

Maestría en

Inteligencia de Negocios y Comportamiento del
Consumidor

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

AUTORES:

Andrea Melina Mendoza Zambrano

Sofia Mishel Romo Duran

Stalin Antonio Andrade Alban

William Anderson Nazate Enríquez

Antonio Andrés Andrade Cornejo

José Ignacio Pinto González

TUTORES:

Docente titulación

José Luis Pérez Galán

Paúl Garcés Ruales

Estrategias de Cross-Selling y Up-Selling para Diners Club del Ecuador: “Un Enfoque Basado en el análisis de patrones de consumo de los tarjetahabientes Diners Sphaera en la provincia de Pichincha durante el periodo 2023 al 2024 para Maximizar la Rentabilidad y la Experiencia del Cliente”

Quito, (Julio 2025)

RESUMEN

El proyecto se enfoca en la problemática de Diners Club del Ecuador relacionada con la necesidad de maximizar la rentabilidad y mejorar la experiencia de sus tarjetahabientes Diners Club Sphaera en la provincia de Pichincha, viéndose en la necesidad de identificar los patrones de consumo que permitan diseñar estrategias de cross-selling y up-selling permitiendo ofrecer productos complementarios o de mayor valor adaptados a las necesidades individuales de sus clientes.

El alcance del proyecto se centra en el análisis de los patrones de consumo de los tarjetahabientes Diners Club Sphaera durante el periodo 2023-2024, a través de la implementación de un DataMart, facilitando la segmentación y permitiendo personalizar las ofertas. Este enfoque integra la recolección, transformación y visualización de datos transaccionales a través de herramientas como Pentaho, PostgreSQL y Power BI, llevando a la organización a tener una ventaja competitiva al contar con información precisa y accesible para la toma de decisiones estratégicas enfocadas a la fidelización y retención de clientes.

Como solución, se propone la integración de plataformas Adtech y Martech, incluyendo Google Marketing Platform y Meta Ads Manager, con las cuales se genera la automatización de campañas personalizadas y una segmentación avanzada, llegando a tener una gestión eficiente de estrategias omnicanal. En conjunto con el desarrollo de dashboards interactivos y campañas SEM y SEO para potenciar la captación y reactivación de clientes, a través de una gobernanza de datos que nos garantice la calidad y actualización oportuna de la información.

En conclusión, este proyecto proporcionará a Diners Club del Ecuador data de sus tarjetahabientes, enfocada en mejorar la experiencia del cliente y aumentar la rentabilidad mediante estrategias personalizadas. La aplicación de las soluciones propuestas permitirá a la empresa fortalecer su competitividad en el mercado financiero ecuatoriano, consolidando relaciones de largo plazo con sus tarjetahabientes y optimizando sus procesos comerciales y de marketing.

Palabras Claves:

Diners Club del Ecuador, Sphaera, Cross-selling, Up-selling, Tarjetahabientes, Patrones de consumo, KPIs, Segmentación de clientes.

ABSTRACT

The project focuses on addressing the challenges faced by Diners Club Ecuador in maximizing profitability and enhancing the experience of its Diners Sphaera cardholders in the province of Pichincha. The primary objective is to identify consumption patterns that enable the design of effective cross-selling and up-selling strategies, allowing the company to offer complementary or higher-value products tailored to the individual needs of its customers.

The scope of the project centers on analyzing the consumption patterns of Diners Sphaera cardholders during the 2023–2024 period through the implementation of a DataMart. This will facilitate customer segmentation and enable personalized offers. The approach integrates the collection, transformation, and visualization of transactional data using tools such as Pentaho, PostgreSQL, and Power BI. As a result, the organization will gain a competitive advantage by having accurate and accessible information for strategic decision-making aimed at customer retention and loyalty.

As a solution, the project proposes the integration of Adtech and Martech platforms, including Google Marketing Platform and Meta Ads Manager. These platforms will support the automation of personalized campaigns and advanced segmentation, allowing for efficient management of omnichannel strategies. In parallel, the development of interactive dashboards and the implementation of SEM and SEO campaigns will enhance customer acquisition and reactivation, all supported by robust data governance to ensure data quality and timely updates.

In conclusion, this project will provide Diners Club Ecuador with actionable data on its cardholders, aimed at improving customer experience and increasing profitability through personalized strategies. The implementation of the proposed solutions will strengthen the company's competitiveness in the Ecuadorian financial market, foster long-term relationships with cardholders, and optimize its commercial and marketing processes.

Keywords:

Diners Club Ecuador, Sphaera, Cross-selling, Up-selling, Cardholders, Consumption Patterns, KPIs, Customer Segmentation.