

BIBLIOGRAFÍA

1. Capriotti, (2019). *Branding Corporativo, Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*, España.
2. Gumucio, H. W., (2013). *Constitución Política del Estado Plurinacional*. Bolivia.
3. Hernández S. R. (2014). *Metodología de la investigación*, México
4. Koría, P. R. (2011). *La metodología de la investigación desde la práctica didáctica*. Bolivia.
5. Kloter. P. *Mercadotecnia*, sexta edición.
6. Kloter, P. *Mercadotecnia*, Séptima edición.
7. Kotler, P. *Marketing Versión para Latinoamérica*, Décimo primera edición.
8. Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados: Un enfoque práctico*, Quita edición.
9. McDaniel, Gates. (2016). *Investigación de Mercados*. Décimo primera edición. México
10. Paredes, R. *Elementos de Elaboración y evaluación de proyectos*, Tercera Edición.
11. Kerin, Hartley, Rudelius. (2014). *Marketing*. Mexico.
12. Scheaffer, R., Mendenhall, W., *Elementos de muestreo*. Sexta edición. Florida.
13. Schiffman, L., Kanuk L., *Comportamiento del consumidor*, Quinta edición, México
14. Solomon, M. R. (2008). *Comportamiento del consumidor*. Séptima Edición, México

WEBLOGRAFIA

1. Bivica. (2013). *Potencial Económico – Social del Departamento de Tarija*. Recuperado de: <https://bivica.org>.
2. Cortiñas, J. (2018). Moline-consulting. *Los ocho factores del branding*. Recuperado de: <https://www.apuntesgestion.com>
3. El periódico. (2017). El Medio Ambiente en Tarija. Recuperado de: <https://elperiodico-digital.com>
4. Espinoza, O. (2018). Scielo. *Evaluación de la satisfacción*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx>.
5. Fernández. M. I., (2012). *Apuntes sobre la constitución política del Estado Boliviano*. Recuperado de <https://1116-3394-1-PB.pdf>.

6. Fundación Milenio. (2019). *La economía de Tarija se contrae*. Recuperado de: <https://www.fundación-milenio.org.bo>
7. Imfrandez. (2015). Platzi. *Como hacer branding para tu negocio*. Recuperado de: <https://platzi.com/blog/>.
8. Infoleyes. (2020). *Ley contra el Racismo y toda forma de Discriminación*. Recuperado de: <https://www.infoleyes.bolivia.com>
9. Infoleyes. (2020). *Ley del Medio Ambiente*. Recuperado de: <https://www.infoleyes.bolivia.com>
10. Instituto Nacional de Estadística. INE. (2019). *Producto Interno Bruto Departamental*. Recuperado de: <https://www.ine.gob.bo>.
11. Insa. (2020). *Ley de Revolución Productiva Comunitaria Agropecuaria*. Recuperado de: <https://www.insa.gob.bo>.
12. La Voz de Tarija. (2019). *Ciudad Inteligente*. Recuperado de: <https://www.lavozdetarija.com>
13. Razak, A. (2017). Branfluence. *Qué es y para qué sirve el branding*. Recuperado de: <https://www.branfluence.com>
14. Pérez, D. (2006). *Escuela de Negocios. El Producto, Concepto y Desarrollo*. Recuperado de: <http://api.eoi.es>.
15. Tierra. (2020). *Ley N° 031 Marco Autonomías y Descentralización “Andrés Ibañez”*. Recuperado de: <https://www.tierra.org>.

