

*Referencias Bibliográficas*

- Alshawi, S., Irani, Z. & Baldwing, G. (2003). Benchmarking: Information and communication technologies. *Benchmarking: An International Journal*, 19 (4), 312 - 324. Recuperado el 6 de julio de la base de datos Emerald Group Publishing Limited.
- Amdekar, J. & Padmanadhuni, S. (2006). Future of travel & tourism industry with the adoption of the web services in electronic distribution. Recuperado el 12 de julio de 2006, de <http://infosys.com/industries/hospitality-leisure/white-papers/webservices-adoption-in-travel-toruism.pdf>.
- Bai, B., Hu, C., Elsworth, J. & Countryman, C. (2004).Online travel planning and collage students: the spring break experience, 17 (2/3), p. 63 – 77.
- Barros, O. (2003). Modelos de negocios en internet. Recuperado el 12 de junio de 2006 de <http://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/ceges29.pdf>.
- Beldona S. (2005). Cohort Analysis of Online Travel Information Search Behavior: 1995-2000. *Journal of Travel Research*, 2005. Recuperado el 16 de julio de 2006, de <http://jtr.sagepub.com/>.
- Bing, P. (2003) Travel information search on the Internet exploratory study. Recuperado el 22 de junio de 2006, de <http://www.hci.cornell.edu/bing/dissertation.pdf>.



Bloch, M., Pigneur, Y. & Steiner, T. (s. f.) The IT-enabled extended enterprise: applications in the tourism industry, Recuperado el 09 de junio de 2006, de <http://www.hec.unil.ch/yp/Pub/96-enter.htm>

Bova, B. & Kroth, M. (2001). Workplace learning and generation x. *Journal of Workplace learning*, 13 (2), 57 – 65

Braverman, B. (2005). Gen X out spends parents on luxury goods. *National Jeweler*, 99 (15), 14 – 14

Buhalis, D. & Deimezi, O. (2003). 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 20 de marzo, de la base de datos EBSCO.

BusinessWeek Online (2006). Generation Y. Recuperado el 15 de junio de 2006, de http://www.businessweek.com/1999/99_07/b3616001.htm

Camarero, M. (2002). Tipología de la Demanda Turística Española. *El Turista*. Recuperado el 16 de junio de 2006, de <http://bibemp2.us.es/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/demanda%20turistica/tipologia%20de%20la%20demanda%20turistica%20espa%C3%B1ola.pdf>.



Canals, J. (2001). Internet, innovación y estrategia de la empresa. Recuperado

el 10 de julio de 2006, de

<http://www.mityc.es/publicaciones/revista/num339/03-339.pdf>

Carvel S.& Quan, D. (2005). Lowest Price Guarantee Reservations: What

Hotel Companies Need to do to Get it Right. Recuperado el 15 de junio

de 2006, de

<http://www.hotelschool.cornell.edu/chr/pdf/showpdf/chr/research/working/Carvell-Quan-1-05.pdf>.

Chen, H., Chakraborty, D., Xu, L., Joshi, A. & Finin, T. (2000). Service

discovery in the future electronic market. Recuperado el 14 de junio de

2006, de <http://www.cs.umbc.edu/~dchakr1/papers/kbem2000.ps>

Computer Industry Almanac Inc. (2006). Worldwide Internet users top 1

billion in 2005. Recuperado el 20 de julio de 2006, de <http://www.c-i-a.com/pr0106.htm>

Conferencia de Naciones Unidas (2005). Recuperado el 15 de junio de 2006,

de www.iisd.ca/download/asc/enb05227s.txt - 87



Connolly, D.J., Olsen, M.D. (2000), "An environmental assessment of how technology is reshaping the hospitality sector", *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 3 No.1, pp.73-93

Cyberatlas (2001). Recuperado el 6 de julio de 2006 de,
<http://www.cyberatlas.internet.com>

