



Maestría en

**INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y COMPORTAMIENTO
DEL CONSUMIDOR**

**TRABAJO DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DE
TÍTULO DE MAGÍSTER EN INTELIGENCIA DE
NEGOCIOS Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.**

AUTORES:

Ana Cristina Mier Rodríguez
Mauricio Daniel Espinosa Delgado
Paulina Lorena Gallardo Sierra
Sara Vanessa Santillán Proaño
Erika Nicole Velásquez Chalco

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

**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DIGITAL
DATA-DRIVEN PARA LA VALIDACIÓN DE UN MODELO
COMERCIAL INNOVADOR EN EL SERVICIO DE COURIER
INTERNACIONAL MEDIANTE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA
'CAJA NOSTÁLGICA ECUADOR'.**

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar un modelo estratégico basado en Business Intelligence que permita implementar y escalar la “Caja Nostálgica Ecuador” como una línea de negocio recurrente dentro del servicio courier, mediante una estrategia data-driven de marketing y gestión comercial.

El modelo se fundamenta en la activación periódica del producto en eventos culturales, con una frecuencia estimada de entre 6 y 8 lanzamientos anuales, alineados con el comportamiento de consumo de las comunidades migrantes ecuatorianas. En este contexto, la “Caja Mundialista” se plantea como caso piloto para validar la viabilidad del modelo.

Para su implementación, se diseñó un ecosistema integrado que combina herramientas de AdTech, MarTech y Business Intelligence, permitiendo gestionar de manera eficiente la captación, conversión y cierre de ventas. A través de plataformas como TikTok Ads, ActiveCampaign, Salesforce, BigQuery y Power BI, se consolida la información del usuario a lo largo del embudo, permitiendo el monitoreo continuo de indicadores clave como CTR, CPL, tasa de conversión, tasa de cierre y ROAS.

El análisis de estos KPIs permite tomar decisiones estratégicas en tiempo real, optimizando el rendimiento del sistema en cada fase del proceso y mejorando progresivamente la eficiencia comercial y la rentabilidad del modelo. Finalmente, el proyecto demuestra que la implementación de un enfoque data-driven no solo permite validar el lanzamiento de la “Caja Nostálgica Ecuador” como un producto recurrente, sino también establecer un sistema escalable basado en la optimización continua, capaz de adaptarse a diferentes eventos y contextos de mercado.

Palabras Clave: Inteligencia de Negocios, Estrategia data-driven, Courier Internacional, Marketing Digital, Comportamiento del Consumidor

ABSTRACT

This project aims to design a strategic model based on Business Intelligence to implement and scale the “Caja Nostálgica Ecuador” as a recurring business line within the courier service, through a data-driven marketing and commercial strategy.

The model is based on the periodic activation of the product in relevant cultural and emotional events, with an estimated frequency of 6 to 8 launches per year, aligned with the consumption behavior of Ecuadorian migrant communities. In this context, the “Caja Mundialista” is developed as a pilot case to validate the feasibility of the model.

To support its implementation, an integrated ecosystem combining AdTech, MarTech, and Business Intelligence tools was designed, enabling efficient management of the customer lifecycle from acquisition to conversion and sales. Platforms such as TikTok Ads, ActiveCampaign, Salesforce, BigQuery, and Power BI allow the consolidation and analysis of user data throughout the funnel, facilitating continuous monitoring of key performance indicators such as CTR, CPL, conversion rate, closing rate, and ROAS.

The analysis of these KPIs enables real-time decision-making, allowing continuous optimization of the system and improving commercial efficiency and profitability over time. Ultimately, the project demonstrates that a data-driven approach not only supports the successful launch of the “Caja Nostálgica Ecuador,” but also establishes a scalable and repeatable model capable of adapting to different events and market conditions, ensuring sustainable growth and strategic value generation.

Keywords: Business Intelligence, Data-driven Strategy, International Courier, Digital Marketing, Consumer Behavior