

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:

**Andrade Mora Paola Raquel
Chávez Peñaherrera Diego Xavier
Ibujés Mejía Sofia Mishel
Morales Miranda Carolina Alexandra
Salgado Dalgo Jonathan Israel**

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

TEMA:

Fortalecimiento del canal de aseguradoras para disminuir
el abandono de pacientes que acuden al prestador de
servicios médicos Veris S.A, mediante la aplicación de
herramientas de inteligencia de negocios

RESUMEN

El presente trabajo de titulación desarrolla un proyecto de inteligencia de negocios orientado al fortalecimiento del canal de aseguradoras de Veris S.A., principal prestador privado de servicios médicos ambulatorios del Ecuador, con el propósito de disminuir la tasa de abandono de pacientes que durante el año 2025 alcanzó el 9,87 %, equivalente a 33.000 pacientes y un impacto económico anual estimado en USD 9.306.000 sobre el estado de pérdidas y ganancias del canal.

La investigación se clasifica como aplicada con enfoque mixto cuantitativo-cualitativo, sustentada en el marco metodológico CRISP-DM (Cross-Industry Standard Process for Data Mining) y desarrollada sobre la base censal de los 334.171 pacientes atendidos en el canal asegurador. El diagnóstico situacional combinó análisis PESTEL, Cinco Fuerzas de Porter, matriz FODA y matriz CAME, evidenciando que el cierre de las cuatro brechas analíticas estructurales (visibilidad, predictiva, experiencia digital y estratégica) constituye el único camino sostenible para revertir la fuga de pacientes.

Como propuesta se diseñó un ecosistema integrado de herramientas digitales de inteligencia de negocios organizadas en seis capas tecnológicas, articulando Microsoft Power BI como plataforma de visualización oficial, Customer Data Platform para la unificación de perfiles, modelos predictivos en Amazon SageMaker o Google Vertex AI, Marketing Automation Platform y Customer Experience Management, junto con un stack de canales digitales (SEM, SEO, Email, Display y Compra Programática).

Los resultados proyectados bajo el escenario realista anticipan una reducción de la deserción del 9,87 % al 6,00 %, la recuperación de 12.941 pacientes anuales, un beneficio neto de USD 2,2 millones y un retorno sobre la inversión de 5,4 ×, evidenciando que la aplicación de herramientas de inteligencia de negocios constituye una intervención estructural sostenible y rentable que permite a Veris S.A. transitar de un modelo reactivo, donde la deserción se documenta después de ocurrida, hacia un modelo predictivo y data-driven.

Palabras clave: *Inteligencia de negocios, canal de aseguradoras, abandono de pacientes, transformación digital, Customer Data Platform, retención predictiva, sector salud privada.*

ABSTRACT

This thesis develops a business intelligence project aimed at strengthening the insurance channel of Veris S.A., the leading private ambulatory healthcare provider in Ecuador, with the purpose of reducing the patient abandonment rate that reached 9.87 % during 2025, equivalent to 33,000 patients and an annual estimated economic impact of USD 9,306,000 on the profit and loss statement of the channel.

The research is classified as applied with a mixed quantitative-qualitative approach, grounded in the CRISP-DM (Cross-Industry Standard Process for Data Mining) methodological framework and developed on the census base of the 334,171 patients served through the insurance channel. The situational diagnosis combined PESTEL, Porter's Five Forces, SWOT matrix, and CAME matrix analyses, evidencing that closing the four structural analytical gaps (visibility, predictive, digital experience, and strategic) constitutes the only sustainable path to reverse patient attrition.

The proposed solution consists of an integrated ecosystem of twenty digital business intelligence tools organized into six technological layers, articulating Microsoft Power BI as the official visualization platform, a Customer Data Platform for profile unification, predictive models on Amazon SageMaker or Google Vertex AI, Marketing Automation Platform, and Customer Experience Management, along with a digital channels stack (SEM, SEO, Email, Display, and Programmatic advertising).

The projected results under the realistic scenario anticipate a reduction in attrition from 9.87 % to 6.00 %, the recovery of 12,941 patients annually, a net benefit of USD 2.2 million, and a return on investment of 5.4 ×, demonstrating that the application of business intelligence tools constitutes a sustainable and profitable structural intervention that enables Veris S.A. to transition from a reactive model where attrition is documented after the fact toward a predictive, data-driven model.

Keywords: *Business intelligence, insurance channel, patient abandonment, digital transformation, Customer Data Platform, predictive retention, private healthcare sector.*