

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

SEMINARIO DE MARKETING DIGITAL

ANÁLISIS Y ESTRATEGIA DIGITAL DE LA MARCA UNDER ARMOUR

HERNÁN DARÍO ERIRA

LESLY VANESA RECALDE

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TUTORA: MARÍA JOSÉ ESCOBAR MEJÍA

OPCIÓN TRABAJO DE GRADO SEMINARIO ACADÉMICO

2024

## Dedicatoria

Le dedicamos y expresamos nuestro agradecimiento a nuestras familias que se han sacrificado y nos han apoyado tanto para que nosotros pudiéramos alcanzar nuestros sueños, cuyo amor y apoyo nos ha permitido crecer y prosperar; a la universidad que nos abrió las puertas para que fuéramos parte de la facultad; a nuestros profesores que fueron nuestra fuente de inspiración y por ofrecernos todo su conocimiento para crecer y prosperar; y a nuestros amigos que nos brindaron confianza entre todos para que podamos superar todos nuestros obstáculos.

## Agradecimientos

Agradecemos especialmente a la universidad por brindarnos el apoyo para seguir en nuestro proceso de aprendizaje y conocimiento, a nuestros profesores, que son la clave más importante para que nuestro camino siga adelante con sus consejos y enseñanzas, por su guía, paciencia y sabiduría; igualmente, a los tutores que están formando parte de este seminario, con los cuales nos han ayudado a poder culminar con éxito esta última etapa de nuestros estudios.

## Tabla de contenido

Dedicatoria.....	
Agradecimientos.....	
Resumen.....	
Palabras clave.....	
Marco conceptual y textual.....	
Pregunta orientadora de la búsqueda.....	
Análisis de la situación.....	
Oportunidades de mejora.....	
Resultados de muestreo.....	
Métodos de investigación de datos.....	
Conclusiones.....	
Bibliografía.....	

## Resumen

Nuestro proyecto es analizar el comportamiento de los usuarios y optimizar sus estrategias de marketing digital de la empresa deportiva UNDER ARMOUR, que produce calzado, ropa y equipamiento de alto rendimiento; cuya misión es buscar el mejoramiento y comodidad en los atletas de alto rendimiento y la búsqueda incesante de innovación y actualización. La empresa vende sus productos en todo el mundo a los atletas de todos los niveles. La plataforma connected fitness de la empresa impulsa a la digitalización de salud y acondicionamiento físico tanto de deportistas en común como de alto rendimiento.

Hemos notado que ahora nuestra economía ha tomado una nueva forma de expandirse a través de la inteligencia artificial y cada vez se actualiza más el mercado que va creciendo notoriamente, ya que se ve reflejado que todas las empresas más importantes del mundo deben adaptarse sí o sí al nuevo cambio del mercado que es el marketing digital, ya que este método ayuda a que la empresa UNDER ARMOUR busque herramientas, formas e innovación para que sus principales consumidores encuentren una experiencia segura y completa para garantizar un cien por ciento en el negocio digital, donde el consumidor encontrará los catálogos con productos de acuerdo a su actividad deportiva.

Hemos basado nuestro proyecto en un análisis de qué herramientas utiliza la empresa para analizar el comportamiento del consumidor al momento de comprar y adaptarse a las plataformas digitales y cómo optimiza sus estrategias la marca de ropa, y daremos a conocer un análisis de datos.

Palabras clave

Análisis de datos, inteligencia artificial, tecnologías de marketing digital, optimización de contenido.

## Marco conceptual y textual

UNDER ARMOUR es una empresa estadounidense de ropa y equipo deportivo fundada en 1996; la empresa se enfoca en diseñar y fabricar ropa y equipo deportivo de alta calidad para atletas y entusiastas del deporte. Es una empresa líder en el mercado de la ropa y el equipo deportivo. Con el objetivo de hacer que todos los atletas se sientan como los mejores del mundo, se enfoca en desarrollar productos innovadores y de alta calidad, fortalecimiento de la marca y el desarrollo de nuevas tecnologías de marketing digital.

### Valores de UNDER ARMOUR

- 1) Innovación. UNDER ARMOUR se enfoca en desarrollar productos innovadores de alta calidad.
- 2) Pasión: La empresa está apasionada por el deporte y por ayudar a los atletas a alcanzar su máximo potencial.
- 3) Autenticidad: la empresa se enfoca en ser auténtica y en reflejar los valores y la personalidad de sus atletas y clientes.

