



Referencias Bibliográficas

Agget, M. (2007). What has Influenced Growth in the UK's Boutique Hotel Sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19n (2), 169-177. Recuperado el 21 de Septiembre de 2007, de la base de datos EMERALD.

Aguilar, A. (2003). Análisis de mercado, (estudios de mercados en la planificación empresarial). *E Semanal*, 21, 57-64. Recuperado el 10 de Abril de 2008, de AMAZON.

Asociación de Hoteles Boutique de México. (2006). Recuperado: 20 de Septiembre de 2007, de Hoteles Boutique de México: <http://www.hotelesboutique.com>

Baca, G. *Evaluación de Proyectos (1999)*, 4ta Edición, México D.F.: Mc Graw Hill. (pp 14-56)

Business Plan International, (1999). Wall street tells what makes a good business plan. *Merger and Acquisitions News*. (pp. 10110-10114) Nueva York.



- Carrasquero, D. (2003). El Estudio de Mercado: Guía para Estudios de Factibilidad. Recuperado el 2 de Abril de 2008, de <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>.
- Caterer Research (2005). Market Snapshots: Boutique Hotels. *Journal of Caterer & Hotelkeeper*, 12-29.
- Chang, T. (1997). Heritage as a tourism commodity: traversing the tourist-local divide. *Journal of Tropical Geography*, (pp.42-51).
- Churchill, N.C. y Lewis, V.L. (2002). *The five stages of small business growth*. Harvard Business Review. Massachusetts. (p.35-75).
- Contreras, C. (2001). Estudio de Mercados. Guías Empresariales: empiece y mejore su negocio. Recuperado el 30 de Marzo de 2008, de <http://www.pyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=9&g=2>
- De Noble, A.F. (1998). *Plan de negocios de exportación*. México, D.F.: Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. (pp. 26-37).
- Diccionario de Economía Política (1999). Recuperado el 22 de Marzo de 2008, de <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/index.htm>.



EBSCO Publishing, (2003). *Raising capital*. Chapter 3: The role your business plan plays. (pp.38-55).

Fleitman, J. (2005). *Cómo elaborar un plan de negocios*. Recuperado: 08 de Noviembre de 2007 del sitio web: <http://www.fleitman.net>

Gitelson, R., y Kettler, D. (1995). The influence of friends and relatives in the travel, decision-marketing. *Journal of travel & tourism marketing*. (pp.63-67).

Hartesvelt, M.V. (2006). Building a Better Boutique Hotel. *Journal of Lodging and Hospitality*, (pp.32-44.)

Harvard Business School Press (2008). SWOT Analysis I: Looking Outside for Threats and Opportunities. *Harvard Business School Journal & Press*, 28, 69-89. Recuperado el 20 de Marzo de 2008, de AMAZON.

Haymann (2004). *Fundamentos de la investigación*. México: Prentice Hall.

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación* 3ra. Edición, México, D.F.: McGrawHill (pp. 89-96)

Jayawardena, C. (2000). International Hotel Manager. *Journal of contemporary hospitality management*. (pp. 32-39).



Kinnear, C. y Taylor J. (1998). *Investigación de Mercados: Un enfoque Aplicado*, 3ra. Edición, México, D.F.: Mc Graw Hill. (pp 404-418)

Klainer, V. (2001). *Segmentación psicográfica: Conocer al consumidor Segmento*, la Revista de Mercadotecnia del ITAM, 14(3). Recuperado el 6 de marzo de 2006 en: [http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20P cografica,%20Conociendo%20al%20Consumidor.PDF](http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20P%20cografica,%20Conociendo%20al%20Consumidor.PDF)

Kotler, P., Bowen J. y Makens J. (1997). *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. México: Prentice may Hispanoamericana.

Lambing, P. y Kuehl, C. (1999). *Pequeños y medianos empresarios*. México Prentice Hall. (pp. 49-89).

Lewis, C. (2006). New Boutique Hotels Find Place to Stay in Urban Core. *San Diego Business Journal*, 27, 38-48. Recuperado el 20 de Febrero de 2008, de AMAZON.

Lockwood, A., y Medlink, S. (2002). Tourism & Hospitality in the 21st Century. *International Journal of Service Industry Management*, 33-45.

Logenecker, J.G., Moore, C.W. y Petty, J.W., (2001). *Administración de pequeñas empresas: Un enfoque emprendedor*. México, D.F.: Internacional Thomson Editores (pp.120-135).



Marquina, B y Rodríguez, Y. (2004). Guía Práctica para la Presentación y Elaboración de Estudios de Factibilidad. Recuperado el 5 de Marzo de 2008, de <http://ulaweb.adm.ula.ve/fomento/public5.htm>

Massini, J.A y Castro, L. (1997). Guía Práctica para la Presentación y Elaboración de Estudios de Factibilidad Técnico Económicos. Recuperado el 5 de Abril de 2008, de <http://ulaweb.adm.ula.ve/fomento/public4.htm>

Pinson, L. & Jinnett, J. (2002). Business plan for small services firms. *Small Business Administration*. Recuperado: 01 de Septiembre de 2007 del sitio web: <http://www.sba.gob>

Powers, T. y Barrows, C. (2003). *Introduction to management in the hospitality Industry*. Estados Unidos: John Wiley and Sons.

Reid, R. y Bojanic, D. (2001). *Hospitality Marketing Management*. Nueva York: John Wiley and Sons.

Ricoveri Marketing. (2004) *¿Cómo hacer una investigación de mercado?* Recuperado: 14 de Octubre de 2007 del sitio web: <http://ricoveri.tripod.com.ve>



Roane, Kit.R., US News & World Report. (2001). *Boutique Hotels: uneven elegance*. Academic Search Premier.

Salerno, N. (2005). How boutique hotels can compete with giants.(FOCUS: Hospitality and Corporate Outings). *Fairfield County Business Journal*, 44 (3), 21-32. Recuperado el 31 de Marzo de 2008, AMAZON.

Sánchez, G. (2005). *Marketing de las pequeñas empresas*. 3ra. Edición, Perú.: SYSA.

Secretaría de Economía (2006)

<http://www.economia.gob.mx/>

Secretaría del Estado de Veracruz

<http://www.veracruz.gob.mx>

Terragno, D. y Leucona, M. (2001). *Cómo armar un plan de negocios*. Argentina, Conyuntura.

Vanderbilt, T. (2000). *The boutique mystique*. Academic Search Premier.

Walker, J. (1999). *Introduction to Hospitality*. Nueva Jersey: Prentice Hall.