESTA	0	0	0	
GASTOS DE ORGANIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD	3.506.256	3.506.256	0	0,0%
OTROS GASTOS	0	0	0	
GASTOS GENERALES Y DE ADMINISTRACIÓN	200.000	200.000	0	0,0%
IMPREVISTOS	0	0	0	
GASTOS DE EMISIÓN DE GARANTÍA	19.000	19.000	0	
TOTAL	13.263.756	8.734.306	4.529.450	34,1%
PORCENTAJE		65,9%	34,1%	



**SECCIÓN 10.1 CUADRO RESUMEN Y PROCEDENCIA DE LOS APORTES
DE CONTRAPARTE (en pesos)**

ÍTEM	Aporte Postulante(s) individual(es)	Aporte Entidad Responsable	Aporte Entidad Asociada(s)	Aporte Otra procedencia (especificar)	TOTAL Aporte Contraparte
RECURSOS HUMANOS	0	1.090.000	0	0	1.090.000
TRANSPORTE AÉREO	0	0	0	0	0
GASTOS DE TRAMITACIÓN DE VISAS	0	0	0	0	0
TRANSPORTE TERRESTRE	0	80.000	0	0	80.000
ALOJAMIENTO	0	1.368.000	0	0	1.368.000
VIÁTICOS DE ALIMENTACIÓN Y GASTOS MENORES DE TRANSPORTE	0	412.500	0	0	412.500
GASTOS DE INTÉRPRETE O TRADUCTOR	0	0	0	0	0
GASTOS DE DIFUSIÓN	0	2.058.550	0	0	2.058.550
INGRESO A FERIAS, SEMINARIOS O SIMILARES	0	0	0	0	0
HONORARIOS DE ASESORES PARA LA ORGANIZACIÓN DE LA PROPUESTA	0	0	0	0	0
GASTOS DE ORGANIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD	0	3.506.256	0	0	3.506.256
OTROS GASTOS	0	0	0	0	0
GASTOS GENERALES Y DE ADMINISTRACIÓN	0	200.000	0	0	200.000
IMPREVISTOS	0	0	0	0	0
GASTOS DE EMISIÓN DE GARANTÍA	0	19.000	0	0	19.000
TOTAL	0	8.734.306	0	0	8.734.306



REALIZACIÓN DE EVENTOS TÉCNICOS O FERIAS TECNOLÓGICAS

CÓDIGO

(uso interno)

NOMBRE DEL EVENTO TÉCNICO O FERIA TECNOLÓGICA

Seminario Internacional "Marketing Agroalimentario"

OBJETIVO ESPECÍFICO DEL EVENTO TÉCNICO O FERIA TECNOLÓGICA

El seminario Internacional "Marketing Agroalimentario", se realizará el día 26 de septiembre del 2006.

El seminario tendrá una duración de 8 horas, y el objetivo principal del seminario propuesto es difundir conocimientos y experiencias relevantes sobre las nuevas tendencias del consumo y distribución de frutas y hortalizas en los mercados internacionales, y que servirán para promover el desarrollo de una estrategia competitiva para el sector hortofrutícola chileno.

DESTINATARIOS DEL EVENTO TÉCNICO O FERIA TECNOLÓGICA

Los contenidos temáticos a tratar por su pertinencia y relevancia están dirigidos a todos los profesionales de empresas vinculadas con la actividad agrícola, pecuaria y agroalimentaria, tanto del ámbito público y privado. Entre estos mencionamos a:

- Agro empresarios
- Profesionales Agrónomos
- Profesionales de alimentos
- Otros Profesionales y Asesores Técnicos
- Académicos y Estudiantes.

LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD

Indicar la localización exacta del lugar en que se realizará la actividad, especificando dirección, ciudad(es), provincia(s) y región(es).

Este seminario Internacional se realizará en el Hotel Marriott, ubicado en Av. Kennedy 5741, Las Condes, Santiago.



EQUIPO ORGANIZADOR Y EXPOSITORES - REALIZACIÓN EVENTOS O FERIAS TECNOLÓGICAS

Nombre	Nivel de Formación	País	Lugar de trabajo	Actividad principal	Rol a cumplir (organizador o expositor)	Firma
1. Jorge Puiggros Mazuela	Ingeniero Agrónomo.	Chile	Departamento de Industrias. Universidad Técnica Federico Santa María	Director Extensión e Investigador	Coordinador	
2. Cristobal Fernández Rubin	Ingeniero Industrial. Doctor Universidad Lleida (España)	Chile	Departamento de Industrias. Universidad Técnica Federico Santa María	Docente e investigador	Expositor	
3. Luis Miguel Albisu Aguado	Ingeniero Agrónomo. Ph. D. Universidad de Cornell (USA) Dr. ETSIA (España) M. Sc. Universidad de Newcastle (UK)	España	Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria. Gobierno de Aragón. Zaragoza, España	Jefe de Unidad e investigador	Expositor	
4. Marian García Martínez	Ingeniero Agrónomo. Ph.D. University of Reading (UK) M.Sc. University College of Wales (UK) M.Sc. International Centre for Advance Mediterranean Agronomic Studies (España)	España	Departamento de Ciencias Agrícolas. Imperial College. Universidad de Londres	Investigador	Expositor	
5. Narciso Arcas Lario	Ingeniero Agrónomo. Doctor Universidad Politécnica de Valencia (España)	España	Universidad Politécnica de Cartagena	Profesor Investigador	Expositor	



METODOLOGÍAS Y TÉCNICAS A UTILIZAR Y MATERIAL DE APOYO A ENTREGAR

El Seminario internacional durará una jornada, comenzando a las 08:00 a.m. con la respectiva acreditación y entrega de material a los asistentes. Se estima un descanso o pausa para los cafés y almuerzo.

El seminario correspondiente se realizará a través de charlas, donde los relatores contarán con el apoyo de equipos (Notebook y data show).

ASPECTOS ECONÓMICOS DEL EVENTO TÉCNICO O FERIA TECNOLÓGICA

CARACTERÍSTICAS DE LA MATRÍCULA O INSCRIPCIÓN (MONTO, MODALIDAD DE PAGO, BENEFICIOS Y MATERIALES QUE INCLUYE)

El valor de inscripción para el seminario, será de \$ 80.000.-. El valor de inscripción comprende, una carpeta, block de notas, lápiz, presentaciones de las exposiciones en CD, almuerzo, cafés, y certificado de participación para cada asistente.

CUPOS DE ASISTENCIA

Se estima una asistencia de 100 personas (incluidas las 20 personas becadas)

BECAS (TIPO DE BECA, MONTO, CANTIDAD, CRITERIOS DE ASIGNACIÓN)

Se otorgarán 20 becas, sin costo de inscripción (con los mismos beneficios que el resto de los asistentes)

ESTRATEGIA DE CONVOCATORIA AL EVENTO O FERIA TECNOLÓGICA

Para la difusión del seminario se publicarán 2 avisos en la "Revista Campo", El Mercurio; se enviarán mails electrónicos según base de datos, afiches y una página web para el seminario.



COSTOS TOTALES (POR ÍTEM) Y ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO (pesos) DE LA REALIZACIÓN DE EVENTOS O FERIAS TECNOLÓGICAS(en pesos)

ÍTEM	COSTO TOTAL	APORTE DE CONTRAPARTE	APORTE SOLICITADO	PORCENTAJE (aporte solicitado / costo total)
RECURSOS HUMANOS	2.650.000	1.090.000	1.560.000	58,9%
TRANSPORTE AÉREO	2.969.450	0	2.969.450	100,0%
GASTOS DE TRAMITACIÓN DE VISAS	0	0	X	X
TRANSPORTE TERRESTRE	80.000	80.000	0	0,0%
ALOJAMIENTO	1.368.000	1.368.000	0	0,0%
VIÁTICOS DE ALIMENTACIÓN Y GASTOS MENORES DE TRANSPORTE	412.500	412.500	0	0,0%
GASTOS DE INTÉRPRETE O TRADUCTOR	0	0	0	
GASTOS DE DIFUSIÓN	2.058.550	2.058.550	0	0,0%
INGRESO A FERIAS, SEMINARIOS O SIMILARES	0	0	X	X
HONORARIOS DE ASESORES PARA LA ORGANIZACIÓN DE LA PROPUESTA	0	0	X	X
GASTOS DE ORGANIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD	3.506.256	3.506.256	0	0,0%
OTROS GASTOS	0	0	0	
GASTOS GENERALES Y DE ADMINISTRACIÓN	200.000	200.000	0	0,0%
IMPREVISTOS	0	0		
GASTOS DE EMISIÓN DE GARANTÍA	19.000	19.000	X	X
TOTAL	13.263.756	8.734.306	4.529.450	34,1%
PORCENTAJE		65,9%	34,1%	

**CRITERIOS Y MÉTODOS DE VALORIZACIÓN UTILIZADOS EN EL CALCULO (en pesos)
DE COSTOS REALIZACIÓN EVENTOS O FERIAS TECNOLÓGICAS**

Ítem	Aporte Contraparte (Pesos)	Aporte Solicitado (Pesos)	Nº de Cotización (Anexo 8)
RECURSOS HUMANOS			
Honorarios 3 expositores españoles. Valor honorarios expositor , 1000 Euros, equivalentes a \$ 650.000.- (actividades: exposición de 2 temas en Seminario Internacional , charlas en Universidad y empresas)	390.000	1.560.000	
Honorarios expositor Universidad Técnica Federico Santa Maria . Valor honorarios expositor \$ 200,000 (Actividades: exposición de 1 charla en Seminario Internacional)	200.000		
Honorarios coordinador Universidad Técnica Federico Santa Maria (Coordinación y organización Seminario internacional)	300.000		
Colaboradores (Organización seminario internacional) . Valor honorarios colaborador \$ 100.000.-	200.000		
TRANSPORTE AÉREO			
Pasaje Aéreo (Madrid/Stgo/Madrid), para 2 expositores españoles. Valor pasaje más tasa de embarque y seguro de viaje . US\$ 1700.-		1.897.500	# 2
Pasaje Aéreo (Londres/Stgo/Londres), para 1 expositor español . Valor pasaje más tasa de embarque y seguro de viaje . US\$ 1949.-		1.071.950	# 2
Cotización 1 dólar = 550 pesos.			
TRANSPORTE TERRESTRE			
Traslados Aeropuerto/Hotel/Aeropuerto expositores españoles (Taxi privado)	50.000		
Bencina (traslados equipo expositor y equipo trabajo)	30.000		
ALOJAMIENTO (EQUIPO EXPOSITOR)			
Alojamiento 3 expositores españoles durante 6 noches. . Valor habitación single Hotel Marriott \$ 76000.-	1.368.000		# 1
VIÁTICOS DE ALIMENTACIÓN Y GASTOS MENORES DE TRANSPORTE			
Viático alimentación 3 expositores españoles por 5 días de estadía. Valor día US\$ 50.- , aproximadamente \$ 27,500.-	412.500		
GASTOS DE DIFUSIÓN			
Aviso Diario (Revista El Campo/Mercurio) (2)	1.700.320		# 6
Diseño sitio Web seminario (1)	100.000		
Afiches papel couché 60x40 cm. (200)	258.230		# 3

GASTOS DE ORGANIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD			
Arriendo sala auditorio Seminario Hotel Marriott (1 día)	416.500		# 1
Arriendo PC Hotel Marriott (1 día)	65.450		# 1
Arriendo data show Hotel Marriott (1 día)	107.100		# 1
Arriendo sistema de amplificación Hotel Marriott (1 día)	178.500		# 1
Arriendo telón Hotel Marriott 1 (día)	53.550		# 1
Carpetas plásticas con impresión para seminario (100)	226.100		# 4
Porta credenciales (100)	47.000		# 4
Lápices (100)	30.000		
Cds y fundas (100)	40.000		
Diplomas participantes. Valor diploma \$1000.- (100)	100.000		
Lienzo (1)	17.136		# 5
Pendones (2)	21.420		# 5
Almuerzo asistentes seminario. Valor \$ 13685.- Hotel Marriott	1.368.500		# 1
Café asistentes seminario (2 persona/día). Valor café \$ 2975.-, Hotel Marriott	595.000		# 1
Cena bienvenida equipo expositor y equipo organizador Santiago (12 personas)	120.000		
Cena despedida equipo expositor y equipo organizador Santiago (12 personas)	120.000		
GASTOS GENERALES Y DE ADMINISTRACIÓN			
Se considera gastos de teléfono, fax, computador, fotocopias, etc.	200.000		
GASTOS DE EMISIÓN DE GARANTÍA			
Emisión garantía	19.000		
TOTAL \$	8.734.306	4.529.450	



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA

ANEXO 1: CURRICULUM VITAE

del Coordinador de la propuesta, postulantes (profesionales), integrantes de equipo técnico, consultor, según corresponda

ANEXOS

ANEXO 1: CURRICULUM VITAE

del Coordinador de la propuesta, postulantes (profesionales), integrantes de equipo técnico, consultor, según corresponda

CURRICULUM VITAE FORMATO TIPO

1. ANTECEDENTES PERSONALES

Apellidos y nombres:	CRISTOBAL FERNANDEZ ROBIN
Fecha de nacimiento y lugar:	29 Diciembre 1965, Santiago
Nacionalidad:	Chilena
RUT o Número de Pasaporte:	9.852.719-2
Domicilio particular:	Avda Espana 1680
Región:	Valparaiso
Teléfono particular:	
Lugar de trabajo:	Universidad Tecnica Federico Santa Maria
Dirección laboral:	Avda Espana 1680
Región:	Valparaiso, V region
Teléfono laboral:	
Fax laboral:	
E-mail:	Cristobal.fernandez@usm.cl
Profesión:	Ingeniero Civil Industrial
Idiomas que maneja:	Ingles, Espanol
En caso de emergencia avisar a:	Lionel Valenzuela
Nombre	
Teléfono	02-3531330

2. ANTECEDENTES ACADEMICOS

Magister en Ciencias de la Ingenieria Industrial Univ. De Chile 1998

3. ESTUDIOS SUPERIORES

Doctor en Ciencias Empresariales Universidad de Leida, Espana 2003

Postitulo en Marketing Universidad adolfo Ibanez

Postitulo Marketing para Institutos Educativos ITEMA Espana

4. EXPERIENCIA PROFESIONAL (últimos cuatro años)

1999 a la fecha Director del Departamento de Industrias de la Universidad Tecnica Federico Santa Maria

1995 a la fecha Director Programa de Ingenieria Civil Industrial vespertino para Ingenieros de Ejecucion

1990 a la fecha Academico Jornada Completa Departamento de Industrias

2000 a la fecha Consultor de CODICE, Argentina en Investigación de Mercados

2001 Posicionamiento de marca y comportamiento de compra en linea de productos Soprole

5. PUBLICACIONES (últimos cuatro años)

Analisis de competencias de los Egresdos de Ingenieria Civil Industrial de la YTFSM, Revista Trend Managements Mayo 2005 ISSN 0328-9117

El efecto de las características culturales de un país en la Adopción del comercio electrónico B2C, Revista Pensamiento y Gestión 2004 ISSN 1657-6276

Segmentación de mercados: Buscando la correlación entre variables demográficas y psicológicas" Revista Colombiana de marketing 2001 ISSN 1657-4613

Analisis de la Competencias a carreras de pregrado Taller 6x4 UEALC MERCOSUR Argentina 2004

Marketing Research in Chile, Industry and market trends: Latin American conference 2003 Sao Paulo Brasil 2002

Investigacion:

Marketing Estrategico, una vision aplicada a la realidad empresarial para la generacion de las competencias requeridas en la disciplina del marketing USM28.06.34

Metodologia Integrada en Investigacion de Mercados de Productos Industriales, USM 96.29.01

Aglutinacion de modelos de escalamiento multidimensionale y analisis de correspondencias. USM 28.00.62

Centro de Investigacion "Nueva Economia" USM 28.01.11 La interaccion de Chile en el MERCOSUR USM 28.00.62

Asesorias:

Reestructuracion Organizacional, Evaluacion de proyectos, Energia Solar, Marketing e Investigacion de Mercados (Codelco, division Andina, Chuquicamata, y teniente) Felpro, Copesa, Cepal, Margagim, Ambrosoli, Soprole, , Ban Medica, ING, Lan Chile, Head, El Mercurio, Bticino, Conservas Centauro y otras

6. ACTIVIDADES DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN en que ha participado (últimos cuatro años)

Docencia en Postgrado:

Magister en Gestion Empresarial (MBA) Maarketing Gerencial, UTFSM

Maestria en Banca y Finanzas "Taller de tesis" UTFSM Ecuador

Maestria en administracion de empresas (MBA) Marketing y Markstrat, Ecuador

Magister en administracion de Empresas "Marketing" Universidad Maritima, Chile

Magister rn Administracion de Empresas "investigacion de Mercados" Universidad de Valparaiso, Chile

Docencia en Pregrado:

Universidad Tecnica Federico Santa Maria (1998 a la fecha)

Universidad Argentina de la Empreas (1999)

Universidad Catolica de Valparaiso (1994-1996)

Docencia en Capacitacion:

A empresas en area de Marketing , Investigacion de Mercados, energia Solar, Reemplazo de equipos y Evaluacion de proyectos

CURRICULUM VITAE

Nombre: Jorge Puiggros Mazuela
Fecha Nacimiento: 11 Diciembre 1945
Nacionalidad: Chileno
Rut: 4.073.816-9
Estado Civil: casado
Hijos: 4
Direccion: Camino del Alto 2525
Renaca, Vina del Mar
Telefonos: 32-857094
09-8189646

Estudios Primarios y secundarios::

1950-1955 Saint George College, Santiago
1956-1961 Sagrados Corazones, Vina del Mar
1961-1962 Bishop Oconnel High School, Ar, Va. U.S.A

Estudios Universitarios:

1963/1968 Universidad Catolica de Valparaiso
Facultad de Agronomia

1968-1970 University of California, Davis, U.S.A.
Postgrado en Animal Science

1970 Titulado Ingeniero Agronomo,
Universidad Catolica de Valparaiso

1985 Universidad de Waageningen, Holanda,
Seminario de Produccion de flores, comercializacion y uso de buenas
practicas agricolas

2001 Universidad Adolfo Ibanez, Valparaiso
Curso y Seminario de Empresas Familiares

2005 Seminario Internacional de Buenas Practicas Agricola, Chile Agosto 2005
2005 Seminario Internacional de Trazabilidad Agricola en la Fruticultura Chilena.

Trabajos Academicos:

1969-1971: Profesor de catedra Introduccion a la Agricultura de la Facultad de Agronomia, de la Pontificia Universidad Catolica de Chile.

1975-1977 Profesor de Produccion Animal, Produccion lechera, de la Facultad de Agronomia de Universidad Catolica de Valparaiso.

1979 Dicta Charla y seminario en la Facultad de Economia de La Pontificia Universidad Catolica de Chile, sobre Empresarios Emergentes autodidactas en empresas agricolas de exportaciones no tradicionales.

Trabajos De Investigacion:

1971 Seminario de Zootecnia en ciudad de Mexico, Invitado por el Congreso Mundial de Veterinaria.

1969-1971 Profesor de investigacion del centro experimental de Pirque del Dpto Zootecnia de la Pontificia Universidad Catoica de Chile

1980-1990 Varios trabajos de investigacion en produccion de flores de exportacion,,procesos productivos, manejos post cosecha, manejo de personal,, y relacion con los sindicatos.

1991 Estudio de factibilidad de exportacion de flores a paises latinoamericanos y U.S.A. aprobado por Fia para aissitir a diversas exposiciones en Ecuador y Colombia

1992-1993 Estudio de la flora Chilena, con Adriana Hoffmann y sus posibilidades de recuperar el material genetico y su uso en la produccion de flores de exportacion.

1993-1996 Estudio de adaptacion de Especie Peonias en la XII region, Punta Arenas en convenio con la Universidad de Magallanes y la Empresa Sahin de Holanda

1991-1992 Proyecto de produccion de bulbos de flores en las zonas de Canete y Puyehue aprobado por FIA e Indap y efectuado con pequenos productores, especialmente en zonas indigenas., Manejo de agricultores y de formacion de Cooperativas de produccion agricola exportable

2002-2003 Proyecto y ensayo de produccion de flores en la I region, Arica, Valle de Azapa como alternativas de produccion de exportacion en convenio con Corfo y Ministerio Agricultura

- 2003-2004 Estudio de mercado y posibilidades de producción de flores en República de El Salvador, invitado por el Ministerio de Economía y Fomento de Exportaciones de ese país.
- 2004 Estudio de mercado y posibilidades de producción de flores bulbosas en Guatemala, invitado por asociación de productores de follajes de Guatemala
- 2004 Estudio de Mercado y posibilidades producción de Flores, y construcción de infraestructura de Inveranderos, en el Estado de Puebla, México, invitado por el Secretario Ministerial de Agricultura de Puebla, México.
- 2005 Seminario desafíos y Perspectivas del sector agroalimentario: Formación del Recurso Humano Consejo de Rectores de Univ. Chilenas FAO

Trabajo Profesional:

- 1968-1971 Cooperativa Campesina Cocaval, Área de la V región, asesoría de manejo de predios agrícola con pequeños agricultores, financiamiento y asesoría técnica.
- 1971-1974 Ingeniero Agrónomo, Programa Ganadero Sur, Corfo, con sede en Puerto Montt, X Región, Encargado de Desarrollo de Planes de desarrollo predial, importación de ganado lechero mediante sistema de banco ganadero
- 1974 Gerente Regional Corfo(corporación de fomento de la producción) X Región
- 1974-1975 Ingeniero Agrónomo Corfo/Valparaíso programa regularización situación agrícola en la V región,
- 1976-1990 Gerente General Flores del Sur Ltd
- 1991-2000 Gerente General Pacific Flowers. S.A. y Condor Bulbs S.A.
- 1991-2005 Director de la Asociación de Flores Asoexpo, de Chile
- 2001-2002 Gerente General Soc. Agrícola Fiorella Ltda.
- 2002-2005 Presidente South Pacific Flowers, Miami, Fl. U.S.A
- 2005 Gerente General Soc. Agrícola Fiorella Ltd.
Presidente Directorio Agrícola Mater S.A.
Director Gerente Soc Inversiones Kiaroa S.A.
- 2005 Miembro del grupo consultor Fia y Ministerio de Agricultura para el desarrollo de la floricultura en Chile

- 2005 Miembro del comité nacional de Buenas Practicas Agricola y trazabilidad en la agricultura ornamental del Ministerio de Agricultura de Chile
- 2005 Miembro del comité de estudio de los nuevos curriculum por competencias en las carreras de Agronomia ye Ingenieria de los Alimentos de la Universidad de Valparaiso
- 2005-06 Coordinador de extension y vinculoes de la Universidad de Valparaiso campus Rengo, Nueva facultad de Agronomia y Agroindustria
- 2005-07 Consultor de la Presidencia de la Republica de El Salvador, Proesa, acerca del potencial exportador en la agroindustria, eco turismo, proyectos para inversionistas y programacion academica en las facultades de Agronomia y Alimentos con curriculum por competencias.
- 2006 Consultor permanente de Proesa El Salvador para desarrollar la agroindustria y potenciar las exportaciones , Coolaborar con la educacion Universitaria en el campo agricola, y desarrllo de la infraestructura portuaria para las exportaciones.

Visitas el Extranjero:

- 1990 Visita Con el Presidente de la Republica a Holanda, donde se concretaron proyectos financiados por el gobierno de Holanda en asociacion con Productores Holandeses para la produccion de Bulbos en Chile, hoy con Exportaciones sobre los US\$ 10.000.000. Pioneros en este rubro en Chile
- 1992 Visita con Ministro de Economia a Francia, Espana, Belgica, Holanda y Tunez, prospeccion de mercados para productos no tradicionales.
- 1993 visita a Brasil con el Presidente de la Republica con el fin de analizar posibiidades de joint venture con productores Brasileiros.
- 1997 visita al Asia, Japon y China con Ministro de Economia y otros empresarios con el fin de ver posibilidades de comenzar un tratado agricola entre los dos paises, fructificando convenios agricolas vigentes.
- 1998-2004 Varios Viajes a seminarios y visita agricultores y Universidades a Holanda referente a la produccion de Bulbos de Flores, Manejo de postcosecha, aspectos productivos y fitosanitarios etc..... Tambien estudio de factibilidad de Aplicación de Biotecnología en la reproduccion in vitro de bulbos de flores
- 2005 Visiita e El Salvador y Guatemala para el estudio de factibilidad de produccion de flores y su exportacion al mercado americano.