Dans, E. & Allen. D (2001). B2B e-marketplaces:percepción de la propuesta de valor en un mercado incipiente. Recuperado el 15 de junio de 2006, de <http://www.mcyt.es/asp/publicaciones/revista/num340/101-108%20ok.pdf>

Das, S. (2002). Global distribution system in present times. Recuperado el 12 de julio de 2006, de http://www.hotel-online.com/News/PR2002_4th/Oct02_GDS.html

Del Rosso, L. (2005). Focus on Consumer Trends 2005: What they want, and why. Recuperado el 14 de junio de 2006, de <http://www.travelweekly.com/articles.aspx?page=3&pageid=51913>

Delong. J. (2002). Claims of anticompetitive behavior by Orbitz unfounded, study finds. Recuperado el 16 de junio de 2006, de <http://pressroom.orbitz.com/downloads/cato.pdf>.

Dev, S. C., & Olsen, M. D. (2000). Marketing challenges for the next decade. The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 41(1), 41-



Dickinson, C. (2006). Lodging Industry Transformation – How Will It Affect Your Company's Future?. Recuperado el 17 de junio de 2006, de <http://www.eds.com/news/features/3042>

Dignum, F. (2002). E-commerce in production: some experiences. Integrated Manufacturing System, 13 (5), 283 - 294. Recuperado el 16 de junio de la base de datos Emerald Group Publishing Limited

Dogac, A., Kabak, Y., Laleci, G., Sinir, S., Yildiz, A. & Tumer, A. (2004). SATINE project: Exploiting Web services in the travel industry. Recuperado el 12 de julio de 2006 de <http://www.srdc.metu.edu.tr/webpage/projects/satine/publications/FreezedeChallenges.doc>

Dominguez, P. & Bernard, A. (2005) Tecnoogias de información y comunicación: una aproximación al uso del correo electrónico en hoteles de playa.....

Dominguez, P. & Richert, S. (2005). Tecnologías de información y comunicación: Una aproximación al uso del correo electrónico en hoteles de playa en México

Evans, M. & Walker, A . (2004).Using the Web Graph to influence application behaviour. Internet Research. 14 (5), p. 372-378

Expedia.com (2006). Recuperado el 22 de julio de 2006, de www.expedia.com.



Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Buenos Aires (2002). Nuevas Tecnologías de la información y la comunicación: Su interrelación con el empleo y el trabajo. Recuperado el 14 de junio de 2006, de http://www.administracion.econo.unlp.edu.ar/empleo/paginas_web/06_materiales/nuevatec.pdf.

Fernandez, M., Conde, A. & Muñoz, F. (2005). Congreso Internacional Campusred. Recuperado el 12 de julio de 2006, de http://www.campusred.net/congresos/pdfscomunicaciones/FDEZCAR_RION.pdf

Fodor, O. & Werthner, H. (2004/2005). Harmonise: A step toward an interoperable e-tourism marketplace. International Journal of Electronic Commerce, 9 (12), 11 - 39. Recuperado el 20 de marzo de 2006, de la base de datos EBSCO.

Fodor, O. & Werthner, H. (2004/2005). Harmonise: A step toward and interoperable e – tourism marketplace. International.Journal of Electronic Commerce, 9 (2), 11 – 39. Recuperado el 16 de febrero del 2006, de la base de datos EBSCO

Galileo Internacional (2006). Nuestra Historia. Recuperado el 15 de junio de 2006, de <http://www.galileo.com/galileo/es-mx/about/History/>

García, K. (2006). Tecnologías de información y reservaciones on-line.



García, M. G. (2002). Utilización de las tecnologías de la información en los hoteles: El caso de la provincia de Valencia. Recuperado el 22 de junio de 2006, de <http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec2002/actas/Microsoft%2020Word%20-%2030.GARCIAVALENCIA.pdf>

Gilligan, E. (2005). Brand “X”. Commercial Property News, 19 (21), 18 – 19. Recuperado el 22 de marzo de 2006, de la base de datos EBSCO.

