

## BIBLIOGRAFÍA

- 1.- Ayoví Nazareno, J. L.; “Evolución de la industria textil ecuatoriana y su modelo de comercialización, Subsector confecciones”. 1ª Editorial Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Guayaquil, Ecuador; Periodo 2014-2019  
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/69317>
- 2.- Aramendia, G. Z. (2019). *Marketing estrategico*. Editorial Elearning, SL. España, 2019.
- 3.- Bedoya GONZÁLEZ, J. O. S. E.; “IMPACTO DEL MARKETING DIGITAL EN EL DESARROLLO DE EMPRESAS EMERGENTES” Editorial Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria; 2023  
<https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/3491>
- 4.- Borja, F. A.; “Importancia del Marketing Digital en confinamiento” Importance of Digital Marketing in confinement. Revista científica en ciencias sociales-ISSN: 2708-0412; Paraguay, 2020.  
<https://doi.org/10.53732/rccsociales/02.02.2020.59>
- 5.- Fernandez Llaque, R. E. E., & Quintana Peña, H. J.; “Marketing en redes sociales y fidelización de los clientes en Novedades J&J”, Piura-2022.
- 6.- Foullon Inzunza, J. J. “Segmentación de mercado”. Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara, Sistema de Universidad Virtual, 2020.  
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3432>
- 7.- Galarza, G. D. Y., Izquierdo, N. C. Q., & Bustamante, R. Y. S. “El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas”. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, Ecuador, 2021.
- 8.- Godin, S.; “Esto es marketing” © Editorial Planeta, S.A.; Barcelona, 2019.

9.- Gomez Ramírez, C. (2019). El marketing y el macroentorno. Editorial Fundación Universitaria de Ciencias de la Salud – FUCS, Colombia, 2019.

<https://repositorio.fucsalud.edu.co/handle/001/822>

10.- Huerta, D. S. (2020). *Análisis foda o dafo*. Bubok. Editado por publishing S.L. 2020.

11.- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. “Marketing 4.0 (Versión México): Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital”. Lid Editorial, Mexico, 2019.

12.- Laza, C. A. (2019). Entorno e información de mercados. UF1779. Tutor Formación. 2019

13.- Marte, Q., & Tejada, L. Investigación de mercados. Universidad Abierta para Adultos (UAPA), República Dominicana, 2019.

14.- Mendivelso Carrillo, H., & Lobos Robles, F.; “La evolución del marketing: una aproximación integral”. Editorial: Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile, 2019.

<http://hdl.handle.net/BibUnACh/1739>

15.- Metodología de la investigación, por Roberto Hernández Sampieri 5ta edición, 2020.

16.- Porter, M. E. “¿Qué es la estrategia?”; Porter, M. E.; 2021.

17.- Ramos, Y. Z. S.; “Herramientas de marketing digital como estrategia de adaptación frente a las nuevas perturbaciones del mercado para las Micro y pequeñas empresas de muebles de madera” 1ª edición, edición Doctoral dissertation, Universidad de Buenos Aires, Perú; 2017

<https://core.ac.uk/download/pdf/79436069.pdf>

18.- Sharán, M.; “Estrategias de fidelización de clientes a través de internet”. Editorial Elearning, SL. España, 2019.

19.- Summa, R. “Marketing-Mix”. Red Universitaria Virtual Internacional, 2019.

20.- Ríos, “Marketing Digital, una perspectiva inicial para todos” Bolivia, 2019.

Ríos, hace mención a diferentes autores como: Buceta (2013) y Fernández (2023); Barzola y Aviles (2019); Mejía (2018); Kotler y Armstrong (2007); Philips y Chalutuz,

(2019); Kant (2010) y Rodríguez (2020); Ardila y Ortiz (2020); Kaplan y Haenlein (2010) y Carril (2019); Berros (2008); Martínez (2012); Moschino (2012) y Zambrano (2019).

21.- Tesis diseño de estrategias publicitarias para la empresa hamacas (sucursal Tarija) Ltda., por Cristhian Álvarez arce y Dayana Shirley Villarroel Uyuni

22.- Vásquez Castro, “Diseño de modelo para generar estrategias de marketing digital basadas en análisis de big data enfocadas a la línea hogar de una empresa de retail”

(Doctoral dissertation).2022

<http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1773>

## WEBLOGRAFÍA

1.- “Importancia de las Técnicas del Marketing Digital”

Fuente: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732914>

2.- “Importancia de las Técnicas del Marketing Digital”

Fuente: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/4523>

3.- “Estrategias de marketing digital en la promoción”

Fuente:[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602016000100005](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602016000100005)

4.- “Estrategias de marketing digital por medio de redes sociales”

Fuente: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6553438>

5.- “Las redes sociales como estrategia del marketing digital”

Fuente: <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/2393>

6.- “Decreto Supremo N° 1802, 20 de noviembre de 2013”

Fuente: <https://www.lexivox.org/norms/BO-DS-N1802.xhtml>

7.- “Nivel de pobreza en Bolivia”

Fuente: [https://www.swissinfo.ch/spa/bolivia-pobreza\\_bolivia-registra-11-1---de-pobreza-extrema-y-36-6---de-moderada-en-2021/47296236](https://www.swissinfo.ch/spa/bolivia-pobreza_bolivia-registra-11-1---de-pobreza-extrema-y-36-6---de-moderada-en-2021/47296236)

8.- “Producto Interno Bruto (PIB)”

Fuente: <https://www.ine.gob.bo/>

9.- “Costumbres de la región Tarija”

Fuente: [https://elpais.bo/cultura/20200614\\_costumbres-y-creencias-del-campo-tarijeno-de-1993.html](https://elpais.bo/cultura/20200614_costumbres-y-creencias-del-campo-tarijeno-de-1993.html)

10.- “Verbos utilizados en los objetivos de investigación”

<https://www.youtube.com/watch?v=5E2RNB3IDLm>