

BIBLIOGRAFÍA

1. Hernández Sampieri, D. R., Fernández Collado, D. C., & Baptista Lucio, D.M. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
2. Naresh K. Malhotra (2008). *Investigación de mercados* (5th. Ed.) México.
3. Zorita Lloreda Enrique (2015). *Plan de negocios* (1 Ed). España. ESIC
4. Romero H. Oscar, H. S. (2017) *Plan de negocios, enfoque industrial* (edición de colección ED.). Ecuador. Utmach
5. Gonzales A. (2018) *Elementos que favorecen la producción textil transnacional y relación con su responsabilidad social empresarial*. Artículo de investigación. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, vol. XIV. (26)
6. Escamilla M. *Aplicación básica de los métodos científicos: diseño no experimental* UAEH Sistema de universidad virtual.
7. Cohen Nestor, G. R. (2019). *Metodología de la investigación*. Argentina: (Teseo)
8. Miguel Malo-Serrano ¹, Nancy Castillo M. ², Daniel Pajita D. (2017) *La obesidad en el mundo*. Perú
9. Kotler P. Setiawan I. & Kartajaya H. (2016). *Marketing 4.0*. (2da E.D.) New Jersey. Estados Unidos de Norteamérica. (Editorial Almuzara)
10. Corbin, A. S. (2002). *Bases de la investigación*. Universidad de Antioquia.

WEBLIOGRAFIA

1. Gonzalez C. (2016, 22 de octubre). Body positive: las marcas se suman con colecciones plus, size. *La Tercera*. Recuperado de:
(<http://biut.latercera.com/moda-estilo/2017/03/marcas-body-positive/>)

2. La mujer en el espejo. (2017, 22 de octubre). Ventajas de ser una chica Curvy. *Globedia el diario colaborativo*. Recuperado de:
(<http://es.globedia.com/ventajas-chica-curvey>)
3. Cruz A. (2015, 31 de octubre). Mercado de las tallas grandes puede abrirse paso con el 81% de las mujeres. *América Retail*. Recuperado de:
(<https://www.america-retail.com/estudios-consumidores/curiosidades-mercado-de-las-tallas-grandes-puede-abrirse-paso-con-el-81-de-las-mujeres/>)
4. Mañana C. (2018, 26 de enero). “No queremos vestir como mesas camilla por llevar una talla 46” *El país semanal*. Recuperado de:
(https://elpais.com/elpais/2018/01/12/eps/1515778670_826006.html)
5. Sánchez. C. (2020, 24 de enero). Formato APA. *Normas APA* (7ma edición).
<https://normas-apa.org/formato/>
6. Central El País. (2018, 9 de abril) Ante creciente sobrepeso y obesidad proponen impulsar agricultura familiar. *El país*. Recuperado de:
https://elpais.bo/tarija/20180409_ante-creciente-sobrepeso-y-obesidad-proponen-impulsar-agricultura-familiar.html
7. Abundancia R. (2016, 16 de oct.). ¿Para quién nos vestimos las mujeres? *El país*. Recuperado de: <https://smoda.elpais.com/moda/quien-nos-vestimos-las-mujeres/>
8. Arellano. (2010, 19 de agosto). *Marketing para una nueva mujer*. Recuperado de: (<https://www.arellanomarketing.com/inicio/marketing-para-una-nueva-mujer/>)
9. Getty. (2017, 21 de setiembre). Las 'tallas grandes' están cambiando el paradigma en la industria de la moda. *Dinero*. Recuperado de:
<https://www.dinero.com/empresas/articulo/las-tallas-grandes-en-la-industria-de-la-moda/241934>

10. El Mundo (2017, 10 de octubre). Plus size que significa. Recuperado de:
(<https://www.elmundo.es/yodona/moda/2017/03/15/58c8372d22601de72d8b4618.html>)
11. Elle (2016, 20 de octubre.). Y a todo esto. ¿Qué talla es plus size? Recuperado de: (<https://elle.mx/estilo-de-vida/2016/07/25/y-a-todo-esto-que-talla-es-plus-size/>)
12. Prensa Libre (2017, 20 de octubre). ¿En qué consiste la moda plus size y por qué ha adquirido auge? Recuperado de:
(<https://www.prensalibre.com/vida/moda-y-estilo/la-belleza-viene-en-todas-las-tallas>)