

GRUPO 1



GERENCIALES 2



LABORATORIO

“SERVIYA!!”



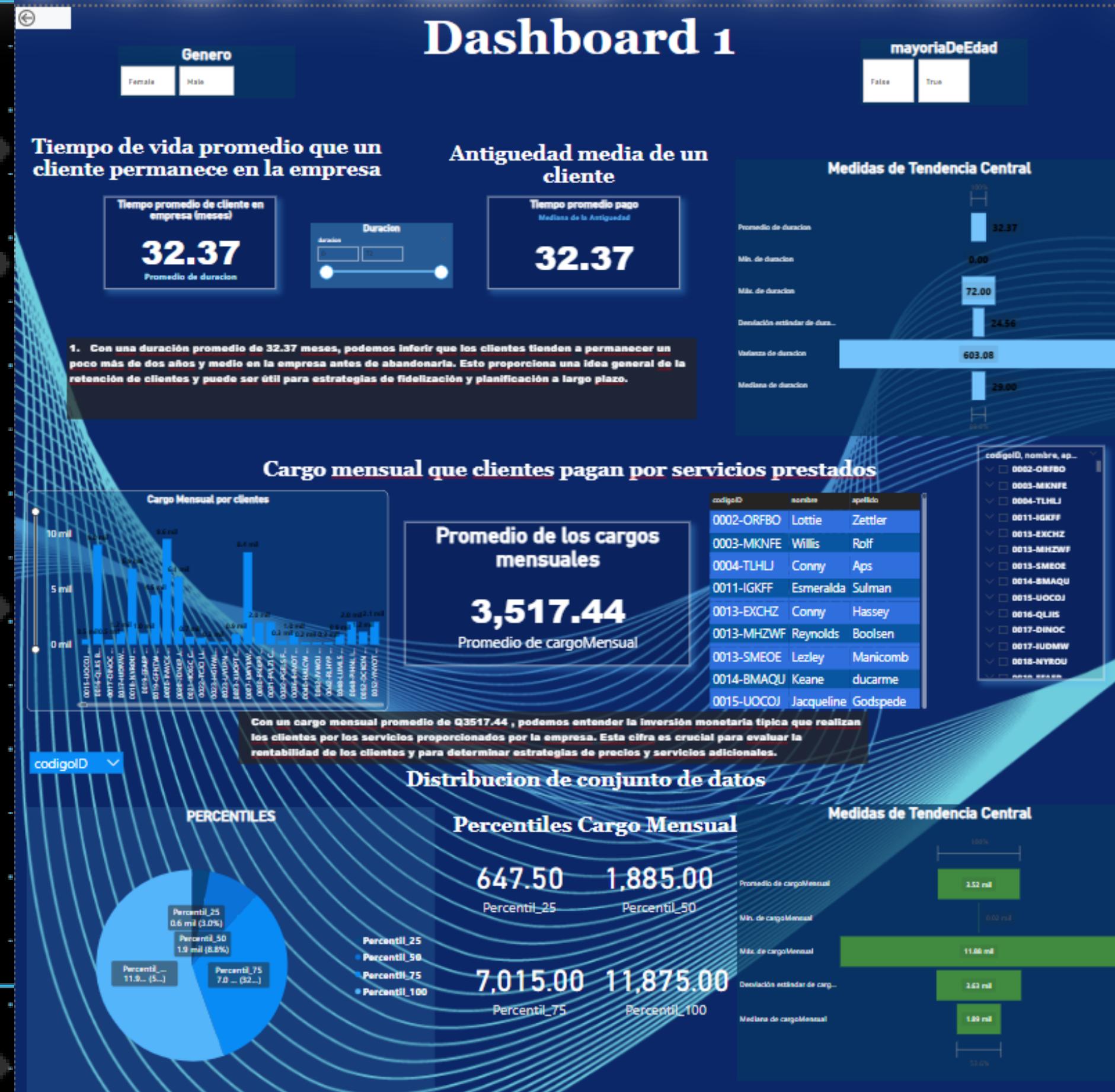
Análisis de Datos

Alvaro Emmanuel Socop Pérez 202000194

Javier Alejandro Gutierrez de León 202004765

DASHBOARD 1

Dashboard 1

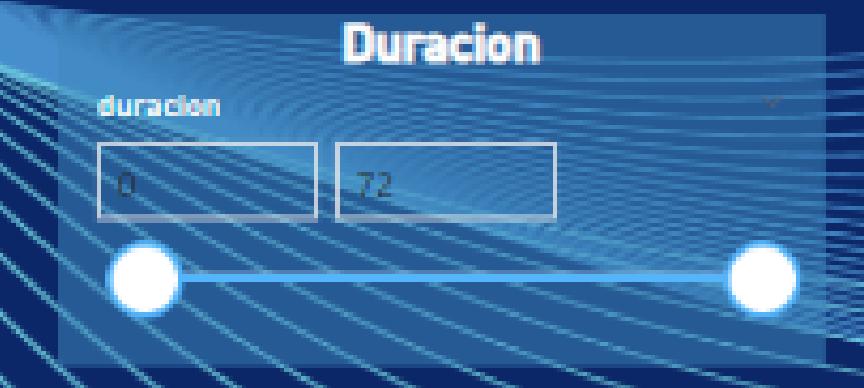


Tiempo de vida promedio que un cliente permanece en la empresa

Tiempo promedio de cliente en empresa (meses)

