



### Referencias Bibliográficas

- Aksu, A. A. & Tarcan, E. (2002). The Internet and five-star hotels: a case study from the Antalya region in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14/2. Recuperado el 20 de agosto de 2004, de la base de datos electrónica Emerald.
- Ambler, C. (2000). Paper on e-commerce. *United Nations Department of Economic and Social Affairs Statistics Division*. Recuperado el 15 de enero de 2005 de <http://unstats.un.org/unsd/class/intercop/techsubgroup/00-10/tsg0010-15.pdf>
- Anckar, B. & Walden, P. (2001). Introducing Web technology in a small peripheral hospitality organization. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13/5. Recuperado el 20 de agosto de 2004, de la base de datos electrónica Emerald.
- Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico. (2004). El Comercio Electrónico como herramienta de Negocios. Recuperado el 17 de enero de 2005 de <http://www.amece.org.mx/content.php?band=1&id=3&var=e-commerce>.
- Atrostic, B.K., Gates, J. & Jarmin, R. (2000). Measuring the Electronic Economy: Current Status and Next Steps. *U.S. Census Bureau*.
- Borrella, E. (2003). *CRM en el sector hotelero. Cómo gestionar su compañía hotelera*



- orientándola hacia el cliente. Un Modelo: el programa INTEGRA*. Recuperado el 25 de octubre de 2004, de <http://www.turhoreca.com/editcomunica.asp?id=173>.
- Chaudhury, A. & Kuilboer, J.P. (2002). *E-business and e-commerce infrastructure: technologies supporting the e-business initiative*. Nueva York, N.Y., EE. UU.: McGraw-Hill.
- Consejo Empresarial OMT. (2001). *E-Business for Tourism: Practical Guidelines for Tourism Destinations and Businesses*. Recuperado el 15 de enero de 2005 de <http://www.world-tourism.org/isroot/wto/pdf/1210-1.pdf>.
- Cox, B. (2003). *Europe leads in travel site usage*. Recuperado el 6 de diciembre de 2004, de <http://www.ecommerce-guide.com/news/news/article.php/1577491>.
- E-business in 2004 should reach 60% of web users*. (2000). *Gazeta Mercantil*. Recuperado el día 5 de enero de 2005 de [http://www.mercantil.com/news/brief.asp?Cod\\_noticia=0000002136](http://www.mercantil.com/news/brief.asp?Cod_noticia=0000002136).
- Ferrán, A. & Iriarte, J. (1999). *Internet en la hotelería, el camino incipiente de una herramienta provechosa*. Recuperado el 25 de octubre de 2004, de <http://www.hospitalitas.com/articuloscontenido.asp?10Articulo=131>.
- Frey, S., Schegg, R. & Murphy, J. (2004). *E-mail customer service in the Swiss hotel industry. Tourism and Hospitality Research*.
- González, P. & Scaglione M. (2004). *El comercio electrónico en los hoteles de lujo de América Latina*.
- Heung, V.C.S. (2003). *Internet usage by international travelers: reasons and barriers*.



- 
- International Journal of Contemporary Hospitality Management* 15/7. Recuperado el 20 de agosto de 2004, de la base de datos electrónica Emerald.
- Javalgi, R. & Ramsey, R. (2001). Strategic issues of e-commerce as an alternative global distribution system. *International Marketing Review*, Vol. 18 No. 4. Recuperado el 20 de agosto de 2004, de la base de datos electrónica Emerald.
- Jun, M., Yang, Z. & Kim, D. (2004). Customer's perceptions of online retailing service quality and their satisfaction. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 21 No. 8. Recuperado el 5 de enero de 2005, de la base de datos electrónica Emerald.
- Karres, F. (2004). Customer service is the lifeblood of cash flow. *Business Strategy*. Recuperado el 15 de enero de 2005 de [http://www.lvbusinesspress.com/articles/2005/04/11/business\\_profile/bizpro.txt](http://www.lvbusinesspress.com/articles/2005/04/11/business_profile/bizpro.txt).
- Kerner, S.M. (2004). *E-commerce business is booming*. Recuperado el 6 de diciembre de 2004, de <http://www.ecommerce-guide.com/news/news/article.php/3439191>.
- Korper, S. & Ellis, J. (2000). *The e-commerce book: building the e-empire*. Orlando, Florida, EE.UU.: Academic Press.
- Lee, S., Barker, S. & Kandampully, J. (2003). Technology, service quality, and customer loyalty in hotels: Australian managerial perspectives. *Managing Service Quality*, Vol. 13 No. 5. Recuperado el 20 de agosto de 2004, de la base de datos electrónica Emerald.
- Leuenberger, R., Schegg, R. & Murphy, J. (2004). E-mail customer service by upscale



---

international hotels.

