

BIBLIOGRAFIA

- Aaker, D. (2023). *Administración estratégica de marketing*. EEUU: Wiley Publishers.
- Alejandro, Q. F. (2006-2021). La exportación de gas natural en el desarrollo productivo de Bolivia; 2006-2021 .
- Andrade Yejas, D. (Junio de 2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. EAN(80). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-81602016000100005&script=sci_arttext
- Aprendotec. (22 de octubre de 2021). *Aprendotec*. Obtenido de <https://aprendotec.com/que-es-y-como-funciona-el-marketing-digital/#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20comercializaci%C3%B3n%20deben,foco%20debe%20cambiar%20al%20usuario>.
- Aprendotec. (22 de octubre de 2021). *Aprendotec*. Obtenido de <https://aprendotec.com/que-es-y-como-funciona-el-marketing-digital/#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20comercializaci%C3%B3n%20deben,foco%20debe%20cambiar%20al%20usuario>.
- Arista , C., Ruiz, J., Pilco , S., Trigos, R., & Villalobos, J. (2019). *DIRECCION DE MARKETING*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60326727/DIRECCION_DE_MARKETING20190818-1964-13eancz-libre.pdf?1566164939=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDIRECCION_DE_MARKETING.pdf&Expires=1723165915&Signature=AsMxL2xmcg3oaKs2vWjKFYPko0ELMh0UP~
- Avila Toscano, J. (2012). *Redes Sociales y Analisis de Redes Sociales*. Barranquilla, Colombia. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-RedesSocialesYAnalisisDeRedes-511130.pdf>
- Branding, M. (2021). *Marketing en redes sociales 2021*.
- Branding, M. (2021). *Marrketing en redes sociales 2021*.
- Burgos, A. (2017). *Canales de marketing*. México: Pearson Educación.

- Calizaya, C. (2023). *cecalizaya.com*. Obtenido de <https://cecalizaya.com/redes-sociales-en-bolivia/>
- Cardona, M. (2024 de Agosto de 2016). *Qué es un plan de marketing digital y cómo se hace*. Obtenido de IEB School: <https://www.iebschool.com/blog/plan-de-marketing-digital/>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2022). *Marketing digital de excelencia*. EEUU: Taylor & Francis Group.
- Coca Carasila, M. (2007). *IMPORTANCIA Y CONCEPTO DEL POSICIONAMIENTO UNA BREVE REVISION TEÓRICA*. Universidad Católica San Pablo Bolivia. Cochabamba: Perspectivas. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942331007>
- Comunicación, G. (31 de Marzo de 2023). *Galileo Universidad*. Obtenido de www.galileo.edu/facultad-de-administracion/historias-de-exito/marketing-digital-vs-marketing-tradicional-cuales-son-sus-caracteristicas-y-diferencias/#
- David, G. (04 de Septiembre de 2006). *Socialethic*. Obtenido de <https://www.socialethic.com/conoce-la-estructura-de-un-plan-de-marketing-digital.html>
- Delgado, G. F., Vélez, M. B., & García, M. I. (2022). Márketing estratégico y su influencia en el crecimiento de las ventas de pymes manufactureras. *Journal Bussines Science- ISSN*.
- Epsilon*. (29 de 03 de 2023). Obtenido de <https://epsilontec.com/algoritmos-en-redes-sociales-que-importancia-tienen/>
- Escribano , G., Alcaraz, J., & Cuesta, Q. (2022). *Políticas de marketing 3*. Paraninfo, SA.
- Estrata, R. (2014). *Metodología de la investigación científica*. México: ESIC Editorial.
- F.A., Q. (s.f.). La exportación de gas natural en el desarrollo productivo de Bolivia; 2006-2021 . Tesis Doctoral. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/35368>

- Ferrell, O., Hartline, M., & Lucas, G. (2012). *Estrategia de marketing*. Mexico: DF: Cengage Learning.
- Fonseca, P. (2020). *Importancia del marketing digital (Tesis de grado)*. Madrid, España: Colegio universitario de estudios financieros.
- Frank, Q. (2006-2021). La exportación de gas natural en el desarrollo productivo de Bolivia; 2006-2021.
- Gomez Rivera, S. (2022). *bee digital*.
- Gomez, R. (Junio de 2024). *scielo*. Obtenido de https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-48212024000200052#B8
- Gomez, S. (s.f.). *Bee digital*.
- Guillermo, O. (13 de abril de 2023). *BBC news mundo*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-65171402>
- Ibarz, A. (2019). *Las redes cosiales en la administración general del Estado*. España: Dagaz Gráfica.
- Isea, R., Ojeda, V., Fernandez, J., Gutierrez, A., & Salazar, V. (s.f.). *word press*. Obtenido de mariafatimadosantosestadistica1.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/06/coeficientes-v-de-cramer-y-c-de-pearson.pdf
- Kaplan, A. (2022). *Inteligencia Artificial, negocio y civilización*. EEUU: Taylor & Francis Group.
- Kotler, P. (2013). *Marketing estratégico*. España: McGraw Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. (2019). *Marketing management*. 15 ed.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (15th ed ed.).
- Londoño, P. (11 de mayo de 2023). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-marketing-contenidos>
- Luza, C. (2021). *PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DEL SUPERFOOD*. Arequipa, Perú.