Otros cargos

- 1975-1980 Concejal de la Comuna de Olmue
- 1998-2004 Consul del Reino de los Paises Bajos, Holanda, en Chile
- 1995-2005 Miembro Rotary Club Miramar, de Vina del Mar
- 1990-2005 Miembro de la Asociacion de Exportadores de Chile
- 1975-1990 Representante en Chile de Empresas de Fertilizantes DSM Holanda., se introdujo el uso de fertilizantes soluble especiales para uso en riego por goteo en especial para las zonas deserticas del Norte en la produccion de uvas de exportacion.
- 1975-1991 Representante en la V region de las semillas Petoseed, introduciendo el uso de semillas Hibridas en Chile en Hortalizas entre los productores nacionales
- 1975-1992 Representante en Chile de Empresa Koiij de Holanda, produccion de esquejes para Chile y latinoamerica.
- 2005 Coordinador desarrollo nuevos negocios internacionales Universidad Valparaiso , Proyecto Rengo

Curriculum vitae

Nombre: Luis Miguel Albisu Aguado

Fecha: Abril 2006

Participación en Proyectos de I+D financiados en Convocatorias públicas.
(nacionales y/o internacionales)

- Análisis del sector vitivinícola (1980-1987), financiado por el INIA.
- La producción de cereales pienso y su integración con el sector ganadero (1984-1988), financiado por el Comité Hispano-Norteamericano.
- Comercialización asociativa, a nivel de autonomía, ante la CEE. Aplicación a los subsectores del vino y de las frutas de Aragón (1984-1987), financiado por la Diputación General de Aragón.
- Estudio de la comercialización de los productos hortícolas producidos en los invernaderos de Andorra (1986-1988), financiado por Endesa.
- Economía de áreas salinas irrigadas en la Cuenca del Ebro. Aplicación a Bardenas I (1988-1990), financiado por INIA.
- Análisis económico de aspectos relevantes del sector de los cereales (1988-1990), financiado por INIA.
- Economía de los frutos secos: producción, comercialización y comercio exterior (1991-1992), financiado por CICYT.
- Estudio del panel de consumidores del MAPA (1992-1994), financiado por INIA.
- Desarrollo rural integral en espacios naturales protegidos. Su aplicación a Aragón (1994-1996), financiado por INIA.
- Efectos de la reforma de la PAC y del acuerdo del GATT sobre el sector de los cereales y la ganadería (1995-1998), financiado por INIA.
- Adopción de tecnologías sostenibles: determinantes económicos y no económico (1996-1997), financiado por Economic and Social Research Council-Inglaterra.
- Valoración de la competitividad de la agroindustria en el Valle del Ebro (1998-2000), financiado por INIA.
- Factores determinantes en la localización, innovación y desarrollo de la industria agroalimentaria en Aragón (1999-2001), financiado por el CONSI+D (DGA).
- Adaptación de las industrias agroalimentarias, con Denominación de Origen y calidad certificada, a los nuevos retos de los mercados (2001-2003), financiado por INIA.
- Nuevas tecnologías en la standarización y garantía de la calidad, desarrollo de sistemas de conservación, elaboración de nuevos productos preparados y estudio de mercado del cordero ligero del Área Mediterránea (2001-2003), financiado por CDTI.
- Industrias agroalimentarias, denominaciones de origen y calidad certificada (2001-2004), financiado por INIA. Investigador Principal: L.M. Albisu. Investigadores: A. Gracia, A.I. Sanjuán.
- Development of Origin Labelled Products: Humanity, Innovation and Sustainability (DOLPHINS) (2002-2004), financiado por UE.
- Typical food products in Europe: consumer Preference and objective assessment (TYPIC) (2002-2004), financiado por UE.
- Plan estratégico de la comercialización de los vinos de la DO Calatayud (2004-2005), financiado por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calatayud. Investigador principal: L.M. Albisu.
- Modelización del sector agrario español: análisis, predicción y simulación de políticas (RTA04-103) (2004-2007), financiado por INIA.
- Key factors influencing economic relationships and communication in European food chains, (2005-2008) financiado por UE.

Publicaciones o Documentos Científico-Técnicos

- ALBISU L.M., BLANDFORD D., 1979. The influence of the European Community's Tariff Policy on European Oranges and Mandarines Prices. *Acta Horticulturae* 97, 269-275.
- ALBISU L.M., 1980. Evaluación de los efectos que el sistema de precios de preferencia del Mercado Común ejerce sobre los precios de mercado. *ITEA*. 38, 5-14.
- ALBISU L.M., 1980. Modelling Risk for Planting Perennial Plants. Consideration and Modelling of Risk in the Agribusiness Sector, 77-78. Ed. C.H. Hanf y G. Shiefer. *Kieler Wissen*. Kiel (Alemania).
- ALBISU L.M., ALEJANDRE J.L., 1980. Análisis comparativo entre la reglamentación vitícola española y la del Mercado Común. *La Semana Vitivinícola* 784, 4051-4057.
- ALBISU L.M., 1982. Situación en la CEE del mercado de quesos de oveja y cabra. *ITEA*, Vol. extra número 1 (Economía y técnica de la producción de leche y queso de oveja y cabra), 10-28.
- ALBISU L.M., 1982. Empirical Evidence of the Main Factors Affecting Orange Yields in the Mediterranean Area. *Scientia Horticulturae*. Vol. 18, 2, 119-124.
- ALBISU L.M., LOPEZ T., ALEJANDRE J.L., 1982. Características enológicas de los vinos de la Denominación de Origen Cariñena. *ITEA* 47, 3-18.
- ALBISU L.M., VALLES J., 1982. Análisis de la comercialización de los vinos españoles ante la entrada de España en el Mercado Común. *Información Comercial Española* 582, 61-66.
- ALBISU L.M., BLANDFORD D., 1983. An Area Response Model for Perennial Plants and its Application to Spanish Oranges and Mandarins. *European Review of Agricultural Economics* 10(2), 175-184.
- ALBISU L.M., 1983. Spanish Wine Policy. En *Quaderni della Scuola di Specializzazione in Viticoltura ed Enologia*. Università di Torino, 105-108.
- ALBISU L.M., 1983. Un modelo para analizar la producción de naranjas y mandarinas en el Area Mediterránea. *Actes del Congrès del Bicentenari de la Taronja, 1981*. Publicacions de l'Ajuntament de Carcaixent (Serie Estudis II), 227-.
- ALBISU L.M., 1983. La política vitivinícola en España y en la Comunidad Económica Europea. INIA. CRIDA-03. Departamento de Economía y Sociología Agrarias. Documento de Trabajo 83/1, 196 p.
- ALBISU L.M., ASTORQUIZA I., 1984. Development of Greenhouse Vegetable Marketing in the Basque Country. *Acta Horticulturae*, 155, 101-106.
- ALBISU L.M., VALLES J., 1984. Estructura y análisis a corto y medio plazo del subsector vitivinícola español. INIA-CRIDA-03. Departamento de Economía y Sociología Agrarias. Documento de Trabajo 84/1. 68 p.
- ALBISU L.M., VALLES J., 1984. Desequilibrio de la oferta y la demanda del vino en España. *Revista de Estudios Agro-Sociales*, 129, 133-153.
- ALBISU L.M., 1984. Marco teórico para un modelo regional español: el sector de cereales. *Anales INIA. Serie Economía y Sociología Agraria*, 8, 45-56.
- ALBISU L.M., 1985. Conclusiones. Capítulo X de la Agricultura Aragonesa ante la integración de España en la Comunidad Económica Europea. En: *Libro Blanco sobre las Repercusiones en Aragón de la Integración de España en la CEE*, 403-411. Diputación General de Aragón. Zaragoza.
- ALBISU L.M., ARBONA P., 1985. Cereales y alfalfa. Capítulo VII de la Agricultura Aragonesa ante la Integración de España en la Comunidad Económica Europea. *Libro Blanco sobre las Repercusiones en Aragón de la Integración de España en la CEE*, 353-372. Diputación General de Aragón. Zaragoza y Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Zaragoza. Documento de Trabajo 86/2, 30 p.
- ALBISU L.M., ASTORQUIZA I., 1985. Comercialización de los productos cultivados en invernaderos en la Comunidad Autónoma Vasca. *Gobierno Vasco*. Vitoria. 186 p.
- ALBISU L.M., DOMINGUEZ J.A., ALEJANDRE J.L., 1985. Impact des moyens de communication sur le consommateur espagnol de vin. *Quaderni della Scuola di Specializzazioni in Viticoltura ed Enologia*, 9, 105-115 e Impacto de los medios de comunicación sobre el consumidor de vino. *Unidad de Economía y Sociología Agrarias*. SIA-DGA. Zaragoza. Documento de Trabajo 85/1, 11 p.
- ALBISU L.M., VALLES J., 1985. Vino. Capítulo IX de la Agricultura Aragonesa ante la Integración de España en la Comunidad Económica Europea. En: *Libro Blanco sobre las Repercusiones en Aragón de la Integración de España en la CEE*, 291-302. Diputación General de Aragón. Zaragoza y Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Zaragoza. Documento de Trabajo 86/1, 21 p.
- ALBISU L.M., 1985. La legislación vitivinícola en España y en la CEE. Comunicación presentada en el Simposio sobre Agricultura Valenciana y Mercado Común. Organizado por la Fundación Valencia de Estudios Avanzados. Valencia, junio, 8 p.

- ALBISU L.M., ASTORQUIZA I., 1985. Local Horticultural Price Behaviour at Who Markets. Comunicación presentada en la XII Conferencia Internacional de la Asociación de Econometría Aplicada sobre Modelización de los mercados internacionales de materias primas. Zaragoza, febrero.
- ALBIAC J., ALBISU L.M., ALEJANDRE J.L., 1986. Actitud de los consumidores respecto al vino de la Denominación de Origen Cariñena. Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias. Comunicaciones INIA. Serie: Economía, 21, 65 pp. y Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Zaragoza. Documento de Trabajo 86/14, 95 pp.
- ALBISU L.M., ARBONA P., 1986. La política vitivinícola en España y en la Comunidad Económica Europea. Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias. Monografía, 51, 194 pp.
- ALBISU L.M., ARBONA P., 1986. Desarrollo de la agricultura en las distintas integraciones de la CEE. Actas del Congreso de Economía Aragonesa. 527-537.
- ALBISU L.M., ASTORQUIZA I., 1986. El comportamiento de los precios de lechuga local en Mercabilbao. Investigación Agraria, Economía 1(1), 61-69.
- ALBISU L.M., ASTORQUIZA I., 1986. Comercialización del maíz: problemas y perspectivas nacionales e internacionales. IV Jornadas Técnicas sobre Maíz. Comercialización, 1-14, y Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Zaragoza. Documento de Trabajo 86/9, 18 pp.
- ALBISU L.M., GIL J.M., ALBIAC J., ARAGÜES R., 1986. Impacto económico de la salinidad en la agricultura de la cuenca del Gállego. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA- Documento de Trabajo 86/8, 124 pp.
- ALBISU L.M., VALLES J., ALONSO P., 1986. Comportamiento de los precios de vino en España. Anales del Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias. Serie: Economía y Sociología Agrarias, 9, 11-27.
- ALBISU L.M., 1987. El vino aragonés ante la CEE. Unidad de Economía y Sociología Agraria. SIA-DGA. Documento de Trabajo 87/7.
- ALBISU L.M., DOMINGUEZ J.A., 1987. Spanish consumers' behaviour with respect to wine advertising. Acta Horticulturae, 203, 213-219.
- ALBISU L.M., DOMINGUEZ J.A., ALEJANDRE J.L., 1987. Actitud del consumidor ante la publicidad del vino. Unidad de Economía y Sociología Agraria. SIA-DGA. Zaragoza. Documento de Trabajo 87/4.
- ALBISU L.M., GIL J.M., ARAGÜES R., 1987. Impacto económico de la salinidad en la agricultura de la cuenca del Gállego. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Zaragoza. Documento de Trabajo 87/1.
- ALBISU L.M., GRACIA P.J., ALEJANDRE J.L., 1987. Exportación de vinos españoles. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 87/2.
- ALBISU L.M., GRACIA P.J., ALEJANDRE J.L., 1987. Evolución de la exportación de vino español a la CEE. Investigación Agraria. Economía 2(1), 85-91.
- ALBISU L.M., GIL J.M., ARAGÜES R., 1988. Impacto económico de la salinidad en la agricultura de la Cuenca del Gállego. Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias. Comunicaciones INIA. Serie: Economía, 25.
- ASTORQUIZA I., ALBISU L.M., 1988. Política de precios y ayudas en el sector cereales español. Comunicaciones INIA. Serie: Economía, 30.
- MURUA J.R., ALBISU L.M., GROS J., 1988. Características de producción porcina en Aragón. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 88/2.
- MURUA J.R., ALBISU L.M., GROS J., 1988. Producción, integración y comercialización del porcino en Aragón. Surcos, 11, 36-42.
- AGUILAR S., ALBISU L.M., 1989. Colonización y desarrollo socio-económico del regadío en la zona aragonesa de Bardenas I (Bardenas Sur). Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 89/3.
- ALBISU L.M., 1989. El consumo de vino en la sociedad actual. Agricultura, Septiembre 1989: 96-102.
- ALBISU L.M., DOMINGUEZ J.A., ALEJANDRE J.L., 1989. Actitud del consumidor ante la publicidad del vino. Comunicaciones INIA. Serie Economía, 31.
- ALBISU L.M., MARTIN D., 1989. La publicidad de vino en España. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 89/1.
- MARTIN D., ALBISU L.M., 1989. Comercialización de los vinos de la Denominación de Origen Rioja en el mercado interior. Viticultura-Enología Profesional, 1:29-34.
- MURUA J.R., ALBISU L.M., GROS J., 1989. La producción porcina en Aragón. DGA.

- PEREZ L., ALBISU L.M., 1989. La situación económica y estructural en la Región Cantábrica y los Pirineos. *Sustrai*, 15: 9-10.
- PEREZ L., ALBISU L.M., 1989. Políticas socio-estructurales en favor de las zonas desfavorecidas y de montaña en Aragón. *Surcos*, 18: 30-35.
- ZEKRI S., ALBISU L.M., ARAGÜES R., HERRERO J., 1989. Impacto económico de la salinidad de los suelos en la agricultura de Bardenas I. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 89/5.
- ALBISU L.M., 1990. Perspectivas del sector agroalimentario. *Ekonomiaz*, 16, 10-19.
- ALBISU L.M. y GIL J.M., 1990. Future developments in maize production, utilization and trade. En: *Maize breeding, production processing and marketing in Mediterranean Countries*. Maize Research Institute. Belgrado. 526 pp.
- ALBISU L.M., MARTIN D., 1990. Wine Marketing on Demand Increasing European Markets. *Medit*, 1, 48-55.
- ALBISU L.M., MARTIN D., 1990. La publicidad de vino en España. En BRIZ J. (Coordinador). *Publicidad en el Sistema Agroalimentario. Un análisis comparativo internacional* Mundi Prensa.
- GIL J.M. y ALBISU L.M., 1990. Predicción óptima a lo largo de la campaña del precio del maíz en España. Documento de Trabajo 90/3. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. Servicio de Investigación Agraria. Diputación General de Aragón.
- MARTIN D., ALBISU L.M., 1990. Comercialización de las hortalizas de invernadero de Zaragoza. SIA-DGA. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. Documento de Trabajo 90/1.
- MURUA J.R., ALBISU L.M., 1990. Relaciones de coordinación y riesgo en la producción porcina de Aragón. *Investigación Agraria. Economía*, 5(2).
- MURUA J.R., ALBISU L.M., 1990. Coordinación y eficiencia en la producción porcina de Aragón. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 90/2.
- ALBIAC J., ALBISU L.M., 1991. Ronda Uruguay y agricultura mediterránea. *Revista de Estudios Agro-sociales*, 155, 163-190.
- ALBISU L.M., ANAMARIA M., FEIJOO M.L., LESKOVAR M., 1991. La distribución de los vinos en Zaragoza. *Viticultura Enología Profesional*, 13, 5-11.
- ALBISU L.M., PEREZ Y PEREZ L., 1991. Agricultural Economists workshop about "Land and abandonment". *Options Méditerranéennes. Serie A: Seminaires Méditerranéennes*, 15, 147-148.
- DOMINGUEZ J.A., ALBISU L.M., 1991. El embotellado del vino como una estrategia comercial. *Actas de Horticultura. I Congreso Ibérico de Ciencias Hortícolas*, Vol. IV, 281-286.
- GIL J.M. y ALBISU L.M., 1991. El sector del maíz tras la entrada de España en la Comunidad Europea. *Revista de Estudios Agrosociales*, 153 pp. 161-190.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1991. Producción y comercio exterior de las frutas. *Fruticultura Profesional*, 41, 5-12.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1991. Elección de los canales comerciales para la cebolla y el tomate en Aragón. *Actas de Horticultura, I Congreso Ibérico de Ciencias Hortícolas*, Vol. II, 42-47.
- MARTIN D., ALBISU L.M., 1991. Evolución del subsector de frutas y hortalizas en España (1970-1989). Unidad de Economía y Sociología Agraria. SIA-DGA. Documento de Trabajo 91/1.
- MARTIN D., ALBISU L.M., 1991. Determinación a corto plazo del precio de las hortalizas. *Actas de Horticultura. I Congreso Ibérico de Ciencias Hortícolas*, Vol. II, 48-53.
- MARTIN D., ALBISU L.M., 1991. Comercialización de la borraja y del pepino de Zaragoza. *Comunicaciones INIA. Serie: Economía*, 37.
- MESSAOUDI A., ALBISU L.M., 1991. Transformación del secano en regadío en los sectores I y II de Monegros II. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 91/3.
- YALÇIN I., ALBISU L.M., BRIZ J., 1991. Análisis comparativo de la exportación de almendra y avellana en España y Turquía. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 91/2.
- ZEKRI S., ALBISU L.M., ARAGÜES R., HERRERO J., 1991. Impacto Económico de la salinidad de los suelos en la agricultura de Bardenas I. *Comunicaciones INIA. Serie: Economía*, 36.
- ABDELWAHED M., ALBISU L.M., 1992. Costes alternativos y rentabilidad del cultivo de la almendra en Aragón. Documento de Trabajo 92/4. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. 159 pp.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1992. Las hortalizas españolas. Producción y comercio exterior. *Hortofruticultura*, 12, 44-48.
- MURUA J.R., ALBISU L.M., 1992. La almendra española. Un futuro incierto. *Hortofruticultura*, 12, 29-34.

- ALBISU L.M., 1993. Cuál es el futuro del vino de calidad?. Boletín Escuela Agraria. Cogullada, 5, 4-5.
- ALBISU L.M., ABDELGHADER O., AMEZAGA C., ISSA R.H., MARTI E., SAYADI S., SULE M.A., 1993. La comercialización de frutas y hortalizas: Mercazaragoza dentro del desarrollo actual de la distribución. ITEA, 89(1), 20-31.
- ALBISU L.M., ALBIAC J., GARCIA P., 1993. El sector porcino español: consecuencias de la entrada en la comunidad y perspectivas de futuro. Revista de Estudios Agro-Sociales, 162, 183-200.
- ABDELWAHED M., ALBISU L.M., 1993. I costi produzione del mandorlo: possibilità e alternativa con el innovazione tecnica. Rivista di Fruticoltura e di ortofloricoltura, 55(12), 17-22.
- GIL J.M. y ALBISU L.M., 1993. Relaciones dinámicas y predicciones de los precios de los cereales mediante el uso de vectores autorregresivos bayesianos. Investigación Agraria: Economía. Vol. 8(1).
- GIL J.M. y ALBISU L.M., 1993. Composite Forecasting Methods: An application to the Spanish Maize Price. Journal of Agricultural Economics, 44(2).
- GIL J.M. y ALBISU L.M., 1993. Algunas repercusiones de la incorporación de España a la CE en el sector del trigo y de la cebada. Revista de Estudios Agrosociales, 161, 123-147.
- GIL J.M. y ALBISU L.M., 1993. Predicción a corto plazo de los precios de los cereales en España mediante vectores Autorregresivos. Rivista di Economia Agraria, 48(2), 327-350.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1993. Evolución del consumo de vinos de España: comparación con el de bebidas alcohólicas. Viticultura y Enología Profesional, 25, 4-11.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1993. La respuesta de oferta de ovino en España. ITEA, Vol. Extra 12, Tomo III, 699-701.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., BRIZ J., 1993. Le marché de la viande ovine en Espagne après l'adhésion à la CE. MEDIT, 7-11.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., BRIZ J., 1993. El comercio exterior español de la carne de ovino después de la adhesión a la CE. Boletín de Información Comercial Española, 2358, 377-381.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1993. Está el secano aragonés abonado al abandono?. Agricultura, 729, 303-305.
- MURUA J.R., ALBISU L.M., 1993. Eficiencia técnica en la producción porcina de Aragón. Investigación Agraria. Economía, 8(2), 239-251.
- MURUA J.R., ALBISU L.M., 1993. La producción porcina aragonesa: estudio de parámetros técnicos. Mundo Ganadero, 11, 49-57.
- SANJUAN A.I., GIL J.M., ALBISU L.M., 1993. Evolución de los precios de origen y al consumo de las carnes en España. ITEA, Vol. Extra. Tomo II, 696-698.
- SANJUAN A.I., GIL J.M., ALBISU L.M., 1993. Participación del ingreso del productor en los precios al consumo de frutas y hortalizas en España. Actas de Horticultura, Sociedad Española de Ciencias Hortícolas, Colección Monografías INIA, 85, Tomo 1, 410-416.
- ZEKRI A., ALBISU L.M., 1993. Economic Impact of Soil Salinity in Agriculture. A case Study of Bardenas Area, Spain. Agricultural Systems, 41, 369-386.
- ABDELWAHED M., ALBISU L.M., 1994. Spanish almond costs: alternative and future evolution. Acta Horticulturae, 373, 317-324.
- ALBISU L.M., PEREZ y PEREZ L., RAPUN M., 1994. Situación y perspectivas del sector agroalimentario del Valle Medio del Ebro. Papeles de Economía Española, 60-61, 94-102.
- ASTORQUIZA I., ALBISU L.M., 1994. Análisis econométrico de las superficies y rendimientos del trigo, cebada y maíz cultivados en España. INIA. Monografía n. 86.
- BERGAMIN G., ALBISU L.M., 1994. Influencias socio-económicas de las actividades del Parque natural de la Dehesa del Moncayo sobre el desarrollo local. Documento de Trabajo 94/8. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Zaragoza.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1994. Food diets in EC countries. Medit: Rivista di Economia, Agricoltura e Ambiente 5(1), 9-12.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1994. La demanda de bebidas alcohólicas en España. Investigación Agraria. Economía, 9(1), 113-126.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1994. La dieta española en transición. El Boletín, 18, 28-35.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1994. Aspectos económicos de la retirada de tierras en Aragón. Documento de Trabajo 94/3. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Zaragoza.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1994. Aspectos económicos de la retirada de tierras en Aragón. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 94(3).

- MEZA L., ALBISU L.M., 1994. La desviación de los rendimientos tras la retirada de tierras. *Investigación Agraria. Economía*, 9(3), 375-392.
- SANJUAN A., GIL J.M., ALBISU L.M., 1994. Incidencia de los precios agrarios en el índice de precios al consumo alimentación. Documento de Trabajo 94/9. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA.
- YALÇIN I., BRIZ J., ALBISU L.M., 1994. Almond and hazelnut international price relationships. *Acta Horticulturae*, 340, 367-374.
- YALÇIN I., ALBISU L.M., BRIZ J., 1994. Spanish almond and Turkish hazelnut export sector development. *Acta Horticulturae*, 351.
- ALBIAC J., ALBISU L.M., PEREZ y PEREZ L., 1995. El valor económico de las áreas protegidas. Aplicación al Parque Natural de la Dehesa del Moncayo. Documento de Trabajo 95/1. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA.
- ALBISU L.M., 1995. Tree nuts economic outlook in the Mediterranean Area. The selection of main research issues. Documento de Trabajo 95/2. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA.
- ALBISU L.M., 1995. La calidad total y la comercialización del vino. *Viticultura y Enología Profesional*, 38, 5-10.
- ALBISU L.M., 1995. Perspectivas de comercio internacional para frutas y hortalizas. *Horticultura Internacional*, 7, 4.
- ALBISU L.M., MEZA L., 1995. Perspectivas económicas de la retirada de tierras en Aragón. *Jornadas Aragón Tercer Milenio. Un futuro para el medio rural*, 53-61.
- ALBISU L.M., ROMERO C. (edit.), 1995. Environmental and land issues. An economic perspective. *Wissenschaftsverlag Vauk Kiel KG (Alemania)*.
- GIL J.M., PEREZ y PEREZ L., ALBISU L.M., 1995. La competitividad de la industria agroalimentaria en Aragón. *Actas del 3 Congreso de Economía Aragonesa. Gobierno de Aragón. Zaragoza*, 263-280.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1995. También en el consumo de carnes nos acercamos a Europa. *El Boletín*, 29, 24-30.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1995. La demanda de productos cárnicos y pescados en España: Aplicación de un Sistema de Demanda Casi Ideal (AIDS). *Investigación Agraria. Economía*, 10 (2), 233-252.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1995. La demanda de frutos secos en España. Programa y resúmenes del VI Congreso de la Sociedad Española de Ciencias Hortícolas, 160.
- MARTINEZ-CARRASCO F., MESIAS F.J., ALBISU L.M., 1995. La comercialización del jamón de denominación de Origen de Teruel en Zaragoza. *Cárnica 2000*, 138, 29-33.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1995. Aspectos económicos de la retirada de tierras en Aragón. *Institución "Fernando El Católico"*, 149 pp.
- ALBISU L.M., 1996. Can the Mediterranean countries afford not to be organised?. *Nucis*, 4, 16-17 y *The Cracker*, September, no. 3, 16.
- ALBISU L.M., 1996. La valoración de la calidad en la comercialización de los productos hortícolas. En, SUSO M.L., PARDO A. (Eds.). *Actas de Horticultura. V Jornadas del Grupo de Trabajo de Horticultura*, 13-20.
- ALBISU L.M., LAAJIMI A., 1996. El subsector hortofrutícola aragonés ante la reforma de la PAC. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 96/8.
- ALBISU L.M., 1996. Aragón, reto a la calidad integral. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 96/10.
- ALBISU L.M., 1996. Nuts sector in the Mediterranean Basin: State-of-the-art and economic prospects. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 96/11.
- ALBISU L.M., 1996. El comportamiento del consumidor en el sector vitivinícola y la publicidad. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 96/12.
- ALBISU L.M., 1996. Elementos de competitividad del sector vitivinícola español. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 96/13.
- ALBISU L.M., 1996. Recensión del libro DUNNING J.J. *Multinational enterprises and the global economy*, en *Investigación Agraria. Economía*, 11(1), 219-220.
- ALBISU L.M., 1996. Recensión del libro PETERS G.H. (Ed.). *Agricultural Economics*, en *Investigación Agraria. Economía*, 11(2), 415-416.
- ALBISU L.M., 1996. La economía de los frutos secos: perspectiva mundial. *Frutos Secos Agromañán*, 4, 37-39.

