

Bibliografía

COCA-COLA FEMSA. (2012).

http://www.coca-colafemsa.com/kof/index_eng.htm

Porter, M. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.

La ventaja concurrecial de las naciones. [The competitive advantage of nations]. Ed. Dunod, 1993.

Chandon, P. & Laurent, G. (1998). Promoción de las ventas: efectos, estrategias, comportamientos. [Promotion des ventes: effets, stratégies, comportements]. Éditions HEC.

Kotler, P. (2007). Fundamentos de Marketing. Ed. Pearson Education.

Dirección de Marketing Conceptos Esenciales.

Schumpeter, J. A. (1911). Teoría de la evolución económica [Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung].

Valero, A. (2009). Como lograr un mejor servicio al cliente. Education, Training & Consulting.