El modelo de negocio de UNDER ARMOUR se basa en

- Diseño y fabricación de ropa y equipo deportivo
- Venta de productos a través de tiendas propias y de terceros tanto físicas como digitales.
- Venta en línea a través de su sitio web.
- Patrocinio de eventos deportivos y atletas

- La estrategia de UNDER ARMOUR se enfoca en desarrollar productos innovadores y de alta calidad.
- Expandir su presencia global a través de la apertura y la venta en línea.
- Fortalecer su marca a través de la publicidad y el patrocinio de eventos deportivos.
- Desarrollar tecnologías de marketing digital para mejorar la experiencia del cliente.

La empresa UNDER ARMOUR está logrando un crecimiento en estos últimos años, gracias a que se ha preocupado por la innovación, la calidad y sobre todo en cómo se actualiza cada día en el mercado online y su marketing digital. UNDER ARMOUR ha sido reconocida por su compromiso con la responsabilidad social y el medio ambiente. La empresa ha implementado iniciativas para reducir el impacto ambiental y apoyar a las comunidades locales (ESPN, UNDER ARMOUR Y LA NFL 2023).

## Pregunta orientadora de la búsqueda

¿Qué herramientas y tecnologías utiliza UNDER ARMOUR para analizar el comportamiento de los usuarios y optimizar sus estrategias de marketing digital?

El objetivo principal para esta pregunta es analizar el comportamiento de los usuarios recopilando en su sitio web que tengan esa facilidad de ingresar sin ninguna dificultad y utilizando las aplicaciones que más contenido generan en el mercado online y que sean las más importantes y conocidas, como lo son las aplicaciones móviles y/o redes sociales.

Otro objetivo sería la optimización de sus estrategias de marketing digital utilizando datos y análisis para mejorar la efectividad de sus campañas de marketing digital para aumentar la conversión y mejorar la eficiencia del marketing.

UNDER ARMOUR puede estar tratando de lograr estas herramientas y tecnologías que incluyen mejorar la personalización con productos hechos o fabricadas a la medida como experiencias de otros usuarios, en función tanto a sus intereses como al comportamiento que genera cada persona para cada una de la situación y tipo de actividad deportiva, también otra herramienta es aumentar la conversión para optimizar las campañas de la empresa en marketing digital así se verá más reconocida la marca aumentar la conversión y mejorar la eficiencia del marketing por el cual los objetivos se centran en proporcionar productos innovadores de alta calidad que ayuden especialmente a los

atletas a mejorar su rendimiento mientras que también se enfocan en la sostenibilidad, la conexión con la comunidad y el crecimiento de la marca.

## Análisis de la situación

### Evaluación del análisis de situación actual

UNDER ARMOUR es una marca que utiliza variedad de herramientas y tecnologías para analizar el comportamiento de los usuarios y optimizar sus estrategias de marketing digital. A continuación, el enfoque actual:

Complejidad de la tecnología: El uso de múltiples tecnologías y herramientas nos puede generar algunas dificultades para integrar y gestionar los datos.

Costo: Sabemos que los costos; afecta en todos los sentidos, en especial en el tema del uso de tecnologías de vanguardia y herramientas de análisis de datos avanzadas que pueden ser costosas, porque como siempre ocurre, todo aquello actual siempre tendrá su inversión que puede ser significativamente de alto valor.

Privacidad y seguridad: La recopilación y análisis de grandes cantidades de datos puede generar preocupaciones sobre la privacidad y seguridad de los usuarios.

Integración con otros departamentos: La falta de integración entre la misma marca UNDER ARMOUR, es decir, la falta de integración de marketing y otros departamentos de la empresa, puede generar dificultades para compartir datos.

Mejorar la integración de datos entre diferentes departamentos y herramientas para así poder generar una visión más completa en el comportamiento de los usuarios y así También vamos a aumentar la personalización para las campañas de marketing digital utilizando técnicas de análisis de datos y también mejorando la experiencia del usuario.

Se evidencian algunas estrategias para analizar el comportamiento de los usuarios y optimizar sus estrategias de marketing digital.

Integración de datos: Se implementará la integración de datos como AWS GLUE (Amazon Web Services) y así obtener detalles sobre el comportamiento de los usuarios, y se pueden aplicar técnicas de análisis de datos avanzados para identificar patrones y tendencias en los datos.

Automatización de marketing: Debemos adquirir herramientas de automatización de marketing como Salesforce Marketing Cloud (plataforma de marketing digital) para así personalizar y optimizar las campañas de marketing digital.

