

BIBLIOGRAFÍA

1. Levinson Jay. *Marketing de Guerrilla: Los secretos para obtener grandes ganancias en sus pequeñas y medianas empresas*. Morgan James Publishing. Nueva York- Estados Unidos (2009).
2. Gray Douglas y Cyr Donald. *Marketing de Productos*. Juan García. Barcelona-España (1993).
3. Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Baptista Lucio María del Pilar. *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill. México DF – México. (2014).
4. Dieterich Heinz. *Nueva Guía para la Investigación Científica*. Heinz Dieterich Steffan. México DF – México (2001).
5. Kotler Philip y Lane Keller Kevin. *Dirección de Marketing*. Pearson Education. México DF – México (2012)
6. Sainz de Vicuña José María. *El Plan de Marketing en la Práctica*. ESIC EDITORIAL. Madrid – España (2013)
7. Monferrer Tirado Diego. *Fundamentos de Marketing*. Publicaciones de la Universidad Jaime I. Castellón de la Plata – España (2013)
8. Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce. *Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill. México DF- México (1964)
9. Fisher Laura y Espejo Jorge. *Mercadotecnia*. McGraw-Hill. México DF – México (2011)

10. Lamb Charles, Hair Joseph F. y McDaniel Carl. *Marketing*. Cengage Learning. México DF – México (2011)
11. Martínez García Alicia, Ruiz Moya Carmen y Escrivá Monzó Joan. *Marketing en la actividad comercial*. McGraw-Hill. España (2014)
12. Kotler Philip y Armstrong Gary. *Marketing*. Pearson Educación. México DF – México (2012)
13. Kerin Roger, Hartley Steven W. y Rudelius William. *Marketing*. McGraw-Hill. México DF – México. (2013)
14. Mesa Holguín Mario. *Fundamentos de marketing*. Ecoe Ediciones. Bogotá– Colombia (2012)
15. Mankiw N. Gregory. *Principios de Economía*. Cengage Learning. México DF – México (2012)
16. Lambin Jean-Jacques, Galluci Carlo y Sicurello Carlos. *Dirección de Marketing Gestión Estratégica y Operativa del Mercado*. McGraw-Hill. México DF – México (2009)
17. Talaya Agueda Esteban, García de Madariaga Miranda Jesús, Narros González M. José, Olarte Pascual Cristina, Reinares Lara Eva Marina y Saco Vázquez Manuela. *Principios de Marketing*. ESIC. Madrid– España (2008)
18. Ferrell O. C. y Hartline Michael D. *Estrategia de Marketing*. Cengage Learning. México DF – México (2012)

19. Bernardo López, Pinto Ruiz, Marta Mas Machuca y Jesús Viscarri Colomer. *Los pilares del marketing*. EDICIONS UPC. Barcelona– España (2008)

WEBGRAFÍA

1. Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras. (2020). *Bolivia- Hato de ganado bovino por departamento de 1984 a 2019*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística (INE)
<https://www.ine.gob.bo/index.php/descarga/448/ganaderia/45719/bolivia-hato-ganado-bovino-por-departamento-edad-y-sexo-1984-2019.xlsx>
2. Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras. (2020). *Bolivia- Población de llamas por departamento de 1984 a 2019*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística (INE):
<https://www.ine.gob.bo/index.php/descarga/449/subproductos-pecuarios/46962/bolivia-produccion-de-carne-de-llama-por-departamento-segun-ano-1970-2019.xlsx>
3. Hoyos, J. (3 de septiembre de 2017). *Carne de llama, una opción saludable para la población de Tarija*. Obtenido de La Voz de Tarija:
<https://www.lavozdetarija.com/2017/09/03/carne-de-llama-una-opcion-saludable-para-la-poblacion-de-tarija/>
4. Mamani-Linares Lindon W, Cayo Faustina, Gallo Carmen (abril de 2014) *Características de canal, calidad de carne y composición química de carne de llama: una revisión*. obtenido de Revista de investigaciones veterinarias del Perú: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1609-91172014000200001