

## **BIBLIOGRAFÍA**

1. Campos, E. B. (2007). Organización de empresas Estructura, Procesos y Modelos. España: Pirámide.
2. Chagra, A. D. (2007). Introducción al Marketing. Buenos Aires: Gran Aldea.
3. Cuevas, R. A. (2000). Marketing: Enfoque América Latina.. México: McGraw Hill.
4. González, R. M. (2010). Marketing en el Siglo XXI.
5. Kotler, P. (2001). Próximamente. México: Pretice Hall.
6. Laura Fischer, J. Á. (2004). Mercadotecnia. México: McGraw-Hill.
7. Néstor Cohen, G. G. (2019). Metodología de la Investigación ¿Para qué? Buenos Aires: Teseo.
8. Pérez Botero, L. (2016). Estrategias de introducción y lanzamiento al mercado de nuevos productos, servicios o modelos de negocio para las pymes en Medellín que tienen potencial de innovación. Medellín.
9. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Pilar Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación (6th ed.). México: McGraw-Hill.
10. Mintzberg, H., & Quinn, J. (1988). El Proceso Estratégico (2nd ed.). México: José Tomás Pérez.
11. Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de marketing 8va edición. Pearson Educación México.
12. Susana Galeano Jordan (2019) Marketing 4 Ecommerce. Mexico

## WEBLOGRAFÍA

- AYALA, M. F. (2019). *UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/636/1/2019-020T-MBA-MFLA.pdf>
- FUNDEMPRESA. (FEBRERO de 2019). *REPORTE ESTADISTICO DEPARTAMENTAL*. Obtenido de <https://issuu.com/fundempresa/docs/tarijafebrero2019>
- GOMEZ, P. M. (SEPTIEMBRE de 2012). *UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3747/1/UPS-ST000889.pdf>
- SLIDESHARE. (2017). Obtenido de <https://es.slideshare.net/RaulalbertoMancillaA/analisis-del-macroentorno-pestel-paninis-ateneo>
- VELA, M. J. (2011). *TESIS DE GRADO*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/234589708.pdf>