

# Bibliografía

## BIBLIOGRAFÍA

- Books O’Kane. (Octubre 1996). Good Things Come in Good Packaging. *Nation’s Business*. Vol.84. Núm. 10. p.6.
- Chase R. B., Aquilano N.J., y Jacobs F.R. (1998). *Productions and Operations Management: manufacturing and services*. México: Mc-Graw Hill.
- Dickson Franklin L. (1978). *El Éxito en la Administración de las Empresas Medianas y Pequeñas*. México: Editorial Diana, S.A.
- Gary Hamel. (Julio-Agosto 1996). Strategy as Revolution. *Harvard Business Review*. Vol. 14. Núm. 4. p. 80.
- Hernández R., Fernández C., y Baptista P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- How to Keep Your Name on the Minds of Clients. (Septiembre 1992). *Nation’s Business*. Col. 80. Núm. 9. p. 10.
- Kinnear T.C., y Taylor J.R. (2000). *Investigación de Mercados*, México: McGraw Hill.
- Lambing P., y Kuelh Ch. (2001). *Empresarios pequeños y medianos*. México: Prentice Hall.
- Leslie Brokaw. (Marzo 1993). The truth About Stara-Ups. Inc. Vol.15. Núm. 3, pp.56-64.
- Michael Barrier. (Noviembre 1993). “Creator of Habits,” *Nation’s Business*. Vol. 18. Núm. 11. p. 64
- Michael E. Porter. (1985). *Competitive Advantage*. New York: Free Press.
- Michael Y. Y., y U. Srinivasa R. (1995). *Strategic Alliances: An Entrepreneur Approach to Globalization*. Boston: Harvard Business School Press. Capítulo 2.
- Priscilla Lesas. (1998). The Cost of Illegal Business Practices, *Academy of Management Executive* Vol.12. Núm. 1. pp. 87-88.
- Rachel L. Snyder. (Marzo 30, 1997). Know Your Customers. *Chicago Tribune*.
- Randy Fitzgerald. (Julio 1998). It’s Your Business. *Reader’s Digest*. Vol. 153. Núm. 915. p.183.

- Robert H. Brockhaus, y Pamela S. Horwitz. (1986). The psychology of the Entrepreneur. *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger. p.27
- Robert J. Calvin. (Junio 1994). The Price Is Right. *Small Business Reports*. Vol. 19, Núm. 6. p. 13.
- Smith Bryan. (1981). *How to Prosper in Your Own Business: Getting Started and Staying on Course*. USA: Green Press, Brattleboro.
- Stutely, R. (2000). Plan de Negocios: La estrategia inteligente. México. Prentice Hall.
- Warning Signs. *Entrepreneur, Franchise & Business Opportunities*. (1995, edición especial), pp. 24-25.
- William Sahlman. (Julio-Agosto 1997). How to Write a Great Business Plan. *Harvard Business Review*. Vol. 75. Núm. 4. pp. 98-108