

Bibliografía

Barabba, V. & Zaltman, G. (1992). La voz del mercado. Madrid: McGraw Hill/Harvard Business school press.

Cateora, P. & Graham, J. (2005). International Marketing. EEUU: McGraw Hill.

Heibing, R. et. al. (1992). Cómo preparar el exitoso plan de mercadotecnia. México: McGraw Hill.

Instituto Nacional de estadística geografía e informática (2005). Porcentaje de personas con discapacidad en el país. Extraído el 17 de septiembre de 2006 de <http://www.inegi.gob.mx/inegi/default.asp>

Instituto Nacional de estadística geografía e informática (2005). Población de la ciudad de Veracruz y Boca del Río. Extraído el 26 de octubre de 2006 de <http://www.inegi.gob.mx/inegi/default.asp>

Kotler, P. (1996). Dirección de mercadotecnia. (8ª ed.). Edo. De México: Prentice Hall.

Lamb, C. et. al. (1998). Marketing. (4ª ed.). México: internacional Thompson Editores.

Malhotra, N. (2004). Investigación de mercados. (4ª ed.). Edo. de México: Pearson Prentice Hall.

Meigs, R. (2000). Contabilidad, la base para las decisiones gerenciales. México: McGraw Hill.

O'Guinn, T. et. al. (1999). Publicidad. México: Internacional Thompson Editores.

Porter, M. (1996). Estrategia Competitiva. México DF: CECSA.

Ross, S. (200). Finanzas Corporativas. México: McGraw Hill.

Rothschild, W. (1987). Cómo ganar y conservar la ventaja competitiva en los negocios. México DF: McGraw Hill.

Scheaffer R. & Mendenhall, W. (1987). Elementos de muestreo. México: Grupo Editorial Iberoamérica.

Thompson, A. & Strickland, A. (1998). Dirección y administración estratégicas. (6ta ed.). México D.F: McGraw Hill.

<http://www.gestiopolis.com/canales5/comerciohispano/112.htm>

http://www.signal.com.mx/spanish/precios/lista_de_precios.html#_Toc427274340

<http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/n26034.htm>

<http://www.eluniversal.com.mx/graficos/pymes/decalogos-mercadotec.htm>