

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: Mónica Francisca Mosquera Muñoz
Sebastián Alejandro Cruz Chalparizán
Anthonny Gustavo Gavilanes Gordillo
José Andrés Padilla Romero
Vilma Estefanía Pillajo Gutiérrez

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

Optimizar los consumos con tarjetas Banco Internacional
enfocándolos en los comercios afiliados más rentables para
maximizar la comisión del banco.

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo optimizar el consumo de tarjetas emitidas por Banco Internacional dentro de Ecuador, con un enfoque en transacciones hacia comercios afiliados más rentables para el negocio con la finalidad de maximizar la generación de comisiones y fortalecer la fidelización de clientes. Al no contar con una estrategia integral que incentive el uso de tarjetas dentro de su ecosistema se encuentra una oportunidad de mejora en la cual se evite limitar el aprovechamiento de oportunidades comerciales y financieras. La propuesta incorpora un desarrollo de arquitectura de datos y modelos analíticos soportados en procesos ETL, almacenamiento en Data Warehouse y Data Lake, así como herramientas de inteligencia de negocios. También se integra información proveniente de sistemas internos como IBS/GIBS, SQL y Power BI, además de fuentes externas como procesadora NUEK y franquicias internacionales. Dentro del modelo propuesto establecemos KPI's relevantes como índice de rentabilidad por comercio, comisión promedio por transacción, share de consumos en comercios y tickets promedios. Con estos indicadores evaluaremos el desempeño comercial y se crearán campañas de marketing personalizadas para el giro del negocio según el perfil del cliente y comercios afiliados. Adicionalmente, el proyecto incorpora estrategias de activación digital mediante herramientas de AdTech y dashboards interactivos a las áreas interesadas en la empresa e implementación de soluciones como Google Analytics, MailChimp y Hubspot que permitirá fortalecer la toma de decisiones basada en datos, mejorar la experiencia al cliente y optimizar la rentabilidad del ecosistema de pagos en Banco Internacional.

Palabras clave: *Inteligencia de negocios, Data Warehouse, ETL, segmentación de clientes, Salesforce, Martech, AdTech, analítica de datos, tarjetas de crédito*

Abstract

The objective of this research project is to optimize the use of cards issued by Banco Internacional within Ecuador, with a focus on transactions at affiliated merchants that are most profitable for the business, in order to maximize commission revenue and strengthen customer loyalty. Given the lack of a comprehensive strategy to incentivize card usage within its ecosystem, there is an opportunity for improvement that would prevent the bank from limiting its ability to capitalize on commercial and financial opportunities. The proposal incorporates the development of a data architecture and analytical models supported by ETL processes, storage in a Data Warehouse and Data Lake, as well as business intelligence tools. It also integrates information from internal systems such as IBS/GIBS, SQL, and Power BI, in addition to external sources such as the NUEK processor and international franchises. Within the proposed model, we establish relevant KPIs such as profitability per merchant, average commission per transaction, share of spending at merchants, and average ticket size. Using these metrics, we will evaluate business performance and tailor marketing campaigns to the specific industry based on customer profiles and affiliated merchants. Additionally, the project incorporates digital activation strategies using AdTech tools and interactive dashboards for relevant departments within the company, as well as the implementation of solutions such as Google Analytics, MailChimp, and HubSpot. This will strengthen data-driven decision-making, improve the customer experience, and optimize the profitability of Banco Internacional's payment ecosystem.

Keywords: *Business Intelligence, Data Warehouse, ETL, customer segmentation, Salesforce, MarTech, AdTech, data analytics, credit cards*