

Resumen

PROING CIA. LTDA., ubicada en la ciudad de Quito, es una empresa proveedora de servicios para el diseño e implementación de sistemas de cableado estructurado, redes eléctricas y moving para data center. PROING ha concentrado el 90% de sus ingresos por facturación en un segmento reducido de tres clientes, lo cual ha desembocado en falta de liquidez. Ante estas dificultades, PROING busca reducir la concentración de su facturación, mediante la prospección de clientes, en los que se puedan identificar oportunidades de negocio, cuyas posibles ventas le permitan mantener el punto de equilibrio. PROING no cuenta con un plan de prospección que le permita disminuir la concentración de clientes, actualmente esta toma de decisiones, la realizan con base en la intuición del gerente general, lo cual no ha dado el resultado esperado.

Esta problemática ha motivado el planteamiento del presente proyecto de investigación, en el que se desarrolla un modelo de gestión de datos, basado en analítica, que permite identificar clientes potenciales, con el propósito de incrementar la posibilidad de que PROING CIA LTDA disminuya la concentración de clientes.

Como resultado de este estudio hemos obtenido un modelo de datos, que permite identificar clientes potenciales, que posibiliten la disminución de la concentración de clientes de PROING.

PALABRAS CLAVE

- **MODELO ANALÍTICO DE DATOS**
- **MINERIA DE DATOS**
- **CONCENTRACION DE CLIENTES**
- **PROSPECCIÓN DE CLIENTES**
- **PYMES**

Abstract

PROING CIA. LTDA. located in the city of Quito, is a service provider for the design and implementation of structured cabling systems, electrical networks and moving for data centers. PROING has concentrated 90% of its billing income in a reduced segment of three clients, which has led to a lack of liquidity. Faced with these difficulties, PROING seeks to reduce the concentration of its invoicing by prospecting for clients where it can identify business opportunities whose potential sales will enable it to maintain its break-even point. PROING does not have a prospecting plan that would allow it to reduce the concentration of clients; currently, decisions are made based on the general manager's intuition, which has not yielded the expected results.

This problem has motivated the approach of the present research project, in which a data management model is developed, based on analytics, which allows identifying potential customers, with the purpose of increasing the possibility of PROING CIA LTDA to reduce the concentration of customers.

As a result of this study, we have obtained a data model that allows identifying potential customers, which makes it possible to decrease the concentration of PROING's customers.

KEY WORDS

- ANALYTICAL DATA MODEL**
- DATA MINING**
- CUSTOMER CONCENTRATION**
- CUSTOMER PROSPECTING**
- SMES**