



### ***Referencias Bibliográficas***

- Adam, S., Mulye, R., Deans, K. & Palihawadana, D. (2002). E-marketing in perspective: a three country comparison of business use of the Internet. *Marketing Intelligence & Planning*, 20, (4), 243-51.
- Alonso, J. (2005). *Tecnologías de la información y de la comunicación*. Madrid, España: Alfaomega
- Amándola, M. & Gaffard, J.L. (1988). *La dinamique économique de innovation*. Económica, París.
- Asociación Mexicana de Internet (2005). *Estudio AMIPCI de Internet en México 2005*. Recuperado el 19 de septiembre de 2006, de:  
<http://www.amipci.org.mx/estudios.php>
- Asplund, R. & Vouri, S. (1996). *Labour force response to technological change*. ETLA, The Research Institute or the Finnish Economy, Series B118, Helsinki.
- Baloglu, S. & Pekcan, Y. (2005). The Web design and Internet site marketing practices of upscale and luxury hotels in Turkey. *Tourism Management*.
- Bagchi, K. (2001, julio). *¿Does national culture play a role in IT adoption?*. Investigación presentada en el IPSI. Conferences. L'Aquila, Italy.
- Bassi, C. & Caruso, A. (2000). Internet y comercio electrónico. Recuperado el 26 de octubre de 2006, de la base de datos Emerald.



- Buhalis, D. & Deimezi, O. (2003). Academia paper e\_Tourism developments in Greece: Information communication Technologies adoption for the strategic management of the Greek tourism industry. *Tourism and Hospitality Research*, 5, (2), 103-130. Recuperado el 22 de octubre de 2006, de la base de datos Business Source Premier.
- Calongne, C. (2001). Designing for Web site usability. Proceedings of the 7th Annual Consortium for Computing in Small Colleges, Central Plains Conference. *Journal of Computing in Small Colleges*, 39-45.
- Carus, L. (1999, enero - febrero). Aplicaciones y estrategias tecnológicas en el sector turístico. Recuperado el 28 de octubre de 2006, de <http://www.hospitalitas.com>
- Castro, J. A. (2006). Estudio de E-market en un Hotel de Cadena de la Ciudad de Puebla. Tesis presentada en la Universidad de las Américas, Puebla, UDLAP.
- Chu, R. (2001). What online Hong Kong travellers look for on airline/travel web sites?. *International Journal of Hospitality Management*, 20, 95-100.
- Chung, T. & Law, R. (2003). Developing a performance indicator for hotel websites. *International Journal of Hospitality Management*, 22, (1), 119-25.
- Crespi, R., Martínez-Ros, E. (2001). Las tecnologías de la información y el sector servicios: Una aplicación al turismo. *Economía Industrial*, 340. Recuperado el 20 de octubre de 2006, de:  
<http://bibemp2.us.es/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20y%20nuevas%20tecnologias/>
- De la Garza, M. (2000). *Cibermarketing*. México: Compañía Editorial Continental.



- Destination Web Watch, Tourism. (2006). *Evaluating and Improving Web Sites, the tourism destination Web watch*. World Tourism Organization.
- Domínguez, P., Richert, S. (2006). Contrastes de la capacidad de respuesta de los correos electrónicos entre hoteles independientes y de cadena. *Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 15, No. 1*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET).
- Drew, R. (1999). Working with foreigners. *Management Review, Vol. 88, No 6*.
- Elizondo, R. (2005). *Las tecnologías de información en las PyMes turísticas*. Recuperado el 17 de octubre de 2006, de:  
[http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_0612\\_Palabras\\_del\\_Secretario\\_Elizondo\\_en\\_la\\_i](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_0612_Palabras_del_Secretario_Elizondo_en_la_i)
- Foley, J., Bacheldor, B. & Wallace, B. (2000). E-commerce. *International Journal of Contemporary Hospitality, 17, (5)*, 300-313. Recuperado el 28 de octubre de 2006, de la base de datos Business Source Premier.
- Ford, D., Connelly, C. & Meister, D. (2003). Information systems research and Hofstede's culture's consequences: An uneasy and incomplete Partnership. *IEEE Transactions on Engineering Management, 50*, 8-25.
- Forman, A., (1982). *La tecnología como arma competitiva*. Harvard-Deusto Business Review.
- Francoise, C. (2005). ICT in the tourism sector. *Statistics in Focus, Vol. 34*.



