

REFERENCIAS

- Adamson, A. P. (2008). *Brand Digital*. New York: PalgraveMacmillan.
- AMIPCI (2010). *Estudio 2009 sobre el número de usuarios de Internet*. Recuperado el 6 de Mayo de 2012, de: <http://www.amipci.org.mx/temp/Estudiofinalversion1110-0198933001274287495OB.pdf>
- Andreasean A. R. (1995), *Marketing Social Change*. San Francisco: Jossey- Bass Publisshers.
- Arriola, M. (2009). *Aprueba pleno iniciativa de nueva Alianza para impulsar programas de nutrición de niños y adolescente*. México: Grupo Parlamentario Nueva Alianza.
- Bernal, C.A (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson Educación.
- Caro Isabel (2011). *Entrevista Ayala Carla*, Recuperado en Noviembre de 2011, de: <http://www.youtube.com/watch?v=wJPrhJty7TM>
- CNEGSR (Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva) (2004). *Guía de Trastornos Alimenticios*. México DF.
- Comscore (2012). *Estadística de usuarios de Internet*, recuperado el 11 de abril de 2012, de: <http://www.comscore.com/>
- Cruzat, C. (2008). *Trastornos Alimentarios y funcionamiento familiar percibido en una Muestra de estudiantes Secundarias de la Comuna de Concepción, Chile*. Chile: Psykhe, 82,.
- Delgado, H., y Noguchi, H. (2008). *Tratamiento de trastornos alimenticios*. Instituto Nacional de Salud Mental. Programa de Tratamiento Integral de Trastornos de la Conducta Alimentaria, 14.
- Díaz, J. M. (2010). *Trastornos alimenticios*. Revista Mexicana de Trastornos Alimenticios. Asociación Mexicana de Trastornos Alimenticios, 1-12.
- Flores, D. J. (2011). *Redes Sociales en México*. México: Ciencia UAT, 29-33.
- Facebook (2012). *Descripción y evolución de Facebook*, recuperado el 12 de enero de 2012, en: www.facebook.com

- González, M. A. (2009). *Trastorno Alimentario y su Relación con la Imagen Corporal y la Autoestima en Adolescentes*. Sociedad Chilena de Psicología Clínica, 1-10.
- Gutiérrez Z. R. (2012). Entrevista con Roberta Gutierrez Zertuche, *El marketing social*.
- Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2012) *Metodología de la investigación*, (6ª ed), México: McGraw Hill
- Hernández, D. G., y Laguna, J. A. (2006). *Trastornos Alimenticios*. XIX Congreso de Investigación. Acapulco, Guerrero, México.
- Informa BTL, (2012) *Marketing Digital*, Año 6, No. 76, México, D.F.
- Kotler P. y Lee N. (2008). *Social Marketing, Influencing Behaviors for Good*, EEUU: SAGE
- Kotler, P. (1996). *Mercadotecnia*. México: Prentice- Hall.
- Lobera, M. E. (2010). *La importancia de la marca. Marcas de fabricante y marcas*. Universidad de Barcelona, 1-17.
- Maganto, C., y Cruz, S. (2000). *La imagen corporal y los trastornos alimenticios: una cuestión de género*. Revista de la Sociedad Española de Psiquiatría y Psicoterapia del Niño y del Adolescente (30), 45-48.
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research and applied orientation*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mancilla D., J. M. (2010). *Bulimia y Anorexia*. Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios. Asociación Mexicana de Transtornos Alimenticios, 1-12.
- Maqueira J.M. y Bruque S. (2009) *Marketing 2.0, El nuevo Marketing en la Web de las Redes Sociales*. México: Alfaomega Grupo Editor
- Pérez, J. R. (2008). *Padecen 200 mil mujeres trastornos alimenticios: UNAM*, cita de El Universal. Recuperado el 3 de Octubre de 2011, de: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/555596.html>
- Ruiz, P. M. (2001). *Guía práctica: prevención de los trastornos de la conducta alimentaria*. España, Aragón: Calidad Gráfica.
- Safko, L. y Brake, D. (2009). *The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success*. 2º ed. New Jersey: Joha Wiley & Sons

Templeton J. F. (1987). *Focus groups*. Chicago: Probus.

Trujillo, E. (2006). *National Eating Disorders Association*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2011, de ¿Qué causa un Trastorno de la Conducta Alimentaria?: www.NationalEatindDisorders.org

Twitter 2012. *Twitterforbusiness* Obtenido el 10 de Abril del 2012 de:
<https://business.twitter.com/>

Vandereycken W. y Noordenbos G. (2000). *La Prevención de los Trastornos Alimentarios: Un Enfoque Multidisciplinario*. España: Ediciones Granica.

Zagalas S. M. (s.f.). *La Anorexia nerviosa como distorsión de la imagen corporal. Programa de Prevención desde la educación*. Revista Iberoamericana de Educación, 2. México D.F.