

Resumen

En los últimos años un gran número de personas en nuestro país ha decidido implementar su propio negocio con la finalidad de estabilizar o mejorar su economía. Según (Lasio et al., 2018) en el 2017 alrededor de 3 millones de adultos en el Ecuador, empezaron el proceso de puesta en marcha de un negocio. El éxito de un emprendimiento depende de ciertos factores, que pueden ser determinantes y que en ocasiones son omitidos. La inexistencia de planes de marketing más la falta de interés en el análisis y estudio de segmentos de mercado, han ocasionado decaimiento en la productividad de muchos negocios y en algunos casos su fracaso. El presente proyecto tiene como objetivo el desarrollo de un sistema de BI alineado al giro de negocio de las bicicletas, enfocado al perímetro urbano de Quito. Esta herramienta permitirá al emprendedor, visualizar y analizar información estratégica en un dashboard (panel de control), que servirá de soporte al momento de decidir sobre un segmento geográfico o demográfico al cual atacar. La construcción del sistema se sustenta en la propuesta metodológica de Ralph Kimball, que se caracteriza por su agilidad y dinamismo. Los resultados reflejan, la existencia de áreas geográficas delimitadas por parroquias, con atributos que las vuelve aptas para la instalación de un negocio orientado al mundo de las bicicletas. Según expertos en marketing, la información reflejada en el BI apoya considerablemente al emprendedor a elegir un nicho de mercado. Ellos afirman que la herramienta puede ser el complemento de un estudio más completo, acompañado de otras técnicas de segmentación y recomiendan enriquecer el dashboard con un nuevo concepto denominado Geo BI.

Palabras Clave

- **INTELIGENCIA DE NEGOCIOS**
- **SEGMENTACIÓN DE MERCADOS**
- **MARKETING**

Abstract

In recent years, a large number of people in our country decided to implement their own business in order to stabilize or improve their economy. According to (Lasio et al., 2018) in 2017, around 3 million adults in Ecuador began the process of starting a business. The success of an entrepreneurship depends on certain factors, these factors can be decisive but sometimes they are omitted. The lack of marketing plans and the lack of interest in the analysis of market segments have caused a decline in the productivity of many businesses and in some cases with failure. The objective of this project is to develop a BI system aligned with the bicycle business, focused on the urban perimeter of Quito. This tool will be able to the entrepreneur, visualize and analyze strategic information in a control panel, which will serve as support when deciding on a geographic or demographic segment to attack. The construction of the system is based on the methodological proposal of Ralph Kimball, which is characterized by its agility and dynamism. The results reflect the existence of geographic areas delimited by parishes, with attributes that make them suitable for the installation of a business oriented to the world of bicycles. According to marketing experts, the information reflected in the BI considerably supports the entrepreneur in choosing a market niche. The experts affirm that the tool can be the complement of a more complete study, accompanied by other segmentation techniques and recommend enriching the dashboard with a new concept called Geo BI.

Key Words

- **BUSINESS INTELLIGENCE**
- **MARKET SEGMENTATION**
- **MARKETING**