- Luck, D. & Lancaster, G. (2003). E-CRM: customer relationship marketing in the hotel industry. *Managerial Auditing Journal*, 18/3. Recuperado el 20 de agosto de 2004, de la base de datos electrónica Emerald.
- Madu, C. & Madu, A. (2002). Dimensions of e-quality. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 19 No. 3. Recuperado el 15 de enero de 2005, 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 17 de enero de 2005, de la base de datos electrónica Emerald.
- Martin, L.M. (2004). E-innovation: Internet impacts on small UK hospitality firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 6 No. 2. Recuperado el 20 de agosto de 2004, de la base de datos electrónica Emerald.
- McCole, P. (2002). The role of trust for electronic commerce in services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 14/2. Recuperado el 20 de agosto de 2004, de la base de datos electrónica Emerald.
- McManis, B., Ryker, R. & Cox, K. (2001). An examination of Web usage in a global context. *Industrial Management & Data Systems*, 101/9. Recuperado el 17 de enero de 2005, de la base de datos electrónica Emerald.
- Murphy, J., Olaru, D, Schegg, R. & Frey S. (2003). The bandwagon effect: Swiss hotels' web-site and e-mail management. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*.



- NUA Internet Surveys (2004). *Total online travel dollars*. Recuperado el 6 de diciembre de 2004, de [http://www.nua.ie/surveys/analysis/graphs\\_charts/travel/total\\_online\\_travel\\_spend\\_96\\_2002.html](http://www.nua.ie/surveys/analysis/graphs_charts/travel/total_online_travel_spend_96_2002.html).
- NUA Internet Surveys (2004). *US e-commerce 1998-2003*. Recuperado el 6 de diciembre de 2004, de [http://www.nua.ie/surveys/analysis/graphs\\_charts/comparisons/ecommerce\\_us.html](http://www.nua.ie/surveys/analysis/graphs_charts/comparisons/ecommerce_us.html).
- NUA Internet Surveys (2004). *Consumer spending at european sites 1997-2002*. Recuperado el 6 de diciembre de 2004, de [http://www.nua.ie/surveys/analysis/graphs\\_charts/comparisons/consumer\\_spending\\_europe.html](http://www.nua.ie/surveys/analysis/graphs_charts/comparisons/consumer_spending_europe.html).
- Page, C. & Lepkowska-White, E. (2002). Web equity: a framework for building consumer value in online companies. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 19 No. 3. Recuperado el 7 de enero de 2005, de la base de datos electrónica Emerald.
- Pastore, M. (2001). Wireless Access, E-Commerce on Rise in Latin America. *E-Commerce Guide*. Recuperado el día 6 de diciembre de 2005 de <http://www.ecommerce-guide.com/news/trends/article.php/565111>
- Porter, M. (1996). What is Strategy?. *Harvard Business Review*.
- Poulymenakou A. & Tsironis L. (2003). Quality and electronic commerce: a partnership for growth. *The TQM Magazine*, Vol. 15 No. 3. Recuperado el 28 de noviembre de 2004, de la base de datos Emerald.
- Rayport, J. & Jaworski, B. (2003). *E-commerce*. México, D.F.: McGraw-Hill.
- 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*, Vol. 19 No. 6. Recuperado el 18 de enero de 2005, de la base de datos electrónica Emerald.
- Service Quality Institute (2004). *Develop a culture to achieve customer satisfaction*. Recuperado el 20 de noviembre de 2004, de <http://customer-service.com/CULTURE.CFM>.
- Siebel, T.M. (2001). *Taking Care of e-business*. Nueva York, N.Y., EE.UU.: Currency.
- 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 20 de agosto de 2004, de la base de datos electrónica Emerald.
- Sinclair, B. (2002). INDUSTRY ANALYSIS In Latin America, Online B2B is the Place to Be. *InfoAmericas, Inc*. Recuperado el 15 de enero de 2005 de [http://tendencias.infoamericas.com/article\\_archive/2002/0201/0201\\_industry\\_analysis.pdf](http://tendencias.infoamericas.com/article_archive/2002/0201/0201_industry_analysis.pdf)
- Tschohl, J. (2004). *Customer service and technology: they need not be mutually Exclusive*. Recuperado el 20 de noviembre de 2004, de <http://customer-service.com/articles/032702.cfm>.
- Turban, E., Lee, J., King, D. & Chung H.M. (2000). *Electronic commerce: a managerial perspective*. Upper Saddle River, N.J., EE.UU.: Prentice Hall.
- Van Riel, A., Liljander, V. & Jurriëns, P. (2001). Exploring consumer evaluations of e-service: a portal site. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 12 No. 4. Recuperado el 15 de enero de 2005, de la base de datos electrónica Emerald.



---

Yelkur, R. & Da Costa, M. M. N. (2001). Differential pricing and segmentation on the

Internet: the case of hotels. *Management Decision*, 39/4. Recuperado el 20 de agosto de 2004, de la base de datos electrónica Emerald.

Zeithaml, V. (2002). Service excellence in electronic channels. *Managing Service*

*Quality*, Vol. 12 No. 3. Recuperado el 17 de enero de 2005, de la base de datos electrónica Emerald.

Zwicky, R. (2004). Is your hotel's website the ultimate distribution machine?.

Recuperado el 15 de octubre de 2004, de <http://www.hospitalitynet.org/news/4020714.search?query=%22is+your+hotel%27s+web+site+the+ultimate+distribution+machine%22>.