

## **6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

HERNÁNDEZ SAMPLIERI ROBERTO, FERNANDEZ COLLADO CARLOS;  
Metodología de la investigación. Quinta edición (2009)

KOTLER PHILIP; Fundamentos de Marketing, sexta edición. Prentice Hall, Madrid. (2005).

KOTLER PHILIP Y ARMSTRONG GARY; Mercadotecnia. Sexta Edición Prentice Hall.(2008)

MALHOTRA, NARESH ; Investigación de mercados, un enfoque práctico. 4ta edición. México, Prentice Hall Hispanoamericana. (2010)

MICHAEL P.; La Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Grupo Editorial Patria, México. (1995).

PACHECO NAPOLEON; Fundación Milenio, Informe Economía de Bolivia, 1° Semestre 2012.

PUGEL B., BRUNO; Dirección de Marketing y Ventas, Tomo II, Madrid, 2013

STANTON WILLIAM, ETZEL MICHAEL, J. BRUCE WALTER; Fundamentos Del Marketing. 13 Edición Mexico. Mc Graw (2004).

SAINZ DE VICUÑA ANCIN, JOSE M.; Plan de Marketing en la Práctica, 5ª Edición, España-Madrid, 2012.

## **WEBBLOGRAFIA**

[www.ine.gob.bo](http://www.ine.gob.bo)

[www.elpotosi.bo](http://www.elpotosi.bo)