Gómez, M. (2000). El comercio electrónico un nuevo paradigma en la economía?. Recuperado el 12 de junio de 2006, de <http://espejos.unesco.org.uy/simplac2002/Ponencias/ambientes%20digitales/ad050.doc>

González, P. & Scaglione, M. (2004). El comercio electrónico en los hoteles de lujo de América Latina. Turismo y Patrimonio, 1 (1), 1 – 17

Graeme, H. (2003). Australia's ageing population: some challenges for planners. Recuperado el 12 de julio de 2006, de <http://www.planning.sa.gov.au/congress/pdf/Papers/Hugo.pdf>.

Greenspan, R. (2003). Hotel industry makes room for online bookings. Recuperado el 15 de junio de 2006, de <http://www.cyberatlas.internet.com>

Gretzel, U. & Fesenmaier, D. (2003) Implementing a Knowledge-based Tourism Marketing Information System: The Illinois Tourism



Network. Journal of Information Technology and Tourism, 6(4), 245 - 255.

Gursoy, D. (2001). Development of a travelers' information search behavior model. Recuperado el 15 de junio de 2006, de http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-12072001-175913/unrestricted/gursoy_dissertation.pdf

Haussman, G. (2002). Jupiter predicts online travel booking increase. Recuperado el 18 de junio de 2006, de http://www.hotelinteractive.com/news/articleView.asp?articlID=1447&Sess_ID

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación, México, DF.: Mc Graw Hill.

Henon, A. E. (2006). Why and how generation "y" saves and spends. Benefits & Compensation Digest, 43 (2), 30 – 32. Recuperado el 27 de enero del 2006, de la base de datos EBSCO.

Heung, V. (2003). Internet usage by international travelers: reasons and barrier. International Journal of Contemporary Hospitality 15 (7), Recuperado de la base de datos Emeralds.



Hotel Travel News (2006). Hyatt rolls out the carpet for Generation X.

Recuperado el 15 de junio de 2006, de
<http://www.breakingtravelnews.com/article/20060601103845546>.

Hotel Interactive (2006). Americans Favoring U.S. Vacations. Recuperado el

15 de junio de 2006, de
http://www.hotelinteractive.com/index.asp?page_id=5000&article_id=5480

Hotels (2005). Marriott revamp targets Gen Xers. Hotels, 39 (5), 14 – 14.

Recuperado de la base de datos EBSCO el 22 de marzo de 2006.

Hu, C., Shawn, S. & Bai, B. (2004). E - relational characteristics on hospitality and tourism program web sites. Journal of Hospitality & Tourism Research, 29 (4), 508 - 522.

Internet Society (2006). The beginnings of the Internet. Recuperado el 30 de abril de 2006, de <http://www.isoc.org/internet/history/>

Iriarte, E. (2002). Comercio Electrónico en América Latina. Recuperado el 16 de junio de 2006, de
http://lac.derechos.apc.org/investigacion/comercio_electronico.doc.

Jang, S. (2004). The past, present and future research of online information search. Journal of Travel & Tourism Marketing, 17 (2/3), 41 – 46.



Jeong, M. & Choi, J. (2004). Effects of picture presentations on customers' behavioral intentions on the Web. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17 (2/3), 193-204.

Jorgensen, B. (2003). Baby boomers, generation x y generation y?. *Foresight*, 5 (4), 41 - 49

Kasavana, M. (2000). Travel research bookshelf. *Journal of Travel Research*, 38 (1), 308 – 319

Khanchouch, A. (2002). E-tourism: An innovative approach for the small and medium- sized tourism enterprises (smts) in tourism. Recuperado el 16 de junio de 2006, de <http://medforist.grenoble-em.com/Contenus/Conference%20Tunisia%20IEBC%202005/papers/June25/33.pdf>.