De la misma manera, crear flujos de trabajo automatizados para enviar correos electrónicos, mensajes de texto y notificaciones personalizadas.

Experiencia del usuario: debemos realizar pruebas A/B y análisis de usabilidad para mejorar la experiencia del usuario en los sitios web y aplicaciones móviles.

Seguimiento y medición: para lograr un buen seguimiento y medición como Google Tag Manager o Segment, para así recopilar los datos sobre el comportamiento de los usuarios, y también establecer objetivos y métricas clave para medir el éxito de las campañas de marketing digital.

Privacidad y seguridad: Sabemos actualmente que la privacidad y seguridad en la actualidad es muy importante, la implementación de seguridad como AWS, GOOGLE.

CLOUD para proteger los datos de los usuarios. Implementar las políticas de privacidad y seguridad para garantizar la confianza de los usuarios.

## Oportunidades de mejora

Mejorar la integración de datos: podemos mejorar la integración de datos entre diferentes herramientas para obtener una visión más completa del comportamiento de los usuarios.

- Deberíamos aumentar la personalización; la empresa puede aumentar la personalización de sus campañas de marketing utilizando técnicas de machine Learning y análisis de datos avanzados.
- La empresa puede mejorar la experiencia del usuario; UNDER ARMOUR puede mejorar la experiencia del usuario en su sitio web y aplicaciones móviles utilizando técnicas de diseño.
- Utilizar herramientas de integración de datos como AWS (Amazon Web Services), Apache (software) y Beam (plataforma de transmisión) para combinar datos de diferentes fuentes como sitios web, aplicaciones móviles, redes sociales y bases de datos.
- La empresa debe pensar actualmente en un data lake (lago de datos) para almacenar y procesar grandes cantidades de datos.

- Crear flujos de trabajo automatizados para enviar correos electrónicos, mensajes de texto y notificaciones personalizados.
- Utilizar herramientas de diseño centrado en el usuario como Sketch, Figma para crear experiencias de usuarios intuitivas y atractivas.
- Realizar pruebas A/B identifica el contenido que pueda mejorar la experiencia del usuario.
- Se requiere utilizar la herramienta de privacidad y seguridad como Google iCloud para proteger los datos de los usuarios.
- La empresa requiere optar por herramientas de colaboración y educación como Slack o Microsoft Teams para facilitar la comunicación entre los equipos de marketing digital.
- El uso de chatbots que la empresa puede utilizar para interactuar con los usuarios y proporcionar respuestas personalizadas.
- Colaboración con startups: la empresa puede colaborar con empresas emergentes para acceder a nuevas tecnologías y soluciones innovadoras.
- Análisis de datos web como Google Analytics.

- La empresa puede experimentar con nuevas tecnologías para identificar oportunidades de mejora en la experiencia del usuario y la efectividad de las campañas de marketing.

## Resultados de muestreo

De un total de 60 personas que participaron en la encuesta en línea, no todas compartieron su opinión, dándonos a conocer sus diferentes gustos en la encuesta que menciona la edad, el género, intereses en moda, estilo, deporte y actividad física, y también el manejo de plataformas de redes sociales.

A continuación, se presentan algunos resultados de muestreo en encuestas en línea:

### Edad

- Edad: 62% de los encuestados tienen entre 25 y 45 años.
- Edad: 28% de los encuestados tienen entre 45 a 60 años.
- Edad: 10% de los encuestados tienen entre 60 y 80 años.

### Género

- Género: 60% de los encuestados son hombres.
- Género: 30% de los encuestados son mujeres.

Género: 10% de los encuestados son comunidad  
LGTBI.

Interés en moda

- Deporte 60%
- Estilo 25%
- Moda 15%

Plataforma de redes que más utilizan los usuarios

- Instagram 70%
- Facebook 20%

✓ Métodos de investigación que utiliza UNDER ARMOUR para la recopilación de datos.

### Grupos focales

Esta marca utiliza este tipo de grupos como una herramienta de investigación de mercado para recopilar información y opiniones de un grupo selecto de personas.

Algunos de los objetivos específicos para los que UNDER ARMOUR utiliza estos grupos son:

- Investigación de productos: para obtener retroalimentación sobre nuevos productos o prototipos e identificar áreas de mejora.
- Análisis de la competencia: para entender cómo los consumidores perciben a UNDER ARMOUR en relación con sus competidores.
- Desarrollo de campañas publicitarias: probar anuncios y materiales de marketing con un grupo objetivo y recopilar retroalimentación.
- Identificación de tendencias y preferencias: para entender las necesidades y preferencias de los consumidores y adaptar sus estrategias de marketing y productos en consecuencia.

