

Maestría en

Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital

**Trabajo de investigación previo a la obtención del título de
Magíster en Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital**

AUTORES:

Álava Choez Sussan Giovanna
López Vargas Melanie Michelle
Páez Aguirre Leslie Andrea
Sarauz García Alejandra Belén
Vera Villamar Katherine de las Mercedes
Villacis Molina Cindy Marcela

TUTORES:

Docente titulación
José Luis Pérez Galán
Paúl Garcés Ruales

**Plan De Marketing Digital Para Reforzar El Posicionamiento E Impulsar Las Ventas De
Premiumtech.**

Quito, (mayo, 2025)

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

RESUMEN

Este proyecto tiene como finalidad fortalecer la estrategia de marketing digital de Premiumtech, empresa del sector tecnológico que actualmente busca mejorar su posicionamiento en el entorno digital y aumentar sus ventas a través del ecommerce.

Optimizando su rendimiento mediante una estrategia que integre acciones de marketing digital, generación de contenido, automatización y publicidad en medios digitales.

La propuesta sustenta el uso de herramientas digitales que permitan una gestión eficiente del embudo de conversión, captación de leads y fidelización de clientes potenciales a través de la aplicación de indicadores de rendimiento se busca alcanzar un crecimiento medible y alineado a los objetivos de la empresa, por lo que este proyecto representa una solución integral orientada a mejorar la competitividad de Premiumtech dentro del mercado ecuatoriano.

Palabras Claves:

Comercio electrónico, Publicidad digital, Marketing Performance, Conversiones, Estrategia Omnicanal.

ABSTRACT

This project aims to strengthen the digital marketing strategy of Premiumtech, a technology company currently seeking to improve its positioning in the digital environment and increase its sales through e-commerce.

Optimizing its performance through a strategy that integrates digital marketing actions, content generation, automation, and digital media advertising.

The proposal supports the use of digital tools that enable efficient conversion funnel management, lead capture, and customer loyalty through the application of performance indicators. The goal is to achieve measurable growth aligned with the company's objectives.

Therefore, this project represents a comprehensive solution aimed at improving Premiumtech's competitiveness within the Ecuadorian market.

Keywords:

E-commerce, Digital Advertising, Performance Marketing, Conversions, Omnichannel Strategy.