- CHILLARON G., GIL J.M., ALBISU L.M., 1996. Las exportaciones de fruta chilena a España. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 96/1.
- GIL J.M., ALBISU L.M., 1996. Predicción a corto plazo del precio de los cereales en España: expertos vs. modelos?. Investigación Agraria. Economía, 11(3), 17-39.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1996. El consumo de carne en España y la Unión Europea. Mundo Ganadero, 73, 26-29.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1996. Medición de la calidad y de los efectos de los precios en la demanda de alimentos. Estudios de Economía Aplicada, 6, 131-147.
- HAMITI T., LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1996. Adopción de tecnología en la agricultura sostenible. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. SIA-DGA. Documento de Trabajo 96/5.
- SANJUAN A., GIL J.M., ALBISU L.M., 1996. Una aproximación a la medición de la incidencia de los precios agrarios en los precios al consumo de alimentos. 1987-1992. Monografías INIA, 94.
- ALBISU L.M., 1997. The Spanish hazelnuts crisis in a worldwide competitive perspective. The Cracker, 1, 63.
- ALBISU L.M., 1997. Towards a new international agro-food competitive scenario. En FERRO O. (Ed.). What future for the CAP?. Perspectives and expectations for the Common Agricultural Policy of the European Union. Wissenschaftsverlag Vauk Kiel KG (Alemania), 67-70.
- ALBISU L.M., 1997. La economía de los frutos secos: perspectiva mundial. Frutos Secos Agromañán, 4, 37-39.
- ALBISU L.M., 1997. Strengths and weaknesses of the nut sector in the Mediterranean Basin. Nucis, 5, 4-6.
- ALBISU L.M., 1997. International Marketing in the midst of competition and partnership. En, PADBERG D., RITSON CH., ALBISU L.M. (Eds.) Agro-Food Marketing. CAB International, 397-422.
- ALBISU L.M., 1997. Editorial. ITEA Producción Animal 93, nº 1.
- ALBISU L.M., LAAJIMI A., LAYA D., 1997. Competitividad de la industria agroalimentaria en Aragón. El Sector Primario y Aprovechamientos Agroindustriales en Aragón.
- ALBISU L.M., MEZA L., 1997. La relevancia socioeconómica de la producción de alimentos de calidad certificada en Aragón. Documento de Trabajo 97/7. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA. Zaragoza.
- ALBISU L.M., MEZA L., 1997. Los retos de Aragón ante la PAC del 2000. Documento de Trabajo 97/8. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA. Zaragoza.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1997. Análisis del comportamiento de la demanda de aceites y grasas en España. Investigación Agraria. Economía, 12, 31-48.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1997. La demande de viandes et de poissons en Espagne: une analyse micro-économique. Cahiers d'Economie et Sociologie Rurales, 42-43, 72-91.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1997. La demande de boissons alcoolisées en Espagne: application de la méthode de régressions censurées. Les Cahiers de l'Institut Européen de Conjoncture Vitivinicole, 1, 1-17.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1997. El consumo de alimentos en España. Agroalimentaria, 5, 45-56.
- LAAJIMI A., GRACIA A., ALBISU L.M., 1997. The demand for food in Spain: economic and demographic effects. Journal of International Food and Agribusiness Marketing, 9 (2), 1-17.
- MESIAS F.J., MARTINEZ-CARRASCO F., ALBISU L.M., 1997. Análisis de las preferencias de los detallistas de jamón curado mediante el análisis conjunto. ITEA, 93, nº 1, 41-45.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1997. Los cultivos herbáceos en el secano de Aragón. Evaluación de objetivos productivistas y ambientales en el contexto de la PAC. Documento de Trabajo 97/5. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA. Zaragoza.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1997. Los cultivos herbáceos de secano en Aragón tras la reforma de la PAC. Agricultura, 777, 311-314.
- ALBISU L.M., 1998. La economía agroalimentaria en Aragón. Documento de Trabajo 98/11. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA.
- ALBISU L.M., 1998. La agroindustria muestra claros síntomas de dinamismo. Surcos, 59, 11.
- ALBISU L.M., 1998. Can the Mediterranean Basin become a global marketer? The Cracker, 1998 (1), 50.
- ALBISU L.M., GIL J.M., GRACIA A., 1998. El consumo de alimentos en la UE: una perspectiva regional. Distribución y Consumo, 43, 58-71.
- ALBISU L.M., GRACIA A., 1998. La influencia de los sistemas de distribución en la elección de productos alimenticios por parte de los consumidores. Documento de Trabajo 98/2. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA.

- ALBISU L.M., GRACIA A., 1998. L'influence des systèmes de distribution sur le choix des consommateurs des produits alimentaires. Rastoin J.L. (ed.) Actes du colloque AIEA2- SFEA. Mondialisation et géostratégies agroalimentaires, 261-270.
- ALBISU L. M., MEZA L., 1998. La agenda 2.000 y las administraciones autonómicas. Itea Volumen Extra, 19. XXX Jornadas de Estudio de la Asociación Interprofesional para el Desarrollo Agrario. "La PAC en el comienzo del nuevo siglo", 93-108.
- ALBISU L. M., MEZA L., 1998. La relevancia socioeconómica de la producción de alimentos con calidad certificada en Aragón. BBV. Revista Situación, Serie Estudios Regionales: Aragón, 277-292.
- ALBISU L.M., MEZA L., 1998. Evaluación de la campaña de promoción "Alimentos de Aragón con Denominación de Origen y calidad certificada", realizada en 1997. Documento de Trabajo 98/3. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA.
- ALBISU L. M., MEZA L., 1998. La campaña "Alimentos de Aragón" llega al consumidor. Surcos de Aragón, 57, 24-26.
- EKINCI S., ALBISU L.M., AMEUR M., AIT SALEM T., COHEN G.V., GOMEZ GARCIA J.C., NUÑEZ PASTORI R.J., TEKELIOGLU I., 1998. Modelización de los precios de la almendra en España. Itea, 94(2), 89-103.
- FERNANDEZ M.I., MEZA L., ALBISU L.M. La agroindustria en Aragón, Navarra y La Rioja. Documento de Trabajo 98/9. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1998. The demand for meat and fish in Spain: urban and rural areas. Agricultural Economics, 19, 359-366.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1998. Technology transfer to Spanish organic farmers: institutional arrangements, socio-economic issues and policy implications. NEOF, 6, 2-3.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1998. Promoción genérica de alimentos de Aragón: Jamón de Teruel y Ternasco de Aragón. Agricultura, 789, 290-291.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1998. Los consumidores aprecian el Ternasco de Aragón. Oviebro 6, 6-7.
- ALBISU L.M., 1999. El nuevo entorno del negocio agrícola: la perspectiva europea. Debates IESA (Venezuela), 4(3), 21-25.
- ALBISU L.M. (ed.), 1999. Economics of nuts in the Mediterranean Basin. Options Méditerranéennes, Serie A, 37.
- ALBISU L.M., SEGUL S., MEZA L., 1999. The Spanish nut sector at a crossroads. Options Méditerranéennes, Serie A, 37.
- ALBISU L.M., 1999. El papel del Sector Primario agrario, de su industria y de la distribución: algunos futuros retos. Documento de Trabajo 99/1. Unidad de Economía Agraria, SIA-DGA.
- ALBISU L.M., 1999. La economía agroalimentaria en Aragón. CAI 100, 6, 94 pp.
- ALBISU L.M., 1999. Reflexiones sobre el futuro de la agricultura europea. En Foro Agrario. La Agricultura en el umbral del siglo XXI. Mundi-Prensa, 93-98.
- ALBISU L.M., MEZA L., 1999. Consideraciones acerca de las campañas de promoción "Alimentos de Aragón con Denominación de Origen y Calidad Certificada" hasta 1998. Documento de Trabajo 99/2. Unidad de Economía Agraria, SIA-DGA.
- ALBISU L. M., MEZA L., 1999. El consumo de alimentos de Aragón en alza. Surcos de Aragón, 63, 18-19.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1999. El consumo de alimentos en España: Evolución y tendencia. Revista Mexicana de Agronegocios, 3(5), 339-354.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1999. Moving away from a typical Mediterranean diet: the case of Spain. British Food Journal, 101 (9 y 10), 701-714.
- MASCARAY M.A., MEZA L., SANJUAN A.I., ALBISU L.M., 1999. Actitud del consumidor ante la campaña de promoción genérica de alimentos de Aragón con denominación de calidad: percepción de los productos y evaluación de la campaña. Documento de Trabajo 99/3. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA.
- ALBISU L.M., 2000. Origin labelled products in global markets: some research issues. En SYLVANDER B., BARJOLLE D., ARFINI F. (Edit.). The socio-economics of Origin Labelled Products in Agri-food Supply Chains: Spatial, Institutional and Co-ordination Aspects. INRA. Actes et Communications, 17-2, 333-336.
- ALBISU L.M., GRACIA A., EKINCI S., 2000. Joint promotion to benefit Spain. The Cracker. January 50 y 78.
- ALBISU L.M., MEZA L., 2000. Los "Alimentos de Aragón con Denominación de Origen y Calidad Certificada" siguen aumentando su reconocimiento. Documento de Trabajo 00/2. SIA-DGA.

- ALBISU L.M., MEZA L., LAAJIMI A., 2000. Agrofood industries competitiveness according to the products sold in the market. *Medit*, 2, 2-7.
- SANJUÁN A.I., MEZA L., MASCARAY M.A., ALBISU L.M., 2000. An integrated approach to evaluate generic promotions. En SYLVANDER B., BARJOLLE D., ARFINI F. (Edit.). *The socio-economics of Origin Labelled Products in Agri-food Suply Chains: Spatial, Institutional and Co-ordination Aspects*. INRA. Actes et Communications, 17-1, 163-172.
- ALBISU L.M., 2001. Algunos retos de los agronegocios en el marco de la globalización. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 9, 225-234.
- ALBISU L.M., 2001. Las estrategias de desarrollo de los negocios agroalimentarios locales. *Cuadernos del CEAGRO*, 3, 55-62.
- ALBISU L.M., 2001. Mediterranean agriculture competitiveness. *Cahiers Options Méditerranéennes*, 57, 49-56.
- ALBISU L.M., 2001. Valorización de los vinos con DO: entre lo global y lo local. *Viticultura-Enología Profesional*, 74, 7-16.
- ALBISU L.M., 2001. Impulsos organizativos desde el sector público y privado. La industria agroalimentaria en Aragón. *Surcos*, 71, 42-43.
- ALBISU L.M., CORCORAN K., 2001. Agro-food business strategies for Origin Labelled Products. *Agrarwirtschaft*, 6(8), 362-367.
- ALBISU L.M., MEZA L., CEDEÑO S., 2001. El Ternasco de Aragón, una carne de alta apreciación. *Agricultura*, 19, 13.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 2001. Food consumption in the European Union: main determinants and country differences. *Agribusiness: an International Journal*, 17(4), 469-488.
- ALBISU L.M., GRACIA A., 2002. Almonds and pistachios in the world market. *Acta Horticulturae*, 591, 139-145.
- GRACIA A., EKINCI S., ALBISU L.M., 2002. Consumer's buying decision process for nuts in Spain. *New Medit* (en prensa).
- MAMAQUI X., MEZA L., ALBISU L.M., 2002. Factores que influyen en la competitividad y estrategias de las empresas agroindustriales en Aragón, España. *Agroalimentaria (Venezuela)*, 14, 69-88.
- ALBISU L.M., 2003. Desarrollo y perspectivas de la industria agroalimentaria en Aragón. *Actas del III Curso de Verano Interdisciplinar. El procesamiento de los alimentos: aspectos tecnológicos, de calidad y nutricionales*. Centro de Estudios Comarcales del Bajo Aragón – Caspe. Institución Fernando El Católico.
- ALBISU L.M., 2003. El mercado nacional del vino. En Castillo J.S. (Ed.). *El mercado del vino: reflexiones y propuestas de futuro*. Universidad de Castilla-La Mancha. Colección Ciencia y Técnica, 43, 127-142.
- ALBISU L.M., 2003. Improving the symbiosis between winemakers and consumers (Editorial). *Eurowine*, 15.
- ALBISU L.M., 2003. Nuevos retos de la distribución hortícola. Tendencias de la distribución en la Unión Europea. *Actas del II Congreso Internacional de Horticultura Mediterránea*. Almería.
- ALBISU L.M., GRACIA A., 2003. La industria agroalimentaria española y los nuevos mercados de la Europa del Este. *Economía Industrial*, 344, 99-110.
- ALBISU L.M., GRACIA A., 2003. Il consumo di prodotti alimentare nella UE. *Quaderni del Forum Internazionale dell'agricoltura e dell'alimentazione*, 1, 55-86.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 2003. Agrobiotechnology along the food Chain: actual development and legal framework in the EU and USA. En eds: Fanfani R., Brasili C., 2003. *Perspective of the Agri-food System in the New Millenium*. CLUEB. Roma.
- GRACIA A., EKINCI S., ALBISU L.M., 2003. Consumer's Buying Decision process for nuts in Spain. *New Medit Journal*, 3, 22-27.
- ALBISU L.M., PÉREZ Y PÉREZ L., 2003. El agua como factor de desarrollo de la agroindustria, en: *Estudios sobre la problemática hidráulica en Aragón*. Consejo Económico y Social de Aragón. Zaragoza, 81-93.
- ALBISU L.M., SANJUAN, A.I., 2003. El mercado del vino en Aragón. *ACE Revista de Enología Julio*. http://www.acenologia.com/ciencia63_02.htm.
- ALBISU L.M., SANJUAN, A.I., 2003. Los mercados de los vinos de Aragón. Dirección General de Industrialización y Comercialización Agrarias. Departamento de Agricultura. Gobierno de Aragón.
- AGUELO V., ALBISU L.M., GRACIA A., SANJUÁN A.I., 2004. El jamón de Teruel con Denominación de Origen y los consumidores. *Surcos de Aragón*, 86, 26-30.
- ALBISU L.M., 2004. Spain and Portugal. En Anderson R. (edit.), *The world's wine markets. Globalization at work*, 98-109.
- ALBISU L.M., 2004. Algunas claves del éxito de Somontano. Consejo Regulador de la Denominación de Origen Somontano, *Boletín Informativo*, 5, 6-7.

- ALBISU L.M., 2004. Estrategias empresariales y mercado internacional del vino. En estrategias empresariales y mercado internacional del vino. Quaderns Agroambientals, 5, 7-22.
- ALBISU L.M., 2004. Condicionantes en la comercialización del vino. ITEA, Volumen Extra, 25, 80-87.
- ALBISU L.M., 2004. Retos en la comercialización de la fruta en Aragón, Emprendedores, 1,9-11.
- ALBISU L.M., GRACIA A., SANJUÁN A.I., 2004. La industria agroalimentaria en el Valle del Ebro. Gobierno de Aragón. Zaragoza.
- FABRA; G., ALBISU L.M., 2004. La DO Calatayud: comercialización local e internacional. ITEA, Volumen Extra, 25, 149-154.
- FELICIANO D., CAMARENA D.M., ALBISU L.M., 2004. La comercialización de la carne de cordero fresco en Zaragoza. ITEA, 99ª (3), 177-191.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 2004. Evolución de la industria agroalimentaria Española en las dos últimas décadas. Economía Industrial 356, 1-14.
- MTIMET N., ALBISU L.M., 2004. Nuevo planteamiento metodológico para analizar el comportamiento de consumidor de vino. ITEA, Volumen Extra, 25, 141-144.
- RESANO H., SANJUÁN A.I., ALBISU L.M., 2004. Sensibilidad al precio de la demanda de vinos con denominación de origen. ITEA, Volumen Extra, 25, 145-148.
- SANJUÁN A.I., ALBISU L.M., 2004. Factors affecting the positioning of wineries based on the value added by the D.O. certification. Acta Agriculturae Scandinavica - Section C, Food Economics 1: 163-175.
- ALBISU, L.M., SPAWTON, T., MOULTON, K. (2005). Issues concerning the generic promotion of wine. Le bulletin de l'OIV vol. 78, nº 895-896, 611-625.
- ALBISU, L.M., MAMAQUI, X., GONZÁLEZ, M.A. (2005). La industria agroalimentaria: actividad fundamental para el desarrollo del sistema agroalimentario aragonés. Revista de Economía Aragonesa (separata) nº28, 91-112.
- FELICIANO D., ALBISU L.M., 2005. El consumo de platos preparados en España, Francia y Gran Bretaña. Distribución y Consumo, 91-106.
- MTIMET N., ALBISU L.M., 2005. Estrategias de desarrollo de las denominaciones de origen de vino en España: un análisis comparativo. Le bulletin de l'OIV vol. 78, nº 889-890, 197-218.
- ALBISU L.M., FABRA G., 2006. Plan estratégico para la comercialización del vino con DO Calatayud. Gobierno de Aragón. Zaragoza.
- ARFINI P., ALBISU L.M., Corrado G., 2006. GIs current situation and potential development in Europe. In. Sylvander B. and Barham E. (Ed.).) Geographical indications and globalisation in agri-food supply chains. CAB International.
- FABRA G., ALBISU L.M., 2006. Selección de mercados exteriores: aplicación a una denominación de origen. Cuadernos del CeaAgro 6, (en prensa)
- MTIMET N., ALBISU L.M., 2006. Spanish wine consumer behaviour: A choice experiment approach. Agribusiness: an international journal (en prensa).

Estancias en Centros extranjeros (Estancias continuadas superiores a un mes)

- Beca OCDE Estudios Master of Science en la Universidad de Newcastle (Inglaterra). 1971-72 y 1972-73.
- Departamento de Economía Agraria de la Universidad de Cornell (USA), 1974 a 1978.

Contribuciones a Congresos

- ALBISU L.M., 1981. A theoretical Framework for a Spanish Regional Model: The Cereal Sector. Tercer Congreso Europeo de Economistas Agrarios (Belgrado, 31 Agosto - 4 Septiembre), organizado por la Asociación de Economistas Agrarios Yugoslavos y la Asociación de Economistas Agrarios Europeos.
- ALBISU L.M., ASTORQUIZA I., 1984. Problemática de las hortalizas de invernadero del País Vasco a nivel mayorista. Sociedad Española de Ciencias Hortícolas. I Congreso Nacional, 715-721.
- ALBISU L.M., GRACIA P.J., ALEJANDRE J.L., 1984. Spanish Wine Exports into the EEC. Comunicación presentada en el IV Congreso Europeo de Economistas Agrarios. Kiel (Alemania).

- ALBISU L.M., DOMINGUEZ J.A., 1986. "Spanish consumers behaviour with respect to wine advertising". Comunicación presentada en el XXII International Horticultural Congress. ISHS. Davis (USA). 10-18 de Agosto.
- ALBISU L.M., PUIG E., 1986. Comercialización asociativa en la CEE para el vino y las frutas. Comunicación presentada en el II Congreso Sociedad Española Ciencias Hortícolas. Córdoba, 22-25 de Abril.
- ALBISU L.M., 1987. Participantes en la mesa redonda sobre "Perspectiva desde las industrias agro-alimentarias" dentro del ciclo sobre "El sector primario vasco en el siglo XXI" en el II Congreso Mundial Vasco. 2-6 Noviembre. Bilbao.
- ALBISU L.M., GIL J.M., 1987. Economic Impact of salinity on Agriculture in the Gallego River Basin. Comunicación presentada en el V Congreso Europeo de Economía Agraria celebrado en Hungría del 31 de Agosto al 4 de Septiembre de 1987.
- ASTORQUIZA I., ALBISU L.M., 1990. Spanish Cereal Supply. VI Congreso Europeo de Economistas Agrarios. La Haya (Holanda). Septiembre.
- GIL J.M. y ALBISU L.M., 1990. Short term composite forecasting for the Spanish maize. Comunicación presentada al VI Congreso Europeo de Economistas Agrarios celebrado en La Haya (Holanda) del 3 al 7 de Septiembre de 1990.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1990. Elección de los canales comerciales para la cebolla y el tomate. I Congreso Ibérico de Ciencias Hortícolas. Lisboa (Portugal). Junio.
- DOMINGUEZ J.A., ALBISU L.M., 1990. Embotellado del vino como una estrategia comercial. I Congreso Ibérico de Ciencias Hortícolas. Lisboa (Portugal). Junio.
- MARTIN D., ALBISU L.M., 1990. Determinación a corto plazo del precio de las hortalizas. I Congreso Ibérico de Ciencias Hortícolas. Lisboa (Portugal). Septiembre.
- MURUA J.R., ALBISU L.M., 1990. Technical efficiency of pig production in Aragon (Spain). VI Congreso Europeo de Economistas Agrarios. La Haya (Holanda). Septiembre.
- ABDELWAHED M., ALBISU L.M., 1992. Costes de la producción de almendra en Aragón y California. I Congreso Nacional de Economía y Sociología Agrarias. Zaragoza. Septiembre.
- ALBIAC J., ALBISU L.M., 1992. El reto de la transición de la agricultura en los países del Este. I Congreso Nacional de Economía y Sociología Agrarias. Zaragoza. Septiembre.
- GIL J.M. y ALBISU L.M., 1992. Relaciones Dinámicas de los precios de los cereales tras la entrada de España en la CE. I Congreso Nacional de Economía y Sociología Agrarias. Zaragoza, Septiembre.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1992. La alimentación en los países de la CE: dieta mediterránea y dieta nórdica. I Congreso Nacional de Economía y Sociología Agrarias. Zaragoza. Septiembre.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1992. La PAC y la retirada de tierras en Aragón. I Congreso Nacional de Economía y Sociología Agrarias. Zaragoza. Septiembre.
- YALÇIN I., BRIZ J., ALBISU L.M., 1992. Almond and hazelnut international price relationships. XIIth International Symposium on Horticultural Economics. Montpellier (Francia). Septiembre.
- YALÇIN I., ALBISU L.M., BRIZ J., 1992. Spanish almond and Turkis hazelnut export sector development. III Congress on Hazelnut. Cuneo (Italia). Septiembre.
- ABDELWAHED M., ALBISU L.M., 1993. Spanish almond costs: alternatives and future evolution. Comunicación en el I International Congress on Almond. Sicilia (Italia). Mayo.
- ALBISU L.M., MURUA J.R., 1993. Modelling experiences and policy instruments on grain supply. Comunicación en el International workshop "The Technology of Primary Production. Modelling Agricultural Supply Response for Analysis. The State of the Art. Organizado por la Comisión de la CE- DG VI y los Departamentos de Economía del ENSA e INTA. Rennes (Francia). Julio.
- GIL J.M., ALBISU L.M., 1993. Una estrategia óptima para predecir el comportamiento a corto plazo de los precios de los cereales en España. Comunicación en la VII Reunión de la Asociación Científica Europea de Economía Aplicada (ASEPELT-ESPAÑA). Cádiz. Junio.
- GIL J.M., ALBISU L.M., 1993. An optimal strategy to forecast Spanish cereal prices in the short-run. Comunicación presentada al VII Congreso Europeo de Economistas Agrarios. Stressa (Italia), Septiembre.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1993. Spanish wine demand. Comunicación presentada en el II International Conference of the Vineyard Data Quantification Society. Verona (Italia), Febrero.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1993. A cross-section analysis of spanish meat demand. Comunicación presentada en el VI Congreso de Economistas Agrarios. Stressa (Italia), Septiembre.

- SANJUAN A.I., GIL J.M. y ALBISU L.M., 1993. Evolución de los precios en origen y al consumo de las carnes en España. Comunicación presentada a las V Jornadas sobre Producción Animal. Zaragoza, Mayo.
- SANJUAN A.I., GIL J.M. y ALBISU L.M., 1993. Participación del ingreso del productor en los precios al consumo de frutas y hortalizas en España. Comunicación presentada al II Congreso Ibérico de Ciencias Hortícolas. Zaragoza, Abril.
- ALBISU L.M., 1994. La calidad total y la comercialización del vino. Jornada Técnica de Pirevino. Barbastro (Huesca). Noviembre.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1994. A cross-section analysis of sociodemographic factors affecting food expenditure in Spain. XXII International Conference of Agricultural Economics. Harare (Zimbabwe). Agosto.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1994. La demanda de productos cárnicos en Aragón: una aplicación del modelo AIDS. III Congreso de Economía Aragonesa. Zaragoza. Noviembre.
- MARTINEZ-CARRASCO F., MESIAS F.J., ALBISU L.M., 1994. La comercialización del jamón de Denominación de origen de Teruel en Zaragoza. III Congreso de Economía Aragonesa. Zaragoza. Noviembre.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1994. Dimensión de la explotación cerealista y el régimen de apoyo a los cultivos herbáceos. VIII Reunión Asepelt-España. Palma de Mallorca. Junio.
- SANJUAN A.I., GIL J.M., ALBISU L.M., 1994. La repercusión del precio en origen en el precio al consumo de frutas frescas. III Congreso de Economía Aragonesa. Zaragoza. Noviembre.
- ALBISU L.M., MEZA L., 1995. Perspectivas económicas de la retirada de tierras en Aragón. El Futuro del mundo rural en las zonas de secano no competitivo. Teruel, Enero.
- BERGAMIN G., ALBISU L.M., 1995. Influencias socio-económicas de las actividades del Parque Natural de la Dehesa del Moncayo sobre el desarrollo local. II Congreso Nacional de Economía y Sociología Agrarias. Valencia, Septiembre.
- GRACIA A., GIL J.M., KOÇ A.A., 1995. La demanda de carnes en España. VI Jornadas sobre Producción Animal. Zaragoza, Abril.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1995. Efecto de la calidad en la demanda de productos alimenticios en España. II Congreso Nacional de Economía y Sociología Agrarias. Valencia, Septiembre.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1995. La demanda de frutos secos en España. VI Congreso de la Sociedad Española de Ciencias Hortícolas. Barcelona, Abril.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1995. La demanda de los alimentos en España: una aplicación del modelo AIDS con efectos sociodemográficos. IX Congreso ASEPELT. Santiago de Compostela, Junio.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1995. Efectos económicos y sociodemográficos en la demanda de aceites y grasas en España. II Congreso Nacional de Economía y Sociología Agrarias. Valencia, Septiembre.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1995. Los secanos cerealistas aragoneses y el programa de retirada de tierras de la PAC. II Congreso Nacional de Economía y Sociología Agrarias. Valencia, Septiembre.
- ALBISU L.M., 1996. Economía de los frutos secos. I Jornadas Técnicas de Frutos Secos. AEOFRUSE. Pinoso (Alicante). Abril.
- ALBISU L.M., 1996. La valoración de la calidad en la comercialización de los productos hortícolas. V Jornadas del Grupo de Horticultura de la SECH. Logroño. Abril.
- ALBISU L.M., 1996. Strengths and weakness of the nut sector in the Mediterranean Basin. Xème Colloque du Grempe. Meknes (Marruecos). Septiembre.
- ALBISU L.M., EKINCI S., 1996. The Spanish nut sector under review. Workshop of the nut, economic working group. Zaragoza. Diciembre.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1996. La demanda de bebidas alcohólicas en España: una aplicación del método de regresiones censuradas. Oenometrie IV de la Vineyard Data Quantification Society. Zaragoza. Febrero.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1996. The demand for food in Spain: an application of the AIDS model with demographic effects. VIIIth European Association of Agricultural Economists Congress. Edimburgo (Reino Unido). September.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1996. Desarrollo de la horticultura ecológica en Aragón y Navarra. II Congreso de la Sociedad Española de Agricultura Ecológica. Pamplona. Septiembre.
- ALBISU L.M., GRACIA A., 1997. L'influence des systemes de distribution sur le choix des consommateurs des produits alimentaires. Coloquio de la AIEA2: Mondialisation et Géostratégies Agro-alimentaires. Montpellier (Francia). Diciembre.

