

## BIBLIOGRAFÍA

1. Flores , L., & Ton, G. (2015). INTELIGENCIA ORGANIZATIVA Y DESEMPEÑO ECONÓMICO DE ORGANIZACIONES ECONÓMICAS CAMPESNAS . 104.
2. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
3. *Asociacion Americana de marketing* . (2017). Obtenido de Asociacion Americana de marketing : <https://www.ama.org>
4. Banco Central de Bolivia. (13 de octubre de 2020). *Banco Central de Bolivia*. Obtenido de Banco Central de Bolivia: <https://www.bcb.gob.bo>
5. Burnett, J. J., & Burnett Jhon, J. (1996). *Promocion Conceptos y Estrategias*. Bogota: Mc Graw Hill.
6. CEPAL. (12 de 10 de 2020). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe: <http://www.cepal.org>
7. E. Clow, K., & Baack, D. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación en marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACION .
8. Fischer de la Vega, L. E., & Espejo Callado, J. (2011). *MERCADOTECNIA*. México: McGRAW-HILL.
9. Flores, L. (2011). ESTUDIO DE CASO AAAT . 14.
10. Hernández Garnica, C., & Maubert Viveros , C. (2009). *Fundamentos de Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
11. Hernández Garnica, C., & Maubert Viveros, C. A. (2009). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.

12. Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: McGrahill.
13. J Tellis, G., & Redondo, I. (2002). *Estrategias de publicidad y promocion* . Madrid: Pearson .
14. Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson Educations.
15. Kotler, P., & Lane Keller, K. ( 2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
16. Pide Willams, M., & Ferrel O, C. (s.f.). *Marketing: Conceptos y Estrategias*. McGraw-Hill.
17. Santesmases Mestre, M., Valderrey Villar, F., & Sánchez Guzmán, A. (2014). *Fundamentos de MERCADOTECNIA*. México: GRUPO EDITORIAL PATRIA.