



Referencias
Bibliográficas



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

12 Manage The Executive Fast Track (2008) Modelo de Satisfacción del Cliente (Kano).

Recuperado el 10 de junio de 2008:

http://www.12manage.com/methods_kano_customer_satisfaction_model_es.html

AAA Publishing Industry Evaluations. (2003). Restaurant Requirements & Diamond

Rating Guidelines. Recuperado el 15 de abril de 2008:

http://www.aaa.biz/approved/files/restaurant_drg_final_011404.pdf

Alvira Martín, F. (2002) Perspectiva cualitativa / perspectiva cuantitativa en la metodología Sociológica. México: Mc Graw Hill.

Bernal Torres, C. A. (2006) Metodología de la Investigación: para administración, humanidades y ciencias sociales. México: Pearson Educación de México.

Bhattacharyya, S. K. y Rahman, Z. (2004) Capturing the customer's voice, the centerpiece of strategy making: A case study in baking. European Business Review, 16 (2), 128-138. Recuperado el 12 de Abril de 2008, de la base de datos Emerald.



- Bitner, M. J., Booms, B. H., y Mohr, L. A. (1994) Critical service encounters: The employee's viewpoint. *Journal of Marketing*, 58 (4), 95. Recuperado el 26 de Marzo de 2008, de la base de datos Emerald.
- Brady, M. K. y Cronin, J. J. (2001) Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality. *Journal of Marketing*, 56, 55-68. Recuperado el 21 de Marzo de 2008, de la base de datos Emerald.
- Brandt, D. R. (1988) How service marketers can identify value enhancing service elements. *Journal of Service Marketing*, 2, 35-41. Recuperado el 25 de abril de 2008, de la base de datos Sage.
- Burton, S.; Sheather, S.; Roberts, J. (2003). Reality or Perception? The Effect of Actual and Perceived Performance on Satisfaction and Behavioral Intention. *Journal of Service Research* 4(5), 292. Recuperado el 11 de marzo de 2008, de la base de datos Sage.
- Chang, Y. H. y Yeh, C. H. (2002) A survey analysis of service quality for domestic airlines. *European Journal of Operational Research*, 139, 2002, 166-177. Recuperado el 15 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.
- Collier, E. (1994) Back to underwriting profit. *European Journal of Marketing*, 99 (4) 24. Recuperado el 21 de junio de 2008, de la base de datos Emerald.



Czepiel, J. A., Solomon, M. R., Surprenant, C. F. y Gutman, E. G. (1986) *Service encounters: Managing Employee / Customer Interaction in Service Businesses*. USA: Lexington Books.

Dittmer, P. (2002). *Dimension of the Hospitality Industry* (3^o Edition ed.). USA: John Wiley & Sons, Inc.

Driver, C. y Johnston, R. (2001) Understanding service customers: The value of hard and soft attributes. *Journal of Service Research*, 4 (2), 130. Recuperado el 05 de agosto de 2008, de la base de datos sage.

Fong, D. (1996) Using the self-stated importance Questionnaire to interpret Kano Questionnaire results. *Center for Quality Management Journal*, 5(3), 21-24. Recuperado el 15 de septiembre de 2008, de la base de datos Sage.

Grönroos, C. (2001). Willing Volunteers or Unwilling Conscripts? Professionals and Marketing in Service Organisations. *Journal of Marketing Management*, 17 (5-6), 17. Recuperado el 25 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.

Hansemark, O.;Albinsson, M . (2004). Customer Satisfaction and Retention: The Experiences of Individual Employees. *Journal of Managing Service Quality*, 14(1), 40-57. Recuperado el 25 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.

Hill, N. (1998). *Handbook of Customer Satisfactrion Measurement*. Inglaterra: Gower.



Jin, W.; Julie, B. (2000). An Exploratory Study of a Multi-expectation Framework for Services. Journal of Services Marketing, 14, 411-431. Recuperado el 20 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.

Johns, N.; Howard, A. (1998). Customer expectations Versus Perceptions of Service Performance in the Foodservice Industry. International Journal of Service Industry Management, 9(3), 248. Recuperado el 25 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.

Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F. y Tsuji, S. (1984) Attractive quality and must be quality. Quality, 14(2), 39-48. Recuperado el 24 de mayo de 2008, de la base de datos Emerald.

Kotler, P. (2002) Dirección de Marketing Conceptos Esenciales. USA: Prentice Hall

Lane, H. E.; Dupré, D. (1996). Hospitality World! An Introduction. USA: Van Nostrand Reinhold.

Lehtinen, J. R. y Lehtinen, U. (1982) Service quality: a study of quality dimensions, unpublished Working Paper, Service Management Institute, Helsinki

Leventer Group (2008) Monitoring Satisfaction to Enhance Retention. Recuperado el 12 de mayo de 2008: <http://www.leventergroup.com/moster2.html>



Levesque, T.; McDougall, G. (1996). Customer Dissatisfaction: The Relationship Between Types of Problems and Customer Response. *Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*. 13(3) 264. Recuperado el 20 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.

