

BIBLIOGRAFÍA

- 1.- ALBERO LUIS WILENSKY** Marketing Estratégico: Enfoque Simbólico de la Demanda y Clave Real del Negocio. Primera Edición Editorial Tesis .Buenos Aires. Octubre 1986
- 2.-INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. (2011, ABRIL 14).** Bolivia: Proyección de la Población Económicamente Activa Urbana, según Departamentos, 1990 - 2010. Fecha de consulta 6 de Octubre de 2011, **de:**
<http://www.ine.com.bo/>
- 3.- LAMBIN JEAN JAQUES** Marketing Estratégico. McGraw – Hill/ Hispanoamericana. S.A México 1997
- 4.-LAMBIN JEAN JAQUES** Marketing Estratégico. Editorial McGraw-Hill. 3ªed. Madrid. 1998
- 5.- NARESH K. MALHOTRA** Investigación de Mercados. Un Enfoque Práctico. Prentice-Hall Hispanoamericana. S.A México 1997.
- 6.- PHILIP KOTLER – GARY ARMSTRONG** Mercadotecnia, Sexta Edición, Prentice – Hall Hispanoamérica S.A. México 1996.
- 7.- PHILIP KOTLER** Dirección de Mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implementación y Control. Prentice-Hall Hispanoamericana. S.A México 1997.

- 8.-PORTER MICHAEL** Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un desempeño Superior. Compañía Editorial Continental S.A.
- 9.-RIES A., TROUT J.** Posicionamiento. Editorial Mc. Graw Hill. Colombia. 1988.
- 10.-ROBERTO HERNANDEZ SAMPIERI** Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw Hill, 3ra Edición, México DF. 2010
- 11.- ROBERTO HERNANDEZ SAMPIERI, FERNÁNDEZ COLLADO C., BAPTISTA LUCIO P., (2006).** Metodología de la Investigación. Editorial Mc. Graw Hill. 4ªed. México.
- 12.-TORRES BARDALES C.** Metodología de Investigación Científica. Editorial Propia. 3ªed. Perú. 2005.