BIBLIOGRAFÍA

1. Pérez César, Técnicas de Muestreo Estadístico, Alfaomega Grupo Editor S.A., México 2000, Pág. 389-428.
2. Azorín Francisco, Técnicas de Muestreo, S/N Edición, Alianza Editorial S.A., Madrid 1986, Pág. 70-110.
3. Johnson Dallas, Métodos Multivariados aplicados al análisis de datos, International Thomson Editores, México 2000, Pág. 93-145.
4. Martínez Ciro, Estadística Comercial, Editorial Norma S.A., Colombia 1994, Pág. 221-224.
5. Ferrán Magdalena, SPSS para Windows, McGraw-Hill, España 2001, pp. 355-368.
6. Kotler Philip, Cámara Dionisio, Grande Ildefonso, Cruz Ignacio, Dirección de Marketing, Prentice Hall, España 2000, Pág. 508-545.
7. 2002, <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/his/paginas/historiaxv.htm>, Ecuador.
8. 2002,<http://www.ucn.edu.co/Camino_UCN/(3)como_elegir_carrera.htm>Colombia.
9. 2002, <http://www.oei.org.co/quipu/ecuador/ecu04.pdf>, Ecuador.
10. 2002, <http://www.oei.org.co/quipu/ecuador/ecu10.pdf>, Ecuador.
11. 2002,http://[www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/mktdess.htm](http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/mktdess.htm), Chile.
12. 2002,http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/archivodocs/demarketing/elpto.zip, México.
13. 2002,<http://dgenp.unam.mx/planteles/p8/mixcoac/PLANTILLA/eleccion2.html>, México.