

## **Resumen**

El Marketing Digital está transformando todo tipo de industrias, cada día se hace más necesaria la implementación de herramientas y estrategias digitales que permitan a las empresas llegar a su público objetivo, a un menor costo, abarcando más mercado, y teniendo una segmentación más específica, según datos de Ekos la red social más utilizada en Ecuador es Facebook y triplica el número de usuarios en Instagram, seguida por LinkedIn, Snapchat y Twitter. (EKOS, 2019)

En este trabajo se examinará la influencia del marketing digital en el posicionamiento de marca y captación de productos de ahorro e inversión de Cooperativas de Ahorro y Crédito, Segmento 1, con el objetivo de medir la efectividad de las estrategias digitales utilizadas, alineación a los objetivos institucionales, determinar que redes sociales usan nuestros clientes, conocer si el presupuesto destinado para pauta digital es el adecuado, presencia en buscadores, y qué medidas tomar para la conversión de cliente, acompañado de KPIS y medición del retorno de la inversión en medios digitales. Una fuerte y eficaz estrategia de marketing digital puede potenciar las relaciones con las audiencias y mejorar el desempeño empresarial.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **MARKETING DIGITAL**
- **ECOSITEMA DIGITAL**
- **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
- **INBOUND MARKETING**

## **Abstract**

Digital Marketing is transforming all kinds of industries, the implementation of digital tools and strategies that allow companies to reach their target audience is becoming more necessary every day, at a lower cost, covering more markets, and having a more specific segmentation, According to Ekos data, the most used social network in Ecuador is Facebook and triples the number of users on Instagram, followed by LinkedIn, Snapchat and Twitter. (EKOS, 2019)

This work will examine the influence of digital marketing on the brand positioning and acquisition of savings and investment products of Savings and Credit Cooperatives, Segment 1, with the aim of measuring the effectiveness of the digital strategies used, alignment with the objectives institutional, determine what social networks our clients use, know if the budget allocated for digital guidelines is adequate, presence in search engines, and what measures to take for the conversion of the client, accompanied by KPIS and measurement of the return on investment in digital media. A strong and effective digital marketing strategy can enhance relationships with audiences and improve business performance.

### **KEYWORDS:**

- **DIGITAL MARKETING**
- **DIGITAL ECOSYSTEM**
- **CONSUMER BEHAVIOR**
- **INBOUND MARKETING**