

## Maestría en

# MERCADOTECNIA, MENCIÓN ESTRATEGIA DIGITAL

Trabajo de grado previa a la obtención de  
título de Magíster en Mercadotecnia,  
Mención Estrategia Digital

**AUTORES:** Albán Lozano Diana Paola  
Moyota Bermeo Alexis José  
Tapia Berzosa Angélica María  
Teran Naranjo Esteban Santiago  
Urrego Castillo Byron Marcelo

**TUTORES:** Mgtr. José Luis Pérez Galán  
Msc. Paúl Garcés Ruales

Desarrollo de un e-commerce para la marca de ropa deportiva FIARE en Quito - Ecuador, (con estrategia de optimización SEO/SEM y embudo de conversión integrado a las redes sociales)

## RESUMEN

Este proyecto de posgrado tiene como objetivo desarrollar un e-commerce para la marca ecuatoriana de ropa deportiva FIARE, ubicada en Quito, Ecuador, integrando SEO, SEM y un embudo de conversión con redes sociales, análisis digital y marketing de atracción. El proyecto surge de la necesidad de la marca de trasladarse de su modelo de ventas actual, redes sociales y WhatsApp Business, que no permite escalar las ventas de manera sostenible, centralizar y medir la efectividad de los esfuerzos de marketing digital.

El proyecto se desarrolla bajo el paradigma aplicado, descriptivo y propositivo, con el diseño de estudio de caso; utilizando la marca FIARE como unidad de análisis. Dentro de este contexto, el proyecto tiene un componente metodológico mixto. En el componente cualitativo, se trabaja el análisis de posicionamiento de marca, la propuesta de valor, la experiencia del usuario y la formulación del embudo de conversión. En el componente cuantitativo, se trabaja en la investigación y el seguimiento de KPI's como el tráfico web, la tasa de conversión, el CPA, ROI, el AOV y el desempeño de las campañas digitales.

Dentro de la proyección se encuentra el diseño de un ecosistema digital que tendrá en su parte central una tienda de comercio electrónico en la plataforma Shopify, que permite el manejo de catálogos de productos y pagos. A este ecosistema se le podrá integrar una estrategia de posicionamiento SEO, en la arquitectura del sitio, en la optimización de los contenidos, en la experiencia del usuario y en la estrategia de marketing digital, en Redes Sociales, en Display y en Programmatic, que construya tráfico calificado y que permita acelerar las conversiones.

Además, se integra un embudo de marketing digital compuesto por descubrimiento, consideración, conversión y lealtad, con marketing de atracción, marketing por correo electrónico automatizado y remarketing. Todo el sistema está respaldado por una arquitectura de análisis digital que incluye Google Analytics 4, Google Tag Manager, Google Search Console, Plataformas de Publicidad y paneles de control, que permiten la toma de decisiones basada en datos.

El proyecto así configura una propuesta viable, cuantificable y escalable para la digitalización del canal de ventas B2C de FIARE, contribuyendo al crecimiento estratégico de la marca y al desarrollo académico del comercio electrónico y marketing digital en Ecuador, especialmente en moda ecosustentable y deportiva.

## ABSTRACT

This postgraduate project aims to develop an e-commerce platform for the Ecuadorian sportswear brand FIARE, based in Quito, Ecuador, integrating SEO, SEM, and a conversion funnel connected to social media, digital analytics, and inbound marketing. The project arises from the brand's need to transition from its current sales model—based on social media and WhatsApp Business—which does not allow sustainable sales scalability, nor the centralization and measurement of digital marketing performance.

The project is developed under an applied, descriptive, and propositional paradigm, using a case study research design, with the FIARE brand as the unit of analysis. Within this context, the project adopts a mixed-methods methodological approach. The qualitative component focuses on brand positioning analysis, value proposition development, user experience, and the design of the conversion funnel. The quantitative component addresses research and monitoring of KPIs such as website traffic, conversion rate, CPA, ROI, AOV, and digital campaign performance.

The project includes the design of a digital ecosystem centered around an e-commerce store built on the Shopify platform, enabling product catalog management and online payments. This ecosystem integrates an SEO positioning strategy applied to site architecture, content optimization, user experience, and a digital marketing strategy across social media, display, and programmatic advertising, aimed at generating qualified traffic and accelerating conversions.

In addition, a digital marketing funnel is implemented, consisting of awareness, consideration, conversion, and loyalty stages, supported by inbound marketing, automated email marketing, and remarketing strategies. The entire system is backed by a digital analytics architecture that includes Google Analytics 4, Google Tag Manager, Google Search Console, advertising platforms, and data dashboards, enabling data-driven decision-making.

Overall, the project represents a viable, measurable, and scalable proposal for the digitalization of FIARE's B2C sales channel, contributing to the brand's strategic growth and to the academic development of e-commerce and digital marketing in Ecuador, particularly within the sustainable and sports fashion sector.