

Maestría en

Inteligencia de Negocios y Comportamiento del Consumidor

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

AUTORES:

Autor 1 José Daniel Vera Solórzano

Autor 2 María Alejandra Cardozo Malave

Autor 3 Tathiana Maribel Chamba Yunga

Autor 4 Marlon Israel Tapia Chacón

Autor 5 Yajaira Soledad Túa Sanipatin

TUTORES:

Mgtr José Luis Pérez Galán

Msc. Paúl Garcés Ruales

Incrementar las ventas de la empresa ALFAMETAL para el año 2025, con herramientas de BI y la mejora de
portafolio de productos.

Quito, noviembre 2025

RESUMEN

El proyecto tiene como objetivo incrementar las ventas de la empresa ALFAMETAL para el año 2025, con herramientas de BI y la mejora de portafolio de productos. A partir de la base de datos se realizó un dashboard en Qlick para la toma de decisiones. Una vez analizado los productos de mayor demanda en base a la matriz BCG se realizaron campañas digitales obteniendo resultados favorables en cuanto a ventas. Durante el periodo de septiembre a noviembre se invirtió una cantidad de \$ 600 dólares obteniendo una venta de \$ 21,276.40 equivalente al 3% de inversión en campañas digitales de Meta Ads. De esta manera se evidencio que la oportuna segmentación permitió llegar a los clientes potenciales. Es importante mantener estas campañas digitales y la multicanalidad para que las ventas sigan en aumento.

Palabras Claves: Alfametal, buyer persona, matriz BCG, meta Ads ,multicanilidad, elevadores de carga.

ABSTRACT

The project aims to increase sales for the company ALFAMETAL by 2025, using BI tools and improving the product portfolio. A dashboard was created in Qlick for decision-making based on the database. Once the products with the highest demand were analyzed using the BCG matrix, digital campaigns were carried out, obtaining favorable results in terms of sales. During the period from September to November, \$600 was invested, generating sales of \$21,276.40, equivalent to a 3% return on investment in Meta Ads digital campaigns. This demonstrated that timely segmentation made it possible to reach potential customers. It is important to maintain these digital campaigns and multichannel approach so that sales continue to increase

Keywords: Alfametal, buyer person, BCG matrix, Meta Ads, multichannel marketing, freight elevators.