32.37

Promedio de duración

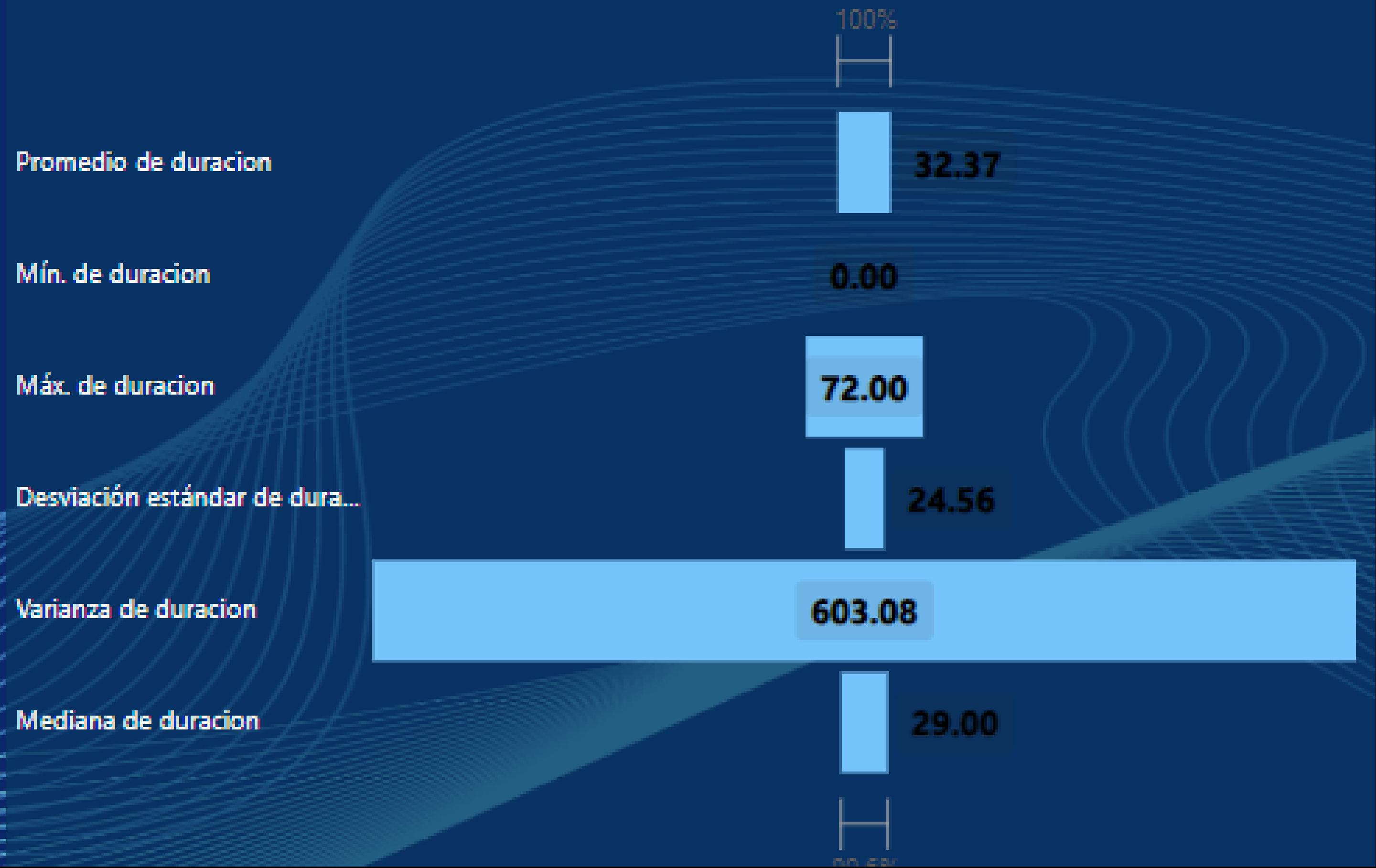


Antiguedad media de un cliente

Tiempo promedio pago
Mediana de la Antiguedad

32.37

Medidas de Tendencia Central

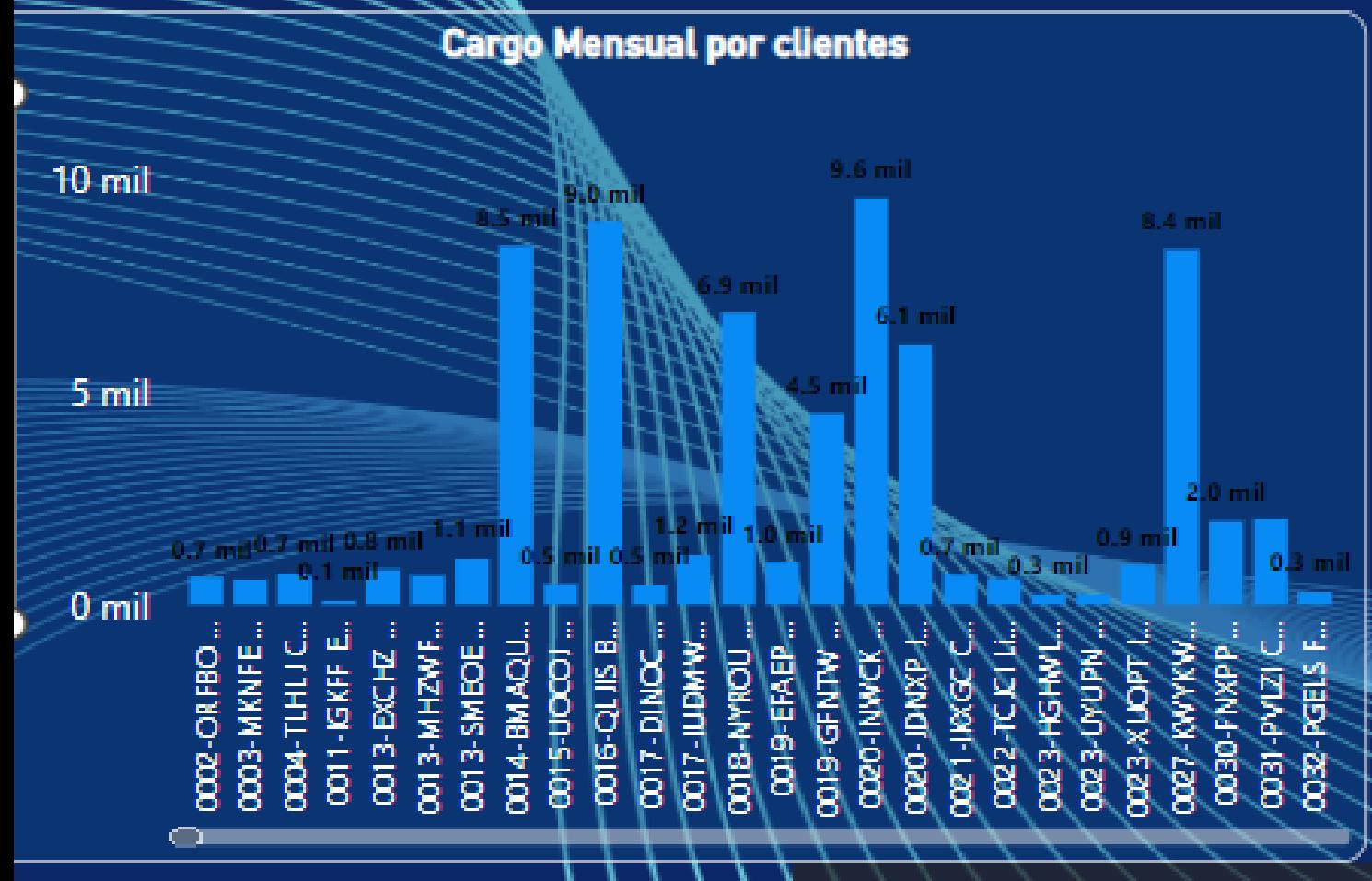


Interpretacion pregunta 1

1. Con una duración promedio de 32.37 meses, podemos inferir que los clientes tienden a permanecer un poco más de dos años y medio en la empresa antes de abandonarla. Esto proporciona una idea general de la retención de clientes y puede ser útil para estrategias de fidelización y planificación a largo plazo.