- ALBISU L.M., 1997. Oportunidades y restricciones: mercado global versus mercados regionales. II Congreso Iberoamericano de Ciencias Hortícolas y III Congreso Ibérico de Ciencias Hortícolas. Vilamoura (Portugal). Marzo.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1997. Food consumption patterns across Western European countries. European seminar on Globalization of the food industry: policy implications. Reading (Reino Unido). Septiembre.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1997. Caracterización e importancia de los cultivos de secano en el sector agrario aragonés. XI Reunión ASEPELT. Bilbao. Julio.
- ALBISU L.M., 1998. Futuro de la agroindustria en la Hoya de Huesca. IX Semana Cultural. Bolea (Huesca). Abril.
- ALBISU L.M., 1998. Perspectivas de las actividades agrarias. Jornadas sobre cambio social y económico: los retos de Teruel. Alcorisa (Teruel). Septiembre.
- ALBISU L.M., 1998. La industria agroalimentaria de Aragón en el contexto de la Agenda 2.000. Jornada sobre el impacto de la Agenda 2000 en el sector agrario aragonés. Organizada por el Consejo Económico y Social de Aragón. Zaragoza. Diciembre.
- ALBISU L.M., 1998. Mediterranean agriculture competitiveness. V Journées d'Etudes "Le futur des échanges agroalimentaires dans le basin méditerranéen. Les enjeux de la mondialisation et les défis de la compétitivité". Túnez. Diciembre.
- ALBISU L.M., 1998. La agroindustria en Aragón. Jornada Técnica de presentación del trabajo "El sector primario y aprovechamientos agroindustriales en Aragón". El Grado (Huesca). Noviembre.
- ALBISU L.M., GRACIA A., 1998. Globalización del sistema agroalimentario. Simposio Internacional sobre "Globalización y sistemas agroalimentarios". Caracas (Venezuela). Julio.
- ALBISU L. M., LAAJIMI A., MEZA L., 1998. Evaluating agrofood industries competitiveness according to the products sold in the market: undifferentiated, differentiated and of specific geographic origin. Seminar on "Understanding competitiveness" organizado por el LEI-DLO, ISHS y la European Association of Agricultural Economics. Apeldoorn (Holanda). Abril.
- FERNÁNDEZ M.I., MEZA L., ALBISU L.M., 1998. Caracterización y localización de la agroindustria en el Valle Medio del Ebro. XXIV Reunión de Estudios Regionales "Estrategias territoriales ante la UE del siglo XXI". Zaragoza. Octubre.
- LAAJIMI A., ALBISU L.M., 1998. Transmisión de conocimientos en la horticultura ecológica. III Congreso de la Sociedad Española de Agricultura Ecológica. Valencia. Septiembre.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1998. Evaluación de objetivos productivistas y ambientales en el contexto de la PAC del 2000. Una aplicación a los cultivos herbáceos en el secano de Aragón. III Congreso Nacional de Economía Agraria "La nuevas políticas agrarias". Lérida. Septiembre.
- ALBISU L.M., 1999. Ordenación de usos y actividades: Los usos agroalimentarios y la industria. El agua factor clave en la ordenación del territorio. Asociación Española de Técnicos Urbanistas. Zaragoza. Marzo.
- ALBISU L.M., 1999. Origin labelled products in global markets. Some research issues. The socio-economics of origin labelled products in agro-food supply chains: spatial institutional and coordination aspects. 67th EAAE Seminar. Le Mans (France). Octubre.
- ALBISU L.M., 1999. El desarrollo de la agroindustria en Huesca. I Jornadas de "Los retos de la industria agroalimentaria de Huesca a debate". Huesca. Abril.
- MASCARAY M.A., MEZA L., ALBISU L.M., SANJUÁN A., 1999. Percepción de la campaña de promoción genérica de los productos de Aragón con denominación geográfica. XIII Reunión Anual Asepelt España. Burgos. Junio.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1999. El laboreo de conservación, en secano, dentro del marco de la nueva PAC. Congreso Europeo de Agricultura Sostenible en Ambientes Mediterráneos. Badajoz. Marzo.
- MEZA L., ALBISU L.M., 1999. Evaluation of agro-environmental Mediterranean conditions in the context of the agenda 2000. IX Congreso de la European Association of Agricultural Economists. Varsovia (Polonia). Agosto
- MEZA L., ALBISU L.M., 1999. Efectos dinamizadores de las campañas de promoción genérica "Alimentos de Aragón". XXV Reunión de Ciencias Regionales. Sevilla. Diciembre.
- SANJUÁN A., MEZA L., MASCARAY M.A., ALBISU L.M., 1999. An integrated approach to evaluate generic promotions. The socio-economics of origin labelled products in agro-food supply chains: spatial, institutional and co-ordination aspects. 67th EAAE Seminar. Le Mans (France). Octubre.

- ALBISU L.M., MEZA L., MAMAQI X., 2000. Small, médium and multinational agrofood enterprises: its impact on rural development. Colloque L'agroalimentaire entre local et global. SFER. París (Francia). Junio.
- MAMAQI X., MEZA L., ALBISU L.M., 2000. La tasa de respuesta en las encuestas postales a las agroindustrias. Primer congreso nacional de investigación mediante la encuesta. Sevilla. Septiembre.
- MAMAQI X., MEZA L., ALBISU L.M., 2000. Las empresas agroindustriales en Aragón: características estructurales y estrategias empresariales. XIV Reunión Anual Asepelt-España. Oviedo. Junio.
- ALBISU L.M., 2001. Los retos de los agronegocios en el marco de la globalización. XV Congreso Internacional de Administración Agropecuaria. Sonora (Méjico).
- ALBISU L.M., 2001. El vino y sus principales competidores en el mercado global. 26 World Congress y 81 General Assembly OIV. Adelaida (Australia).
- ALBISU L.M., GRACIA A., 2001. Are almonds and pistachios competing in the world market. III International Symposium on Pistachios and Almonds. Zaragoza.
- ALBISU L.M., 2001. La percepción de la calidad de los alimentos (D.O.P., I.G.P. y E.T.G.) por los diferentes establecimientos y sistemas de comercialización, a efectos de aceptabilidad e impacto en el consumidor. IV Encuentro Europeo de Denominaciones de Origen (D.O.P.) e Indicaciones Geográficas (I.G.P.). SALICAL. Logroño (La Rioja).
- ALBISU L.M., 2001. El futuro de los vinos de calidad en el mercado global. II Congreso Internacional de la historia y Cultura de la Vid y el Vino. Rioja Alavesa y Vino, ante el Nuevo Milenio. El reto de la globalización. Labastida (Rioja Alavesa).
- ALBISU L.M., 2001. Valoración de los vinos contraetiquetados con Denominación de Origen. Encuentro transnacional intersectorial. Mancomunidad del Norte de Tenerife. Garachico (Tenerife).
- ALBISU L.M., 2001. Calidad y seguridad alimentaria en la comercialización. Jornadas sobre cooperativismo, calidad y seguridad alimentaria. Puente de la Reina (Huesca).
- ALBISU L.M., 2001. El mercado internacional del vino. Jornada Nacional. El mercado del vino: reflexiones y propuestas de soluciones. Villarrobledo (Albacete).
- GRACIA A., ALBISU L.M., 2001. Food consumption in the European Union: main determinants and country differences. 71st EAAE Seminar. Zaragoza.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 2001. Consumers and agro-biotechnology: actual developments and future prospects in the EU and USA. IV International Symposium: Perspectives of the agri-food system in the new Millennium. Bologna (Italy).
- SANJUÁN A.I., MEZA L., ALBISU L.M., 2001. La dimensión como condicionante de las estrategias competitivas de las empresas agroalimentarias. IV Congreso Nacional de Economía Agraria. Pamplona.
- ALBISU L.M., 2002. Diferentes estrategias de comercialización. Jornada sobre comercialización del vino canario. Casa del Vino La Baranda-El Sanzal (Tenerife).
- ALBISU L.M., 2002. La industria agroalimentaria aragonesa. Jornada Autonómica de Aragón en el marco del Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural. Zaragoza.
- ALBISU L.M., 2002. Los retos en la comercialización de los vinos. Primeras Jornadas Vitivinícolas. Caja Canarias. Santa Cruz de Tenerife.
- SANJUAN A.I., ALBISU L.M., 2003. Factors affecting the positioning of wineries based on the value added by the D.O. 83rd Seminar of the European Association of Agricultural Economists (AEEA): Food quality products in the advent on 21st century: production, demand and public policy. Chania (Grecia).
- RESANO H., SANJUÁN A.I. y ALBISU L.M., 2004. Sensibilidad al precio de la demanda de vinos con Denominación de Origen. XXXVI Jornadas de Estudio. "De la viña a la copa: los retos actuales del vino". Asociación Interprofesional para el Desarrollo Agrario (A.I.D.A.). Zaragoza. Noviembre.
- RESANO H., SANJUÁN A.I. y ALBISU L.M., 2004. Modelización de la elección entre vinos con Denominación de Origen. Aplicación de un logit condicional a datos agregados. V Congreso de Economía Agraria. Santiago de Compostela. Septiembre.
- MTIMET N., ALBISU L.M., 2004. Consumer behaviour towards wine with Designation of Origin. OIV Congress. Viena (Austria), Julio.
- MTIMET N., ALBISU L.M., 2004. Preferencias reveladas y expresadas de los consumidores de vino. V Congreso de Economía Agraria. Santiago de Compostela, Septiembre.
- FELICIANO, D., ALBISU, L.M., 2004. A new ready to eat dish to consume in a traditional market. Second International MAPP Workshop on Consumer Behaviour and Food Marketing. Middelfart (Dinamarca), Abril.
- ALBISU L.M., 2005. Peach markets and marketing trends. VI International Peach Symposium. Santiago (Chile), Enero.
- ALBISU L.M., SPAWTON T., MOULTON R., 2005. Issues concerning the generic promotion of wine. Second International Wine Marketing Symposium. Rohnert Park (California-EEUU), Julio.

- FABRA, G., ALBISU L.M., 2005. Strategic Marketing plan for Calatayud Designation of Origin wine in Spain. Second International Wine Marketing Symposium. Rohnert Park (California-EEUU), Julio.
- MTIMET N., ALBISU L.M., 2005. Spanish wine consumer behaviour: A choice experiment analysis. Second International Wine Marketing Symposium. Rohnert Park (California-EEUU), Julio.
- RESANO H., SANJUÁN A.I. y ALBISU L.M., 2005. Los hábitos de compra de los consumidores y su reconocimiento de las Denominaciones de Origen respecto al jamón. III Congreso Mundial del Jamón sobre Ciencia, Tecnología y Comercialización. Teruel, Mayo.

Otras publicaciones

- ALBISU L.M., MEZA L., CEDEÑO S., 2001. Evolución de la campaña de publicidad del Ternasco de Aragón. Documento de Trabajo 01/2. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA. Zaragoza.
- MAMAQI X., MEZA L., ALBISU L.M., 2001. La industria agroalimentaria en Aragón. Competitividad y estrategias empresariales. Documento de Trabajo 01/3. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA. Zaragoza.
- ALBISU L.M., SANJUÁN A.I., 2002. Los mercados de los vinos de Aragón. Documento de Trabajo 02/6. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA. Zaragoza.
- CEDEÑO S., MEZA L., ALBISU L.M., 2002. Evaluación de las actividades de promoción de los “Alimentos de Calidad de Aragón” en 2000. Documento de Trabajo 02/2. Unidad de Economía Agraria. SIA-DGA. Zaragoza.
- AGUELO V., SANJUAN A.I., GRACIA A., COLOM A., ALBISU L.M., 2003. Las actitudes de los consumidores respecto al jamón curado con Denominación de Origen. SIA-DGA. Documento de Trabajo 4. Unidad de Economía y Sociología Agrarias. Servicio de Investigación Agroalimentaria. Gobierno de Aragón.
- RESANO, H.; SANJUÁN A.I.; ALBISU L.M., 2004. First insight into revealed preferences for cured ham in Spain. Documento de Trabajo 04/12. Unidad de Economía Agroalimentaria. Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón. Gobierno de Aragón.
- SANJUÁN A.I.; RESANO, H.; ALBISU L.M., 2005. Scanner database on cured ham purchases: brands, formats and prices. Documento de Trabajo 05/01. Unidad de Economía Agroalimentaria. Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón. Gobierno de Aragón.
- ALBISU, L.M., FABRA, G., 2005. Plan estratégico para la comercialización del vino con DO Calatayud. Documento de Trabajo 05/04. Unidad de Economía Agroalimentaria. Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón. Gobierno de Aragón.
- ALBISU, L.M., MEZA, L., 2005. Análisis DAFO de la gastronomía en Aragón. Documento de Trabajo 05/05. Unidad de Economía Agroalimentaria. Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón. Gobierno de Aragón.
- ALBISU, L.M., MEZA, L., 2005. Evaluación de la campaña de promoción “Productos de Aragón”. Documento de Trabajo 05/06. Unidad de Economía Agroalimentaria. Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón. Gobierno de Aragón.

Tesis Doctorales dirigidas

- Director de la tesis doctoral: "La oferta de cereales en España" realizada por Inmaculada Astorquiza. Presentada en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad del País Vasco. 1989.
- Director de la tesis doctoral: "Coordinación y eficiencia en la producción porcina" realizada por Juan Ramón Murua. Presentada en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad del País Vasco. 1990.
- Director de la tesis doctoral: "Predicción a corto y medio plazo de los precios mensuales de los cereales en España" realizada por José María Gil Roig. Presentada en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Zaragoza. 1991.
- Director de la tesis doctoral: "La demanda de productos alimenticios en España: estimación con datos de corte transversal" realizada por Azucena Gracia Royo. Presentada en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Zaragoza. 1994.
- Director de la tesis doctoral: "Análisis de sistemas completos de demanda de productos alimenticios en España" realizada por Abderraouf Laajimi. Presentada en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Zaragoza. 1995.
- Director de la tesis doctoral: "Los cultivos en el secano de Aragón. Evaluación de objetivos productivistas y ambientales en el contacto de la PAC", realizada por Liliana Meza. Presentada en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Zaragoza. 1997.
- Director de la tesis doctoral: "Un modelo de ecuaciones estructurales entre ventajas competitivas y resultados económicos en la industria agroalimentaria", realizada por Xevrie Mamaqi. Presentada en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Zaragoza. 2005.

Otros méritos o aclaraciones que se desee hacer constar

- Beca de la OCDE para cursar el Master of Science en la Universidad de Newcastle (Inglaterra) durante los cursos académicos de 1971/72 y 1972/73.
- Beca INIA/BIRF para cursar el Ph.D. en la Universidad de Cornell (Estados Unidos) durante 1976 a 1978.
- Profesor de un seminario sobre Economía Agraria en el Departamento de Estructura y Política Económica de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Zaragoza, durante los cursos académicos 1981/82, 1982/83 y 1983/84.
- Profesor del I Curso Internacional sobre Producción de Ovino de Carne, organizado por el Ministerio de Asuntos Exteriores y el INIA en 1982.
- Profesor del I Curso Internacional de Economía y Sociología Agrarias en el Desarrollo Rural, organizado por el Ministerio de Asuntos Exteriores y la Diputación General de Aragón, en 1984.
- Profesor del Curso Internacional de Viticultura y Enología, organizado por el Ministerio de Asuntos Exteriores y el INIA, en 1984, 1985 y 1986.
- Profesor del Curso sobre Introducción a las Comunidades Europeas, organizado por la Diputación General de Aragón, en Zaragoza, Huesca y Teruel, en 1985.
- Profesor del Curso sobre Ordenación Rural y Medio Ambiente, organizado por el Centro Internacional de Altos Estudios mediterráneos. Instituto Agronómico Mediterráneo de Zaragoza en 1985 y 1986.
- Profesor del II Curso Internacional sobre la Producción de Ovino de carne, organizado por el Ministerio de Asuntos Exteriores y la Diputación General de Aragón, a celebrarse en Octubre de 1986.
 - Director Científico de los Cursos de Comercialización de Productos Agrarios y Alimentarios en el Instituto Agronómico Mediterráneo de Zaragoza desde Octubre 1987.
- Actualmente miembro de los Consejos Editoriales de las revistas "European Review of Agricultural Economics" (Holanda), "Agribusiness: An International Journal" (Estados Unidos), "Cahier de Conjoncture del Institut Europeen de Conjoncture Vitivinicole" (Francia), "Viticultura y Enología-Profesional" (España), "Agroalimentaria" (Venezuela), "Revista Argentina de Economía Agraria" (Argentina) y "Revista Mexicana de Agronegocios" (México).
- Redactor Jefe de la Revista "Investigación Agraria. Economía", publicada por el INIA desde Septiembre de 1985 hasta 1997.
- He pertenecido a los Consejos Editoriales de las revistas: "Revista de Estudios Agro-Sociales" (España) y "Revista Española de Economía Agraria" (España).
- Miembro del Jurado del XII Premio Nacional de Publicaciones Agrarias, Pesqueras y Alimentarias, en su modalidad socio-económica, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en 1985.
- Miembro del Consejo Asesor de Investigación de la Diputación General de Aragón, desde Diciembre de 1985 hasta 1991.
- Coordinador del 34th Seminar of the European Association of Agricultural Economists on "Environmental and Land Use Issues in the Mediterranean Basin: an Economic Perspective". I.A.M.Z., 1994.
- Profesor invitado a dictar cursos en: Universidad Lomas de Zamora (Argentina), Universidad de Mar del Plata (Argentina), Universidad de Río Cuarto (Argentina), Universidad de Los Andes (Venezuela), Fundación Polar (Venezuela), Universidad Central de Caracas (Venezuela) y Universidad de Antioquía (Colombia).
- IX Premio "Jordán de Asso" de Investigación Agraria, por el trabajo de Meza L., Albisu L.M. "Aspectos económicos de la retirada de tierras en Aragón". Institución Fernando el Católico. Diputación de Zaragoza, 1994.
- Coordinador del IV al X Curso Internacionales sobre Economía Agroalimentaria. SIA-DGA.
- Miembro de la Asociación Española de Economía y Sociología Agrarias, American Agricultural Economics Association, Agricultural Economics Society, International Society for Horticultural Science y Association Internationale d'Economie Alimentaire et Agroindustrielle.
- Asesoría internacional: OCDE, FAO y Comunidad Económica Europea.
- Curso Superior en Comercio Agrícola Internacional. AECI. Caracas (Venezuela). Enero 2000.
- Ponencia presentada en la Asociación de Antiguos Alumnos de la Casa de Economía Rural de Nuestra Señora de Cogullada. Título: Alternativas y tendencias en el mundo rural. Zaragoza. Febrero 2000.
- Ponencia presentada en Fima Ganadera. Título: Seguridad alimentaria y comercialización de la carne. Nuevos conceptos de calidad. Zaragoza. Mayo 2000.

- Ponencia presentada en las II Jornadas Técnicas y Socioeconómicas del Almendro. Título: La economía de los frutos secos: perspectiva mundial. Almería. Junio 2000.
- Mesa Redonda sobre “Distribución agroalimentaria”. En Seminarios y Cursos “Valle del Ebro”. El sistema agroalimentario del Valle del Ebro ante los retos de la globalización de los mercados. Universidad Pública de Navarra. Tudela (Navarra). Septiembre 2000.
- Curso de “Gestión de la Calidad. Nuevos conceptos y su aplicación en el marketing agroalimentario” Octubre 2000.
- Conferencia en el Encuentro de Denominaciones de Origen Vitivinícolas. “Las Denominaciones de Origen en el siglo XXI. Diferenciación y valorización”. Título: Valoración de los vinos con D.O., entre lo local y lo global. D.O. Rioja. Logroño. Noviembre 2000.
- Curso Superior de comercialización de productos agrarios y alimentarios. IAMZ. Zaragoza. 2001.
- XI Curso Internacional sobre Economía Agroalimentaria. Zaragoza. Octubre-Noviembre 2001.
- Curso sobre requisitos de calidad de la canal y de la carne de rumiantes para su comercialización. IAMZ. Zaragoza. 2001.
- Curso sobre distribución y promoción. ENITA de Clermont Ferrand (Francia). 2001.
- Curso sobre crop choices for Mediterranean rainfed conditions. Technical and socio-economic criteria. Instituto Agronómico Mediterráneo de Zaragoza, Institut Technique des Grandes Cultures. Argelia. 2001.
- La economía agroalimentaria. Curso de Derecho y Economía Agraria. Zaragoza. 2001.
- El sistema agroalimentario. VI Curso de Derecho Agrario Comunitario y Español. Instituto de Derecho Agrario de la Universidad de Zaragoza. Zaragoza. 2001.
- Organizador del X Congress of the European Association of Agricultural Economists. Zaragoza. Agosto 2002.
- XII Curso Internacional sobre Economía Agroalimentaria. Zaragoza. Octubre-Noviembre. 2002.
- Situación actual del concepto trazabilidad en el contexto alimentario nacional e internacional. Curso sobre la trazabilidad: control y seguridad alimentaria. Escuela Agraria de Cogullada. Zaragoza. 2002.
- Valorización y estrategia comercial de los vinos con Denominación de Origen. Consejo Regulador D.O. Tacoronte Acentejo. 2002.
- Comercialización del Jamón de Teruel con D.O. Curso sobre el Jamón de Teruel D.O.: Producción, tecnología y comercialización. Universidad de Verano de Teruel. Teruel. 2002.
- Características del nuevo mercado para los productos ganaderos. Congreso sobre calidad, transformación y comercialización de productos agropecuarios. FEMOGA. Sariñena (Huesca). 2002.
- La industria alimentaria en Aragón: pasado, presente y futuro. III Curso de verano interdisciplinar. El procesado de alimentos: aspectos tecnológicos, de calidad y nutricionales. Caspe (Zaragoza). 2002.
- III Foro mundial del vino. Rioja III Milenio. Logroño. 2002.
- Curso Superior de comercialización de productos agrarios y alimentarios. IAMZ. 2003.
- XIII Curso Internacional sobre Economía Agroalimentaria. Zaragoza. Octubre-Noviembre 2003.
- Reunión del equipo del proyecto europeo TYPIC QLRT-2001-02225. Nantes (Francia), Febrero; Norwich (Reino Unido), Junio; Zaragoza, Diciembre; 2003.
- Reunión del equipo de la acción concertado DOLPHINS QLK5-2000-00593. Toulouse (Francia), Febrero Parma (Italia), Octubre; 2003.
- Reunión del equipo del proyecto europeo TYPIC QLRT-2001-02225. Montpellier, Junio 2004; Munich, Octubre 2004; Sevilla, Diciembre 2004.
- XIV Curso Internacional sobre Economía Agroalimentaria. Zaragoza. Octubre-Noviembre 2004.
- Reunión del equipo del proyecto europeo TYPIC QLRT-2001-02225. Gembloux (Bélgica), Marzo 2005; Freising (Alemania), Julio 2005; Nantes (Francia), Octubre 2005; Clermont-Ferrand (Francia), Diciembre 2005.
- XV Curso Internacional sobre Economía Agroalimentaria. Zaragoza. Octubre-Noviembre 2005.

CURRICULUM VITAE

Name: Marian García Martínez BA, MSc, PhD

Date of birth: 5th February, 1965

Address Home:

43 Cherry Orchard

Ditton

Kent ME20 6QS

UK

Tel + 44 (0)1732 321472 (home)

Tel: +44 (0) 7958 964543 (mobile)

Office

Applied Economics and Business Management Section

Imperial College London

Wye Campus

Ashford, Kent TN25 5AH, UK,

Tel: + 44 (0)20 759 42962

Fax: + 44 (0)20 759 42838

e-mail: marian.garcia@imperial.ac.uk

Academic Qualifications

1994-1998 The University of Reading, UK

Ph.D. (Doctorate), Department of Agricultural and Food Economics

Thesis Topic: "*Study on Innovation Activities in the Spanish Food & Drink Industry*".

1993 - 1994 International Centre for Advance Mediterranean Agronomic Studies, SPAIN

M.Sc., Marketing of Agricultural and Food Products

Scholarship from INIA (National Institute for Agricultural Research).

1991 - 1992 University College of Wales, UK

MSc Agricultural Economics

1990 - 1991 University College of Wales, UK

Diploma in Agricultural Economics

1983 - 1989 Faculty of Agricultural Engineering, SPAIN

Agricultural Engineer

Career History

1997- present Imperial College London, UK

Research Fellow at the Department of Agricultural Sciences, Imperial College London, University of London.

1995-1997 The University of Reading, UK

Tutor and Co-ordinator of the Pre-sessional programme to the Master degrees (M.Sc.) in "*Food Economics and Marketing*."

Work as Research Assistant in the EU research project "*Structural Change in the European Food Industries*", with direct involvement in the Competitiveness and Innovation research sub-groups.