Kim, G. W. & Lee Y. H. (2004). Comparison of web service quality between online travel agencies and online travel suppliers, 17 (2/3), 115 – 116

Klein, S., Köhne, F. & Öörni, A. (2004) Barriers to online booking of scheduled airline tickets. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17 (2/3), 27 – 39



Knapp, E. (2005). Generation X and the hotel industry: How hotel brands are changing. Recuperado el 14 de junio de 2006, de http://www.brandchannel.com/images/papers/76_Hotels.pdf

Kotler, P., Bowen, J. & Makens J. (2003). Mercadotecnia para Hotelería y Turismo, México, DF.: Prentice Hall.

Landvogt, M. (2004). Online booking engines for small and medium-sized enterprises as a tool for improved distribution and yield management in New Zealand's tourism industry. Proceeding of the New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference 2004, 191 – 198

Lanier, P. (2006). Spa Industry Shows Incredible Growth. Recuperado el 15 de junio de 2006, de <http://www.familytravelguides.com/articles/health/spastudy.html>

Law, R. (2005). A study of hotel information technology applications. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 17 (2), 170 - 180. Recuperado el 6 de julio de la base de datos Emerald Group Publishing Limited

Law, R. & Lau, W. (2004). A study of the perceptions of Hong Kong managers on the potential disintermediation of travel agencies. Journal of Travel & Tourism Marketing, 17 (2/3), 117 - 131.

Law, R., Leung, K. & Wong, R. (2004). The impact of the Internet on travel agencies. International Journal of Contemporary Hospitality



Management, 16 (2), 100 - 107. Recuperado el 6 de julio de la base de datos Emerald Group Publishing Limited

Lee. J., Sung, H., DeFranco, A. & Arnold, R. (2004). Developing, operating, and maintaining a travel agency website: Attending to e - consumers and internet marketing issues. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17 (2/3), 205 - 223.

Lenhart, M. (2005). X marks the spot: Hotels target a new generation of business. Recuperado el 16 de junio de 2006, de <http://www.travelweekly.com/articles.aspx?page=11&pageid=51921>

Lexhagen, M. (2005). The importance of value added services to support the customer search and purchase process on travel websites. *Journal of Information Technology and Tourism*, 7 (3/4), 119 – 135.

Luo, M., Feng, R. & Cai, L. (2004). Information search behavior and tourist characteristics: The internet vis-a-vis other information sources. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17 (2/3), 15 - 25.

Lynn, M.(2004). E - innovation: Internet impacts on small UK hospitality firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16 (2), 82 - 90. Recuperado el 6 de julio de la base de datos Emerald Group Publishing Limited



MacManus, R. (2004). Knowledge Management for Generation Y . Recuperado el 15 de junio de 2006, de http://www.readwriteweb.com/archives/knowledge_manag_1.php

Martin, L. & Matlay, H. (2003). Innovative use of the Internet in established small firms: the impact of knowledge management and organisational learning in accessing new opportunities. Quality Market Research: An International Journal, 6 (1), 18 - 26. Recuperado el 28 de julio de la base de datos Emerald Group Publishing Limited

Martinez, J., Fernandez, Y. & Fernández, F. (2002). Recuperado el 25 de junio de 2006, de <http://espejos.unesco.org.uy/simplac2002/Ponencias/ambientes%20digitales/AD063.doc>

McGee, W. (2003). Booking Hotels Online. Recuperado el 22 de abril de 2006, de <http://www.consumerwebwatch.org/view-article.cfm?id=10163&at=510>

Meskauskas, J. (2006). Millennials Surfing: Generation Y Online, Recuperado el 16 de junio de 2006, de <http://www.imediaconnection.com/content/2027.asp>

Miller, B. (2004). Building e-loyalty of lodging brands: avoiding brands erosion. Journal of Travel & Tourism Marketing, 17 (2/3), 133 - 142.



