

## **BIBLIOGRAFÍA**

1. **ALVAREZ DE NOVALES**, José Mario, “Acción Estratégica”, Editorial McGraw- Hill, Madrid, 1998.
2. **BRAIDOT**, Nestor P., “Marketing Total”, Editorial Macchi, cuarta edición, Buenos Aires, 1994.
3. **CULTURAL DE EDICIONES S.A.**, “Dirección de Marketing y Ventas”, Edición 1998, Madrid.
4. **DAVID**, Fred R.; “Conceptos de Administración Estratégica”, Editorial Prentice- Hall Hispanoamericana S.A., quinta edición, México, 1997.
5. **EIGLIER**, Pierre y **LANGÉARD**, Eric, “Servuccion”, Editorial McGraw- Hill, Madrid, 1998.
6. **EMBED**, Pedro H. y otros, “Marketing Financiero”, Editorial McGraw- Hill, Madrid, 1998.
7. **FENACRE**, “Manual del Líder”, La Paz 1991
8. **GOMEZ**, José María G., “Estrategias para la competitividad de las PYME”, Editorial McGraw- Hill, Madrid, 1996.
9. **LAMBIN**, Jean Jacques, “Marketing Estratégico”, Editorial McGraw- Hill, tercera edición, Madrid 1998.
10. **LOVELOCK**, Christopher H. “Mercadotecnia de Servicios”, Editorial Prentice- Hall Hispanoamericana S.A. tercera edición, México 1997
11. **HERNANDEZ**, Roberto S., y otros, “Metodología de la Investigación”, Editorial McGraw –Hill, México, 1998.
12. **JOHNSON**, Gerry y **SHOLES**, Kevan; “Dirección Estratégica”, Editorial Prentice-Hall, tercera edición, Madrid, 1997.
13. **KOTLER**, Philip y **ARMSTRONG**, Gary; “Mercadotecnia”, Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A., sexta edición, México 1996.
14. **LOPEZ P.** Joaquín y **SEBASTIAN G.** Altina, “Gestión Bancaria”, Editorial McGraw-Hill, Madrid, 1998.

15. **MALHOTRA**, Naresh, “Investigación de Mercados”, Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A. segunda edición, México 1998
16. **NAGHI**, Mohammad N., “Metodología de la Investigación”, Editorial Limusa, Mexico, 1995
17. **NOGUEIRA**, Marcos Henrique C., “Marketing de Servicios- Conceptos y Estrategias”, Editorial McGraw-Hill, Bogotá, 1992
18. **PEEL**, Malcolm, “El Servicio al Cliente”, Ediciones DESUSTO, Madrid, 1993
19. **PORTER**, Michel E., “Ventaja Competitiva-Creación y sostenimiento de un desempeño superior”, Editorial CECSA, decima edición, México 1998.
20. **RIES**, AL y TROUT, Jack, “Posicionamiento”, Editorial McGraw-Hill, México, 19999
21. **SCHIFFMAN**, León y KANUK, Leslie, “Comportamiento del Consumidor”, Editorial Prentice-Hall Hispanoamericano S.A., quinta edición, México 2000
22. **WHITE**, Sarah; “Mercadotecnia Fácil”, Editorial Prentice-Hall Hispanoamericano S.A., México 1999
23. **MEMORIA** Anual Gestión 2011- Cooperativa de Ahorro y Crédito Magisterio Rural Ltda.
24. **MEMORIA** Anual Gestión 2011- Cooperativa de Ahorro y Crédito El Churqui Ltda.
25. **MEMORIA** Anual Gestión 2011- Cooperativa de Ahorro y Crédito La Catedral Ltda.
26. **MEMORIA** Anual Gestión 2011- Cooperativa de Ahorro y Crédito Madre y Maestra Ltda.
27. **MEMORIA** Anual Gestión 2011- Cooperativa de Ahorro y Crédito El Chorolque Ltda.

## 8.7. WEBIBLIOGRAFIA

28. [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com) ; Influencia de las Cooperativas en Bolivia
29. [www.nuevaeconomía.com.bo](http://www.nuevaeconomía.com.bo) NUEVA Economía, La Paz del 21 al 27 de mayo de 2010
30. [www.nuevaeconomía.com.bo](http://www.nuevaeconomía.com.bo) NUEVA Economía, La Paz del 11 al 17 de junio de 2010
31. [www.nuevaeconomía.com.bo](http://www.nuevaeconomía.com.bo) NUEVA Economía, La Paz del 16 al 22 de julio de 2010
32. [www.nuevaeconomía.com.bo](http://www.nuevaeconomía.com.bo) NUEVA Economía, Finanzas Año 2, N° 11
33. [www.nuevaeconomía.com.bo](http://www.nuevaeconomía.com.bo) NUEVA Economía, Finanzas Año 2, N° 21
34. [www.nuevaeconomía.com.bo](http://www.nuevaeconomía.com.bo) NUEVA Economía, Finanzas Año 2, N° 23
35. [www.nuevaeconomía.com.bo](http://www.nuevaeconomía.com.bo) NUEVA Economía, Finanzas Año 3, N° 32
36. [www.nuevaeconomía.com.bo](http://www.nuevaeconomía.com.bo) NUEVA Economía, Finanzas Año 3, N° 34
37. [www.nuevosur.com](http://www.nuevosur.com); Situación actual de las Cooperativas en el mercado Tarijeño
38. SUPLEMENTO Especializado en Marketing, Año 1, N° 12
39. SUPLEMENTO Especializado en Marketing, Año 2, N° 24
40. SUPLEMENTO Especializado en Marketing, Año 2, N° 29
41. SUPLEMENTO Especializado en Marketing, Año 2, N° 36
42. SUPLEMENTO Especializado en Marketing, Año 2, N° 37
43. [www.prenhall.com/kotler](http://www.prenhall.com/kotler); Qué importancia tiene una Estrategia para las Empresas Financieras.