- 1992-1993** **Commission of the European Communities, BELGIUM**
General Direction of Agricultural, DG-VI, Division of Milk and Dairy Products
 In-service training period undertaking different tasks linked with the implementation of the dairy quotas regime in various EU Member Countries.
- Summers** **Consultora Agricola, S.A., SPAIN**
1991 & 1992 In-service training period as an Agricultural Engineer Consultant
- 1989-1990** **CIPIE (Centro de Investigacion y Promocion Iberoamerica-Europa), SPAIN**
 Collaboration in the EU funded programme carried out by the NGO aimed at improving public sensibility toward co-operation with developing countries.

Membership of Professional Bodies

- Member of Agricultural Economics Society
 Member of International Association of Agricultural Economists
 Member of the European Association of Agricultural Economists
 Member of the Spanish Association of Agricultural Economists

External Appointments

- 2006** **The World Bank**
Standards and Trade e-Learning Course: ‘Challenges and Opportunities for Developing Country Agro-Food Trade’
 Moderator of the Module on Conformity Assessment Needs and Approaches
- 2003 - Present** **Politechnic University of Valencia, SPAIN**
 Visiting Lecturer at the International MSc in International Business Trade Planning and Administration (Uruguay, Bolivia).
- 2003 - Present** **International Centre for Advance Mediterranean Agronomic Studies, SPAIN**
 Visiting Lecturer at the International MSc in Agri-Food Marketing.
 Responsible for the Innovation and New Product Development Module.
- 1999 - 2000** **Catholic University Leuven, BELGIUM**
 Visiting Lecturer at the Department of Applied Economics-Marketing Group.
 Co-ordinator of the MSc/MBA International Marketing course

Editorial Appointments

- 2000 - Present** Reviewer for: Food Policy, Agribusiness, Supply Chain Management, British Food Journal, International Journal of Environmental Health Research.

Research Funding Awards

Food and Agriculture Organisation (FAO). US\$20,000 for a study on the Challenge of Conforming to Sanitary and Phytosanitary Measures for WTO Accession and EU Exports: The Case of Ukraine, December 2005 – March 2006.

Food Standards Agency (UK). £65,758 for a study on Alternative Approaches to Traditional Modes of Food Safety Regulation, January 2005 – June 2005 (with Dr Andrew Fearne).

European Union (EU), 500,000 Euros for the Establishment of E-platform Technologies for the European Agro-food Supply Chain (funded under the FP6), February 2005 – July 2006 (research partner responsible for a benchmarking study of existing e-platform infrastructure in the food supply chain).

Spanish National Institute for Agricultural Research (INIA, SPAIN), for a Study of the determinants of consumer perception of food quality and safety and strategic actions by the food industry to increase consumer confidence, 2004-2006 (in collaboration with the Spanish Federation of Food and Drink Industries (FIAB) and the Polytechnic University of Madrid (Prof Julian Briz).

World Bank. US\$43,000 for a study on Agricultural Standards and Trade Facilitation – National Studies for Iran and Lebanon, May-July 2004 (project coordinator).

Food Standards Agency (UK). £77,599 for a study on Global HACCP Implementation in the Beef Industry, December 2003 – July 2004 (with Dr Andrew Fearne).

Food Standards Agency (UK), £30,000 for a Mapping Exercise of Current and Potential Research Areas for Economic Analysis, October-December 2003 (with Dr Andrew Fearne).

Food Standards Agency (UK). £27,000 for a Review on the Economics of Food Safety and Food Standards, July-October 2003 (with Dr Andrew Fearne).

European Union (EU), Analysis of the State of the Art, Needs and Potential Co-operation of the "University and Industry/Business" system within the framework of the EU-Mercosur + Chile relationships (INCO/DEV: UNIND-LAM), January 2003- December 2005 (partner in the Agroindustry Industrial Domain Study).

European Union (EU), 411,000 Euros for a Study on the Impact of International Safety and Quality Standards on the Competitiveness of Mediterranean Fresh Produce Exports (INCO/MED: STANDARDS), January 2000- August 2003 (co-ordinator of the project which includes participants from Spain, Hungary, Morocco, Tunisia and Turkey).

Spanish Ministry of Science and Technology (MYCYT, SPAIN), Study on the Technological Situation of the Spanish Food and Drink Industry (I+D+I PROFIT Programme), 2000-2002 (in collaboration with the Spanish Federation of Food and Drink Industries (FIAB), the Spanish Association for Export Cooperation (ACEX) and CERTIMAB, S.A. (consultancy firm)).

Spanish National Institute for Agricultural Research (INIA, SPAIN), Study on the Implementation of ISO 9000 in the Spanish Food and Drink Industry, 2000-2003 (in collaboration with the Spanish Federation of Food and Drink Industries (FIAB) and the Polytechnic University of Madrid (Prof Julian Briz).

JJ Barker Fund (UK), £4,000 for a Comparative Study on Key Market Demands and Company Competencies in the Spanish and UK Fresh Produce Sector, 2000-2001 (with Dr N. Poole)

Ministry of Agricultural, Food and Fisheries (MAFF, UK), £131, 351 for a Study on the Rationalisation of the UK Top Fruit Supply Chain, 2000 (with Professor David Hughes and Prospect Management Services)

JJ Barker Fund (UK) , £2,500 for a Study on Success Factors in the Spanish Fresh Produce Sector, 1999-2000 (with Dr N. Poole)

The Perry Foundation (UK), £33,000 for a Cost/Benefit Analysis on the Assured Combinable Crop Scheme for England and Wales, 1997-1999 (with Dr Andrew Fearne)

Research Applications under Review

EU 6th Framework Programme, Proposal submitted for an Integrated Project (IP) on Integrated system for a reliable traceability of food supply chains. **Proposal accepted and awaiting negotiations.** Possible starting date: January 2007.

Global Opportunities Fund Economic Governance (Foreign and Commonwealth Office – UK). Proposal submitted for a study on 'A self-regulatory approach to ensure sustainability in the supply chain by enhancing corporate social responsibility in the Indian agrifood industry' (with Dr Nigel Poole). Submission of Final Proposal on April 2006 (second [final] stage). Budget £76,880.

EU 6th Framework Programme, Proposal submitted for a Specific Support Action (SSA) on Capacity building on traceability as a measure for counteracting terrorism acts towards food chain. Proposal submitted under the call FP6-2005-FOOD-4-C. Submitted on February 2006.

UK Food Standards Agency (FSA) – Ph.D. Scholarship 'Analysis of co-regulatory approaches to food safety and quality' (with Dr Andrew Fearn). Submitted on March 2006.

Consultancy Assignments

April 2005 – Present	World Bank Project in Ukraine 'Agricultural Competitiveness and Food Safety' Project Leader of Component 1: Strengthening Ukraine's National Food Safety System
January 2006 – Present	World Bank Projects in Serbia and Macedonia Agricultural Sector Studies for Serbia and Macedonia Food Safety, Veterinary and Phytosanitary Policy Review
March 2006 – Present	EU – DG Agriculture Economic Analysis of Food Quality Assurance Schemes Case Studies in the UK

Publications

Refereed Journal Articles

- Garcia Martinez, M.**, Poole, N., Skinner, C., Illés, B.C. and Lehota, J. (2006) 'Food safety performance in EU accession countries: benchmarking the fresh produce import sector in Hungary', *Agribusiness: An International Journal*, Vol. 22, No. 1, pp. 69-89.
- Fearn, A. and **Garcia Martinez, M.** (2005) 'Opportunities for the co-regulation of food safety: Insights from the United Kingdom', *Choices*, Vol. 20, No. 2, pp. 109-116.
- Garcia Martinez, M.** and Poole, N. (2004) 'The development of private fresh produce safety standards: Implications for developing Mediterranean exporting countries', *Food Policy*, Vol. 29, No. 3, pp. 229-255.
- Garcia Martinez, M.** and Poole, N. (2004), "Strategic Groups in the Spanish Fresh Produce Sector: Linkages between Strategy, Performance, Management and Structure", *The International Food and Agribusiness Management Review*, Vol. 7, No. 4, pp. 16-39.
- Garcia Martinez, M.** and Bañados, F. (2004), "Impact of EU organic product certification legislation on Chile Organic Exports", *Food Policy*, Vol. 29, No. 1, pp. 1-14.
- Illés, B.C., **Garcia Martinez, M.**, Lehota, J., Poole, N. and Skinner, C. (2003), 'Az értéklanc es ellátási benchmarkingja az Egyesült Királyság es Magyarországon zöldség-gyümölcs import piacon', *Hungarian Scientific Journal on Agricultural Economics*, Vol. 1, pp.52-60.

- Garcia Martinez, M.**, Aragonés, Z. and Poole, N. (2002), "A repositioning strategy for olive oil in the UK market", *Agribusiness: An International Journal*, Vol. 18, No. 2, pp. 163-180.
- García Martínez, M.**, Poole, N., Del Campo, F. and López, D. (2002) 'Identificación de Grupos Estratégicos en el Sector Hortofrutícola Español', *Revista de Economía Agraria y Recursos Naturales*, Vol. 2, No. 1, pp. 89-113. ISSN:1578-0732.
- Illés, B.C., **Garcia Martinez, M.**, Lehota, J., Poole, N. and Skinner, C. (2002), 'Élelmiszerbiztonság, minőség Magyarországon (Food safety and quality in Hungary)', *The Hungarian Journal of Marketing and Management*, Vol. 4, pp.27-34.
- Bañados, F. and **Garcia Martinez, M.** (2001), 'El Impacto de la Legislación Comunitaria en el Desarrollo de la Cadena Comercial de Productos Ecológicos Chilenos', *Revista Asturiana de Economía*, No. 22, pp. 47-65
- Garcia Martinez, M.** and Briz, J. (2000) "Innovation Activities in the Spanish Food & Drink Industry", *International Food and Agribusiness Management Review*, Vol.3, No. 2, pp. 155-176
- Garcia Martinez, M.** and Burns, J. (1999) "Sources of Technological Development in the Spanish Food & Drink Industry. A "Supplier-Dominated" Industry?", *Agribusiness: An International Journal*, Vol. 15, No. 4, pp. 431-448.
- Fearne, A. and **Garcia Martinez, M.** (1999) "The Assured Combinable Crop Scheme in England and Wales: Carrot or Stick", *Farm Management*, Vol. 10, No. 5, pp. 243-261.

Under Revision

- Garcia Martinez, M.**, Fearne, A., Caswell, J.A. and Henson, S. 'Co-regulation as a possible model for food safety governance: Opportunities for public-private partnerships', submitted to *Food Policy*.
- García Martínez, M.**, Poole, N., Skinner, C., Briz, J., de Felipe, I., Yalcin, I., Koc, A., Akbay, A.O., Ababouch, L. and Messaho, D. 'Benchmarking International Food Safety Performance in the Fresh Produce Sector', submitted to *Supply Chain Management*.
- Garcia Perez, A. and **Garcia Martinez, M.** 'The Agrifood Cooperative Netchain: A Theoretical Framework to Study its Configuration', submitted to *Food Economics*.

Non-refereed publications

- Garcia Martinez, M.** (2006), *The Challenge of Conforming to Sanitary and Phytosanitary Measures for WTO Accession and EU Exports: The Case of Ukraine*. Report prepared for the FAO Regional Office for Europe, 31 March 2006.
- Fearne, A., **Garcia Martinez, M.**, Caswell, J. A., Henson, S. and Khatri, Y. (2006), *Exploring Alternative Approaches to Traditional Modes of Regulation of Food Safety*. Document prepared for the Food Standards Agency under the contract D03004. Imperial College London, 13 March 2006.
- Garcia Martinez, M.**, and Gilpin, J. (2004), *The Challenge of Conforming to Mycotoxin Regulations for Iran's Agricultural Sector*. Report prepared for the Rural Development, Water and Environment Department of the World Bank, Imperial College London, 25 June 2004.
- Garcia Martinez, M.**, and Chalak. (2004), *The Fruit Export Sector in Lebanon. The Challenge of Conforming to Sanitary and Phytosanitary Measures*. Report prepared for the Rural Development, Water and Environment Department of the World Bank, Imperial College London, 25 June 2004.
- Fearne, A., **Garcia Martinez, M.**, Henson, S., Collins, R., Khatri, Y., McEvoy, J. M., Nganje, W. and Le Roux, G. J. (2004). *Global HACCP Implementation in the Beef Industry*, Document prepared for the Food Standards Agency under the contract M01030. London: Imperial College, November 2004.

- Fearne, A., **Garcia Martinez, M.**, Bourlakis, N., Brennan, M., Temple, M. and de Motte, L. (2004), *Mapping of Potential Research Areas for Economics Analysis*. Document prepared for the Food Standards Agency under the contract RRD10/D03/B. Imperial College London, 16 March 2004.
- Fearne, A., **Garcia Martinez, M.**, Bourlakis, N., Brennan, M., Caswell, J. Hooker, N. and Henson, S. (2004), *Review of the Economics of Food Safety and Food Standards*. Document prepared for the Food Standards Agency under the contract RRD10/D03/A. Imperial College London, 24 February 2004.
- Garcia Martinez, M.**, Skinner, C., Poole, N., Briz, J., de Felipe, I., Bandejas, P., Yalcin, I. Koc, A., Akbay, A.O., Ababouch, L. and Messaho, D. (2003). *Benchmarking Safety and Quality Management Practices in the Mediterranean Fresh Produce Sector*, Imperial College London, Working paper, EU INCO-MED Research project: 'The impact of international safety and quality standards on the competitiveness of Mediterranean fresh produce'.
- Garcia Martinez, M.**, Skinner, C., Poole, N., Illes, C. and Lehota, J. (2003). *Benchmarking Safety and Quality Management Practices in the Fresh Produce Sector in the UK and Hungary*, Imperial College London, Working paper, EU INCO-MED Research project: 'The impact of international safety and quality standards on the competitiveness of Mediterranean fresh produce'.
- Garcia Martinez, M.** (2002), "Estrategias comerciales para el nuevo milenio: adaptación a una nueva realidad comercial", *Horticultura*, Extra 2002, pp. 14-28.
- Garcia Martinez, M.**, Poole, N. and Mennesson, G. (2002), *The impact of European private safety and quality standards on fresh produce exports from Mediterranean countries*, Imperial College, Working paper, EU INCO-MED Research project: 'The impact of international safety and quality standards on the competitiveness of Mediterranean fresh produce' (<http://www.wye.ic.ac.uk/AgEcon/FIM/projects/medprod/Page3.htm#Research>)
- Fearne, A. and **Garcia Martinez, M.** (1999), *The Assured Combinable Crop Scheme for England and Wales: A Preliminary Assessment of the Costs and Benefits*, Food Industry Management, Wye College, University of London.
- Burns, J. and **Garcia Martinez, M.** (1997), *The Impact of Technical Change on Employment in the UK Food and Drink Industries*, project for The International Labour Office, Department of Agricultural and Food Economics, The University of Reading.

Book Chapters

- Garcia Martinez, M.** and Poole, N. (2004), Developments in Fresh Produce Supply Chain Management: Implications for different stakeholders, in Schiefer, G. and Rickert, U. (Eds), *Quality Assurance, Risk Management and Environmental Control in Agriculture and Food Supply Networks*, Universitat Bonn-ILB: Germany, pp. 315-323. ISBN 3-932887-65-4.
- Laaimi, A., **Garcia Martinez, M.** and Gharbi, M. (2004), Food Safety and Quality Systems in the Tunisian Olive Oil and Dates Sectors: An Exporter View, in Schiefer, G. and Rickert, U. (Eds), *Quality Assurance, Risk Management and Environmental Control in Agriculture and Food Supply Networks*, Universitat Bonn-ILB: Germany, pp. 325-333. ISBN 3-932887-65-4.
- Garcia Martinez, M.** and Bañados, F. (2004) "El impacto de la legislación comunitaria en las exportaciones chilenas de productos ecológicos", in Fundación Alfonso Martín Escudero (Eds.), *Agricultura Ecológica y Alimentación. Análisis y Funcionamiento de la Cadena Comercial de Productos Ecológicos*, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid, Chapter VIII, pp. 261-275. ISBN: 84-8476-207-6.
- Lehota, J., **Garcia Martinez, M.**, Illés, B.C., Poole, N. and Skinner, C. (2004), Enforcement of Food Safety and Quality Requirements in the Fresh Vegetable and Fruit Import Supply Chain of the United Kingdom and Hungary, in Beracs, J., Lehota, J., Piskoti, I. and Rekettye, G. (Eds.), *Marketing Theory and Practice: A Hungarian Perspective*, Akademiai Kiado: Budapest, Chapter 16, pp. 341-361. ISBN 963 05 8099 3.

Lehota, J., **Garcia Martinez, M.**, Illés, B.C., Poole, N. and Skinner, C. (2004), Az élelmiszer-biztonsági és –minőségi követelmények érvényesülése az Egyesült Királyság és Magyarország friss zöldség-gyümölcs import ellátási láncában, in Beracs, J., Lehota, J., Piskoti, I. and Rekettye, G. (Eds.), *Marketingelmélet: A Gyakorlatban*, Több mint kiadó Szakmai partner: Budapest, pp. 289-303. ISBN 963 224 794 9.

Garcia Martinez, M., Poole, N. and Skinner, C. (2003), Metodologia de Estudios de la Cadena Alimentaria in Briz, J. (Ed.), *Internet, Trazabilidad y Seguridad Alimentaria*, Chapter II, pp. 61-99, Ediciones Mundi Prensa. ISBN: 84-8476-140-1.

Refereed conference papers

de Carlos, P., Briz, J., **Garcia Martinez, M.**, de Felipe, I. and Morais, F. (2006). Consumer perception of Quality Labels as a Competitive Tool in the Spanish Beef Sector. Paper accepted for presentation at the USDA and AIEA2 International Meeting, *Competitiveness in Agriculture and the Food Industry: US and EU Perspectives*, 15-16 June, 2006, Bologna (Italy).

de Carlos, P., **Garcia Martinez, M.**, de Felipe, I., Briz, J. and Morais, F. (2006). The development of an analytical tool for integrating 'the voice of the consumer' in New Product Development. Paper accepted for presentation at the 98th Seminar of the EAAE, *Marketing Dynamics within the Global Trading System: New Perspectives*, 29 June – 2 July, 2006, Chania, Crete, (Greece).

Garcia Martinez, M. and Fearn, A. (2006). Is Co-regulation More Efficient and Effective in Supplying Safer Food?. Paper accepted for presentation at the AAEA Pre-Conference Workshop on Economics of Food Safety, *New Food Safety Incentives and Regulatory, Technological and Organisational Innovations*, July 22, 2006 - Long Beach, CA.

Garcia Perez, A. and **Garcia Martinez, M.** (2006). The Agrifood Cooperative as a Network of Firms. A Theoretical Framework. Paper presented at the 99th European Seminar of the EAAE, *Trust and Risk in Business Networks*, 8-10 February 2006, Bonn (Germany).

Briz, J., de Carlos, P., **Garcia Martinez, M.** and de Felipe, I. (2006). Food innovation and market risk: a case study of the interface in the food industry. Paper presented at the 99th European Seminar of the EAAE, *Trust and Risk in Business Networks*, 8-10 February 2006, Bonn (Germany).

de Carlos, P., de Felipe, I., Briz, J. and **Garcia Martinez, M.** (2005). A Study on quality perceptions and food safety: Strategic Actions for the Food Industry to Increase Consumer Confidence. Paper presented at the 92nd Seminar of the EAAE, *Quality Management and Quality Assurance in Food Chains*, 2-4 March 2005, Göttingen (Germany).

Arribas, N., **Garcia Martinez, M.**, de Felipe, I., Briz, J. and Morais, F. (2004). Latest developments in quality management in the Spanish food industry. Paper presented at the Internal Conference of the International Association of Food and Agri-food Economists, Canadian Agricultural Economics Society, *Sustainable Development and Globalisation of Agri-Food Markets*, 23-24 August 2004, Quebec (Canada).

Garcia Martinez, M., Poole, N., Illes, C.B. and Lehota, J. (2004). Food Safety Performance in EU Candidate Countries: The Case of the Fresh Produce Sector. Paper presented at the 6th International Conference on Chain and Network Management in Agribusiness and the Food Industry, *Dynamics in Chains and Networks*, 27-28 May, 2004, Ede, The Netherlands.

Garcia Martínez, M. and Poole, N. (2004). The development of private food safety and quality standards: Implications for Mediterranean countries. Paper presented at the 88th European Seminar of the EAAE, *Retailing and Producer-Retailer Relationships in the Food Chain*, May 5-6, 2004, Paris, France.

Garcia Martinez, M., Poole, N., Briz, J., de Felipe, I., Yalcin, I., Koc, A. and Messaho, D. (2004). Benchmarking International Food Safety Performance in the Fresh Produce Sector. Paper presented at the 84th European Seminar of the EAAE, *Food Safety in a Dynamic World*, 8-11 February 2004, Zeist, The Netherlands.

- Briz, J., **García Martínez, M.**, de Felipe, I. and Poole, N. (2003). Quality policy in agricultural exports Mediterranean developing countries to EU. Paper presented at the 83rd European Seminar of the EAAE, *Food Quality Products in the Advent of the 21st Century: Production, Demand and Public Policy*, 4-7 September 2003, Chania, Greece.
- Laajimi, A., **García Martínez, M.** and Gharbi, M. (2003). Introducing HACCP system in the Tunisian dates sector: An exploratory case study. Paper presented at the 83rd European Seminar of the EAAE, *Food Quality Products in the Advent of the 21st Century: Production, Demand and Public Policy*, 4-7 September 2003, Chania, Greece.
- García Martínez, M.**, Poole, N.D. and Skinner, C. (2003). The development of private food safety and quality standards and impact on exports from Mediterranean countries. Paper presented at the 82nd European Seminar of the EAAE, *Quality Assurance, Risk Management and Environmental Control in Agriculture and Food Supply Networks*, May 14-16, 2003, Bonn, Germany.
- Laajimi, A., **García Martínez, M.** and Gharbi, M. (2003). Food Safety and Quality Systems in the Tunisian Olive Oil and Dates Sector: An Exporter View. Paper presented at the 82nd European Seminar of the EAAE, *Quality Assurance, Risk Management and Environmental Control in Agriculture and Food Supply Networks*, May 14-16, 2003, Bonn, Germany.
- García Martínez, M.**, Z. Aragonés Monjas and Poole, N.D. (2002). *A repositioning strategy for olive oil in the UK Market*. Paper presented at Hawaii International Conference on Business, Honolulu, June 18-22 2002.
- Bañados, F. and **García Martínez, M.**, (2001). *Impact of EU Organic Product Certification Legislation on the Development of the Chilean Organic Supply Chain*. Paper presented at 72nd Seminar of the European Association of Agricultural Economists, 'Organic Food Marketing Trends', Chania, Crete, Greece, 7-10 June.
- García Martínez, M.**, Z. Aragonés Monjas and Poole, N.D. (2001). *A repositioning strategy for olive oil in the UK Market*. Paper presented at 71st Seminar of the European Association of Agricultural Economists, 'The Food Consumer in the Early 21st Century', Zaragoza, Spain, 19-20 April.

Other non-refereed invited/keynote papers and conference presentations

- García Martínez, M.** (2005), Supermarkets: One model or many?, paper presented at the IDS /IIED Workshop on Supermarkets and Development, Institute of Development Studies, University of Sussex, 12-13 October 2005.
- Fearne, A. and **García Martínez, M.** (2004), *A Global Survey of HACCP Implementation in the Meat Industry*, paper presented at the World Meat Hygiene and Inspection Congress 2004, 6-8 July 2004, Cambridge, UK.
- García Martínez, M.** (2003), *Developments in Fresh Produce Supply Chain Management: Implications for different stakeholders*, paper presented at MACFRUT 2003 Conference, 8-11 May 2003, Cesena (Italy).
- García Martínez, M.** (2003), *Développement des Concepts de Qualité et de Sécurité dans les Fruits et Légumes Frais: Implication par les Pays Méditerranéens*, paper presented at APEFEL 2nd International Symposium on Quality Management in the Fresh Produce Sector, 25-26 April 2003, Agadir (Morocco).
- García Martínez, M.** (2003), *Developments in Fresh Produce Quality and Safety Management: Implications for Mediterranean Countries*, paper presented at the GTZ Seminar on Quality Standards in the Agro-industry: Harmonisation with quality standards set by the EU and the European Industry, 24-26 February 2003, Cairo (Egypt).
- Briz, J. and **García Martínez, M.** (2003), *INCO Experience in Mediterranean Countries*, paper presented at the EU Conference on Information Society as Key Enabler for Rural Development, 3-4 February 2003, Valencia (Spain).

Garcia Martinez, M. (2002), *The Impact of European Private Safety and Quality Standards on Fresh Produce Exports from Mediterranean Countries*, paper presented at the I Congreso Internacional de CGLALe, La Ciudad de la Habana, Cuba, 4-6 Diciembre 2002.

Garcia Martinez, M. (2002), *Evolucion de la Demanda y Oferta de Productos Ecologicos*, KeyNote Paper at EUROAGRO: International Fair of Agricultural Production, Valencia 17-19 October 2002.

Garcia Martinez, M. (2002), *Developments in Fresh Produce Supply Chain Management: Implications for Different Stakeholders*, paper presented at the AARES Seminar on Supply Chain Management, University of Western Australia, 13 May 2002.

Garcia Martinez, M. (2002), *El Sector Hortofruticola frente al Consumidor del Siglo XXI*, paper presented at Seminario de Frutas y Hortalizas, Fundación Caja Rural, Paiporta (Valencia) 28-29 January 2002.

Lecturing Responsibilities

Undergraduate

2005 – Present BSc Business Studies, Imperial College London
Marketing Research Techniques (2nd Year)

1997 - 2002 BSc Business Studies, Imperial College London
Strategic International Marketing (2nd Year)

Postgraduate

1997 – 2002 Strategic International Marketing: MSc International Food Marketing (IFM), Food
Industry Management and Marketing (FIMM)

Distance Learning Programme (DLP)

1997 – 2002 MSc in Food Industry Management and Marketing, Imperial College London
University of London, External Programme
Strategic International Marketing
Concepts and Methods in Marketing Research

Academic Awards

Henry Schapper Fellowship (University of Western Australia), March-May 2002.