- Maciá, F. (19 de 10 de 2019). *Human Level*. Obtenido de <https://www.humanlevel.com/diccionario-marketing-digital/visibilidad>
- Manyós, J. (2022). *Estudio de imagen y posicionamiento*. Colombia: Universo de Letras Editorial.
- MARKETING, I. (08 de Julio de 2020). *cocofact*. Obtenido de <https://www.cocofact.com/blog/marketing/que-es-marketing-digital-la-nueva-era-de-transformacion-para-los-negocios#:~:text=Pero%20%C2%BFqu%C3%A9%20es%20el%20Marketing,necesidades%20y%20deseos%20no%20realizados>.
- Martins, J. (18 de febrero de 2024). *asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/strategic-planning>
- Martins, J. (12 de febrero de 2024). *asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/operational-planning>
- Melendez, D. (2013). *Estudio para las agencias de marketing viral*. Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Mendoza, J. (2024). CAINCOTAR. (E. Montero, Entrevistador)
- Mendoza, J. (2024). CAINCOTAR. (E. Montero, Entrevistador)
- Mendoza, J. (2024). CAINCOTAR. (E. Montero, Entrevistador)
- Mendoza, J. (2024). CAINCOTAR. (E. Montero, Entrevistador) Tarija.
- Narvaez, M. (s.f.). *QUESTION PRO*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/prueba-de-chi-cuadrado-de-pearson/>
- Net & Cloud. (16 de Noviembre de 2023). Obtenido de <https://netandcloud.com/2023/11/16/presencia-online-empresa/>
- Núñez Cudriz, E. C., & Miranda Corrales, J. D. (2020). *El marketing digital como un elemento de apoyo estrategico a las organizaciones* (Vol. 16). Colombia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4096/409663283006/409663283006.pdf>

- Nuñez, J. C. (2016). *Impacto económico y social del sector hidrocarburos en el departameto de Tarija*. La Paz.
- Ortiz, B., & Capó, J. (2015). 10 pasos para desarrollar un plan estratégico y un business model canvas. *3C Empresa*.
- Ortiz, B., & Capó, J. (2015). 10 PASOS PARA DESARROLLAR UN PLAN ESTRATÉGICO Y UN BUSINESS MODEL CANVAS. *3C Empresa*.
- P., D. A. (06 de junio de 2022). *semrush*. Obtenido de <https://es.semrush.com/blog/marketing-estrategico/>
- Paniagua, F., & González, N. (2019). *La publicidad en campañas*. España: Editorial Learning.
- Peiró, R. (15 de marzo de 2019). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/marketing-operativo.html>
- Peiró, R. (01 de Agosto de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/indicador-de-calidad-kpi.html>
- Penela, C. (2004). La selección de palabras clave para el posicionamiento en buscadores. *Hipertext.net*(2). Obtenido de <http://www.hipertext.net>
- Pine, J., & Gilmore, J. (2019). *Economía de experiencias*. EEUU: Harvard Business Press.
- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review America Latina*, <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/>.
- Porter, M. (2023). *Las claves del management*. España: Profit Editorial.
- pro, q. (s.f.). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-pest/>
- pro, Q. (s.f.). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-pest/>
- Reyes Acevedo, J. (2021). *Estrategias de Marketing Digital en las Mypes y el Comportamiento de compra Post Pandemia en Peru*. Peru. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/352690765_Estrategias_de_Marketing_Digital_en_las_Mypes_y_el_Comportamiento_de_compra_Post_Pandemia_en_Peru?enrichId=rgreq-8e2d3208c9ab71fd69dedbc62ff4c130-

XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM1MjY5MDc2NTtBUzoxMDM3ODkz
N

Rodríguez Castillo, A. J. (2024). *Estrategias de branding para el posicionamiento de la empresa Yurimar, cantón Santa Elena, año 2023*. Ecuador.

S., M. (25 de Julio de 2018). *cyberclick*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/marketing-estrategico-definicion-beneficios-y-ejemplos#:~:text=El%20marketing%20estrat%C3%A9gico%20permite%20obtener,Conocer%20mejor%20al%20consumidor>.

Sainz de Vicuña Ancin, J. M. (2015). *El plan de marketing digital en la práctica*. Madrid: ESIC.

Sainz, J. (2022). *El plan de marketing en la práctica*. Madrid, España: ESIC Editorial.

Sandua, D. (2023). *El arte de la persuasión*. Esaña: Amazon Digital Service.

Sara, M. (25 de julio de 2018). *cyberclick*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/marketing-estrategico-definicion-beneficios-y-ejemplos#:~:text=El%20marketing%20estrat%C3%A9gico%20permite%20obtener,Conocer%20mejor%20al%20consumidor>.

Sarmiento, J. (2015). *Marketing de relaciones: Aproximación alas relaciones virtuales*. Madrid, España: Editorial DYKINSON.

Selman Yarull, H. (2017). *Marketing Digital*. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kR3EDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=LIBRO+DE+MARKETING+DIGITAL&ots=KJiDMxZXo1&sig=TvgjgfuzU28BjA9l5DBanLb4xY8#v=onepage&q=LIBRO%20DE%20MARKETING%20DIGITAL&f=false>

Sharán, M. (2019). *Estrategis de fidelización de clientes a través de internet*. España: Editorial Learning.

SOS, A. I. (5 de 12 de 2023). *Linkedin*. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/aldeas-infantiles-sos-y-caincotar-hacen-un-llamado-la-responsabilidad-vrlke>

Tiago, M. (2014). *Digital marketing and social media*. EEUU: Business Horizons.

Torrez, B., Espinoza, M., & Argoti, D. (Octubre de 2021). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383788>

Trenza, A. (19 de 02 de 2020). *Ana Trenza*. Obtenido de <https://anatrenza.com/analisis-pestel/>

Tuten, T., & Solomon, M. (2019). *Marketing de redes sociales*. México: Pearson Ediciones.

Velazque Cornejo, B., & Hernandez Garcia, J. (2019). *Marketing de Contenidos*. Escuela Superior de Atotonilco de Tula. Tula: UAEH. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/atotonilco/issue/archive>