Fuentes, L., Figueroa, C. & Baltasar, M. (2004). Modelo de análisis de páginas Web de cadenas hoteleras: El caso España y Portugal. *V Congreso “Turismo y Tecnologías de la Información y la Comunicación” TuriTec 2004*. Recuperado el 20 de octubre de 2006, de:

<http://bibemp2.us.es/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20y%20nuevas%20tecnologias/>

García de Madariaga, J., (2002). La distribución de los servicios turísticos ante los nuevos desarrollos tecnológicos. *Distribución y Consumo, 51-59*. Recuperado el 20 de octubre de 2006 de:

<http://bibemp2.us.es/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20y%20nuevas%20tecnologias/>

Garza, M. (2000). *Cibermarketing*. México: Compañía Editorial Continental.

Gee, C. (1994). *Internacional Hotel Management*. Michigan: Educational Institute.

Gilbert, D., Powell-Perry, J. & Widjoso, S. (1999). Approaches by hotels to the use of the Internet as a relationship marketing tool. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science, 5, (1)*, 21-38.

Gómez, J. (2003). *Mercado de soluciones de comercio electrónico para el turismo*.

Recuperado el 18 de octubre de 2006, de

[http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_eTurismo\\_2003](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_eTurismo_2003)

González, P. & Scaglione M. (2004). *El comercio electrónico en los hoteles de lujo de América Latina*. Turismo, Patrimonio y Desarrollo.



- Gopalan, S. & Rivera, J. (1997). Gaining a perspectiva on Indian value orientations: Implications for expatriate managers. *International Journal of Organizational Analysis, Vol.5, 156-170.*
- Gudykunst, W. D. (1996). Brindging differences. *Effective Intergroup Communication (3<sup>rd</sup>. ed.).* Thousand Oaks, CA.: Sage Publications.
- Gurbaxani, V. & Mendelson (1990). An Integrative Model os IS Spending Growth, *ISR*, marzo, 23-46.
- Gurria, M. (1993). *Ética Profesional para Turismo.* México: Departamento de Publicaciones de la Universidad de las Américas, Puebla.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture.* Nueva York, N.Y.: Random House.
- Hall, E. T., & Hall, M. R. (1990). *Understanding Cultural Differences: German, French and Americans.* Yarmouth: Intercultural Press.
- Hanson, W. (2001). *Principios de mercadotecnia en Internet.* South Western Collage Publishing: Thomson Learning.
- Harridge-March, S. (2004). Electronic marketing, the new kid on the block. *Marketing Intelligence and Planning, 22, (3), 297-309.*
- Hernández, R., Fernández, L. & Baptista, P. (1997). *Metodología de la Investigación.* México, D.F.: McGraw-Hill.
- Heung, V.C.S. (2003). Internet usage by international travelers: reasons and barriers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 15.* Recuperado el 26 de octubre de 2006, de la base de datos Emerald.



- Ho, J. (1997, junio). Evaluating the World Wide Web: A global study of commercial sites. *Journal of Computer Mediated Communication*, 3. Recuperado el 19 de septiembre de 2006, de <http://www.ascus.org/jmc/vol3/issue1/ho.htm>
- Hoffman, D.L. (2000). The revolution will not be televised: introduction to the special issue on marketing and science and the Internet. *Marketing Science*, 19, 1-3. Recuperado el 19 de septiembre de 2006, de <http://www.ascus.org>
- Hoffman, D. L., Novak, T. & Schlosser (2000, marzo). The evolution of the digital divide. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5. Recuperado el 19 de septiembre de 2006, de <http://www.ascus.org>
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: international differences in work-related values*. Sage Publications, Beverly Hills, CA.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's Consequences: International Differences and Work-Related Values*. E.U.A.: Sage Publication.
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: software of the mind: intercultural cooperation and its importance for survival*. McGraw-Hill, New York, NY.
- Hoft, H. (1996). Culture and design. En E.M. Del Galdo & J. Nielsen (Eds.), *International user interface* (pp. 41-73). New York, NY.: Wiley.
- Huizingh, E. (2000). The content and design of Web sites: an empirical study. *Information & Management*, 37, (3), 123-34.
- Iriarte, J. (2000, septiembre - octubre). Aplicaciones de Internet en la hotelería. Recuperado el 28 de octubre de 2006, de <http://www.hospitalitas.com>