**Comisión Interministerial de Ciencia y
Tecnología**

Curriculum vitae

Nombre: Narciso Arcas Lario

Fecha: 10 de enero de 2006

APELLIDOS: Arcas Lario
NOMBRE: Narciso SEXO: Masculino
DNI: 23.223.320 FECHA DE NACIMIENTO: 12/09/61 N° FUNCIONARIO: 2322332013 A0504
DIRECCION PARTICULAR: Avd. Juan Carlos Primero, 76, Edf. Miguel Ángel, 3ª. Fase, 1º
CIUDAD: Lorca CODIGO POSTAL: 30800 TELEFONO: 968325785 968442608
ESPECIALIZACIÓN: Asociacionismo Agrario y Marketing Agroalimentario

FORMACIÓN ACADEMICA

LICENCIATURA/INGENIERIA: Ingeniero Agrónomo
CENTRO: Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos. Universidad Politécnica de Valencia
FECHA: 07/05/1986

DOCTORADO: Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales

DIRECTOR DE TESIS: Dr. D. José Luis Munuera Alemán y Dr. D. Miguel Hernández Espallardo

SITUACIÓN PROFESIONAL ACTUAL

ORGANISMO: Universidad Politécnica de Cartagena
FACULTAD, ESCUELA o INSTITUTO DEL C.S.I.C.: Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica
DEPT./SECC./ UNIDAD ESTR.: Economía de la Empresa
CATEGORIA PROFESIONAL Y FECHA DE INICIO: Profesor Titular de Universidad (18/03/2003)
DIRECCION POSTAL: Paseo Alfonso XIII, nº. 48, 30203, Cartagena, Murcia
TELEFONO (indicar prefijo, número y extensión): 968 325785

ACTIVIDADES ANTERIORES DE CARACTER CIENTIFICO O PROFESIONAL

FECHAS	PUESTO	INSTITUCION
04/09/1986 hasta 18/09/1987	Asesoramiento Técnico	Asociación Murciana de Agrupaciones de Productores Agrarios
08/02/1988 hasta 07/08/1989	Revisión Catastro Rústica	Consultora Agrícola, S.L.
16/10/1989 hasta 15/04/1990	Subdirector Comercial	Solplast, S.A.
10/01/1991 hasta 16/03/1993	Agente de Desarrollo Local	Ayuntamiento de Totana
11/11/1993 hasta 30/09/1997	Ayudante de Escuela Universitaria	Universidad de Murcia
01/10/1997 hasta 30/09/1999	Ayudante de Universidad	Universidad de Murcia
05/10/1999 hasta 30/09/2000	Profesor Asociado Tiempo Completo	Universidad Politécnica de Cartagena
01/10/2000 hasta 30/11/2002	Profesor Titular de Escuela Universitaria Interino	Universidad Politécnica de Cartagena
01/12/2002 hasta 17/03/2003	Profesor Titular de Universidad	Universidad Politécnica

Interino
18/03/2003 hasta actualidad *Profesor Titular de Universidad*

de Cartagena
Universidad Politécnica
de Cartagena

IDIOMAS DE INTERES CIENTIFICO (R=regular,B=bien,C=correctamente)

<i>IDIOMA</i>	<i>HABLA</i>	<i>LEE</i>	<i>ESCRIBE</i>
<i>Inglés</i>	<i>R</i>	<i>R</i>	<i>R</i>
<i>Francés</i>	<i>R</i>	<i>R</i>	<i>R</i>

PARTICIPACION EN PROYECTOS DE INVESTIGACION FINANCIADOS

TITULO DEL PROYECTO: Análisis Económico del Uso del Agua en los Sistemas Hortícolas del Litoral Mediterráneo: Evaluación de Impactos Socioeconómicos y Ambientales y Diseño de Estrategias de Gestión.

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia y Tecnología (CICYT). AGL2002-04251-C03-01

DURACION DESDE: 04/12/2002 HASTA: 04/12/2005

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Dr. María Dolores de Miguel Gómez. Universidad Politécnica de Cartagena

TITULO DEL PROYECTO: Consumer Decision Making on Organic Products

ENTIDAD FINANCIADORA: Comisión Europea. QLRT-2001-C03-01

DURACION DESDE: 01/01/2003 HASTA: 01/01/2006

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Richard Sheperd, University of Surrey (Reino Unido)

PUBLICACIONES

Indicar volumen, páginas inicial y final (año) .

Autores: MUNUERA ALEMÁN, J. L.; **ARCAS LARIO, N.**; GARCÍA PÉREZ DE LEMA, D.; HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M.; MARTÍN FERNÁNDEZ, M.; MEROÑO CELDRÁN, A. Y RUIZ DE MAYA, S.

Título: Estudio sobre las Entidades Asociativas Agrarias de Comercialización de la Región de Murcia. Ed. Federación de Cooperativas Agrarias de La Región de Murcia

Referencia: Libro *Clave:* L *Volumen:*

Páginas, inicial: 1 *Páginas final:* 373 *Fecha:* 1997

Editorial (si libro): Federación de Cooperativas Agrarias de La Región de Murcia

Lugar de publicación: Murcia

Autores: **ARCAS LARIO, N.** Y RUIZ DE MAYA, S.

Título: La Comercialización de las Frutas y Hortalizas en el Entorno Internacional

Referencia: Revista *Clave:* Artículo *Volumen:* 35

Páginas, inicial: 55 *Páginas final:* 89 *Fecha:* 1997

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: Distribución y Consumo

Autores: **ARCAS LARIO, N.**; RUIZ DE MAYA, S. Y HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M.

Título: Los Compradores de Productos Hortofrutícolas: Identificación de Grupos a Partir de los Beneficios Buscados

Referencia: Revista *Clave:* Artículo *Volumen:* 12

Páginas, inicial: 231 *Páginas final:* 245 *Fecha:* 1997

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: Investigación Agraria: Economía

Autores: HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M. Y **ARCAS LARIO, N.**

Título: Caso Anecoop. La Red Comercial como Factor de Competitividad en los Mercados Exteriores. En Nieto, A., Llamazares, O. y Cerviño, J. Marketing Internacional. Casos y Ejercicios Prácticos

Referencia: Libro *Clave:* Capítulo de Libro *Volumen:*

Páginas, inicial: 326 *Páginas final:* 340 *Fecha:* 1997

Editorial (si libro): Pirámide

Lugar de publicación: Madrid

Autores: **ARCAS LARIO, N.**; RUIZ DE MAYA, S. Y HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M.

Título: La Elección del Establecimiento de Compra en Productos Hortofrutícolas

Referencia: Documento Científico-Técnico Restringido *Clave:* *Volumen:* 21

Páginas, inicial: 1 *Páginas final:* 21 *Fecha:* 1997

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Murcia

*Autores: **ARCAS LARIO, N. Y MUNUERA ALEMÁN, J. L.***
Título: El Cooperativismo como Estrategia para Mejorar la Competitividad de la Empresa Agroalimentaria
Referencia: Revista Clave: Artículo Volumen: 42
Páginas, inicial: 55 Páginas final: 71 Fecha: 1998
Editorial (si libro):
Lugar de publicación: Distribución y Consumo

*Autores: **ARCAS LARIO, N.; RUIZ DE MAYA, S. Y MUNUERA ALEMÁN, J. L.***
Título: Área de Comercialización. En García, D. y Rouco, A. La Industria Cárnica en la Región de Murcia. Un Análisis Económico y Estratégico
Referencia: Libro Clave: Capítulo de Libro Volumen:
Páginas, inicial: 171 Páginas final: 213 Fecha: 1998
Editorial (si libro): Fundación Universidad Empresa de Murcia
Lugar de publicación: : Murcia

*Autores: RUIZ DE MAYA, S., **ARCAS LARIO, N. Y MUNUERA ALEMÁN, J. L.***
Título: Análisis del Consumidor de Productos Cárnicos. En García, D. y Rouco, A. La Industria Cárnica en la Región de Murcia. Un Análisis Económico y Estratégico
Referencia: Libro Clave: Capítulo de Libro Volumen:
Páginas, inicial: 285 Páginas final: 309 Fecha: 1998
Editorial (si libro): Fundación Universidad Empresa de Murcia
Lugar de publicación: Murcia

*Autores: **ARCAS LARIO, N.***
Título: El Marketing de las Cooperativas Agraria: Claves para la Competitividad de la Empresa Agraria
Referencia: Libro Clave: Libro Volumen:
Páginas, inicial: 1 Páginas final: 300 Fecha: 1999
Editorial (si libro): CIRIEC-España
Lugar de publicación: Valencia

*Autores: **ARCAS LARIO, N.; RUIZ DE MAYA, S. Y MUNUERA ALEMÁN, J. L.***
Título: Área de Comercialización. En Rouco, A. y García, D. La Industria Cárnica en España. Análisis Económico y Estratégico
Referencia: Libro Clave: Capítulo de Libro Volumen:
Páginas, inicial: 139 Páginas final: 167 Fecha: 1999
Editorial (si libro): Ayala, S.L.
Lugar de publicación: Madrid

*Autores: RUIZ DE MAYA, S.; **ARCAS LARIO, N.** Y MUNUERA ALEMÁN, J. L.*
Título: El Comportamiento de Compra del Consumidor Español de Productos Cárnicos. En Rouco, A. y García, D. La Industria Cárnica en España. Análisis Económico y Estratégico
Referencia: Libro Clave: Capítulo de Libro Volumen:
Páginas, inicial: 207 Páginas final: 234 Fecha: 1999
Editorial (si libro): Ayala, S.L.
Lugar de publicación: Madrid

*Autores: HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M. Y **ARCAS LARIO, N.***
Título: La Sorprendente Resistencia de la Frutería
Referencia: Revista Clave: Artículo Volumen: 53
Páginas, inicial: 37 Páginas final: 43 Fecha: 2000
Editorial (si libro):
Lugar de publicación: Distribución y Consumo

*Autores: **ARCAS LARIO, N.** Y ROMERO GONZÁLEZ, M.*
Título: La Floricultura de la Región de Murcia en el Contexto Nacional. Claves para Mejorar su Competitividad
Referencia: Libro Clave: Libro Volumen:
Páginas, inicial: 231 Páginas final: 245 Fecha: 2000
Editorial (si libro): Consejería de Agricultura, Agua y Medio Ambiente de la Región de Murcia
Lugar de publicación: Murcia

*Autores: **ARCAS LARIO, N.**; HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M. Y MUNUERA ALEMÁN, J.L.*
Título: La Relación entre las Cooperativas Agrarias de Primer y Segundo Grado desde la Perspectiva del Marketing de Relaciones y Redes.
Referencia: Revista Clave: Artículo Volumen: 36
Páginas, inicial: 179 Páginas final: 202 Fecha: 2000
Editorial (si libro): CIRIEC-España
Lugar de publicación: Valencia

*Autores: **ARCAS LARIO, N.***
Título: El Sector de la Flor Cortada de la Región de Murcia en el Contexto Nacional (I). Situación y Claves para Mejorar su Competitividad
Referencia: Revista Clave: Artículo Volumen: 6
Páginas, inicial: 13 Páginas final: 18 Fecha: 2000
Editorial (si libro):
Lugar de publicación: PLANTFLOR cultivo y comercio

Autores: RUIZ DE MAYA, S.; **ARCAS LARIO, N.** Y ROMÁN NICOLAS, S.

Título: Módulo de Marketing

Referencia: Publicación Docente: Gestión de Empresas Agroalimentarias

Páginas, inicial: 106 *Páginas final:* 175 *Fecha:* 2000

Editorial (si libro): Universidad de Murcia y Centro del Envase del Vidrio

Lugar de publicación: Murcia

Autores: **ARCAS LARIO, N.** Y ROMERO GONZÁLEZ, M.

Título: El Sector de la Flor Cortada de la Región de Murcia en el Contexto Nacional (II).

Consumo, Distribución y Debilidades

Referencia: Revista *Clave:* Artículo *Volumen:* 84

Páginas, inicial: 54 *Páginas final:* 60 *Fecha:* 2001

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: PLANTFLOR cultivo y comercio

Autores: MIGUEL GÓMEZ, M^a. D.; **ARCAS LARIO, N.** Y MOLERO RAMIS, J.

Título: El Sector Agrícola en la Comarca de la COEC. En López, A.; De Miguel, M^a. D.;

Arcas, N. y Molero, J. Competitividad en el Sector Agroalimentario

Referencia: Libro *Clave:* Capítulo de Libro *Volumen:*

Páginas, inicial: 19 *Páginas final:* 76 *Fecha:* 2001

Editorial (si libro): Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena

Lugar de publicación: Murcia

Autores: **ARCAS LARIO, N.;** DE MIGUEL GÓMEZ, M^a. D. Y MOLERO RAMIS, J.

Título: Análisis del Sistema Comercial Agrícola de la Comarca de la COEC. En López, A.; De

Miguel, M^a. D.; **Arcas, N.** y Molero, J. Competitividad en el Sector Agroalimentario

Referencia: Libro *Clave:* Capítulo de Libro *Volumen:*

Páginas, inicial: 77 *Páginas final:* 120 *Fecha:* 2001

Editorial (si libro): Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena

Lugar de publicación: Murcia

Autores: **ARCAS LARIO, N.;** HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M. Y MUNUERA ALEMÁN, J.L.

Título: Fundamentos Teóricos de las Relaciones de Intercambio

Referencia: Revista *Clave:* Artículo *Volumen:*

Páginas, inicial: 33 *Páginas final:* 56 *Fecha:* 2001

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: Cuadernos de Administración

Autores: **ARCAS LARIO, N.** Y ROMERO GONZÁLEZ, M.

Título: El Sistema Comercial de la Flor Cortada en España.

Referencia: Revista *Clave:* Artículo *Volumen:* 56

Páginas, inicial: 69 *Páginas final:* 83 *Fecha:* 2001

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: Distribución y Consumo

Autores: **ARCAS LARIO, N.**

Título: *Proceso de Formación y Desarrollo de la Relación entre las Cooperativas Agrarias de Primer y Segundo Grado*

Referencia: Revista *Clave:* Artículo *Volumen:* 73

Páginas, inicial: 7 *Páginas final:* 23 *Fecha:* 2001

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*

Autores: RUIZ DE MAYA, S.; CUESTAS DÍAZ, P. Y **ARCAS LARIO, N.**

Título: *Consumer Attitudes Towards Ecological Fruit and Vegetables in Spain. A Segmentation Approach*

Referencia: Revista *Clave:* Artículo *Volumen:* II

Páginas, inicial: 681 *Páginas final:* 686 *Fecha:* 2001

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: *Acta Horticulturae*

Autores: **ARCAS LARIO, N.**

Título: *Producción, Comercialización y Consumo de la Flor Cortada en España*

Referencia: Revista *Clave:* Artículo *Volumen:* 14

Páginas, inicial: 3 *Páginas final:* 5 *Fecha:* 2001

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: *Boletín Informativo de la Sociedad Española de Ciencias Hortícolas*

Autores: **ARCAS LARIO, N.**

Título: *Contribución de las Cooperativas Agrarias de Segundo Grado a la Orientación al Mercado de sus Cooperativas Asociadas. Efectos en el Desempeño de la Relación*

Referencia: Revista *Clave:* Artículo *Volumen:* 41

Páginas, inicial: 139 *Páginas final:* 161 *Fecha:* 2002

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: *CIRIEC-España*

Autores: **ARCAS LARIO, N.**; MUNUERA ALEMÁN, J.L. Y HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M.

Título: *Beneficios de las Cooperativas Agrarias de Segundo Grado: Contribución a los Objetivos de sus Socios*

Referencia: Revista *Clave:* Artículo *Volumen:* 76

Páginas, inicial: 7 *Páginas final:* 25 *Fecha:* 2002

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*

Autores: **ARCAS LARIO, N.**; CUESTAS DÍAZ, P. Y RUIZ DE MAYA, S.

Título: *El Sistema Comercial de los Productos Agroalimentarios Ecológicos en España*

Referencia: Revista *Clave:* Artículo *Volumen:* 113

Páginas, inicial: 187 *Páginas final:* 206 *Fecha:* 2002

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: *Esic-Market*

Autores: ARCAS LARIO, N.

Título: El Cooperativismo Como Estrategia de las Empresas Agrarias para Responder a las Tendencias del Consumo de Alimentos

Referencia: Revista Clave: Artículo Volumen: 38

Páginas, inicial: 46 Páginas final: 53 Fecha: 2002

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: Fecoam-Inforna

Autores: ARCAS LARIO, N.; ALCÓN PROVENCIO, F. J. Y DE MIGUEL GÓMEZ, M. D.

Título: : El Comercio Exterior de la Región de Murcia en el Contexto Nacional

Referencia: Revista Clave: Artículo Volumen: 15

Páginas, inicial: 45 Páginas final: 60 Fecha: 2003

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: Cuadernos de Economía Murciana. Consejería de Economía y Hacienda. Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Autores: ARCAS LARIO, N. Y RUIZ DE MAYA, S.

Título: Marketing and Performance of Fruit and Vegetables Cooperatives

Referencia: Revista Clave: Artículo Volumen: 36

Páginas, inicial: 22 Páginas final: 44 Fecha: 2003

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: Journal of Co-operative Studies

Autores: HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M. Y ARCAS LARIO, N.

Título: The Effects of Authoritative Mechanisms of Coordination on Market Orientation in Asymmetrical Channel Partnerships

Referencia: Revista Clave: Artículo Volumen: 20 (2)

Páginas, inicial: 133 Páginas final: 152 Fecha: 2003

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: International Journal of Research in Marketing

Autores: ARCAS LARIO, N. Y DE MIGUEL GÓMEZ, M^a. D.

Título: Condicionantes y Tendencias del Consumo de Alimentos. En Gaona, C. y Navas, J. (eds.). Modelos Alimentarios a Debate: La Interdisciplinariedad de la Alimentación

Referencia: Libro Clave: Capítulo de Libro.

Páginas, inicial: 88 Páginas final: 112 Fecha: 2003

Editorial (si libro): Universidad Católica San Antonio

Lugar de publicación: Murcia

Autores: ARCAS LARIO, N.

Título: La Relación entre las Cooperativas Agrarias de Comercialización de Primer y Segundo Grado: Un Modelo Explicativo de sus Características y Resultados

Referencia: Libro Clave: Libro Volumen:

Páginas, inicial: 1 Páginas final: 351 Fecha: 2003

Editorial (si libro): ProQuest Company

Lugar de publicación: Michigan USA

Autores: *ARCAS LARIO, N.*

Título: *Producción, Comercialización y Marketing de Productos Ecológicos en la Región de Murcia. En Egea, J. M^a. Agroecología y Agricultura Ecológica*

Referencia: *Libro Clave: Capítulo de Libro*

Páginas, inicial: 331 **Páginas final:** 338 **Fecha:** 2003

Editorial (si libro): *Integral (Sociedad para el Desarrollo Rural)*

Lugar de publicación: *Murcia*

Autores: *HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M. Y ARCAS LARIO, N.*

Título: *Unilateral Control and the Moderating Effects of Fairness on Target's Performance in Asymmetric Channel Partnerships*

Referencia: *Revista Clave: Artículo Volumen: 37 (11/12)*

Páginas, inicial: 1685 **Páginas final:** 1702 **Fecha:** 2003

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: *European Journal of Marketing*

Autores: *ARCAS LARIO, N. Y HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M.*

Título: *Co-ordination and Performance of Spanish Second-Level Agricultural Co-operatives: The Impact of Relationship Characteristics*

Referencia: *Revista Clave: Artículo Volumen: 30 (4)*

Páginas, inicial: 487 **Páginas final:** 507 **Fecha:** 2003

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: *European Review of Agricultural Economics*

Autores: *DELGADO BALLESTER, E Y ARCAS LARIO, N.*

Título: *Las Marcas en los Productos de Alimentación en Fresco. En Agricultura Familiar en España*

Referencia: *Libro Clave: Capítulo de Libro*

Páginas, inicial: 98 **Páginas final:** 108 **Fecha:** 2004

Editorial (si libro): *Fundación de Estudios Rurales y MAPA*

Lugar de publicación: *Madrid*

Autores: *ARCAS LARIO, N; GARCÍA PÉREZ DE LEMA, D.; HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M.; MEROÑO CELDRÁN, A. MUNUERA ALEMÁN, J. L.; PÉREZ RUBIO, F. Y RUIZ DE MAYA, S.*

Título: *El Cooperativismo Hortofrutícola de la Región de Murcia. Evolución Reciente y Diagnóstico Actual*

Referencia: *Libro Clave: L Volumen:*

Páginas, inicial: 1 **Páginas final:** 428 **Fecha:** 2004

Editorial (si libro): *Federación de Cooperativas Agrarias de La Región de Murcia*

Lugar de publicación: *Murcia*

Autores: DELGADO BALLESTER, E. Y ARCAS LARIO, N.

Título: Política de Marca en los Productos de Alimentación en Fresco: Desaparición de los Genéricos

Referencia: Revista Clave: Artículo Volumen: 77

Páginas, inicial: 27 Páginas final: 36 Fecha: 2004

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: Distribución y Consumo

**PARTICIPACION EN CONTRATOS DE INVESTIGACION DE ESPECIAL
RELEVANCIA CON EMPRESAS Y/O ADMINISTRACIONES**

TITULO DEL CONTRATO: Plan Estratégico de las Entidades Asociativas de Comercialización de la Región de Murcia.

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA: Caja Murcia y Federación de Cooperativas Agrarias de la Región de Murcia

DURACIÓN DESDE: 1995 HASTA: 1997

INVESTIGADOR RESPONSABLE: MUNUERA ALEMÁN, J. L.

TITULO DEL CONTRATO: La Industria Cárnica ante el Reto Europeo: Un análisis Económico y Estratégico.

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA: Instituto de Fomento de la Región de Murcia, Asociación de Industrias Cárnicas de la Región de Murcia y Fuertes, S.A.

DURACIÓN DESDE: 1996 HASTA: 1997

INVESTIGADOR RESPONSABLE: ROUCO YÁÑEZ, A., MARTÍNEZ CONESA, I. Y GARCÍA PÉREZ DE LEMA, D.

TITULO DEL CONTRATO: Plan de Marketing de las Empresas Adscritas al Programa Integral
EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA: Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

DURACIÓN DESDE: 1999 HASTA: 2000

INVESTIGADOR RESPONSABLE: MUNUERA ALEMÁN, J. L.

TITULO DEL CONTRATO: Análisis de la Situación que ANECOOP, SDAD. COOP. Mantiene con sus Cooperativas Asociadas.

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA: ANECOOP, SDAD. COOPERATIVA

DURACIÓN DESDE: 1999 HASTA: 2000

INVESTIGADOR RESPONSABLE: ARCAS LARIO, N.

TITULO DEL CONTRATO: Plan Estratégico de Anecoop.

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA: ANECOOP, SDAD. COOPERATIVA

DURACIÓN DESDE: 2001 HASTA: 2001

INVESTIGADOR RESPONSABLE: ARCAS LARIO, N.

TITULO DEL CONTRATO: Investigación y Plan Estratégico de las Entidades Asociativas de Comercialización de la Región de Murcia

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA: Federación de Cooperativas Agrarias de la Región de Murcia

DURACIÓN DESDE: 2003 HASTA: 2004

INVESTIGADOR RESPONSABLE: ARCAS LARIO, N. Y MUNUERA ALEMÁN, J. L.

