

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Ortigosa, M. (2016). Metodología para elaborar leyes de posibilidad de retirada del cliente: una aplicación al sector del vestido. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 22, pp.139-163.

Resumen. El presente documento pone a prueba en el sector del vestido en el centro del país, una metodología basada en la teoría de la incertidumbre y los subconjuntos borrosos para construir leyes de posibilidad de retirada del cliente con la empresa, con tan sólo la opinión subjetiva de expertos. La aportación del presente trabajo permite obtener un camino alternativo cuando no es posible contar con la información requerida por los modelos identificados en la literatura basados en principios derivados de las leyes del azar, incluso métodos heurísticos. Los resultados muestran la utilidad de los conceptos borrosos en un problema donde la incertidumbre en relación a la permanencia del cliente se hace evidente, permitiendo obtener un elemento necesario (tiempo), cuando se requiera medir el valor económico del cliente (Customer Lifetime Value: CLV) en el campo de la incertidumbre.

Abstract. The current work tests, in the dress sector in the center of the country, a methodology based in the theory of uncertainty and the fuzzy subsets, in order to build laws of possibilities for the retreat of clients only with the subjective opinion given by experts. The contribution of the present work allows to obtain an alternative path when it is not possible to get the required information by the models identified in the literature based in principles derived of the random laws even from heuristic methods. The results show the utility of fuzzy concepts in a problem where the uncertainty in relation to the permanence of the client is evident and allows to obtain a valuable element (time), when the Customer Lifetime Value (CLV) is required to be measured in the field of uncertainty.