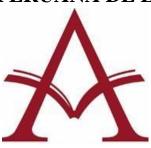
UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN EL MERCADO DE CALZADO DE LA CIUDAD DE LIMA, AÑO 2021

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

DOZA NUÑEZ JUAN JIM PAUL CÓDIGO ORCID: 0000-0003-2342-1919

ASESOR: Mg.

BELTRÁN ARIAS JOSÉ GUILLERMO CÓDIGO ORCID: 0000-0003-3606-7509

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN EMPRESARIAL Y ECONOMÍAS EMERGENTES

LIMA, PERÚ

ABRIL, 2021

RESUMEN

El estudio trata de las estrategias que se tienen en el marketing digital, enfocada en la

industria del calzado, y de cómo los cambios en la tecnología afecta la conducta del

consumidor por el uso de los medios digitales, como el internet y las redes sociales.

Este contexto ha convertido al marketing digital en una herramienta clave en el desarrollo

de campañas publicitarias de bajo costo empresarial, pero de manera especial para las

pymes, donde el presupuesto evidentemente no es abundante.

Las empresas de calzado ubicadas en Lima Metropolitana pueden aprovechar las ventajas

que permite el marketing digital, especialmente por su alcance y costo. Hoy, cuando las

empresas tienen que estar con su consumidor, es más importante diseñar y ejecutar

estrategias digitales con una buena planificación para conseguir los objetivos de forma

exitosa.

Se pueden generar más ventas y a su vez mejorar la relación con el usuario por medio de

estrategias de marketing digital, estableciendo un plan de contenidos, con campañas

publicitarias mensuales a través de sus redes sociales sin desechar la creación de una

página web atractiva para el cliente.

Palabras clave: Marketing digital, estrategias de marketing digital, mercado del calzado.

ABSTRACT

The study deals with the strategies used in digital marketing, focused on the footwear

industry, and how changes in technology affect consumer behavior through the use of

digital media, such as the Internet and social networks.

This context has turned digital marketing into a key tool in the development of low-cost

business advertising campaigns, but especially for SMEs, where the budget is obviously

not abundant.

Footwear companies located in Metropolitan Lima can take advantage of the advantages

that digital marketing allows, especially due to its scope and cost. Today, when

companies have to be with their consumer, it is more important to design and execute

digital strategies with good planning to achieve the objectives successfully.

More sales can be generated and in turn improve the relationship with the user through

digital marketing strategies, establishing a content plan, with monthly advertising

campaigns through their social networks without discarding the creation of an attractive

web page for the client.

Keywords: Digital marketing, digital marketing strategies, footwear market.