TITULO DEL CONTRATO: Convenio de Colaboración entre la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y la Universidad de Murcia para la Realización de un Estudio sobre el Libro Blanco de Desarrollo Rural de la Región de Murcia y Redacción de un Borrador del Anteproyecto de Ley de Desarrollo Rural

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA: Consejería de Agricultura, Agua y Medio Ambiente

DURACIÓN DESDE: 01/01/2003 HASTA: 01/03/2004

INVESTIGADOR RESPONSABLE: ORDUÑA, F.J. (Universidad de Valencia) Y COBACHO, J. A. (Universidad de Murcia)

CONGRESOS

AUTORES: **ARCAS LARIO, N.**

TITULO: *Consortios de Exportación e Internacionalización de la Empresa*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: *Conferencia*

CONGRESO: *Jornadas sobre Mercados Exteriores organizadas por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de la Región de Murcia*

PUBLICACIÓN:

LUGAR DE CELEBRACIÓN: *Murcia*

AÑO: 1994

AUTORES: **ARCAS LARIO, N.**

TITULO: *Análisis de las Relaciones entre las Organizaciones de Productores Agrarios y sus Socios*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: *Conferencia*

CONGRESO: *Jornadas Técnicas de la OCM de Frutas y Hortalizas organizadas por la Federación de Cooperativas Agrarias de la Región de Murcia (FECOAM)*

PUBLICACIÓN:

LUGAR DE CELEBRACIÓN: *Murcia*

AÑO: 1996

AUTORES: **ARCAS LARIO, N. Y RUIZ DE MAYA, S.**

TITULO: *Acciones de Marketing de las Cooperativas de Comercialización de Productos Hortofrutícolas*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: *Ponencia*

CONGRESO: *IX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*

PUBLICACIÓN: *Actas del Congreso*

LUGAR DE CELEBRACIÓN: *Murcia*

AÑO: 1997

AUTORES: **ARCAS LARIO, N. Y HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M.**

TITULO: *Efectos del Control Unilateral sobre la Satisfacción en las Asociaciones de Distribución*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: *Ponencia*

CONGRESO: *XI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*

PUBLICACIÓN: *Actas del Congreso*

LUGAR DE CELEBRACIÓN: *Valladolid*

AÑO: 1999

AUTORES: **ARCAS LARIO, N.; RUIZ DE MAYA, S. Y CUESTAS DÍAZ, S.**

TITULO: *Ecological Agrarian Products in Spain. Marketing and Consumer Attitudes towards them*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: *Ponencia*

CONGRESO: *International Symposium on Protected Cultivation in Mild Winter Climates: Current Trends for Sustainable Technologies*

PUBLICACIÓN: *Abstracts en formato impreso*

LUGAR DE CELEBRACIÓN: *Murcia*

AÑO: 2000

AUTORES: **ARCAS LARIO, N.**; HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M. Y MUNUERA ALEMÁN, J.L.
TÍTULO: *La Relación entre las Cooperativas Agrarias de Primer y Segundo Grado desde la Perspectiva del Marketing de Relaciones y Redes*
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: *Jornadas de Investigadores en Economía Social y Cooperativa organizadas por CIRIEC.*
PUBLICACIÓN: *Actas del Congreso*
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Valencia AÑO: 2000

AUTORES: **ARCAS LARIO, N.** Y HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M.
TÍTULO: *Los Efectos de los Mecanismos de Coordinación sobre la Orientación al Mercado en las Relaciones de Distribución*
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: *XII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.*
PUBLICACIÓN:
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Santiago de Compostela AÑO: 2000

AUTORES: **ARCAS LARIO, N.**
TÍTULO: *El Sector de la Flor Cortada de la Región de Murcia en el Contexto Nacional: Claves para Mejorar su Competitividad*
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Conferencia Invitada
CONGRESO: *IV Jornadas del Grupo Ornamentales de la Sociedad Española de Ciencias Hortícolas*
PUBLICACIÓN: *Actas del Congreso*
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Murcia AÑO: 2000

AUTORES: HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M.; BELLO, D.; **ARCAS LARIO, N.** Y MUNUERA ALEMÁN, J. L.
TÍTULO: *The Channel Control-Performance Relationship: Moderating Effects of Inter-firm Trust and Dependence*
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: *TH. European Marketing Academy Conference*
PUBLICACIÓN: *Actas del Congreso en CD*
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Noruega AÑO: 2001

AUTORES: **ARCAS LARIO, N.**; MUNUERA ALEMÁN, J.L. Y HERNÁNDEZ ESPALLARDO, M.
TÍTULO: *Contribución de las Cooperativas Agrarias de Segundo Grado a los Objetivos de sus Cooperativas Hortofrutícolas Asociadas. Un Estudio Empírico*
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: *IV Congreso Nacional de Economía Agraria*
PUBLICACIÓN: *Actas del Congreso en página Web*
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Pamplona AÑO: 2001

AUTORES: **ARCAS LARIO, N.**

TÍTULO: *La Dependencia de las Cooperativas Agrarias de Primer Grado Respecto a las de Segundo: Efectos sobre las Características de la Relación*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia

CONGRESO: *Jornadas de Investigadores en Economía Social y Cooperativa (CIRIEC)*

PUBLICACIÓN: *Actas del Congreso en página Web*

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Tenerife

AÑO: 2002

AUTORES: **ARCAS LARIO, N.**

TÍTULO: *Determinantes de los Rendimientos Económicos en las Relaciones Comerciales entre las Cooperativas Agrarias de Primer y Segundo Grado*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia

CONGRESO: *XVI Congreso Nacional y XII Hispano Francés de AEDEM*

PUBLICACIÓN: *Actas del Congreso*

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Alicante

AÑO: 2002

AUTORES: **ARCAS LARIO, N. Y MUNUERA ALEMÁN, J. L.**

TÍTULO: *Determinant Factors of Satisfaction in the Relationship Between First- and Second-Order Agricultural Co-operatives*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación oral

CONGRESO: *10th European Agricultural Economics Association Congress*

PUBLICACIÓN: *Actas del Congreso en CD*

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Zaragoza

AÑO: 2002

AUTORES: **ARCAS LARIO, N.**

TÍTULO: *El Sistema Comercial de los Productos Agroalimentarios Ecológicos*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Conferencia

CONGRESO: *Jornadas Agronómicas: Enología, Agricultura Ecológica y Tecnología en Agricultura organizadas por AGRITECO*

PUBLICACIÓN:

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Alicante

AÑO: 2003

AUTORES: **SCHMITT, H. Y ARCAS LARIO, N.**

TÍTULO: *Evaluación del Rendimiento de los Operadores Logísticos de Productos Hortofrutícolas*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Póster

CONGRESO: *II Congreso Internacional de Horticultura Mediterránea*

PUBLICACIÓN: *Actas del Congreso*

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Almería

AÑO: 2003

AUTORES: **ALCÓN PROVENCIO, F. J.; DE MIGUEL GÓMEZ, M^a. D. Y ARCAS LARIO, N.**

TÍTULO: *Contribución de las Comunidades de Regantes y las Cooperativas Agrarias a la Eficiencia en la Gestión del Agua para uso Agrícola*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación oral

CONGRESO: *Congreso Internacional de Cooperativismo Agrario y Desarrollo Rural*

PUBLICACIÓN: *Actas del Congreso en CD*

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Valencia

AÑO: 2004

GRANDES EQUIPOS QUE UTILIZA O HA UTILIZADO

CLAVE : R= responsable, UA = usuario asiduo, UO = usuario ocasional

EQUIPO

FECHA:

CLAVE:

OTROS MÉRITOS O ACLARACIONES QUE SE DESEE HACER CONSTAR

- *Secretario del departamento de Economía de la Empresa desde Diciembre de 1996 hasta Septiembre de 1999.*
- *Impartición de diversos cursos, seminarios y conferencias relacionadas con el Asociacionismo Agrario y el Marketing Agroalimentario organizados por diversas instituciones, tales como: Sociedad Española de Ciencias Hortícolas, Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de la Región de Murcia, Escuela de Negocios de la Región de Murcia, Instituto de Fomento de la Región de Murcia, Federación de Cooperativas Agrarias de la Región de Murcia, Unión de Cooperativas de Trabajo Asociado de la Región de Murcia, Centro de Formación de Profesores de la Región de Murcia, Ayuntamiento de Lorca, etc.*
- *Docencia en el Master de Dirección de Cooperativas Agrarias, organizado por el Centro de Especialización en Gestión de empresas Agroalimentarias de la Universidad Politécnica de Valencia, desde el año 1998 hasta la actualidad.*
- *Docencia en el Master de Dirección y Marketign de Empresas Agroalimentarias, organizado por el Centro de Especialización en Gestión de Empresas Agroalimentarias de la Universidad Politécnica de Valencia, desde el año 1998 hasta la actualidad.*
- *Docencia en el Master de Dirección y Gestión de Comercio Exterior, organizado por la Fundación Universidad-Empresa de la Región de Murcia, desde Octubre de 1994 hasta la actualidad.*
- *Docencia en el Curso de Especialista en Marketing, organizado por el Departamento de Dirección y Gestión de Empresas de la Universidad de Almería, desde 2003 hasta la actualidad.*
- *Coordinador de proyectos del Master de Dirección y Gestión de Comercio Exterior, organizado por la Fundación Universidad-Empresa de la Región de Murcia, desde Octubre de 1994 hasta la actualidad.*
- *Docencia en el Master de Asesoría Jurídica de Empresas, organizado por la Fundación Universidad-Empresa de la Región de Murcia, desde Octubre de 1997 hasta la actualidad.*
- *Coordinador del Módulo de “Comercio Exterior” del Master de Asesoría Jurídica de Empresas, organizado por la Escuela de Negocios de la Región de Murcia, desde el curso 1999/00 hasta la actualidad.*
- *Colaborador de los Cursos de Especialización en Gestión de Empresas Agroalimentarias, organizados por el Centro de Especialización en Gestión de Empresas Agroalimentarias de la Universidad Politécnica de Valencia, desde el año 1995 hasta la actualidad.*
- *Dirección de Proyectos del Master de Dirección y Gestión de Comercio Exterior, organizado por la Fundación Universidad-Empresa de la Región de Murcia, desde el año 1994 hasta la actualidad.*

- *Coordinador del Módulo de Marketing y Dirección Comercial correspondiente al “Curso de Gestión de Cooperativas Agrarias” organizado por la Escuela de Negocios de la Región de Murcia y la Federación de Cooperativas Agrarias de la Región de Murcia. 1996.*
- *Coordinador del Curso de Verano “Estrategias Comerciales para el Sector Hortofrutícola” organizado por la Universidad Politécnica de Cartagena, la Cámara Oficial de Industria y Comercio de Lorca y la Federación de Cooperativas Agrarias de la Región de Murcia. Año 2004.*
- *Dirección de varios Proyectos del Master de Dirección y Gestión de Empresas y Establecimientos Comerciales, organizado por la Fundación Universidad-Empresa de la Región de Murcia, desde el años 1998.*
- *Dirección de varios Proyectos Fin de Carrera para la obtención del título de Ingeniero Agrónomo.*
- *Miembro de varios Tribunales de Proyectos Fin de Carrera para la obtención del título de Ingeniero Agrónomo.*
- *Miembro del tribunal calificador de Trabajos de Tercer Ciclo para la obtención de la suficiencia investigadora.*
- *Miembro del tribunal calificador de Tesis Doctoral.*
- *Miembro de la Comisión de Relaciones con las Empresas de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica desde el curso 1999/2000 hasta la actualidad.*
- *Miembro de la Comisión de Doctorado del Departamento de Organización de Empresas y Comercialización desde 2000 hasta la actualidad.*
- *Representante del Departamento de Organización de Empresas y Comercialización en la Junta de Centro de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica desde el curso 2001/2002 hasta la actualidad.*
- *Miembro de la Comisión de Relaciones Nacionales e Internacionales, de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica desde el curso 2002/2003 hasta la actualidad.*
- *Representante de la Universidad de la Universidad Politécnica de Cartagena en la Comisión de Seguimiento del Convenio Marco de Colaboración entre esta Universidad y la Fundación Anecoop, desde el curso 2001/02 hasta la actualidad.*
- *Miembro del Comité Organizador de los IX Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing celebrados en Murcia en 1997.*
- *Miembro de la European Association of Agricultural Economists.*
- *Miembro de la International Society for Horticultural Science.*
- *Miembro de CIRIEC (Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa).*
- *Miembro de la Asociación de Estudios Cooperativos.*
- *Miembro de la Asociación Española de Economía Agraria.*
- *Miembro del Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de la Región de Murcia.*

ANEXO 2: PAUTA DE ANTECEDENTES DE LOS POSTULANTES

ANEXO 2: PAUTA DE ANTECEDENTES DE LOS POSTULANTES

Esta ficha debe ser llenada por todos los participantes o postulantes

FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES RESUMIDA	
ANTECEDENTES PERSONALES (Obligatorio para todos los participantes o postulantes)	
Nombre completo	Cristobal Fernandez Robin
RUT	9.852.719-2
Fecha de Nacimiento	29 Diciembre 1965
Nacionalidad	Chilena
Dirección particular (indicar comuna y región)	Avda Espana 1680, Valparaiso, V Region
Fono particular	
Celular	
E-mail	<u>Cristobal.fernandez@usm.cl</u>
Género (Masculino o femenino)	Masculino
Indicar si pertenece a alguna etnia (mapuche, aymará, rapa nui, atacameño, quechua, collas, alacalufe, yagán, huilliche, pehuenche)	No
Nombre y teléfono de la persona a quien avisar en caso de emergencia	Lionel Valenzuela 02/3531330

ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL (ACTUAL)
(Los agricultores deben llenar la sección siguiente)

Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA
Rut de la Institución o Empresa	81.668.700-4
Nombre y Rut del Representante Legal de la empresa	ARIE AIZMAN R. 5.925.831-1
Cargo	DIRECTOR GENERAL
Profesión	INGENIERO
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	AVDA. ESPANA N 1680 VALPARAISO
Fono y Fax comercial	(32-2654296) (32-2654587)
E-mail	<u>Arie.aizman@usm.cl</u>
Clasificación de público o privado	privada
Banco y número de cuenta corriente de la institución	BCI 15 030 318

ANEXO 2: PAUTA DE ANTECEDENTES DE LOS POSTULANTES

Esta ficha debe ser llenada por todos los participantes o postulantes

FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES RESUMIDA	
ANTECEDENTES PERSONALES (Obligatorio para todos los participantes o postulantes)	
Nombre completo	JORGE PUIGGROS MAZUELA
RUT	4.073.816-9
Fecha de Nacimiento	11 DICIEMBRE 1945
Nacionalidad	CHILENA
Dirección particular (indicar comuna y región)	CAMINO DEL ALTO 1445 DEPTO 602 VINA DEL MAR, V REGION
Fono particular	32 2857094
Celular	09 818 9646
E-mail	JORGE.PUIGGROS@USM.CL
Género (Masculino o femenino)	MASCULINO
Indicar si pertenece a alguna etnia (mapuche, aymará, rapa nui, atacameño, quechua, collas, alacalufe, yagán, huilliche, pehuenche)	NO
Nombre y teléfono de la persona a quien avisar en caso de emergencia	OLIVIA BAEZA B. 09 324 4442

ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL (ACTUAL)
(Los agricultores deben llenar la sección siguiente)

Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA
Rut de la Institución o Empresa	81.668.700-4
Nombre y Rut del Representante Legal de la empresa	ARIE AIZMAN R. 5.925.831-1
Cargo	DIRECTOR GENERAL
Profesión	INGENIERO
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	AVDA. ESPANA N 1680 VALPARAISO
Fono y Fax comercial	(32-2654296) (32-2654587)
E-mail	<u>Arie.aizman@usm.cl</u>
Clasificación de público o privado	privada
Banco y número de cuenta corriente de la institución	BCI 15 030 318

PAUTA DE CURRICULUM VITAE RESUMIDO (UNA POR CADA PARTICIPANTE)**ANTECEDENTES PERSONALES**

Nombre completo	Luis Miguel Albisu		
Cedula de Identificación	14.841.375 G		
Nº de Pasaporte	AA 15 36 51		
Fecha de Nacimiento	29 – 8 - 1944		
Nacionalidad	Española		
Dirección particular	Silveria Fañanas, 7, 2º D		
Fono particular	34 – 976 – 32 96 23		
Fax particular			
Email	lmalbisu@aragon.es		
Profesión	Investigador		
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino
Etnia a la cual pertenece			
Nombre y teléfono de la persona a quien avisar en caso de emergencia	Maricarmen Pinilla 34 – 976 – 32 96 23		

ESTUDIOS

Educación técnica	
Educación profesional	Ingeniero Agrónomo
Estudios de post grado	Dr. Ingeniero Agrónomo y Ph.D. Economía Agraria

Completar ambas secciones o sólo una de ellas, según corresponda

ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL			
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA)		
RUT institución o empresa			
Tipo	Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	Privada
Dirección comercial	Apartado 727 – 50080 Zaragoza (España)		
Fono	34 – 976 – 71 63 47		
Fax	34 – 976 – 71 63 35		
Email	lmalbisu@aragon.es		
Web			
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Jefe de la Unidad de Economía Agraria		
Antigüedad	20 años		
Resumen de las labores y responsabilidades a su cargo	Investigador		
Otros antecedentes de interés			

PAUTA DE CURRICULUM VITAE RESUMIDO (UNA POR CADA PARTICIPANTE)**ANTECEDENTES PERSONALES**

Nombre completo	Marian García Martínez		
Cedula de Identificación			
Nº de Pasaporte			
Fecha de Nacimiento	05 – 02 - 1965		
Nacionalidad	Española		
Dirección particular	43 Cherry Orchard Ditton Kent ME20 6QS UK		
Fono particular	44 (0)1732 321472		
Fax particular			
Email	marian.garcia@imperial.ac.uk		
Profesión	Ingeniero Agrónomo		
Género	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino <input checked="" type="checkbox"/>
Nombre y teléfono de la persona a quien avisar en caso de emergencia	44 (0) 7958 964543 (mobile)		

ESTUDIOS

Educación profesional	Faculty of Agricultural Engineering, SPAIN
Estudios de post grado	Diploma in Agricultural Economics University College of Wales, UK MSc Agricultural Economics University College of Wales, UK M.Sc., Marketing of Agricultural and Food Products International Centre for Advance Mediterranean Agronomic Studies, SPAIN Ph.D. (Doctorate), Department of Agricultural and Food Economics The University of Reading, UK

Completar ambas secciones o sólo una de ellas, según corresponda

ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL			
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	Applied Economics and Business Management Section Imperial College London University of London		
RUT institución o empresa			
Tipo	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección comercial	Wye Campus, Ashford, Kent TN25 5AH, UK,		
Fono	44 (0)20 759 42962		
Fax	44 (0)20 759 42838		
Email	marian.garcia@imperial.ac.uk		
Web	www.imperial.ac.uk		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Research Fellow at the Department of Agricultural Sciences, Imperial College London, University of London.		
Antigüedad	10 años		
Resumen de las labores y responsabilidades a su cargo			
Otros antecedentes de interés	Member of Agricultural Economics Society Member of International Association of Agricultural Economists Member of the European Association of Agricultural Economists Member of the Spanish Association of Agricultural Economists		

PAUTA DE CURRICULUM VITAE RESUMIDO (UNA POR CADA PARTICIPANTE)**ANTECEDENTES PERSONALES**

Nombre completo	NARCISO ARCAS LARIO		
Cedula de Identificación	23223320-J		
Nº de Pasaporte	AE248054		
Fecha de Nacimiento	12-09-1961		
Nacionalidad	ESPAÑOLA		
Dirección particular	CALLE MIGUEL ÁNGEL BLANCO GARRIDO, Nº 1, 1º c, LORCA, MURCIA		
Fono particular	34 968442608		
Fax particular			
Email	arcas.lario@upct.es		
Profesión	Profesor Titular de Universidad		
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino
Etnia a la cual pertenece			
Nombre y teléfono de la persona a quien avisar en caso de emergencia	TRINIDAD MOULIAA CORREAS 34 968442608		

ESTUDIOS

Educación básica	
Educación media	
Educación técnica	INGENIERO AGRÓNOMO
Educación profesional	
Estudios de post grado	DOCTOR EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES Y MASTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

Completar ambas secciones o sólo una de ellas, según corresponda

ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL			
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA		
RUT institución o empresa			
Tipo	Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	Privada
Dirección comercial	Paseo Alfonso XIII, N° 44, 30203, Cartagena, Murcia, España		
Fono	34 968325784		
Fax	34 968325433		
Email	arcas.lario@upct.es		
Web	www.upct.es		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Profesor Titular de Universidad y Subdirector de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica		
Antigüedad	13 años		
Resumen de las labores y responsabilidades a su cargo	Docencia, Investigación y Gestión como Subdirector de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica		
Otros antecedentes de interés			

ANEXO 3: ANTECEDENTES CURRICULARES DE LA ENTIDAD RESPONSABLE

Luis Fischer Y.
NOTARIA

NOTARIA FISCHER
GASTON FLORES ESTAY
NOTARIO SUPLENTE
VALPARAISO

Uno

1

REPERTORIO Nro. 14.843/2005

MANDATO ESPECIAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARIA

- A -

AIZMAN ROSENBLUM, ARIE

DIRECTOR GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
Y ASISTENCIA TÉCNICA

VIG
Y
MARCOS

En Valparaíso, República de Chile, a veintinueve de Diciembre de dos mil cinco, ante mí, LUIS ENRIQUE FISCHER YAVAR, Abogado, Notario Público de Valparaíso, con oficio en esta ciudad, calle Prat número seiscientos cuarenta y siete, comparece: don JOSÉ RAMÓN RODRÍGUEZ PÉREZ, chileno, casado, ingeniero, cédula nacional de identidad y rol único tributario número seis millones doscientos noventa y nueve mil doscientos cuarenta guión nueve, en su carácter de Rector y representante de la UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA, persona jurídica, ambos domiciliados en Valparaíso, Avenida España número 1000.

\PR\

CONFORME CON EL DOCUMENTO QUE TUVE A LA VISTA
04 MAY 2006
GASTON FLORES ESTAY
Notario Suplente - NOTARIA FISCHER
Valparaíso



seiscientos ochenta; el compareciente mayor de edad, quien acredita su identidad con la referida cédula y expone: PRIMERO: que en su calidad de Rector Interino de la Universidad Técnica Federico Santa María, viene en conferir mandato especial al señor ARIE AIZMAN ROSENBLUM, cédula nacional de identidad y rol único tributario número cinco millones novecientos veinticinco mil ochocientos treinta y uno guión uno que en su carácter de Director General de Investigación y Postgrado y Asistencia Técnica represente a la Universidad compareciente en la suscripción de convenios y contratos destinados a la prestación de servicios y a otorgar asesoría industrial a empresas e instituciones públicas o privadas, hasta por un monto de dos mil quinientas Unidades de Fomento. Todo documento de pago, convenio o contrato que imponga a la Universidad una obligación mayor a la indicada deberá ser suscrita o autorizada previa y expresamente por el mandante. SEGUNDO: El compareciente deja expresa constancia que este mandato se otorga en virtud del cargo de Director General de Investigación y Postgrado y Asistencia Técnica que el señor ARIE AIZMAN ROSENBLUM desempeña, por lo que deberá entenderse automáticamente revocado una vez que expire el periodo para el cual fue designado. TERCERO: Se faculta al portador de copia autorizada de esta escritura para requerir las inscripciones y anotaciones pertinentes. PERSONERIA: La personería de don JOSÉ RAMÓN RODRÍGUEZ PÉREZ, para representar a la Universidad Técnica Federico Santa María, consta del Decreto número uno de fecha trece de octubre de dos mil cinco del Presidente del Consejo Superior de la Universidad Técnica Federico Santa María, el que no se inserta por ser conocido del Notario autorizante y del mandante. En comprobante y previa lectura firma el

\PR\

Luis Fischer Y.
NOTARIA



Tres 3

lectura firma el compareciente conjuntamente con el Notario autorizante. Se da copia. DOY FE.

J. Rodriguez

JR

JOSÉ RAMÓN RODRÍGUEZ PÉREZ

c.i. 6.299240-9

por UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA

AUTORIZO DE CONFORMIDAD AL ARTICULO 402
DEL CODIGO ORGANICO DE TRIBUNALES

~~Visto
M. Flores~~



PASO ANTE MI, FIRMO Y SELLO ESTA
COPIA CONFORME CON SU ORIGINAL

30 DIC. 2005

LUIS FISCHER YAVAR
NOTARIO PÚBLICO
VALPARAISO

CONFORME CON EL DOCUMENTO
QUE TUVE A LA VISTA

04 MAYO 2006

GASTON FLORES ESTAY
Notario Suplente - NOTARIA FISCHER
Valparaiso

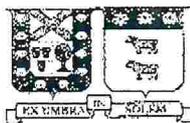
\PR\



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA

ANEXO 5: CARTAS DE COMPROMISO (POSTULANTES)

De las personas e instituciones que postulan y que serán parte de la propuesta, en las que expresen su disposición a participar en las actividades previstas y a hacer entrega de los aportes comprometidos.



Universidad Técnica Federico Santa María
Departamento de Industrias

Santiago, 02 de Agosto de 2006

Señor
RODRIGO VEGA R.
Director Ejecutivo
Fundación para la Innovación Agraria FIA
Presente

Ref.: Carta Compromiso Entidad Responsable

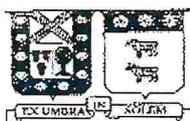
Señor Director:

Cristóbal Fernández Robin (Por mandato del Sr. Rector) Representante de la Universidad Técnica Federico Santa María, Departamento de Industrias, Rut: 81.668.700-4, en el marco de la postulación al Programa de Captura y Difusión Tecnológica (Realización de Eventos Técnicos), Ventanilla Abierta 2006., se compromete como entidad responsable de la propuesta denominada SEMINARIO INTERNACIONAL "MARKETING AGROALIMENTARIO", a realizar los aportes correspondiente que se señala en dicha propuesta.

Sin otro particular, le saluda atentamente,


Cristóbal Fernández Robin
Director Departamento de Industrias
Universidad Técnica Federico Santa María





Universidad Técnica Federico Santa María
Departamento de Industrias

Santiago, 02 de Agosto de 2006

Señor
RODRIGO VEGA R.
Director Ejecutivo
Fundación para la Innovación Agraria FIA
Presente

Ref.: Carta Compromiso Entidad Responsable

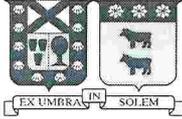
Señor Director:

En representación ("por mandato del señor rector") de la Universidad Técnica Federico Santa María, Departamento de Industrias, tengo el agrado de presentar a Ud., la propuesta SEMINARIO INTERNACIONAL "MARKETING AGROALIMENTARIO", dentro del Programa de Captura y Difusión Tecnológica (Realización de Eventos Técnicos), Ventanilla Abierta 2006, de la cual es coordinador responsable el Ingeniero Agrónomo Jorge Puiggros Mazuela, Director de Extensión de Centro Avanzado de Gestión, Innovación y Tecnologías para la Agricultura (CATA) del Departamento de Industrias.

Sin otro particular, le saluda atentamente,


Cristóbal Fernández Robín
Director Departamento de Industrias
Universidad Técnica Federico Santa María





Universidad Técnica Federico Santa María
Departamento de Industrias

Santiago, 02 de Agosto de 2006

Señores
Fundación para la Innovación Agraria FIA
Presente

Ref.: Carta compromiso coordinador propuesta

De mi consideración:

Junto con saludarles, comunico a Uds., que en calidad de **Director de Extensión de Centro Avanzado de Gestión, Innovación y Tecnologías para la Agricultura (CATA)** de la Universidad Técnica Federico Santa María, Departamento de Industrias, asumo el compromiso como Coordinador responsable de la propuesta SEMINARIO INTERNACIONAL "MARKETING AGROALIMENTARIO", dentro del Programa de Captura y Difusión Tecnológica (Realización de Eventos Técnicos), Ventanilla Abierta 2006.

Sin otro particular, se despide atentamente.

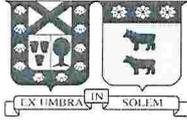

Jorge Puiggros Mazuela
Director Extensión CATA

Casa Central: Av. España 1680, Valparaíso (+56-32-654086)
Campus Santiago: Av. Santa María 6400, Vitacura, Santiago (+56-2-3531330)



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACION PARA LA
INNOVACION AGRARIA

ANEXO 6: CARTAS DE COMPROMISO (CONTACTOS)



Universidad Técnica Federico Santa María
Departamento de Industrias

Valparaíso, 4 de Agosto de 2006.

Señores
Fundación para la Innovación Agraria FIA
Presente

De mi consideración:

La presente tiene por objeto comprometer mi participación como expositor en la propuesta SEMINARIO INTERNACIONAL "MARKETING AGROALIMENTARIO" presentado por el Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María al Programa de Captura y Difusión Tecnológica (Realización de Eventos Técnicos), Ventanilla Abierta 2006.

