
REFERENCIAS

- Albrecht, K., & Zemke, R. (2002). *Service America In The New Economy*. New York: McGraw-Hill.
- Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública A.C. (2005). *Niveles de Ingreso Socio Económico*. Recuperado el 10 de abril de 2010, de http://www.economia.com.mx/niveles_de_ingreso.htm
- Baum, T., Amoah, V. & Spivack, S. (1997). Policy Dimensions of Human Resource Management in the Tourism and Hospitality Industries. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9, 5, 6, 221-229.
- Dombrowski, P. J., Namasivayam, K., Bartlett, B. (2006). Antecedents of Tips and Servers' Ability to Predict Tips in a Restaurant Setting. *Journal of Foodservice Business Research*, 9, 3-19.
- Enciclopedia de Turismo: Hotelería y Restaurantes. (2007). V. 3. Ediciones Euro México. Barcelona, España.
- Escuela Daly de Hostelería y Turismo. (1998). *Enciclopedia de Servicios de Bares y Restaurantes*. España. E. Daly.
- Hernández, S. R., Fernández, C.C. & Bautista, L.P. (2003). *Metodología de la Investigación*. D.F, México.: Mc Graw Hill.

- Hernández, S.R., Fernández, C.C. & Bautista, L.P. (2006). *Metodología de la Investigación* (4ª. Ed.). D.F, México.: Mc Graw Hill.
- Knuston, B. J., Woods, R. & Borchgrevink, C. (1999). Examining the Characteristics of Consumers Form Hell and Their Impact on the Service Encounter. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 10,4,53.
- Kotler, P., Bloom, P. & Hayes, T. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Ed. Paidós SAICF. México.
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2005). *Marketing para Turismo*. 3a. Ed. Pearson Prentice Hall. Madrid, España.
- Lynn, M. (2002). *Restaurant Tips and Service Quality: A Weak Relationship or Just Weak Measure*. Unpublished Paper. Ithaca, NY: Cornell University.
- Lynn, M. & Grassman, A. (1990). Restaurant Tipping: An Examination of the Three "Rational" Explanations. *Journal of Economic Psychology*, 11, 169-181.
- Lynn, M. & Latane, B. (1984). The Psychology of Restauran Tipping. *Journal of Applied Social Psychology*, 14 (6), 549-561.
- Malhotra N. K. (2004). *Investigación de Mercados. Un enfoque Aplicado* (4ª. ed.). D.F, México: Pearson: Prentice Hall.
- Morfín, María del Carmen (2001). *Administración de comedor y bar*. México: Ed. Trillas

- Powers T. (1992). Introduction to the Hospitality Industry. 2a. Ed., John Wiley & Sons, Inc. Nueva York, E.U.A.
- Powers, T. & Barrows, C. W. (2006). Introduction to the Hospitality Industry. 6a. Ed., John Wiley & Sons, Inc. Nueva York, E.U.A.
- Rocco, M. A. & Andrew, N. V. (2004). Hospitality Today an Introduction. Michigan: Education Institute.
- Schneider, B., & White, S. (2004). Service quality: Research perspectives. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Secretaría de Turismo. (1992). Manual de Administración para Restaurantes. Editorial Limusa. México, D.F.
- Stanton, W. (2004). Fundamentos de Marketing. 13ª Ed. Mc Graw Hill. México.
- Strawderman, L., & Koubek, R. (2008). Human Factors and Usability in Service Quality Measurement. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, 18 (4), 454-463.
- Torruco M. & Ramírez M. (1987). Servicios Turísticos. México: Diana.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectation. New York: The Free Press.