

BIBLIOGRAFÍA

1. AVEDAÑO, R. (2011). *Metodología de la Investigación*. Bolivia, Educación y Cultura.
2. BETANCOUR, J. (2002). *Gestión Estratégica Navegando Hacia el Cuarto Paradigma*. Venezuela.
3. FISCHER, L. (1993). *Mercadotecnia*. México, McGraw- Hill.
4. FUNDACIÓN FAUTAPO y otros. (2010). *Censo de Bodegas y Destilerías de Tarija y Los Cintis*. Bolivia, Imprenta VOGUEL.
5. FUNDACIÓN FAUTAPO y otros. (2010). *Catastro Vitícola de los Valles del Sur de Bolivia*. Bolivia, Imprenta VOGUEL.
6. FUNDACIÓN FAUTAPO y otros. (2010). *PLAN ESTRATÉGICO 2009-2013*. Bolivia, Imprenta VOGUEL.
7. HERNÁNDEZ, R. y otros. (2010). *Metodología de la Investigación*. México, McGraw-Hill.
8. HILL, C. (2009). *Administración Estratégica*. México, Pearson Educación.
9. JOHNSON, G. y SCHOLLES K. (2001). *Dirección Estratégica*. España, Prentice Hall.
10. KOTLER, P. y ARMSTRONG G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México, Pearson Educación.
11. KOONTZ, H. y WEIHRICH H. (2008). *Administración una Perspectiva Global*. México, McGraw-Hill.
12. KOTLER, P. y KEVIN K. (2006). *Dirección de Marketing*. México, Pearson Educación.

- 13.** LAMBIN, J. (2000). *Marketing Estratégico*. Colombia, McGraw-Hill.
- 14.** STANTON, W. y otros. (2004). *Fundamentos de la Mercadotecnia*. México, McGraw-Hill.
- 15.** SAINZ, J. (2000). *El Plan de Marketing en la Práctica*. Madrid, ESIC.
- 16.** Thompson, A. y otros. (2008). *Administración Estratégica Teoría y Casos*. India, McGraw-Hill.