Sin otro particular, le saluda atentamente.

Cristóbal Fernández Robin
Ing. Civil Industrial, MS, Dr.



Zaragoza, a 25 de julio de 2006

Luis Miguel Albisu
Unidad de Economía Agraria
Avda. Montañana, 930
50059 ZARAGOZA (España)

Tel. 34 976 716347
Fax: 34 976 716335
e-mail: lmalbisu@aragon.es

Señores
Universidad Técnica Federico Santa María
Departamento de Industrias
Av. Santa María 6400, Vitacura
Fax: (56-2) 3531228
Santiago - Chile

Distinguidos señores:

Acepto la invitación por parte de la Universidad Técnica Federico Santa María, para participar como expositor en el Seminario Internacional sobre "Marketing Agroalimentario", a realizarse Santiago de Chile en el mes de Septiembre del 2006.

Luis Miguel Albisu
Jefe de la Unidad de Economía Agraria
Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón

Murcia, España, 1 de Agosto de 2006

Señor
Jorge Puiggros
Universidad Técnica Federico Santa María
Departamento de Industrias
Av. Santa María 6400, Vitacura
Fax: (56-2) 3531228
Santiago - Chile
Presente

Distinguidos señores:

Acepto la invitación por parte de la Universidad Técnica Federico Santa María, para participar como expositor en el Seminario Internacional sobre "Marketing Agroalimentario", a realizarse Santiago de Chile en el mes de Septiembre del 2006.

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the left.

Narciso Arcas Lario
Profesor Titular de Universidad
Departamento de Economía de la Empresa
Universidad Politécnica de Cartagena



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA

ANEXO 8: COTIZACIONES QUE RESPALDEN CÁLCULOS DE COSTOS
Deben incluirse identificadas con un número

Santiago, Julio 15, 2006

Señor
Jorge Puiggros
Universidad Técnica Federico Santa Maria
Santiago
Presente

Estimado Sr. Puiggros:

Junto con saludarle, tengo a bien hacerle llegar nuestra propuesta por tarifas de salones y servicios para este importante evento de Universidad de Chile, esta cotización se envía en segunda opción (lista de espera) ya que al momento tenemos eventos con reservas previas pero que todavía no han sido confirmados:

HABITACIONES

Deluxe single o doble piso regular USD140, por habitación, por noche, neto, no comisionable y con desayuno incluido servido en Café Med.

Las reservas de habitación están sujetas a la disponibilidad de hotel.

SALONES

Fecha	Horario	Tipo de evento	Asistentes	Salón	Disposición	Valor diario
Septiembre 26 y 27	08:30-18:00	Reunión	100	Torres del Paine G	Escuela	\$350.000 + iva
	13:00-15:00	Almuerzo	100	Gallery	Mesas redondas	Mas abajo se detallan las opciones de almuerzo.
	19:00-21:00	cocktail	100	Gallery		Mas abajo se detallan las opciones de cocktail

**Las opciones de menu escogidas, podrán ser enviadas o cambiadas como máximo 4 días antes del evento.*

AUDIOVISUALES

<i>Item</i>	<i>Valor</i>	<i>Descripción</i>
Proyector	\$90.000 + iva	200 ansi
Amplificación completa	\$150.000 + iva	Incluye 4 micrófonos, 4 cajas acústicas y operador.
Telón	\$45.000 + iva	3.5x4.5mts
Testera	Sin costo	
Notebook	\$55.000 + iva	

Estacionamientos:

El hotel otorga 8 estacionamientos de cortesía, para el resto de los asistentes ofrece una tarifa especial del \$2.500 + iva por el día completo (07:00 am hasta las 18:00 pm).

Las opciones de Coffee Break son las siguientes:

COFFEE BREAKS

Tradicional

Café, café descafeinado, té, leche, jugo de naranja y galletas surtidas horneadas en casa

*Precio por persona
\$ 2.500 + IVA*

Café du Matin

Café, café descafeinado, te, leche, jugo de naranja, galletas surtidas horneadas en casa y selección de pâtisserie.

*Precio por persona
\$ 3.500 + iva*

Après Midi Café

Café, Café descafeinado, té, leche, jugo de naranja, trozo de torta y media-luna rellena de jamón y queso

*Precio por persona
\$ 3.500 + iva*

Opciones de agregados a coffee break

Jugo de frambuesa

o

Jugo de naranja o chirimoya o frutillas

o

Refrescos

o

Minerales

Precio por persona

\$1.000 + iva

Media luna dulce y salada

o

Media luna rellena con jamón y queso

o

Donuts

o

Brownies

o

Frutas de estación fileteadas

o

Mini tartaletas de frutas

o

Variedades de muffins

o

Budines marmolados

o

Mini sandwiches surtidos

o

Variedades de yogur

Precio por persona

\$ 1.000 + iva

Las opciones de almuerzo son las siguientes:

ALMUERZOS DE TRABAJO

*Incluye 01 agua mineral o bebida gaseosa por persona
Café*

Wallstreet

*Ensalada César con pollo
Arrollado de corvina con repollo y juliana de vegetales
en crema Ciboulette
Cheesecake con salsa de frutillas*

Precio por persona

\$ 11.500+ IVA

Canary Wharf

*Carpaccio de res con ensalada de rúcula y peras asadas
Pollo Mediterráneo
Tulipa con Mousse de frambuesa*

Precio por persona

\$ 11.500+ IVA

Ecodistrict

*Torre Nicoise con aceite de albahaca
Lomo a la mostaza de Dijon con gratinado de papas Antigua
Tiramisú con salsa de Café*

Precio por persona

\$ 11.500 + IVA

La Défense

*Ceviche de nuestra costa sobre nido de lechugas, con limoneta de jengibre y
aceituna.*

*Escalopes de Filete sobre budín de calabaza con salsa de oporto
Bavarois de café con helado de Mokka*

Precio por persona

\$ 11.500 + IVA

World Trade

*Salmón rosado en camisa de hojaldre con pepinos en crema de eneldo
Saltimbocas con Salsa de vino tinto al romero y setas del bosque,
acompañado de rissoto al tomate y verduras grilladas.
Charlotte de chocolate y peras*

Precio por persona

\$11.500 + IVA

The City

*Pâté de la Maison con chutney de frutas
Lomo al Marsala con papa Ana y hongos Girgola
Crème brûlée a la vainilla*

Precio por persona

\$ 11.500+ IVA

La Bourse de Bruxelles

*Fondos de alcachofa rellenos con mouse de salmón, acompañados de una pequeña
ensalada verde y coulis de tomates asados.
Jambonette de ave con salsa de romero, espinacas a la crema y gratin Dauphinois
Hojaldre de peras acaramelado con helado de vainilla*

Precio por persona

\$ 11.500+ IVA

Las opciones de cocktail son las siguientes:

COCKTAILS

Calafquén

(Minimo 20 Personas)

Bocados fríos, selección del Chef

*Camarón al Tandoori
Rollito de roast beef y vegetales
Huevo de codorniz y caviar
Brochette Capresse
Mini carpaccio de salmón servido en spoon*

Bocados calientes, selección del Chef

Salmón en masa philo
Brocheta de filete en salsa de vino tinto
Petit de ostiones gratinados
Finger de queso apanado con concassée de tomate semi picante
Mini quiche Lorraine

Postres individuales bandejeados

Cheesecake con coulis de frutillas, Marquise de chocolate, Tiramisú con salsa de café, tartaleta de frutas surtidas, hojaldre de peras.

Bebidas

Surtido de 3 tragos por persona, entre vino tinto, vino blanco, Pisco Sour, jugos de fruta, bebidas gaseosas y mineral.

Precio por persona
\$ 11.000 + iva

Ranco
(Mínimo 40 Personas)

Bocados fríos, selección del Chef

Camarón al Tandoori
Rollito de roast beef y vegetales
Huevo de codorniz y caviar
Brochette Capresse
Mini carpaccio de salmón servido en spoon

Bocados calientes, selección del Chef

Salmón en masa philo
Brocheta de filete en salsa de vino tinto
Petit de ostiones gratinados
Finger de queso apanado con concassée de tomate semi picante
Mini quiche Lorraine

Estaciones calientes, selección del Chef

Pavo rostizado entero

Estación de salmón fresco en masa hojaldre

Buffet de postres:

Cheesecake, Tarta de Cítricos, Tiramisú, Croquembouche con mousse de chocolate, Eclairs de Manjar, Némesis de chocolate, Tartaletas de frutas, Kuchen de peras, Frutillas en smoking, Tarte Tatin, Hojaldre de peras, Roggels, variedades de salsas.

Bebidas

Surtido de 3 tragos por persona, entre vino tinto, vino blanco, Pisco Sour, jugos de fruta, bebidas gaseosas y mineral.

Precio por persona

\$ 15.500 + iva

Petrohué

(Mínimo 50 Pers.)

Bocados fríos, selección del Chef

- *Camarón al Tandoori*
- *Rollito de roast beef y vegetales*
- *Huevo de codorniz y caviar*

Bocados calientes, selección del Chef

- *Salmón en masa philo*
- *Brocheta de filete en salsa de vino tinto*
- *Petit de ostiones gratinados*

Buffet Froid Servido en mesas decoradas

Espejo con Quesos y Fiambres nacionales e importados, Tablas de pâtes con chutney de frutas,

Roast beef Rostizado con mostaza, Pavo Fantasía, Carré de Cerdo acaramelado con Ciruelas, Pastrami, Salmón marinado del Pacífico, salmón entero Belle-vue, Arrollado de Pollo, Jamón Glacé a la naranja, Terrinas variadas.

Selección de 2 Trinchados

- *Pierna Res fileteada a la vista*
 - *Estación de Paellas*

Buffet de Postres en mesa decorada

Cheesecake, Tarta de Cítricos, Tiramisú, Croquembouche con mousse de chocolate, Eclairs de Manjar, Torta densa de chocolate, Tartaletas de frutas, Kuchen de peras, Frutillas en Smoking, Tarte Tatin, Hojaldre de peras, Roggels, Variedad de Mousses, Ensalada de frutas

Bebidas

Surtido de 3 tragos por persona, entre vino tinto, vino blanco, Pisco Sour, copa de Champagne, jugos de fruta, bebidas gaseosas y mineral.

Precio por persona

\$ 17.000 + iva

Chungará

(Mínimo 40 Pers.)

Selección de canapés en Spoon

*Rosa de salmón ahumado con alcaparras
Jamón crudo con mango
Carpaccio de avestruz con parmesano
Langostinos sobre terrina de salmón y pepinos*

Selección de canapés calientes

*Ostras "beurre blanc" y juliana de vegetales
Ostiones apanados
French rack de cordero "en croûte" al romero
Langostinos fritos con salsa de rábano picante*

Buffet Frío Servido en fuentes decoradas

*Jamón crudo con mango
Sushi y sashimi
Tablas con Quesos Francés
Rosas de Salmón ahumado y marinado
Arrolladitos de Pavo con pistachos*

Medallón de Salmón Rellena con algas Nori
Centolla Oceanic
Foie gras
Magret de pato en chaud-froid
Caviar servido con blinis

Estación de platos calientes

Filete de salmón en hojaldre con crema ciboulette
Filete entero grillado con hongos girgola a la provenzal con gratin Montfermeil
Avestruz marinada servido con salsa de pimienta verde con papas Ana

Buffet de postres servido en mesas decoradas

Frutillas en Smoking, Declinación de Lágrimas de chocolate, Mini Tartaletas de frutas surtidas
Némesis de chocolate, Sablé de frambuesa, mini Tarte Tatin, Feuillantine de frutillas, Bavarois de Castañas y Whisky.

Petit Fours bandejeados

Bebidas

Surtido de 3 tragos por persona, entre vino tinto, vino blanco, Pisco Sour, copa de Champagne, 02 tragos combinados a elección, entre Daiquiri, Caipiriña y Piña Colada, jugos de fruta, bebidas gaseosas y mineral.

Precio por persona

\$ 35.000 + iva

Cocktail I

Bocados fríos, selección del Chef

Tártaro de salmón a la mostaza
Espárragos envuelto en pastrami
Bruscheta capresse
Mini Carpaccio de pulpo servido en spoon

Bocados calientes, selección del Chef

Camarón ecuatoriano en brocheta de romero
Hongos rellenos con queso camembert y nueces
Petit de jaiva gratinado
Empanadita de pollo y ricotta

Postres individuales bandejeados

Cheese cake con coulis de frutillas, Capuchino de chocolate, Mini tartaletas de fruta, brochetas de fruta de la estación, hojaldre de peras.

Bebidas

Surtido de 3 tragos por persona, entre vino tinto, vino blanco, Pisco Sour, jugos de fruta, bebidas gaseosas y mineral.

*Precio por persona
\$ 11.500 + iva*

Cocktail II

Bocados fríos, selección del Chef

*Camarón al Tandoori
Rotolos de mozzarella y prosciutto
Bruscheta Capresse
Mini Carpaccio de salmón servido en spoon*

Bocados calientes, selección del Chef

*Ostra gratinada
Brocheta de filete en salsa de vino tinto
Petit de ostiones gratinados
Mini quiche Lorraine
Bisque de langostinos*

Postres individuales bandejeados

Cheese cake con coulis de frutillas, Marquise de chocolate, Tiramisu con salsa de café, brochetas de frutas de la estación, stroussel de manzanas.

Bebidas

Surtido de 3 tragos por persona, entre vino tinto, vino blanco, Pisco Sour, jugos de fruta, bebidas gaseosas y mineral.

*Precio por persona
\$ 12.500 + IVA*

Sr. Puiggros, aprovecho la oportunidad para comunicarle que esta cotización no representa reserva de salones o servicios, al momento de tener alguna novedad con respecto a la lista de espera le estaría informando.

Cualquier consulta no dude en contactarme.

Saludos cordiales,

Diana Jouvin Lange
Ejecutiva de Ventas
CENTRO DE VENTAS DE GRUPOS Y EVENTOS
Santiago Marriott Hotel
Dir: (562) 426 2117
Fax: (562) 426 2169
E-Mail: diana.jouvin@marriotthotels.com
Website: www.marriott.com/SCLDT

2.982 08

ALBISU/MIGUEL MR 23SEP MAD SCL

** MUNDO TOUR
BARROS ERRAZURIZ 1954
PISO 3 OF 306 PROVIDENCIA
SANTIAGO
TELEPHONE: (56 2) 3614900
FAX : (56 2) 3621313

DATE 31JULY06
BOOKING REF X4BS5Z
ALBISU/MIGUEL MR

SERVICE	FROM	TO	DEPART	ARRIVE
LAN AIRLINES - LA 5705				
SAT 23SEP	MADRID ES	SANTIAGO CL	0020	0750
	BARAJAS	A MERINO BENITEZ		
NON STOP	TERMINAL 4S	TERMINAL INTL		DURATION 13:30 NON SMOKING
	RESERVATION CONFIRMED- L ECONOMY ON BOARD: BREAKFAST/SNACK			
IB 6831	FLIGHT OPERATED BY IB IBERIA EQUIPMENT: AIRBUS INDUSTRIE A340-600			

LAN AIRLINES - LA 704				
SAT 30SEP	SANTIAGO CL	MADRID ES	1900	1400
	A MERINO BENITEZ	BARAJAS		01OCT
NON STOP	TERMINAL INTL	TERMINAL 4S		DURATION 13:00 NON SMOKING
	RESERVATION CONFIRMED- V ECONOMY ON BOARD: BREAKFAST/DINNER EQUIPMENT: AIRBUS INDUSTRIE A340			

RESERVATION NUMBER(S) LA/HTBQ8

TARIFA USD 1.685.-MAS TAXS USD 40.18.-POR PASAJERO
EMISION 07DE AGOSTO

**FAVOR CHEQUEE SU RESERVA EN INTERNET EN WWW.CHECKMYTRIP.COM
INGRESANDO SU CODIGO DE RESERVA Y APELLIDO.

CLICK THE FOLLOWING LINK TO ACCESS YOUR ONLINE ITINERARY :

WWW.CHECKMYTRIP.NET/CMTSERVLET?R=X4BS5Z&L=GB&N=ALBISU

23-30

08 4.939.3

ARCAS/NARCISO MR 23SEP MAD SCL

** MUNDO TOUR
 BARROS ERRAZURIZ 1954
 PISO 3 OF 306 PROVIDENCIA
 SANTIAGO
 TELEPHONE: (56 2) 3614900
 FAX : (56 2) 3621313

DATE 31JULY06
 BOOKING REF X4BS5Z
 ARCAS/NARCISO MR

SERVICE	FROM	TO	DEPART	ARRIVE
LAN AIRLINES - LA 5705	MADRID ES	SANTIAGO CL	0020	0750
SAT 23SEP	BARAJAS	A MERINO BENITEZ		
NON STOP	TERMINAL 4S	TERMINAL INTL	DURATION 13:30 NON SMOKING	
RESERVATION CONFIRMED- L ECONOMY ON BOARD: BREAKFAST/SNACK				
IB 6831	FLIGHT OPERATED BY IB IBERIA EQUIPMENT: AIRBUS INDUSTRIE A340-600			
LAN AIRLINES - LA 704	SANTIAGO CL	MADRID ES	1900	1400
SAT 30SEP	A MERINO BENITEZ	BARAJAS		01OCT
NON STOP	TERMINAL INTL	TERMINAL 4S	DURATION 13:00 NON SMOKING	
RESERVATION CONFIRMED- V ECONOMY ON BOARD: BREAKFAST/DINNER EQUIPMENT: AIRBUS INDUSTRIE A340				

RESERVATION NUMBER(S) LA/HTBQ8

TARIFA USD 1.685.-MAS TAXS USD 40.18.-POR PASAJERO
EMISION 07DE AGOSTO

**FAVOR CHEQUEE SU RESERVA EN INTERNET EN WWW.CHECKMYTRIP.COM
INGRESANDO SU CODIGO DE RESERVA Y APELLIDO.

CLICK THE FOLLOWING LINK TO ACCESS YOUR ONLINE ITINERARY :

WWW.CHECKMYTRIP.NET/CMTSERVLET?R=X4BS5Z&L=GB&N=ARCAS

032-2978560 *Paulina Rojas*
 equipo de atención al turista
 v.ine 032-2978560
 032.2.

032 3 29

Santiago, julio 28 de 2006

SEÑORES Dirección At. Sr. Fono Fax		UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA Av. Santa María N° 6400, Vitacura Jorge Puiggros 3531330 3531228
100	"AFICHES", impresos a cuatro colores tiro, sobre papel couché de 170 grs., a tamaño 60 x 40 cm. MÁS I. V. A. NOTA: CLIENTE ENTREGA CD LISTO PARA SALIDA DE CTP.	\$ 217.000.-

ANTE CUALQUIER CONSULTA DIRIGIRSE A ALBERTO MONTEDONICO.


Andrés Vicente M.
Alfabeto Artes Gráficas

ELECTROSELLADOS THERMOPRINT LIMITADA

FABRICACION DE PRODUCTOS PLASTICOS Y SERVICIOS RELACIONADOS
COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE OFICINA, LIBRERIA, FERRETERIA Y ASRO
ROBERTO ESPINOZA N° 1134, SANTIAGO - FONO: 556 70 19 - FONO/FAX: 556 03 72

COTIZACION



R.U.T.: 77.685.220-1

ARTICULOS FINOS Y EXCLUSIVOS

E-mail: ventas@thermoprint.cl
www.thermoprint.cl

N° 0001873

FECHA :	31-10-21-2000	R.U.T.:	
SEÑORES):	U. TECNICA FEDER. SANTA MARIA	CIUDAD:	
DIRECCION :	DEPART. INDUSTRIA	COMUNA:	
GIRO :	AV. SANTA MARIA 6400	FONO: 3531330	FAX: 3531228
ATENCION :	SR. JORGE PUIGGROS		

DE ACUERDO A LO SOLICITADO POR USTED, NOS ES GRATO PRESENTAR NUESTRA COTIZACION POR LO SIGUIENTE:

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO
100.	CARPETA T/CAPTA, Plastico P.V.C. colores (BLANCO, AZUL, NEGRO, VERDE, PARDOS) SOLADERA INTERIOR, PORMA BLOCK, FAN-TERO PORMA LATA 2. TRANSPARENTE EN LA TAPA ABIERTO ARRIBA, PARA INSERTAR LAMINA	VALOR \$ 19000
100.	CREDENCIALES, TRANSPARENTE 0,250 TUCRONES DE 15CM X 10,5CM, CON CORDON Y CLIP METALICO	VALOR \$ 3950

NOTA: Todos nuestros precios son más IVA

PLAZO DE ENTREGA: URGENCIA VALIDEZ DE LA OFERTA: 10 DIAS
CONDICIONES DE PAGO: A CONVENIR

NOTA: SI LA PRESENTE COTIZACION ES ACEPTADA POR USTED, FAVOR DEVOLVERLA FIRMADA PARA DAR CURSO A SU TRABAJO (ESTO EQUIVALE A SU ORDEN DE COMPRA PARA NOSOTROS).

(Nuestros productos son fabricados con materiales de primera calidad que le permitirán realizar su imagen corporativa)

QUEDANDO A SU DISPOSICION PARA ATENDER SUS REQUERIMIENTOS EN FORMA PERSONALIZADA, LE SALUDA MUY ATTE

THERMOPRINT LTDA.
ATTE:

Santiago Espinoza
09-4850028

ACEPTACION CLIENTE



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACION PARA LA
INNOVACION AGRARIA

**ANEXO 12: ANTECEDENTES COMPLEMENTARIOS DEL EVENTO TÉCNICO O
FERIA TECNOLÓGICA QUE SE PROPONE REALIZAR**



UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA
DEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS

Seminario Internacional
“MARKETING AGROALIMENTARIO”
26 de Septiembre de 2006
Hotel Marriott, Las Condes

08:00 – 09:30	Acreditación de participantes
09:20 – 09:30	Bienvenida
09:30 – 10:15	“Visión general del marketing agroalimentario en Chile” Sr. Cristóbal Fernández R. Universidad Técnica Federico Santa María (Chile)
10:15 – 11:00	“Los productos y su valorización actual en los mercados” Sr. Luis Miguel Albisu. Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA), España
11:00 – 11:30	Café
11:30 – 12:15	“La innovación en la industria agroalimentaria” Sra. Marian García M. Imperial College London. University of London (España)
12:15 – 13:00	“Estrategias de diferenciación de los productos alimenticios: decisiones de marca en frutas y hortalizas” Sr. Narciso Arcas L. Universidad Politécnica de Cartagena (España)
13:00 – 14:30	Almuerzo
14:30 – 15:30	“Como afrontar la globalización desde los ámbitos locales” Sr. Luis Miguel Albisu. Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA), España
15:30 – 16:30	“Tendencias de la distribución de productos agroalimentarios (frutas y hortalizas), en supermercados e hipermercados de Europa” Sr. Narciso Arcas L. Universidad Politécnica de Cartagena (España)
16:30 – 17:00	Café
17:00 – 18:00	“Estrategias de marketing en un mundo globalizado” Sra. Marian Garcia M. Imperial College London. University of London (España)
18:00 – 18:30	Ronda preguntas y Clausura

Handwritten note: *Handwritten*

Handwritten note: *Handwritten*

Handwritten note: *Handwritten*

Handwritten note: *Handwritten*

ANEXOS

ANEXO 1: CURRICULUM VITAE

del Coordinador de la propuesta, postulantes (profesionales), integrantes de equipo técnico, consultor, según corresponda

CURRICULUM VITAE FORMATO TIPO

1. ANTECEDENTES PERSONALES

Apellidos y nombres:	CRISTOBAL FERNANDEZ ROBIN
Fecha de nacimiento y lugar:	29 Diciembre 1965, Santiago
Nacionalidad:	Chilena
RUT o Número de Pasaporte:	9.852.719-2
Domicilio particular:	Guayacan 047
Región:	Vina del Mar
Teléfono particular:	09 828 2216
Lugar de trabajo:	Universidad Tecnica Federico Santa Maria
Dirección laboral:	Avda Espana 1680
Región:	Valparaiso, V region
Teléfono laboral:	032-2654272
Fax laboral:	
E-mail:	Cristobal.fernandez@usm.cl
Profesión:	Ingeniero Civil Industrial
Idiomas que maneja:	Ingles, Espanol
En caso de emergencia avisar a:	Lionel Valenzuela
Nombre	
Teléfono	02-3531330

2. ANTECEDENTES ACADÉMICOS

Magister en Ciencias de la Ingeniería Industrial Univ. De Chile 1998

ANEXO 2: PAUTA DE ANTECEDENTES DE LOS POSTULANTES

Esta ficha debe ser llenada por todos los participantes o postulantes

FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES RESUMIDA	
ANTECEDENTES PERSONALES (Obligatorio para todos los participantes o postulantes)	
Nombre completo	Cristobal Fernandez Robin
RUT	9.852.719-2
Fecha de Nacimiento	29 Diciembre 1965
Nacionalidad	Chilena
Dirección particular (indicar comuna y región)	Guayacan 047 Vina del Mar V region
Fono particular	
Celular	09 828 2216
E-mail	<u>Cristobal.fernandez@usm.cl</u>
Género (Masculino o femenino)	Masculino
Indicar si pertenece a alguna etnia (mapuche, aymará, rapa nui, atacameño, quechua, collas, alacalufe, yagán, huilliche, pehuenche)	No
Nombre y teléfono de la persona a quien avisar en caso de emergencia	Lionel Valenzuela 02/3531330

ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL (ACTUAL)
(Los agricultores deben llenar la sección siguiente)

Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA
Rut de la Institución o Empresa	81.668.700-4
Nombre y Rut del Representante Legal de la empresa	ARIE AIZMAN R. 5.925.831-1
Cargo	DIRECTOR GENERAL
Profesión	INGENIERO
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	AVDA. ESPANA N 1680 VALPARAISO
Fono y Fax comercial	(32-2654296) (32-2654587)
E-mail	<u>Arie.aizman@usm.cl</u>
Clasificación de público o privado	privada
Banco y número de cuenta corriente de la institución	BCI 15 030 318