

BIBLIOGRAFIA

- MALHOTRA NARESH K. Investigación de mercados, Segunda edición; Editorial Prentice-Hall. (1997)
- KOTLER, PHILIP & ARMSTRONG GARY: Fundamentos de marketing, Decimo primera edición; Editorial Pearson, México. (2013)
- HERNANDEZ SAMPIERI ROBERTO, FERNANDEZ COLLADO CARLOS; Metodología de la investigación, Quinta edición; Editorial McGraw Hill, México. (2010)
- JEAN-JACQUES LAMBING; Marketing Estratégico, tercera edición; Editorial McGraw Hill, España. (1995)
- DIEGO MONFERRER TIRADO; Fundamentos de Marketing, primera edición
- ARTHUR A. THOMPSON Jr., A.J. STRICKLAN III, JOHN E. GAMBLE: Administration Estratégica, Decimo Octava edicion;
- STANTON WILLIAM J.-ETZEL MICHAEL J.- WALKER BRUCE J. Fundamentos de Marketing.
- VALDERREY SANZ PABLO, Investigación de Mercados Enfoque Práctico.
- CHARLES, HILL GARETH, JONES; Administración estratégica, 8° Edición, México, 2009.
- Ley N° 1333 del 27 de abril de 1992, LEY DE MEDIO AMBIEMTE