Recuperado el 6 de julio de la base de datos Emerald Group Publishing Limited

Milne, M. (s. f.). Travel Distribution Technologies and Sustainable Tourism Development: The Case of South Pacific Microstates. Recuperado el 15 de junio de 2006, de <http://www.channelviewpublications.net/jost/0131/jost0050131.pdf>

Morrison, A., Su, J., O'Leary, J. & Cai, L. (2005). Predicting Usage of the Internet for Travel Bookings: An Exploratory Study. *Journal of Information Technology and Tourism*, 4 (1), 15 - 30.

O'Connor, M. (2004). Conflicting viewpoints on web design. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17 (2/3), p. 225 - 230

Olmeda, I. & Sheldom, P. (2001). Data mining techniques and applications for tourism Internet marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 11 (2/3), 1 – 20

Öörni Anssi (2004). Consumer objectives and the amount of search in electronic travel and tourism market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17 (2/3), p. 3 – 14

Orbitz.com (2006). Recuperado el 22 de julio de 2006, de www.orbitz.com.



Piccinelli, G. & Mokrushin L. (2001). Dynamic service aggregation in electronic marketplaces. Recuperado el 14 de junio de 2006, de <http://www.hpl.hp.com/techreports/2001/HPL-2001-31.pdf>.

Quikbook.com (2006). Recuperado el 22 de julio de 2006, de www.quikbook.com.

Rayport, J. & Jaworski, B. (2003). E-. México, DF.: McGraw Hill

Richert. A. (2005). Contraste de la Capacidad y Calidad de Respuesta de los Hoteles de Playa Mexicanos a las Solicitudes de Información Electrónicas de Clientes Potenciales

Road & Travel Magazine (2006). Hip hotels marketing to generation x. Recuperado el 15 de junio de 2006, de <http://www.roadandtravel.com/travelnewsandviews/2005/genxhotel.htm>

Roberts, J. & Manolis, C. (2000). Baby boomers and busters: an exploration investigation of attitudes towards marketing, advertising and consumerism. *Journal of Consumer Marketing*, 17 (6), 481 - 497

Robinson, T. (2002). Online sales spike, led by computers, travel. Recuperado el 16 de junio de 2006, de <http://www.ecommercetimes.com/perl/story/19079.html>.



Román, A. (2002). "Las nuevas tecnologías y el turismo. El proceso de desintermediación en el sector turístico". Recuperado el 15 de junio de 2006,

<http://www.ugr.es/~sej169/IJORNADAS/comunicaciones/turismo.doc>.

Ruzic, D. & Medic, M. (2004) Electronic distribution in tourim and hospitality.

Recuperado el 12 de julio de 2006, de

<http://www.efos.hr/nastavnici/druzic/pocetna/RadoviMe/RuzMed.pdf>

Sahadev, S. & Islam N. (2005). Why hotels adopt ICTs: a estudy on the ICT adoption propensity of hotels in Thiland. International Journalof Contemporary Hospitality Management, 17 (5), 391 - 401. Recuperado el 6 de Julio de 2006, de la base de datos Emerald Group Publishing Limited

Salerno, N. (2005b). What's your eMarketing proficiency? Using electronic marketing tools. Recuperado el 16 de junio de 2006, de
<http://www.hotelmarketingcoach.com/Whats%20your%20Emarketing.htm>

Schiffman, L. & Lazar, L. (2001) Comportamiento del Consumidor. México, DF.: Prentice Hall



Serlen, B. (2005) Accor 'Manages? To control third-party rates. Recuperado el 12 de abril de 2006, de http://www.travelclick.net/press_room/FeatureArticles.cfm

Siegenthaler, G. & Weigel, G. (2003). ICTs for poverty reduction? Recuperado el 20 de julio del 2006, de <http://www.cefe.net/forum/ICTforPovertyReduction>

Sigala, M. (2003). The information and communication technologies productivity impact on the UK hotel sector. International Journal of Operations & Production Management, 23 (10), 1224 - 1245. Recuperado el 6 de julio de la base de datos Emerald Group Publishing Limited.

Singh. M. (2002). E-services and their role in B2C e-commerce.Managing Service Quality, 12 (6), 434 - 446. Recuperado el 4 de junio de 2006, de la base de datos Emerald....

