

BIBLIOGRAFÍA

- Aaker, D. A., & Day, G. S. (1989a). Investigación de mercados. McGraw-Hill Interamericana.
- Aaker, D. A., & Day, G. S. (1989b). Investigación de mercados. McGraw-Hill Interamericana.
- Aragónés, J. R., & Mascareñas, J. (1994). La eficiencia y el equilibrio en los mercados de capital. *Análisis financiero*, 64(1), 76–89.
- Castro Rodríguez, R., & Mokate, K. (2005). Evaluación económica y social de proyectos de inversión. Alfaomega Grupo Editor.
- Casal, J., & Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. *Rev. Epidem. Med. Prev.*, 1(1), 3-7.
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Pearson Educación.
- Churchill, G. A. (2003). *Investigación de mercados/Basic marketing research* (No. 658.8.012.12). Thomson.
- Corraliza, J. A., & Martín, R. (2000). Estilos de vida, actitudes y comportamientos ambientales. *Medio ambiente y comportamiento humano*, 1(1), 31–56.
- Coss Bu, R. (2005). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing: teoría y experiencia*. Ediciones Granica SA.
- Escobar, M. S. (2010). *La psicología del consumidor: una discusión de su estado actual y aportes al mercadeo*. Artículos en PDF disponibles desde 1994 hasta 2013. A partir de 2014 visítenos en www.elsevier.es/sumapsicol, 1(2), 163–176.
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Editorial tecnológica de Costa Rica: Costa Rica.



- Fischer, L., Espejo, J. (2017). Introducción a la investigación de mercados. (4a. ed.) McGraw-Hill Interamericana. Página 12. Tomado de <http://bibliotecavirtual.uis.edu.co:2168>
- Frank, R. H., Toharia, L., Rabasco, E., & Simón, J. L. M. (1992). Microeconomía y conducta. McGraw-Hill.
- Galdós, J. S. (2009). Estudio empírico de las variables de la Teoría de la Conducta Planificada como factores de riesgo para el consumo de cocaína en tres grupos diferentes. *Adicciones*, 21(3), 187–194.
- García-Milián, A. J., Alonso-Carbonell, L., López-Puig, P., & Priego-Álvarez, H. R. (2012). Segmentación del mercado farmacéutico consumidor de medicamentos en Cuba. *Salud en Tabasco*, 18(1), 8–13.
- Gil Flores, J. (1993). La metodología de investigación mediante grupos de discusión. *Enseñanza*, (10/11/17), 199–214.
- Gregoire, J. (s. f.). Equilibrio del mercado.
- Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. J. (2000). *Marketing research: A practical approach for the new millennium*. Irwin Professional Publishing.
- Hernández Hernández, A., Hernández Villalobos, A., & Hernández Suárez, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Thomson.
- Herrera, J. E. P. (2013). *Investigación de mercados*. Ecoe Ediciones.
- Hill, C. W., Jones, G. R., Pérez, Y. de M. V., Soto, G. A. S., & S, N. N. M. (2009). *Administración estratégica*. McGraw-Hill México.
- Infante Villareal, A. (1984). *Evaluación financiera de proyectos de inversión*.
- Jany Castro, J. N. (2000). *Investigación integral de mercados: un enfoque para el siglo 21*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.

Lehmann, D. R. (1993). Investigación y análisis de mercado. Compañía Editorial Continental,.

Loudon, D., & Della Bitta, A. (1995). Comportamiento del consumidor. Conceptos y aplicaciones.

Malhotra, N. K. (2004). Investigación de mercados: un enfoque aplicado. Pearson educación.

MERCADO. (s. f.). Recuperado 25 de noviembre de 2018, de <http://etimologias.dechile.net/?mercado>

Miquel, S. (1997). Investigación de mercados.

Mochón Morcillo, F., & Beker, V. A. (2003). Economía: principios y aplicaciones. McGraw-Hill.

Namakforoosh, M. N. (2000). Metodología de la investigación. Editorial Limusa.

