

Maestría en

**Inteligencia de Negocios y
Comportamiento del Consumidor**

**Trabajo de investigación previo a la obtención del título de
Magíster en Inteligencia de Negocios y Comportamiento del Consumidor**

AUTORES:

Andrés Sebastián Baquerizo Egas
Juan Fernando Barba Macias
Daniela Estefania Mancheno Palma
Elizabeth Dolores Suarez Córdova
Joselin Amanda Vetancourt Erazo

TUTORES:

**Msc. Paúl Garcés Ruales
Mgr. José Luis Pérez Galán**

Propuesta de estrategias digitales Smartech y Adtech para "SZK del Ecuador", enfocado en mitigar el impacto de las nuevas políticas arancelarias en sus vehículos híbridos

Quito, noviembre 2024

RESUMEN

Este proyecto propone el diseño e implementación de estrategias digitales basadas en tecnologías Smartech y Adtech para SZK del Ecuador, distribuidor oficial de Suzuki, con el objetivo de mitigar el impacto de las nuevas políticas arancelarias en la comercialización de vehículos híbridos. La investigación analiza la situación actual del mercado automotriz ecuatoriano, los retos impuestos por el entorno competitivo y las oportunidades de crecimiento en el segmento de movilidad sostenible.

El proyecto integra herramientas de inteligencia de negocios para optimizar la toma de decisiones, centrándose en estrategias de marketing digital que incrementen la visibilidad en línea y mejoren la tasa de conversión de leads a clientes. Se propondrán campañas enfocadas en la promoción de modelos híbridos mediante el uso de plataformas como Google Ads, Meta Ads, y Programmatic Advertising, complementadas con el fortalecimiento del ecosistema digital de la empresa, que incluye un CRM integrado, análisis avanzado con Power BI y optimización SEO a través de Semrush.

Los resultados esperados incluyen un incremento en el tráfico web, mayor reconocimiento de marca y un aumento del 12% en las conversiones de vehículos híbridos. Este enfoque busca consolidar a SZK como líder en movilidad sostenible y garantizar su competitividad frente a los desafíos económicos y ambientales actuales.

Palabras Claves:

Vehículos híbridos, estrategias digitales, inteligencia de negocios, Smartech, Adtech, marketing digital, SZK del Ecuador.

ABSTRACT

This project proposes the design and implementation of digital strategies based on Smartech and Adtech technologies for SZK del Ecuador, official distributor of Suzuki, to mitigate the impact of new tariff policies on the marketing of hybrid vehicles. The research analyzes the current situation of the Ecuadorian automotive market, the challenges imposed by the competitive environment, and the opportunities for growth in the sustainable mobility segment.

The project integrates business intelligence tools to optimize decision making, focusing on digital marketing strategies that increase online visibility and improve the lead-to-customer conversion rate. Campaigns focused on promoting hybrid models will be proposed using platforms such as Google Ads, Meta Ads, and Programmatic Advertising, complemented with the strengthening of the company's digital ecosystem, which includes integrated CRM, advanced analytics with Power BI and SEO optimization through Semrush.

Expected results include an increase in web traffic, greater brand recognition and a 12% increase in hybrid vehicle conversions. This approach seeks to consolidate SZK as a leader in sustainable mobility and ensure its competitiveness in the face of today's economic and environmental challenges.

Keywords:

Hybrid vehicles, digital strategies, business intelligence, Smartech, Adtech, digital marketing, SZK del Ecuador.