

Referencias Bibliográficas

- Alcázar, E. (2003). Situación Actual de las Franquicias en México, Declive?. Asociación Mexicana de Franquicias. Encontrado Febrero 13, 2005. En el World Wide Web:
- <http://www.franquiciasmexico.org>.
- Argote, L. McEvily, B., Reagans, R. (Abril, 2003). Managing knowledge in organizations: An integrative framework and review of Emerging Themes. Management Science, 49. 571- 582.
- Awad, E. y Ghazir, H. (2003). Knowledge Management. Mexico: Pearson Prentice Hall.
- Bechky, B. (Mayo–Junio 2003). Sharing Meaning Across Occupational Communities: The Transformation of Understanding on a Production Floor. Organization science, 14. 312–330.
- Black, L., et al. (2002). A Dynamic Theory of Collaboration: A Structural Approach to Facilitating Intergovernmental Use of Information Technology. En la conferencia: 36th International Conference on System Sciences. Hawaii, Estados Unidos.
- Bolaños, R. (2002). Administración Conocimiento. México: PYME, pequeña y mediana empresa.
- Byrd, A. Cossick, K. y Zmud, R. (Marzo, 1992). A synthesis of research on requirements analysis and knowledge acquisition techniques. MIS. pp. 117-138.
- Carlile, P. (Julio–Agosto 2002). A Pragmatic View of Knowledge and Boundaries: Boundary Objects in New Product Development. Organization science, 13. 442–455.

- Cresswell, J. (1994). *Research design: qualitative and quantitative approaches*. Sage Publications Inc., Thousand Oaks, CA.
- Cook, S. y Brown, S. (Julio-Agosto 1999). Bridging Epistemologies: The Generative Dance Between Organizational Knowledge and Organizational Knowing. Organization Science, 10, Num. 4.
- Davenport, T. y Prusak, L. (2001). Conocimiento en Acción. Brasil: Prentice Hall
- Eisenhardt, K. (Octubre, 1989). Building Theories from Case Study Research. The Academy of Management Review, 14. 532-550.
- Feher, F. (2002). Franquicias: Hablando Claro. Asociación Mexicana de Franquicias. Encontrado Febrero 13, 2005. En el World Wide Web:

<http://www.franquiciasdemexico.org>.
- Gallastegui, J. (2003). Resumen: Franquicias y su Regulación Asociación Mexicana de Franquicias. Encontrado Febrero 22, 2005. En el World Wide Web:

<http://www.franquiciasdemexico.org>
- Gurviez, P. (1997). Trust, a new approach to understanding the brand – consumer relationship. En la cofenencia: Special Conference in Relationship Marketing. Dublin, Irlanda.
- Holmberg, S. y Morgan, K. (2003). Franchise turnover and failure New research and perspectives. Journal of Business Venturing, 18. 403 – 418.
- Hosmer, L.T. (1995). Trust: the connecting link between organizational theory and philosophical ethics. Academy of management Review, 20. 379 – 403
- Lee, A. (Marzo, 1989). A Scientific Methodology for MIS Case Studies. MIS Quarterly. pp. 33-50

Martínez, A. (Enero, 2001). Un modelo de Procesos Clave de Administración del Conocimiento. Transferencia, año 14. 28 - 29

Nonaka, I. (Noviembre – Diciembre 1991). The Knowledge-Creating Company. Harvard Business Review, 69. 96 – 105.

Ortiz de Zarate, A. (2003). Tutoría de franquicias. Seminarios Virtuales. Encontrado Marzo 10, 2005. En el World Wide Web:

<http://www.mercadeo.com>

Pelz-Sharpe, A. y Harris-Jones, C. (2005). Knowledge Management – Past and future. EU: KM World

Pérez, H. (1997). ¿Quiere convertirse en franquicia? Entrepreneur. Encontrado Marzo 15, 2005. En el World Wide Web:

<http://www.soyentrepreneur.com>

Polanyi, M. (1967). The Tacit Dimension. New York: Anchor Books.

Rocha, F. (2002). Mitos, Realidades...y Oportunidades. Asociación Mexicana de Franquicias. Encontrado Febrero 22, 2005. En el World Wide Web:

<http://www.franquiciasdemexico.org>.

Shannon, C. y Weaver, W. (1949). The Mathematical Theory of Communications. University of Illinois Press. Urbana, IL.

Spell, C. y Sloan, S. (Primavera, 1998). Factors for new franchise success. Management Review. pp. 43 -51.

Vaux, S. (October, 2003) Which trust and when? Conceptualizing trust in business relationships based on context contingency. Retail, Distribution and Consumer Research, 14. 405 – 421

Wilkerson, J. (Octubre, 1999). Franchisors need not be pioneers to be successful; franchisee relationships prove more important. Nation's Restaurant News, 33. 28 – 30.