CARGO MENSUAL

Cargo mensual que clientes pagan por servicios prestados



Promedio de los cargos
mensuales

3,517.44

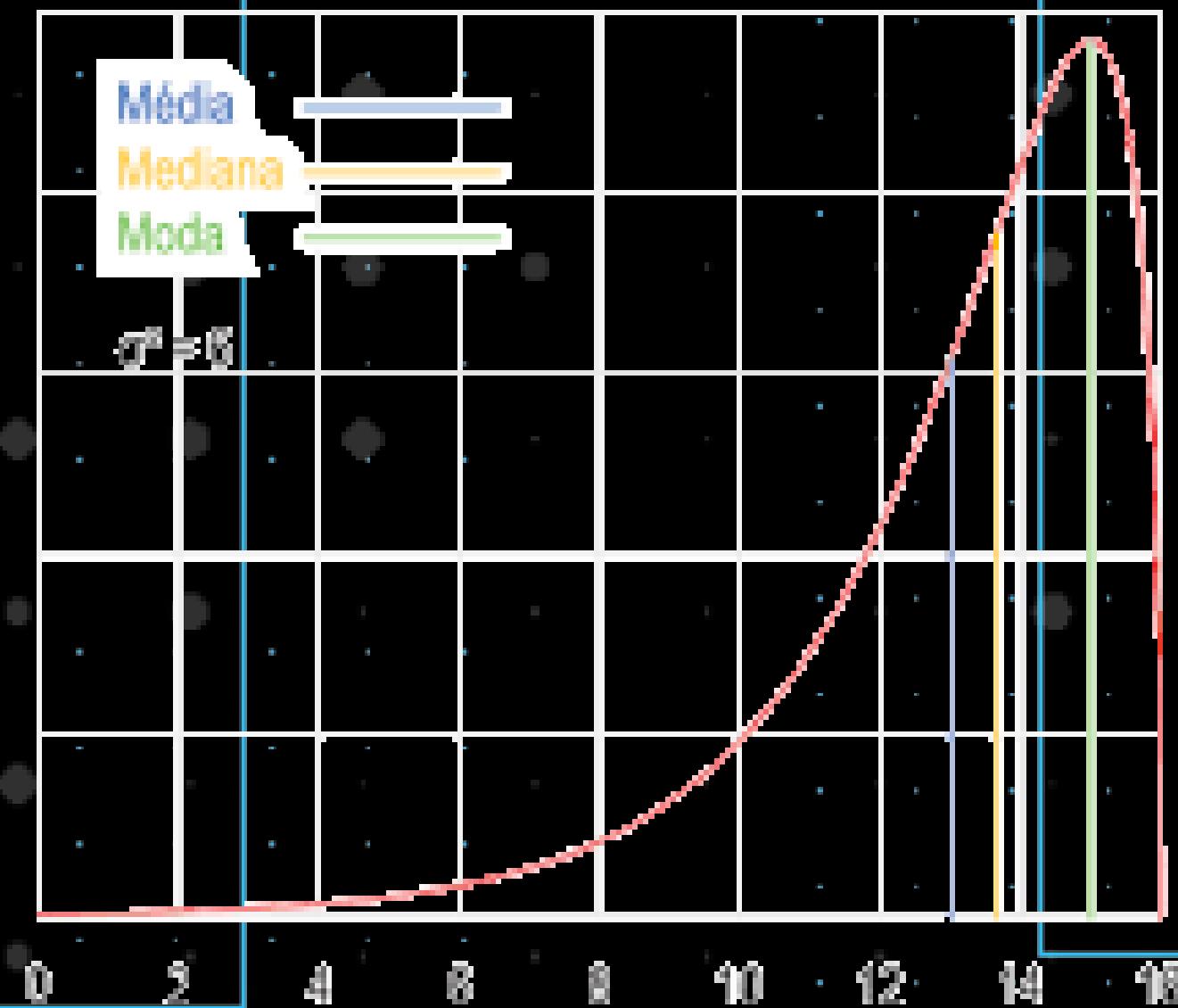
Promedio de cargoMensual

codigoD	nombre	apellido
0002-ORFBO	Lottie	Zettler
0003-MKNFE	Willis	Rolf
0004-TLHLJ	Conny	Aps
0011-IGKFF	Esmeralda	Sulman
0013-EXCHZ	Conny	Hassey
0013-MHZWF	Reynolds	Boolsen
0013-SMEOE	Lezley	Manicomb
0014-BMAQU	Keane	ducarme
0015-UOCOJ	Jacqueline	Godspede