- Iriarte, J. (2000, septiembre - octubre). Ciberespacio Hotelero. Recuperado el 28 de octubre de 2006, de <http://www.hospitalitas.com>
- Jeong, M., & Gregoire, M. (2003). Conceptualizing Web site quality and its consequences in the lodging industry. *International Journal of Hospitality Management*, 22, (2), 161-75.
- Johnston, K. & Johal, P. (1999). The Internet as a virtual cultural region: Are extant cultural classification schemes appropriate?. *Internet research: Electronic Networking Applications and Policy*, 9, 178-186.
- Kemp, S. & Dwyer, L. (2001). An examination of organizational culture – the Regent Hotel, Sydney. *Hospitality Management*, 20, 77-93.
- Kluckhohn, F. R. & Strodtbeck, F. Z. (1961). *Variations in value orientations*. WestPort, CT.: Greenwood Press.
- Kolesar, M. & Galbraith, R. (2000). A services-marketing perspective on e-retailing: implications for e-retailers and directions for further research. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 10, (5), 424-38.
- Kroeber, A.L. & Kluckon, C. (1952). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. Nueva York, N.Y., EE.UU. Vintage Books.
- Lassen, H., Kandampully & Barket Sunita (2002). The mergence of e-market services in the Australian mining industry: Ludowici Mineral Processing Pty Ltd, Quadrem eMarketplace and Austrade eMerket Service. *Managing Service Quality*, 12, (4), 257-264. Recuperado el 2 de noviembre de 2006 de la base de datos electrónica Emerald.



- Lee, S., Barker, S. & Kandempully, J. (2003). Technology, service quality, and customer loyalty in hotels: Australian managerial perspectives. *Managing Service Quality, Vol.13 No. 5.* Recuperado el 20 de octubre de 2006, de la base de datos electrónica Emerald.
- Liang, K. & Law, R. (2003). A modified functionality performance evaluation model for evaluating the performance of China based hotel Web sites. *Journal of the Academy of Business and Economics.* April, available at: [www.findarticles.com](http://www.findarticles.com)
- Liu, J. & Lu, L. (2003). Development of E-commerce statics and the implications. *School of Economics and Finance, 4, (5), 80-82.* Recuperado el 28 de octubre de 2006, de la base de datos electrónica Emerald.
- Lodhia, S. (2004). Corporate environmental reporting media: a case for the World Wide Web. *Electronic Green Journal, Vol. 20.* Recuperado el 15 de noviembre de 2006, de <http://egj.lib.uidaho.edu/egj20/lodhia1.html>
- Madu, C & Madu, A. (2002). Dimensions of e-quality. *Internacional Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 19 No. 3.* Recuperado el 28 de octubre de 2006, de la base de datos electrónica Emerald.
- Madu, C. & Madu, A. (2003). E-quality in an integrated enterprise. *The TQM Magazine, Vol. 15, No. 3.* Recuperado el 28 de octubre de 2006, de la base de datos electrónica Emerald.



