

# Contenido

|   |     |
|---|-----|
| Prólogo a la edición en español .....     | vii |
| Presentación de los casos prácticos ..... | ix  |

## PARTE I. MARKETING ESTRATÉGICO

|   |     |
|---|-----|
| 1. Perlarom, S. A. ....   | 3   |
| 2. La sociedad Landen .....   | 25  |
| 3. Zumoland, S. A. ....   | 29  |
| 4. Sociedad Francesa de Maquinaria Neumática (SFMN) .....   | 39  |
| 5. Moldes para Metales y Plásticos (MMP) .....  | 47  |
| 6. Cántabra de Transportes, S. A. ....  | 61  |
| 7. Lanzamiento Renault Clio en España .....   | 75  |
| 8. Chips-GB, Producto Blanco .....  | 85  |
| 9. Hipermercado Chagall .....   | 101 |
| 10. Viña Tondonia, S. A. ....   | 117 |
| 11. Estrategia de fusión para las Cajas de Ahorro del Mar y del Vino ...                          | 133 |
| 12. Pegarrap, S. A. ....  | 145 |
| 13. Armonía de Marie Storms .....   | 153 |
| 14. La fábrica de cerveza Diekirch, S. A. ....  | 173 |
| 15. Camiones Volvo Europa .....   | 185 |
| 16. La guerra de los guantes: el problema de orientación al mercado<br>interno o al externo ..... | 203 |
| 17. Numasa .....  | 215 |

## PARTE II. MARKETING OPERATIVO

|  |     |
|--|-----|
| 18. Nova, S. A. ....                                       | 223 |
| 19. Anecoop, S. Coop. ....                                 | 239 |
| 20. Fonfresca Aguas del Moncayo, S. A. (FAMSA) .....       | 253 |
| 21. Coanbega, S. A. ....                                   | 267 |
| 22. Productos Odan, S. A. ....                             | 285 |
| 23. L'iLLA Diagonal Winterthur .....                       | 313 |
| 24. Sociedad Canadiense de Productos Químicos Hudson ..... | 327 |
| 25. La demanda del lavavajillas: el caso español .....     | 335 |
| 26. Godiva Europa .....                                    | 353 |
| 27. Tarjetas Arson .....                                   | 379 |
| 28. Banco Talker .....                                     | 403 |
| 29. El Toro de Osborne .....                               | 415 |