Interpretacion de Cargo Mensual

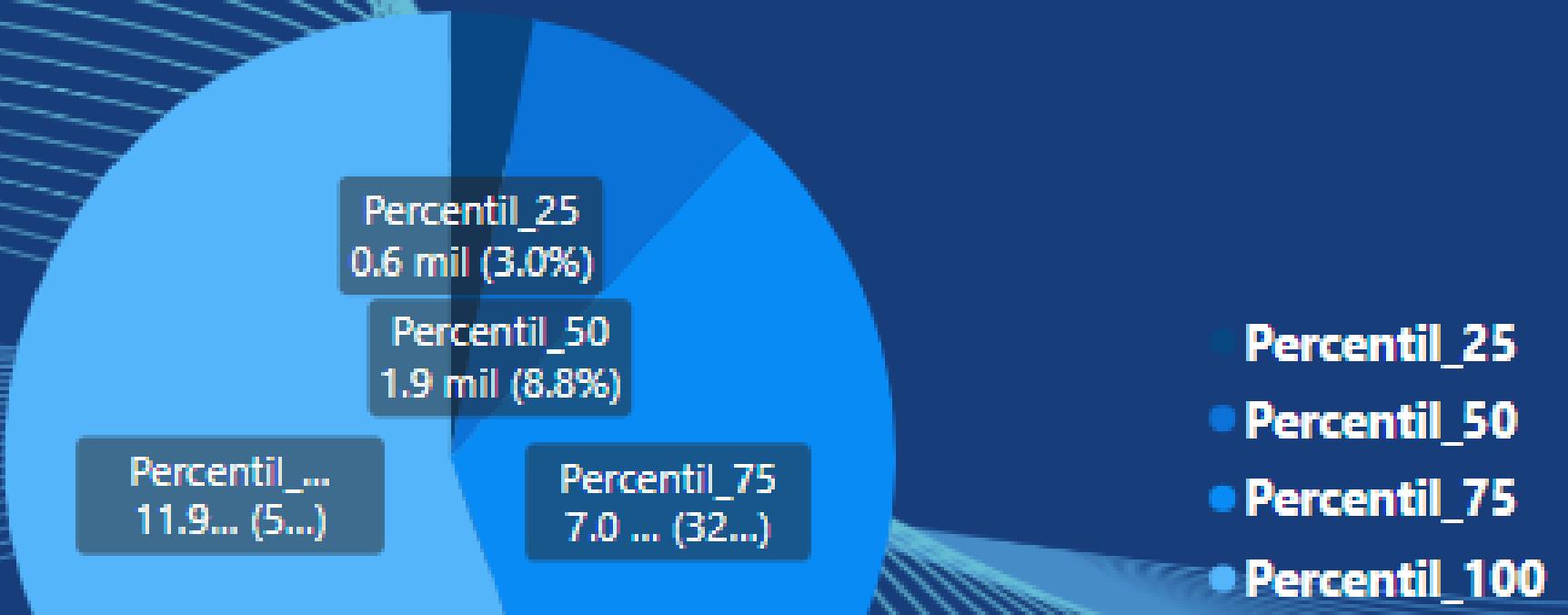
1. Con un cargo mensual promedio de Q3517.44 , podemos entender la inversión monetaria típica que realizan los clientes por los servicios proporcionados por la empresa. Esta cifra es crucial para evaluar la rentabilidad de los clientes y para determinar estrategias de precios y servicios adicionales.

DISTRIBUCIÓN DE CONJUNTO DE DATOS



Distribucion de conjunto de datos

PERCENTILES



Percentiles Cargo Mensual

647.50

Percentil_25

1,885.00

Percentil_50

7,015.00

Percentil_75

11,875.00

Percentil_100

- Percentil_25
- Percentil_50
- Percentil_75
- Percentil_100

Promedio

Mín. de c

Máx. de c

Desviació

Mediana

Medidas de Tendencia Central

Promedio de cargoMensual

100%

3.52 mil

Mín. de cargoMensual

0.02 mil

Máx. de cargoMensual

11.88 mil

Desviación estándar de carg...

3.63 mil

Mediana de cargoMensual

1.89 mil

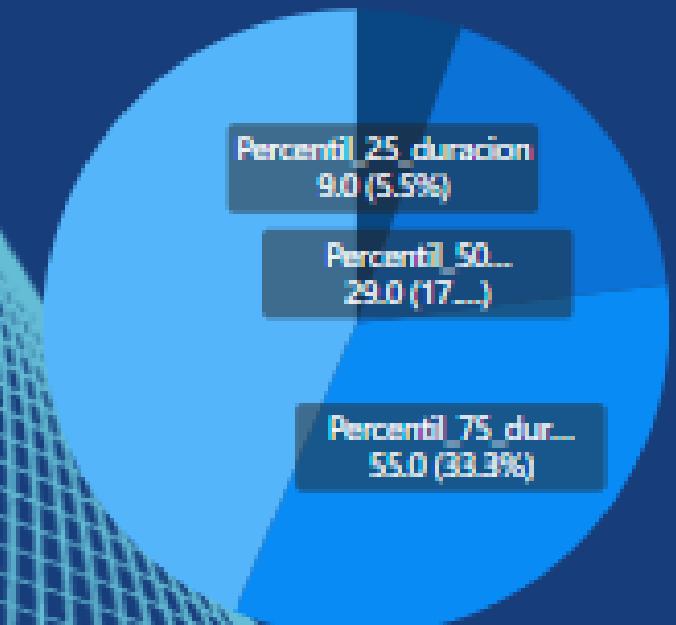
53.6%

INTERPRETACIÓN CONJUNTO DE DATOS

Ahora, para proporcionar más detalles sobre la distribución de los datos, podemos interpretar los porcentajes específicos:

