

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo conocer la acogida que tienen los negocios del calzado casual de dama a través de las redes sociales en la ciudad de Santo Domingo, de tal manera que permitan dar directrices para tomar las mejores decisiones. Sin duda alguna el comercio en Santo Domingo es por doquier, marcando así en el mercado, tanto los negocios formales como los negocios informales, para el presente análisis se enfoca en los negocios formales que están regularizados por la Cámara de Comercio de Santo Domingo, por la razón de ser más explícitos y formales en la toma de decisiones. Dentro del análisis en estudio refleja que los negocios de calzado de dama se encuentran en una región estratégica de crecer y desarrollar, lo cual da a comprender que están en un nivel medio pero que deben mejorar de ahí la importancia de una promoción eficiente que permita llegar a más clientes a tal punto que permita contar con ingresos incrementales que ayuden al crecimiento de los negocios en diferentes ámbitos, y su posicionamiento sea efectivo.

Las estrategias que los negocios implementarán van junto a un mix de marketing que permitirán a los negocios a establecer estrategias de precio, plaza, producto y promoción, de tal manera que conlleve a cumplir con los objetivos que persiguen los negocios, estrategias de difusión en redes sociales, estrategias de posicionamiento, es decir, estrategias enlazadas con un mix de marketing que permitan contar con un eficiente Plan estratégico de comercialización.

PALABRAS CLAVE:

- **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**
- **COMERCIO ELECTRÓNICO**
- **PLAN ESTRATÉGICO**

ABSTRACT

The objective of this qualification work is to know the reception that the business of casual ladies footwear has through the social networks in the city of Santo Domingo, as such way to give guidelines to make the best decisions. Undoubtedly, commerce in Santo Domingo is everywhere, marking in the market, both formal and informal businesses, for the present analysis focuses on formal businesses that are regularized by the Chamber of Commerce of Santo Domingo, by the reason for being more explicit and formal in making decisions. Within the study analysis reflects that the lady footwear businesses are in a strategic region to grow and develop, which gives to understand that they are at a medium level but that they should improve the importance of an efficient promotion that allows to reach to more clients to such a point that it allows to count on incremental revenues that help the growth of the businesses in different areas, and its positioning is effective. The strategies that businesses will implement will go hand in hand with a marketing mix that will allow businesses to establish pricing strategies, place, product and promotion, in such a way that it leads to meet the objectives pursued by businesses, strategies for dissemination in networks social, positioning strategies, that is, strategies linked with a marketing mix that allow for an efficient strategic marketing plan.

KEY WORDS:

- **MARKETING PLAN**
- **ELECTRONIC COMMERCE**

STRATEGIC PLAN