- Mahfouz, A. (2000). Web sites interface design: external and internal factors”, in Reich, S. and Anderson, K.M. (Eds). *Open Hypermedia Systems and Structural Computing, Proceedings of the 6th International Workshop, OHS-6, 2nd International Workshop, SC-2, San Antonio, Texas.*
- Mariscal, A., (2002). Posibilidades del turismo en Internet. *Documento presentado en el IV Congreso Turismo y tecnologías de la Información y de las Comunicaciones TuriTec 2002.* Recuperado el 20 de octubre, de  
<http://bibemp2.us.es/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20y%20nuevas%20tecnologias/>
- Merwe, R. & Bekker, J. (2003). A framework and methodology for evaluating E-commerce Web sites. *Internet Research: Electronic Networking Application and Policy, 13, (5), 330-41.*
- Morrison, A.M., Taylor, S., Morrison, A.J. & Morrison, A.D. (1999). Marketing small hotels on the World Wide Web. *Information Technology & Tourism, 2, (2), 97-113.*
- Murphy, J., Forrest, E.J., Wotring, C.E. & Brymer, R.A. (1996). Hotel management and marketing on the Internet. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly, 70-82.*
- Murphy, J., Olaru, D., Schegg, R. & Frey, S. (2003). The bandwagon effect: Swiss hotel's web-site and e-mail management. *Cornell Hotel and Restaurante Administration Quarterly.*



Nava, G. (2006) Tecnología, su aprovechamiento en la hotelería. Recuperado el 28 de octubre de 2006, de la base de datos revista Hospitalitas.

[www.hospitalitas.com](http://www.hospitalitas.com)

Nielsen, J. (2000). *Designing Web usability*. Indianapolis, IN.: New Readers Publishing.

NUA Internet Surveys (2002). *Net population to near 950 million by 2005*. Recuperado el 3 de noviembre de 2006, de

[www.nua.ie/surveys/?f\\_VS&art\\_id=](http://www.nua.ie/surveys/?f_VS&art_id=)

Omnès, J.F. (2005). Turismo electrónico. *Comisión Europea*. Recuperado el 14 de noviembre de 2006, de

<http://cordis.europa.eu/itt/itt-es/05-1/dossier03.htm>

Parets, R. (2002). Getting the word out: profiting from smart Internet marketing isn't just for the big boys. *Lodging Magazine*, 37-8.

Peterson, R.A., Balasubramanian, S., Bronnenberg, B.J. (1997). Exploring the implications of the Internet for consumer marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 25, No. 4*.

Poage, J. (2001). What happened to E-commerce value proposition? *American Metal Market*, 109, (1), 89-90. Recuperado el 2 de noviembre de 2006, de la base de datos Business Source Premier.

Porter, M. (2000, noviembre). The future of interactive marketing. *Harvard Business Review*.



- Rayman-Bacchus, L. & Molina, A. (2001). Internet – based tourism services: Business issues and trends. *Futures: The Journal of Policy Planning and Futures Studies*, Vol. 33, No.7.
- Rettie, R. (2002). Net Generetion culture. *Journal of Electronic Commerce Research*, 3, 254-264.
- Rohm, A., Kashyap, V., Bracear, T. & Milne, G. (2004). The use of online marketplaces for competitive advantage: a Latin American perspective. *Journal of Business & Industrial Management*, 19 (6). Recuperado el 31 de octubre de 2006, de la base de datos electrónica Emerald.
- Rosen, D. & Purinton, E. (2004). Web site design: viewing the Web as a cognitive landscape. *Journal of Business Research*, 57, (7), 787-94.
- Rowley, J. (2000). Product search in e-shopping: a review and research propositions. *Journal of Consumer Marketing*, 17, (1), 20-35.
- Sackmary, B. & Scalia, L. (1999). Cultural patterns of World Wide Web business sites: A comparison of Mexican and U.S. companies. Recuperado el 28 de agosto de 2006 de <http://marketing.byu.edu/htmlpages/ccrs/proceedings99/sackmary.htm>
- Sancho, P. & Mases, A., (2002). Tecnología y nada más: Un mal negocio para las empresas turísticas. Documento presentado en el *IV Congreso Turismo y tecnologías de la Información y de las Comunicaciones TuriTec 2002*. Recuperado el 20 de octubre, de <http://bibemp2.us.es/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20y%20nuevas%20tecnologias/>