Matzler, K. y Hinterhuber, H. H. (1998) How to make product development projects more successful by integrating Kano's model of customer satisfaction into quality function deployment. *Technovation*, 18(1), 25-38. Recuperado el 02 de agosto de 2008, de la base de datos Sage.

Mendenhall, W., Beaver, R. J., Beaver, B. M. (2005) *Introducción a la probabilidad y estadística*. México: Thomson.

Michelin North America Inc. (2008). *Michelin Guides*. Recuperado el 15 de abril de 2008: <http://www.langenscheidt.com/michelin/michelinguides/>

Morfín, H. M. (2001) *Administración de comedor y bar*. México: Trillas.

Novelo May, C. Y.; Vázquez López Rendón, L. (2005). *Tesis Profesional. Factores de Éxito en Restaurantes de Puebla*. México: Universidad de las Américas Puebla.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. y Berry, L. L. (1985) A conceptual model of service quality and its implication of future research. *Journal of Marketing*, 4, 45-50. Recuperado el 23 de mayo de 2008, de la base de datos Emerald.



- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. y Berry, L. L. (1988) Servqual: A multiple ítem scale for measuring customer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1) 12-40. Recuperado el 20 de febrero de 2008, de la base de datos Emerald.
- Park, J.W., Robertson, R. y Wu, C. J. (2004) The effect of airline service quality on passengers' behavioral intentions: a Korean study. *Journal of Air Transport Management*, 10, 435-439. Recuperado el 12 de mayo de 2008, de la base de datos Sage.
- PR Newswire (2008). Michelin Selecciona los Mejores Restaurantes y Hoteles de la Ciudad de Nueva York; primera edición de la Guía Michelin en Norteamérica presenta 39 establecimientos distinguidos con estrellas. Recuperado el 15 de abril de 2008: <http://www.prnewswire.com/cgi-bin/stories.pl?ACCT=PRNI2&STORY=/www/story/11-01-2005/0004205576&EDATE>
- Real Academia Española [RAE] (2008) Recuperado el 14 de Mayo de 2008: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=restaurante
- Sasser, W. E., Olsen R. P. y Wyckoff D.: D. (1978) *Management of Service Operations- Text, Cases and Readings*. Boston: Allyn and Bacon.
- Scanlon, N. L. (1998). *Quality Restaurant Service Guaranteed. A training outline*. USA: John Wiley & Sons, Inc.



Scott, D. (1992). *La Satisfacción del Cliente. La otra mitad de su trabajo*. Mexico: Grupo Editorial Iberoamericana, S.A. de C.V.

Shen, X. X; Tan, K. C.; Xie, M. (2000). An Integrated approach to Innovative Product Development Using Kano's Model and QFD. European Journal of Innovation, 3(2), 91. Recuperado el 20 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.

Spears, M.C. (1995) *Food service organizations*. USA: Pretince Hall, Inc.

Svensson, G. (2003). A Generic Conceptual Framework of Interactive Service Quality. Managing Service Quality, 13(4), 267-275. Recuperado el 25 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.

Tan, K. C.; Pawitra, T. A. (2001). Integrating SERVQUAL and Kano's Model into QFD for Service Excellence Development. Managing Service Quality, 11(6), 418. Recuperado el 25 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.

Thomas, M. (1994). *Servicio, Servicio, Servicio. La Clave para ganar clientes eternos*. Mexico: Panorama Editorial.

Vallsmadella, J.M. (2007) 5 Indicadores imprescindibles para conocer el posicionamiento de una marca de Restaurantes en un mercado. Recuperado el 10 de Junio de 2008: http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=61



Walden, D. (1993) Kano's Methods for Understanding Customer-defined Quality. Center for Quality of Management Journal. 2(4). Recuperado el 20 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.

Weiers, R. M. (1986) Investigación de mercados. México: Prentice Hall Hispanoamericana.

Yuksel, A.; Yuksel, F. (2002). Measurement of Tourist Satisfaction with Restaurant Services: a Segment-based approach. Journal of Vacation Marketing, 9(1), 52-68. Recuperado el 20 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.

Zeithaml, V. A.; Parasuraman, A. y Berry L. L. (1993). *Calidad Total en la Gestion de Servicios. Como lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. España: Ediciones Diaz de Santos, S.A.

Zeithaml, V. y Britner, M. (2001) *Marketing de Servicios*. México: McGraw-Hill.

Zineldin, M.A. (2000). Towards an Ecological collaborative Relationship Management. *European Journal of Marketing*, 32(11-12), 27. Recuperado el 25 de marzo de 2008, de la base de datos Emerald.