Nogales, Á. F. (2004a). Investigación y técnicas de mercado. Esic Editorial.

Nogales, Á. F. (2004b). Investigación y técnicas de mercado. Esic Editorial.

Oferta y demanda - Enciclopedia | Banrepcultural. (s. f.). Recuperado 25 de noviembre de 2018, de http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Oferta_y_demanda

Olivera, J. H. (1991). Equilibrio social, equilibrio de mercado e inflación estructural. Desarrollo Económico, 487–493.

Origen de la palabra mercado - Buscar con Google. (s. f.). Recuperado 25 de noviembre de 2018, de

[https://www.google.com/search?source=hp&ei=7br6W7O4DJDdzwLnnrXgDw&q=origen+de+la+palabra+mercado&btnK=Buscar+con+Google&oq=origen+de+la+palabra+mercado&gs_l=psy-](https://www.google.com/search?source=hp&ei=7br6W7O4DJDdzwLnnrXgDw&q=origen+de+la+palabra+mercado&btnK=Buscar+con+Google&oq=origen+de+la+palabra+mercado&gs_l=psy-ab.3..013j0i22i30j0i22i10i30j0i22i30i4.1113.6082..6218...2.0..0.233.4704.0j27j3.....0....1..gws-wiz.....0..0i131.2kT7dFj94n4)

[ab.3..013j0i22i30j0i22i10i30j0i22i30i4.1113.6082..6218...2.0..0.233.4704.0j27j3.....](https://www.google.com/search?source=hp&ei=7br6W7O4DJDdzwLnnrXgDw&q=origen+de+la+palabra+mercado&btnK=Buscar+con+Google&oq=origen+de+la+palabra+mercado&gs_l=psy-ab.3..013j0i22i30j0i22i10i30j0i22i30i4.1113.6082..6218...2.0..0.233.4704.0j27j3.....0....1..gws-wiz.....0..0i131.2kT7dFj94n4)

[.0....1..gws-wiz.....0..0i131.2kT7dFj94n4](https://www.google.com/search?source=hp&ei=7br6W7O4DJDdzwLnnrXgDw&q=origen+de+la+palabra+mercado&btnK=Buscar+con+Google&oq=origen+de+la+palabra+mercado&gs_l=psy-ab.3..013j0i22i30j0i22i10i30j0i22i30i4.1113.6082..6218...2.0..0.233.4704.0j27j3.....0....1..gws-wiz.....0..0i131.2kT7dFj94n4)



Sapag Chain, N. (2001). Evaluación de proyectos de inversión en la empresa.

Sapag Chain, N. (2007). Proyectos de inversión: formulación y evaluación. Pearson Educación de México SA, México.

Segmentación Psicográfica, Conocer al Consumidor por Vanessa Klainer, directora de Estudios Cualitativos, Analítica Marketing y ex alumna, Licenciatura en - Buscar con Google. (s. f.). Recuperado 27 de noviembre de 2018, de <https://www.google.com/search>

Solomon, C., & Breckon, T. (2011). Fundamentals of Digital Image Processing: A practical approach with examples in Matlab. John Wiley & Sons.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., Walker, B. J., Báez, E. P., Martínez, J. F. J. D., Nicolesco, J. D., & Garza, A. C. (2004a). Fundamentos de marketing.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., Walker, B. J., Báez, E. P., Martínez, J. F. J. D., Nicolesco, J. D., & Garza, A. C. (2004b). Fundamentos de marketing.

Talaya, Á. E., & Collado, A. M. (2014a). Investigación de mercados. Esic Editorial.

Talaya, Á. E., & Collado, A. M. (2014b). Investigación de Mercados. ESIC Editorial.

Vértice, E. (2008a). Análisis de mercados. Editorial Vértice.

Vértice, E. (2008b). Análisis de mercados. Editorial Vértice.

Vieytes, R. (2004). Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas. Editorial de las Ciencias.

