

# Tabla de Contenido

Índice de Tablas.....	v
Índice de Gráficos.....	vii
Índice de Ilustraciones.....	viii
INTRODUCCIÓN.....	1
ANTECEDENTES GENERALES.....	1
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	1
DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS.....	2
DESCRIPCIÓN CLIENTES.....	6
EQUIPO DE TRABAJO Y ESTRUCTURA.....	9
VISIÓN, MISIÓN, VALORES Y ESPACIO DE TRABAJO.....	10
DESCRIPCIÓN INTELIGENCIA DE MERCADO.....	10
MERCADO DE INVESTIGADORES DE MERCADO.....	11
PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
HIPÓTESIS.....	16
HIPÓTESIS 1: Sistema de incentivos interno no incentiva realizar esfuerzos de fidelización de los clientes más nuevos.....	16
HIPÓTESIS 2: No existe estrategia de captación o recaptura de clientes antiguos.....	16
HIPÓTESIS 3: Ciclo económico afecta Rubro de Venta de Estudios.....	17
HIPÓTESIS 4: El Mercado demanda soluciones de Inteligencia de Negocios.....	18
HIPÓTESIS 5: El producto es Replicable o Imitable.....	19
OBJETIVOS.....	21
OBJETIVO GENERAL.....	21
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGÍA.....	22
PROCESO KDD PARA SELECCIÓN DE ATRIBUTOS RELEVANTES.....	22
HERRAMIENTAS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA ESTUDIAR ENTORNO.....	23
GESTION DE OPERACIONES: CADENAS DE MARKOV.....	24
ÁRBOLES DE DECISIÓN DETERMINÍSTICOS Y ESTOCÁSTICOS.....	27
ESTRATEGIA PARA EL LIDERAZGO COMPETITIVO Y MODELO DELTA PARA POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE CLIENTES.....	29
DESARROLLO.....	35
MINERÍA DE DATOS Y KDD.....	35
HERRAMIENTAS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA ESTUDIAR ENTORNO.....	38
MODELAMIENTO DE LA PROBABILIDAD DE RETENCIÓN DE CLIENTES.....	39

CREACIÓN DE TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN MEDIANTE ACCIONES DE MARKETING ENFOCADAS EN CLIENTES DE 1 O 2 AÑOS DE ANTIGÜEDAD .....	48
MODELAMIENTO DEL VALOR ESPERADO DE UN CLIENTE .....	51
APLICACIÓN DE MODELO EN GRUPOS DESAGREGADOS DE CLIENTES .....	56
CONCLUSIÓN .....	66
BIBLIOGRAFÍA .....	68
ANEXOS .....	69
Anexo A: Cálculo del valor UF promedio anual desde 2006 a 2017: .....	69
Anexo B: Descripción y cálculo de PIB: .....	69
Anexo C: Estimación del rubro de Investigación de Mercado Chileno a partir de la Investigación de Mercado de México como referente:.....	70
Anexo D: Explicación del cálculo y uso de EBITDA.....	73
Anexo E: Código de manipulación y categorización de servicios en categorías de nombre similar .....	74
Anexo F: Código “.dot” para la visualización del árbol de decisión .....	75