- Secretaria de Turismo, SECTUR. (2005). *Impacto de las nuevas tecnologías en el Turismo Mexicano*. Recuperado el 5 de noviembre de 2006, de [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)
- Shellum, S. (2004). Hitting back. *Hotel Asia Pacific*, 5, (2), 19-24.
- Shoemaker, S. & Lewis, R. (1999). Customer loyalty the future of hospitality marketing. *Hospitality Management*, Vol.18, No. 4, 345-370.
- Siddiqui, N., O'Malley, A., McColl, J. & Birtwistle, G. (2003). Retailer and consumer perceptions of online fashion retailers: Web site design issues. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 7, (4), 345 55.
- Siebel, T.M. (2001). *Taking Care of e-business*. Nueva York, N.Y., EE.UU.: Currency.
- Sigala, M. (2003a). Competing in the virtual marketspace: a strategic model for developing e-commerce in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Information Technology*, 3, (1), 43-60.
- Sigala, M. Lockwood, A. & Jones, P. (2001). Strategic implementation and IT: gaining competitive advantage from the hotel reservation process. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13/7. Recuperado el 26 de octubre de 2006, de la base de datos electrónica Emerald.
- Singh, N., & Baack, D.W. (2004). Web site adaption: A cross-cultural comparison of U.S. and Mexican web site. *Journal of Computer Mediates Communucation*, Vol. 9, No.4. Recuperado el 28 de octubre de 2006, de [http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue4/singh\\_baack.html](http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue4/singh_baack.html)
- Smith, T. W. (1998). Changes in the Generation gap, 1972-1998. *GSS Social Change Report*, No. 43. NationalOpinion Research Center, University of Chicago.



- Smith, C. & Jenner, P. (1998). Tourism and the Internet. *Travel & Tourism Analyst*, Vol. 1.
- Solís, J., Sevilla, A. & Díaz, A. (2001). *La economía de Internet*. México: Instituto de Investigación Económica y Social Lucas Alemán, A.C.
- Taylor, M. & England, D. (2006). Internet marketing: Web site navigational design issues. *Marketing Intelligence & Planning*, 24, (1), 77-85.
- Ting-Toomey, S. (1985). *Toward a Theory of Conflict and Culture: Communication, Culture and Organizational Processes*. Beverly Hills, Ca: Sage.
- Trompenars, F. (1997). *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*. London: Nicholas Brealey.
- Turban, E., Lee, J., King, D. & Chung, H.M. (2002). *Electronic commerce: A managerial perspective* (p.7-14). Upper Saddle River, N.J., EE.UU.: Prentice Hall
- Tylor, E. (1958). *Origins of Culture*. Gloucester, Mass.: Smith.
- United Nations Conference on Trade and Development, (2003). E-commerce and electronic report. UNTAD.
- Waller, R. (2003). Seven point checklist. Recuperado el 10 de noviembre de 2006, de [www.waller.co.uk/usability16.htm](http://www.waller.co.uk/usability16.htm)
- Wan, C.S. (2002). The Web site of international tourist hotels and tour wholesalers in Taiwan. *Tourism Management*, 23, (2), 155-60.
- Wan, H. (2000). Opportunities to enhance a commercial Web site. *Information & Management*, 38, (1), 15-21.
- Weber, K. & Roehl, W. S. (1999). Profiling people searching for and purchasing travel products on the World Wide Web. *Journal of Travel Research*, Vol. 37, No. 3.



- Weis, S., Ruys, H. F. & Combrink, T. E. (2001). Uses of the Internet in the global Hotel Industry. *Journal of Business Research*, Vol. 54, 235-241.
- Werthner, H. & Ricci, F. (2004). E-commerce and tourism. *Communications of ACM*, 17(12), 101-109.
- Williams, R. (1961). *Culture and Society 1780-1950*. Harmondsworth: Penguin Book.
- Würtz, E. (2005). A cross-cultural analysis of Websites from high-context cultures. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1), articulo 13. Recuperado el 15 de noviembre de 2006, de  
<http://jcmc.indiana.edu/vol11/issuel/wuertz.html>
- Zafiropoulos, C., Vrana, V. & Paschaloudis, D. (2006). The Internet practices of hotel companies: an analysis from Greece. *International Journal of Contemporary Hospitality, 18, (2)*, 156-163.
- Zahir, S., Dobing, B. & Hunter M. (2002). Cross-cultural dimensions of Internet portals. *Internet Research: Electronic Networking Application and Policy*, 12, 210-220