

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:

**DIAZ PALACIOS DIANA CAROLINA
GARCÍA MURILLO GRACE JOHANNA
MOROCHO ZAMBRANO MELISSA JOHANNA
QUINATO BAUTISTA JOSE MIGUEL**

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

**MODELO DE FIDELIZACIÓN Y RECOMPRA
BASADO EN ANALÍTICA DEL COMPORTAMIENTO
DE CLIENTES DE DINSECOMEC:
IMPLEMENTACIÓN DE BUSINESS INTELLIGENCE
CON DASHBOARD INTERACTIVO**

RESUMEN

El presente proyecto propone el diseño e implementación de Business Intelligent en la empresa Dinsecomec, orientada al comportamiento de los clientes con el propósito de fortalecer la fidelización y aumentar la tasa de recompra. La empresa Dinsecomec actualmente emplea su información de forma manual, lo que limita la capacidad de identificar patrones de consumo, oportunidades comerciales y riesgos de abandono de clientes. La metodología empleada incluyó un proceso de extracción, carga, transformación (ELT) de datos provenientes del ERP Fenix PRO de la empresa Dinsecomec, seguido de la segmentación de clientes. Finalmente, se concluye que la analítica de datos en entornos de venta al segmento industrial nos ayuda a automatizar alertas de recompra de repuestos, reduce la tasa de deserción y permite maximizar el valor del ciclo de vida del cliente (CLV).

Palabras clave: Inteligencia de negocios, Recompra, Fidelización, Segmentación de clientes, Dashboard, Power BI, Microsoft Azure.

ABSTRACT

This project proposes the design and implementation of a Business Intelligence system at Dinsecomec, focused on customer behavior with the aim of strengthening customer loyalty and increasing the repurchase rate. Dinsecomec currently manages its data manually, which limits its ability to identify consumption patterns, business opportunities, and the risk of customer churn. The methodology employed included a process of extracting, loading, and transforming (ELT) data from Dinsecomec's Fenix PRO ERP system, followed by customer segmentation. Finally, it is concluded that data analytics in industrial environments automates repurchase alerts, reduces churn rates, and maximizes customer lifetime value (CLV).

Keywords: Business Intelligence, Repurchase, Loyalty, Customer Segmentation, Dashboard, Power BI, Microsoft Azure.