



Referencias Bibliográficas

Aaker, D. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California Management Review*, 38, (3), 102-119.

Alcázar, E. (2002). El valor de una franquicia. *AMF*. Recuperado el 24 de febrero de 2005, de <http://www.franquiciasdemexico.org/artvalordeunafranquicia.html>

Asociación Mexicana de Franquicias. (2002). *¿En dónde Nació el Sistema de Franquicias?*. Recuperado el 25 de enero de 2005, de <http://www.franquiciasdemexico.org/index-htm.htm>

Asociación Mexicana de Franquicias. (2002). *Estadísticas de la AMF*. Recuperado el 25 de enero de 2005, de <http://www.franquiciasdemexico.org/estadisticas.html>

Asociación Mexicana de Franquicias. (2002). *Origen de las Franquicias*. Recuperado el 25 de enero de 2005, de <http://www.franquiciasdemexico.org/index-htm.htm>

Chica, A. (2001, mayo). La importancia del subconsciente como elemento de influencia en las decisiones de compra: en *Los mejores negocios en red*. Recuperado el 26 de marzo de 2005, de <http://winred.com/EP/articulos/marketing/0020000300100795.html>



De la Riva, G. (2002, octubre). *El consumidor mexicano, de la crisis a sus tendencias*.

Investigación presentada en la conferencia Consumidorus Novas: Conocerlo para estimularlo. Recuperado el 04 de abril de 2005 de <http://www.istmoenlinea.com.mx/articulos/26201.html>

Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes (1999). (p. 585).

Barcelona, España: Océano/Centrum.

Espinoza, J. C. (1999, enero). Y...siguen creciendo: Presente y futuro de la franquicia en México. *SoyEntrepreneur*. Recuperado el 22 de febrero de 2005, de <http://www.soyentrepreneur.com/imprimir.hts?N=9039>

Esquivel, L. (2001, febrero). Ganancias rápidas: Un grupo de microempresarios descubre en la comida rápida una buena oportunidad de negocio. *SoyEntrepreneur*. Recuperado el 22 de febrero de 2005, de <http://www.soyentrepreneur.com/imprimir.hts?N=12148>

Feher, T. F. (2003). Franquicias en México algo de historia y estadísticas... [Versión electrónica], *Franquicias for Export*, 30, 32-47. Recuperado el 10 de febrero de 2005, de <http://www.franquiciaweb.com/REV30/tapa.html>

Feher, T. F. (1999). Franquicias: Hablando claro. *AMF*. Recuperado el 28 de febrero de 2005, de <http://www.franquiciasdemexico.org/arthablandoclaro.html>



- Galindo, A. (2001, noviembre). Psicología del consumidor mexicano. *Segmento, La Revista de Mercadotecnia del ITAM*, 14, (3). Recuperado el 14 de abril de 2005, de <http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Psicologia%20del%20consumidor%20mexicano.PDF>
- Gallástegui, J. (2005, enero). Franquicias, ¿en dónde estamos? *SoyEntrepreneur*. Recuperado el 10 de febrero de 2005, de <http://www.soyentrepreneur.com/pagina.hts?N=14618>
- Gallástegui, J. (2003, enero). Franquicias regionales: Detonadores del desarrollo local. *SoyEntrepreneur*. Recuperado el 12 de marzo de 2005, de <http://www.soyentrepreneur.com/pagina.hts?N=13543>
- Guzmán, B. (2003, enero). Franquiglosario: Algunos conceptos del mundo de las franquicias que necesitas saber. *SoyEntrepreneur*. Recuperado el 10 de febrero de 2005, de <http://www.soyentrepreneur.com/pagina.hts?N=13547>
- Harrell, G. & Frazier, G. (1999). *Marketing: Connecting with Customers*. Nueva Jersey, Estados Unidos: Prentice Hall.
- Khan, M. (1992). *Restaurant Franchising*. Nueva York, Estados Unidos: Van Nostrand Reinhold.



- Kinney, T. & Taylor, J. (1998), *Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado*, (5^a ed.). Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Klainer, V. (2001, noviembre). Segmentación psicográfica: Conocer al consumidor. *Segmento, La Revista de Mercadotecnia del ITAM*, 14, (3). Recuperado el 14 de abril de 2005, de <http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20Psicografica,%20Conociendo%20al%20Consumidor.PDF>
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management*. (11^a ed.). Nueva Jersey, Estados Unidos: Prentice Hall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1996). *Mercadotecnia*. (6^a ed.). Estado de México, México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Lane, H. & Dupré, D. (1996). *Hospitality World! An Introduction*. Nueva York, Estados Unidos: Van Nostrand Reinhold.
- McDaniel, C & Gates, R. (1999). *Investigación de Mercados Contemporánea*. (4^a ed.): International Thomson Editores
- Meyer, H (1992). *Marketing: Ventas al por Menor*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.

Referencias Bibliográficas

Ministerio de Industrias Ligeras y Comercio, (2002, enero). *Lineamientos de Evaluación de los Contratos de Franquicia*. (No. de publicación 5.431). Caracas, Venezuela: Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia. Recuperado el 14 de marzo de 2005, de <http://www.procompetencia.gov.ve/lineamientosfranquicias.html>

Muñiz, R. (2001). *Marketing en el Siglo XXI*. España: Centro de Estudios Financieros.

Nace el Barómetro del Consumo: El consumidor del nuevo milenio, retratado en primer plano. (2001, diciembre). *Revista Consumer*, 50. Recuperado el 28 de marzo de 2005, de http://revista.consumer.es/web/es/20011201/actualidad/tema_de_portada/31812.php

Posicionamiento, “top of mind”, lealtad de marca, intención de compra. (2001, junio). *Revista Pequeña y Mediana Empresa*, 6. Recuperado el 15 de marzo de 2005, de http://www.pyme.com.mx/revista_pyme/2001/06.htm

Reid, R. & Bojanic, D. (2001). *Hospitality Marketing Management*. (3^a ed.). Nueva York, Estados Unidos: John Wiley & Sons, Inc.

Ricoveri, V. (s.f.). Comportamiento del consumidor. *Ricoveri marketing*. Recuperado el 10 de abril de 2005, de <http://ricoverimarketing.americas.tripod.com/RicoveriMarketing/id26.html>



Ries, A. & Trout, J. (2000). *Positioning: The Battle for your Mind*. (20 aniversario ed.).

Nueva York, Estados Unidos: McGraw- Hill.

Rocco A. & Andrew V. (2001). *Hospitality Today: An Introduction*. (4^a ed.). Michigan,

Estados Unidos: Educational Institute American Hotel & Lodging Association.

Silverman, D. (2000). *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*. Londres,

Inglaterra: SAGE Publications.

Universidad Champagnat, Mendoza, Argentina, Marketing y CRM. (2004). *El*

comportamiento del consumidor. Recuperado el 06 de abril de 2005, de

<http://www.uch.edu.ar/rrhh/frames.htm>

Vigay, R & Vargas, D. (1996, enero). El destino de las franquicias: En el siglo XXI las

franquicias dominarán la escena del comercio. *SoyEntrepeneur*. Recuperado el 22

de febrero de 2005, de <http://www.soyentrepeneur.com/pagina.hts?N=11582>

Walker, J. (2001) *Introduction to Hospitality*. (3^a ed.). Nueva Jersey, Estados Unidos:

Prentice Hall.

Walker, J. (1999) *Introduction to Hospitality*. (2^a ed.). Nueva Jersey, Estados Unidos:

Prentice Hall.