

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.