

BIBLIOGRAFÍA

- Brealey, Richard; Myers, Stewart. “ Principios de Finanzas Corporativas” . Séptima ed. Madrid. MC GRAW HILL 2003.
- Czinkota, Michael; Kotabe, Masaaki “ Administración de Mercadotecnia” Segunda ed. México. THOMSON LEARNING. 2001.
- Kaplan; Robert; Norotn David. “ Cómo utilizar el Cuadro de Mando Integral”. Primera ed. EDICIONES GESTION. 2000.
- Green, Paul E.” Research for marketing decisions” . Cuarta ed. Englewood Cliffs JJ. PRENTICE HALL. 1978.
- Greenbaum “The handbook for focus research”. Sin ed. New York. LEXINGTON BOOKS. 1993.
- Malhorta, Narech K. “ Investigación de Mercados: un enfoque práctico”. Segunda ed. México. PRENTICE HALL HISPANOAMERICANA.1997
- Miguel Peris, Salvador. “ Distribución Comercial” . Cuarta ed. Madrid. ESIC. 2000.
- Sainz de Vicuña Ancín, José Maria. “ La distribución comercial: opciones estratégicas”. Segunda ed. Madrid. ESIC. 2001.
- Simchi-Levi, David. “ Designing and managing the supply chain”. Segunda ed. Boston. MC GRAW HILL IRWIN. 2003.
- Superintendencia de Compañías, anuario 2004, www.supercias.gov.ec, 2006.

- Wheeler, Steven. “ Los canales de distribución: ¿ cómo las compañías líderes crean nuevas estrategias para servir a los clientes”. Sin ed. Barcelona. EDITORIAL NORMA. 2000.
- Zikmund, William G. “ Investigación de Mercados”. Sexta ed. Mexico. PRENTICE HALL HISPANOAMERICANA. 1998.