Skadberg, Y., Skadberg, A. & Kimmel, J. (2005) Flow Experience and its Impact on the Effectiveness of a Tourism Web Site . Journal of Information Technology and Tourism. 7 (3/4), 147 - 156.

Solomon, M. (2000). Consumer in the marketplace. Consumer Behavior (p. 1 – 37) New Jersey, EE. UU.: Prentice Hall



- Starkov, M. & Price, J. (2006). Hotelier's 2006 Top Ten Internet Marketing Resolutions. Recuperado el 12 de agosto de 2006, de <http://www.hospitalitynet.org/news/154000320/4025805.search?query=hoteliers+2006+top+ten+internet+marketing+resolutions>.
- Strader, T. & Shaw, M. (s.f.). Electronic markets: impact and implications. Recuperado el 15 de junio de 2006, de http://www.aect.cuhk.edu.hk/~ect7010/Materials/Reference/ect7010_rf_ch4.pdf.
- Susskind, A., Bonn, M. & Dev. C. (2003). To look or book: an examination on consumers' apprehensive toward internet use. *Journal of travel research*, 41 (3). 256 – 264
- Swatman, P. & Chan, C. (2000). B2B E-commerce implementation: the case of BHP steel 1. Recuperado el 14 de junio de 2006, de <http://www.mcyt.es/asp/publicaciones/revista/num340/101-108%20ok.pdf>.
- Sweeney, S. (2000). Internet marketing for your tourism business: proven techniques for promoting tourist-based businesses over the internet. Estados Unidos.: Maximum Press.
- Teller, V. (2005). What's in a Generation?, (1939), 3 – 3. Recuperado de la base de datos EBSCO el 22 de abril de 2006.



Tenser, J. (2006). Ageless aging of boom – x. *Educational Services*, 77 (1), 18.

Recuperado el 27 de enero del 2006, de la base de datos EBSCO.

Tran, T. (2004). Distribution channel management. Recuperado el 12 de junio

de 2006, de

<http://mywebpages.comcast.net/ThuanTran/business/online.pdf>.

Travel Industry Association (2000) Technology and travel. Recuperado el 15

de junio de 2006, de <http://www.tia.org>

Travelclick (2002). Hotels spending more money on electronic advertising.

Recuperado el 20 de marzo de 2006, de

<http://travelclick.net/press.room/FeatureArticles.cfm>

Turban, E., Lee, J., King, D., Chung, H.M. (2000), *Electronic Commerce: A*

Managerial Perspective, Prentice-Hall International Inc., Englewood

Cliffs, NJ.

Walker, E. & O'Neil, L. (2001). IT courses and the IT industry: Does the future

rely on gender or generation?. Recuperado el 30 de octubre de 2006, de

<http://www.ecu.edu.au/conferences/herdsa/main/papers/ref/pdf/Walker.pdf>

Walsham, G. (2001) "Knowledge management: the benefits and limitations of

computer systems." *European Management Journal*, 19(6): 599-608



- Wolfe, K., Hsu, C. & Kang, S. (2004). Buyer characteristics among users of various travel intermediaries. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17 (2/3), 51 - 62.
- Wood, S. (2003). Hotels struggle to take back control of prices and inventory from third party web sites. Recuperado el 22 de marzo de 2006, de http://www.hotel-online.com/News/PR2003_3rd/Jul03_ThirdPartyBookings.html
- Yrle, A., Hartman, S. & Payne, M. (2005). Generation X: acceptance of others and teamwork implications, 11 (5/6), 188 – 199.
- Zafiropoulos, C., Vrana, V. & Paschaloudis, D. (2006). The internet practices of hotel companies: an analysis from Greece. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18 (2), p. 156-163.
- Zott, C., Amit, R. & Donlevy, J. (2000). Strategies for value creation in e-commerce: Best practice in europe. *European Management*, 18 (5), 463 – 474.