✓ Análisis de redes sociales

UNDER ARMOUR utiliza esta estrategia para recopilar información y obtener insights (término por el cual se analiza y se conectan puntos entre diferentes datos y (fuentes de

información) para obtener sobre su marca productos y audiencia en las redes sociales, los cuales son los principales objetivos:

- Monitoreo de la marca: para medir la presencia y el reconocimiento de la marca en las redes sociales y así mismo monitorear la reputación de la marca y detectar posibles crisis de reputación.
- Análisis de la competencia: para comparar la presencia y rendimiento de UNDER ARMOUR en las redes sociales con respecto a sus competidores y también poder identificar oportunidades para diferenciarse de la competencia y mejorar la estrategia de marketing en redes sociales.
- Comprensión de la audiencia: información demográfica y comportamiento sobre la audiencia de UNDER ARMOUR en las redes.
- Medición de rendimiento: Rendimiento de las campañas de marketing en redes sociales y análisis de métricas como alcance, interacción y la conversión y poder optimizar campañas de marketing en las diferentes redes sociales.

✓ Análisis de datos de ventas

UNDER ARMOUR utiliza varios tipos de análisis de datos de ventas, incluyendo

- Análisis de ventas por canal: analizar las ventas por canal, como sitio web, aplicaciones móviles, tiendas físicas.
- Análisis de ventas por producto, clasificando por tipo, ropa, calzado y accesorios.
- Análisis de ventas por región, para analizar las ventas, como es Estados Unidos, Europa, Asia.

- Análisis de ventas por temporada, para analizar las ventas, como lo es en Navidad, verano.
- Analizar las ventas por cliente para analizar cómo es el comportamiento de compra, la frecuencia de compra.
- Modelos de predicción para predecir el comportamiento de los usuarios y las ventas.
- Optimización de campañas de marketing en función de los resultados.
- Optimización de precios para optimizar las campañas de marketing digital en función de los resultados.
- Optimización de inventario, para optimizar el inventario en función de la demanda y la competencia.

## Conclusiones

Finalmente, este trabajo nos permitió identificar en un mundo globalizado que la marca es de gran importancia como lo es la nuestra UNDER ARMOUR; La cual podemos concluir que el uso de herramientas como las redes sociales y análisis de las mismas obtenemos el conocimiento que UNDER ARMOUR es utilizada por los usuarios en varios medios digitales.

En UNDER ARMOUR hemos encontrado que la personalización y la experiencia del usuario son clave para aumentar la conversión y la fidelidad de los clientes. También se ha llegado a comprender que la empresa ha encontrado que la utilización de herramientas de análisis de datos y marketing la automatización puede ayudar a optimizar las campañas de marketing digital mejorando resultados, y la personalización y segmentación que utiliza esta marca son importantes para obtener una visión completa.

El uso de inteligencia artificial es importante para adaptarse a los cambios en el comportamiento de los usuarios, ya que es una tecnología clave para UNDER ARMOUR para poder mejorar la experiencia del cliente, optimizando sus operaciones y poder desarrollar productos innovadores.

## Bibliografía

- "UNDER ARMOUR'S Digital Transformation" de McKinsey & Company.
- "UNDER ARMOUR'S Marketing Strategy" de Forbes.
- "UNDER ARMOUR'S Use of Data Analytics" de Bloomberg.
- "UNDER ARMOUR'S Digital Marketing Strategy" de AdAge.
- "UNDER ARMOUR'S Use of Artificial Intelligence" de CNBC.
- "UNDER ARMOUR'S Digital Transformation" de McKinsey & Company (2020)
- "UNDER ARMOUR'S Marketing Strategy" de Forbes (2020)
- "UNDER ARMOUR'S Use of Data Analytics" de Bloomberg (2020)
- "UNDER ARMOUR'S Digital Marketing Strategy" de AdAge (2020)
- "UNDER ARMOUR'S Use of Artificial Intelligence" de CNBC (2020)
- "El impacto de la analítica de datos en la toma de decisiones empresariales" de Harvard Business Review (2019)
- "La importancia de la experiencia del cliente en la era digital" de McKinsey & Company (2019)
- "El papel de la inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del cliente" de Forrester (2019)
- "La evolución del marketing digital: tendencias y estrategias" de AdAge (2019)
- "El futuro de la analítica de datos en la toma de decisiones empresariales" de Gartner (2019)