

6 BIBLIOGRAFIA

Ambrósio, V. (2020). Plan de marketing paso a paso. Colombia: Pearson Educación.

Arias, F. (2017). El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica. Caracas: Episteme.

AITE. (2018). Industria Textil. Recuperado el 25 de marzo de 2015, de Asociación de Industriales Textiles del Bolivia: <http://www.aite.com.ec/industria-textil.html> AITE. (2018). La industria textil boliviana. Obtenido de Asociación de Industriales textiles del Bolivia

Bigné, J. (2016). Promoción comercial: un enfoque integrado. Madrid, España:

ESIC. Carneiro, M. (2017). La Responsabilidad social corporativa interna: la "nueva frontera" de los recursos humanos. Madrid, España: ESIC. Chapman,

A. análisis foda y pets obtenido

Campos: Análisis del macro y micro entorno

Cajas Belén: Diseño de un plan de marketing para mejorar el posicionamiento de la microempresa que fabrica ropa deportiva, confecciones Isabel del Valle de Tumbaco.

Cañas Ocazo: Diseño de un plan de marketing para la mejora del posicionamiento de la micro empresa que fabrica ropa deportiva, confeccione Isabel.

Cueva: Conceptos de marketing

Czikota y Ronkainen: Matriz de evaluación de factores internos

David, F. (2016). Conceptos de administración estratégica. México: Pearson Educación.

Etzel y Walker: Marketing mix

Gómez Gerardo: Estudio del área textil en Bolivia.

Hernández y Zult: Como se mezclan el macro y micro entorno

D'alesio, F. (2018). El proceso estratégico

Fischer y Espejo: Las 5 fuerzas de Porter

Kotler y Armstrong: Fundamentos de marketing

Moncayo Verónica: Plan de marketing y atracción del cliente para VM boutique de la ciudad de santo domingo 2018

Malhotra: Investigación de mercados

Leon: Industria textil y su lugar en el mundo

Sainz: Análisis situacional

Siampieri: Metodología de la investigación

Pearson: (2018). Enfoque estratégico

Parella y Martins: Fundamentos del marco metodológico

Olivie: Marketing mix

Pearson. Diario El Comercio. Las prendas de vestir son más 'inteligentes'.

Kotler, P. (2017). El Marketing según Kotler. Chicago, Estados Unidos.

Laseter, T. (2018). Alianzas estratégicas con proveedores. Bolivia: Norma.

Marketing director. (s.f.). Marketing directo. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevastecnologias/marketing-de-proveedor>