- **25% (primer cuartil):** Este valor nos indicará el cargo mensual de Q647.50 que el 25% de los clientes paga o menos. Es útil para comprender el rango de precios más bajo.
- **50% (segundo cuartil, mediana):** Como se mencionó anteriormente, la mediana es el punto medio de Q1,885 total de la distribución de los cargos mensuales.
- **75% (tercer cuartil):** Este valor nos indica el cargo de Q7,015 mensuales que el 75% de los clientes paga o menos. Proporciona información sobre el rango de precios más alto, pero no tan extremo como el máximo.
- **100% (máximo):** Esto nos da el valor máximo siendo de Q11,875 que cualquier cliente paga mensualmente, lo que puede ser útil para identificar clientes con cargos excepcionalmente altos y comprender la posible variabilidad en la facturación mensual.

PERCENTILES



Percentiles Duracion

9.00

Percentil_25_duracion

29.00

Percentil_50_duracion

55.00

Percentil_75_duracion

72.00

Percentil_100_duracion

Medidas de Tendencia central

Cargo Total

0.126 mil.

0.867 mil.

0.162 mil.

- Promedio de cargo...
- Min. de cargo total
- Max. de cargo total
- Desviación estandar...
- Mediana de cargo...

7.54 mil

Percentil_25_total

36.54 mil

Percentil_50_total

142.72 mil

Percentil_75_total

867.25 mil

Percentil_100_total

PERCENTILES

Percentil_25_total

Percentil_50_total

Percentil_75_total

Percentil_100_total

100%

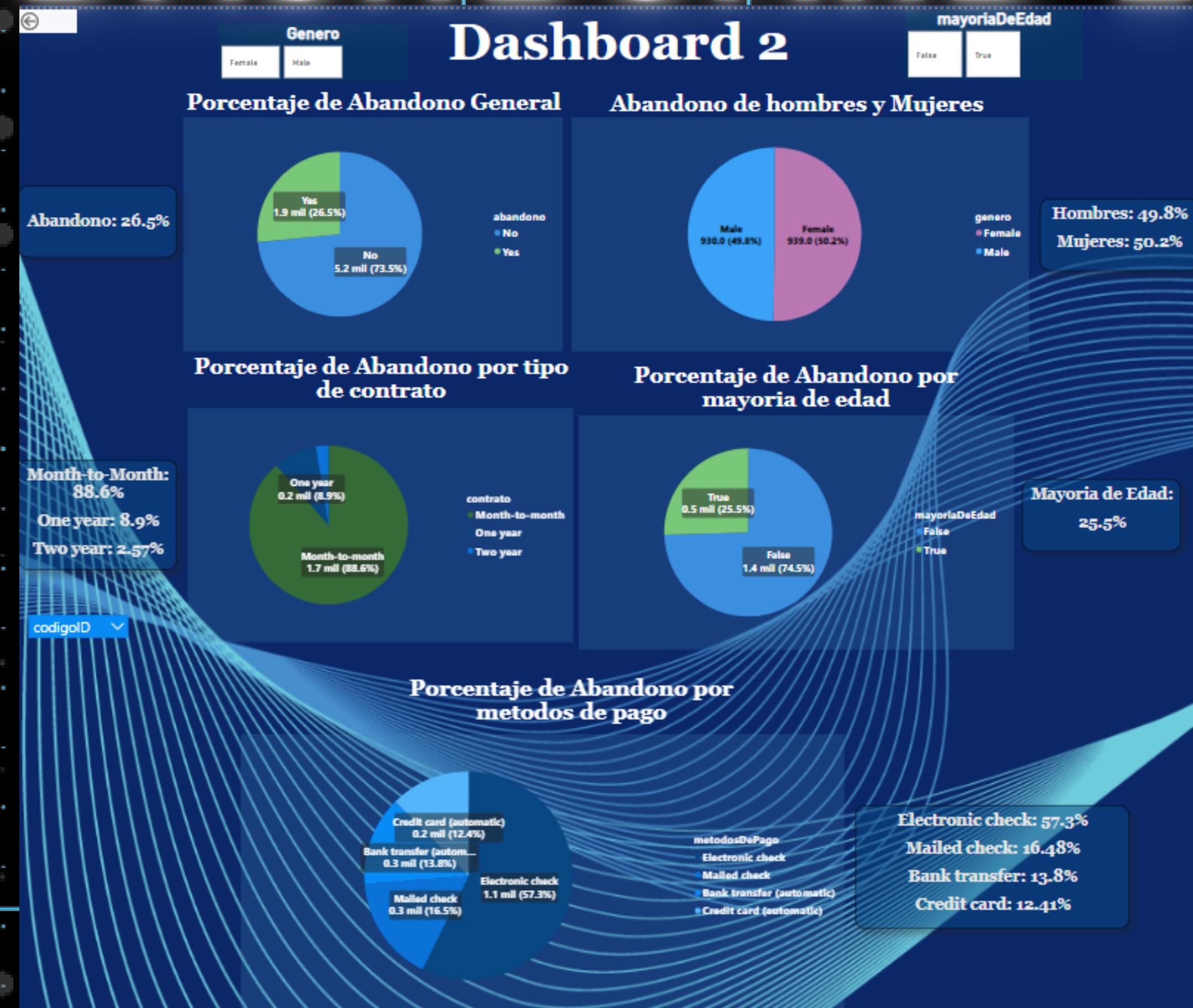
7.54 mil

36.54 mil

142.72 mil

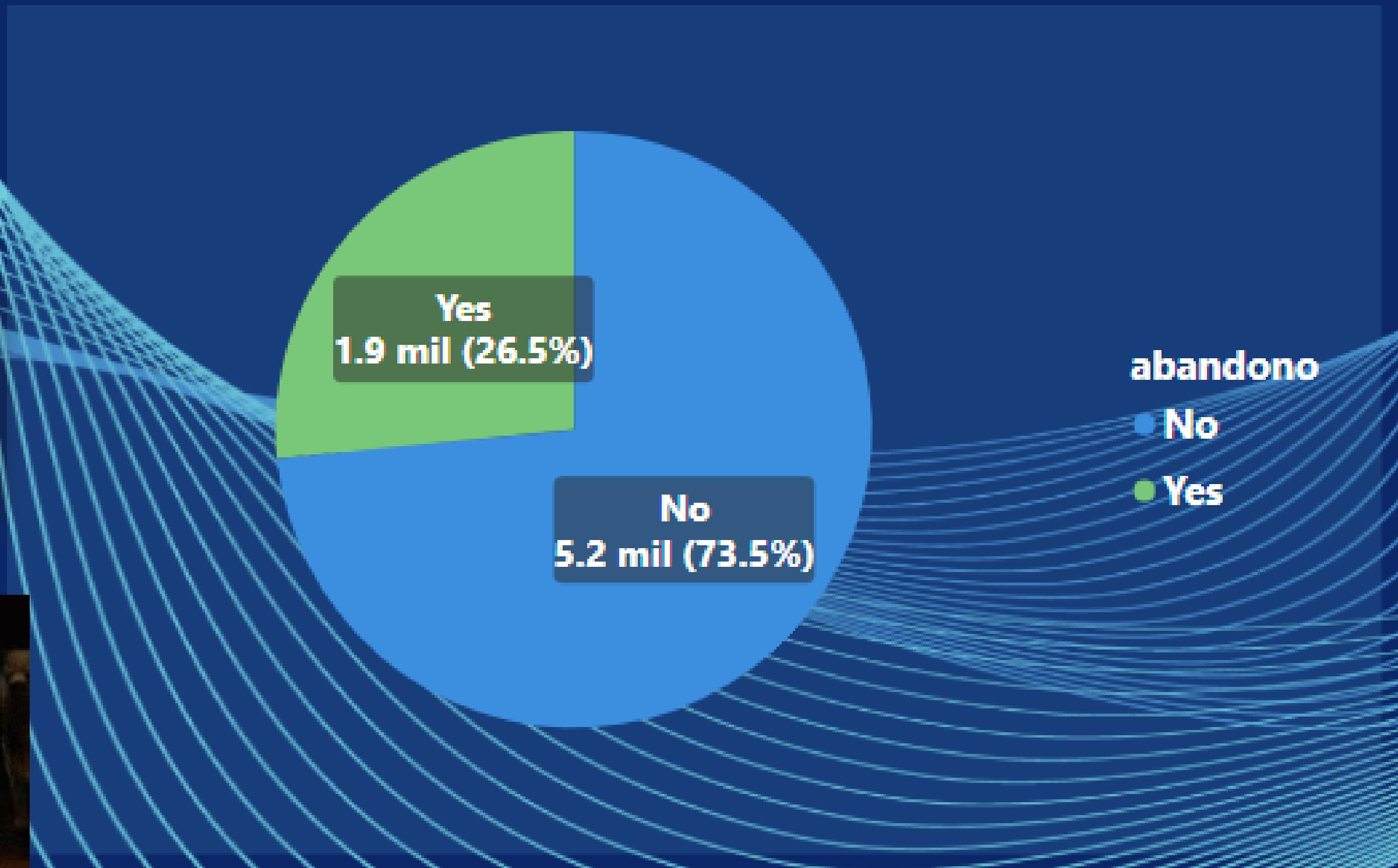
867.25 mil

DASHBOARD 2

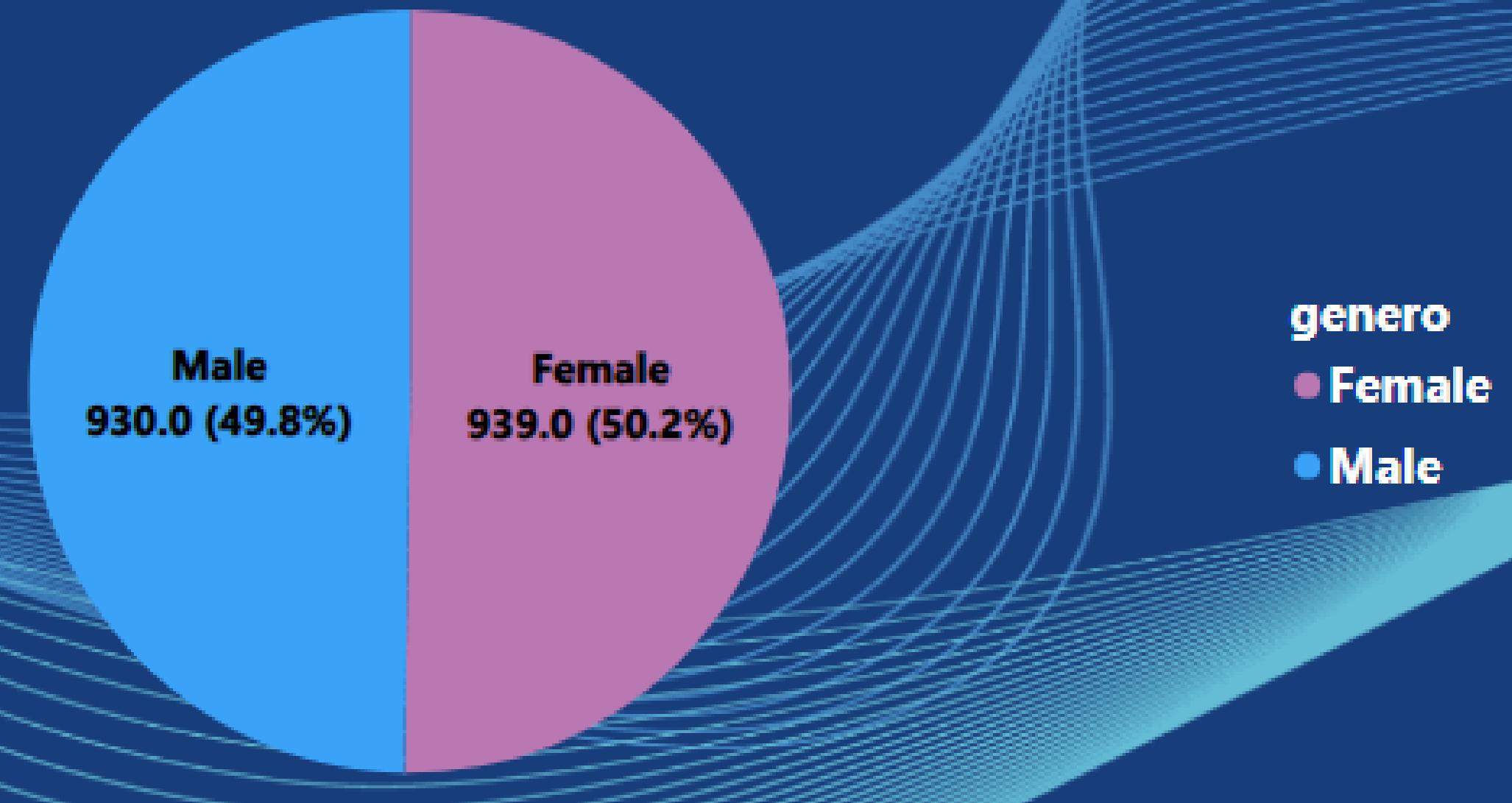


Porcentaje de Abandono General

Abandono: 26.5%



Abandono de hombres y Mujeres



genero
● Female
● Male

Hombres: 49.8%
Mujeres: 50.2%

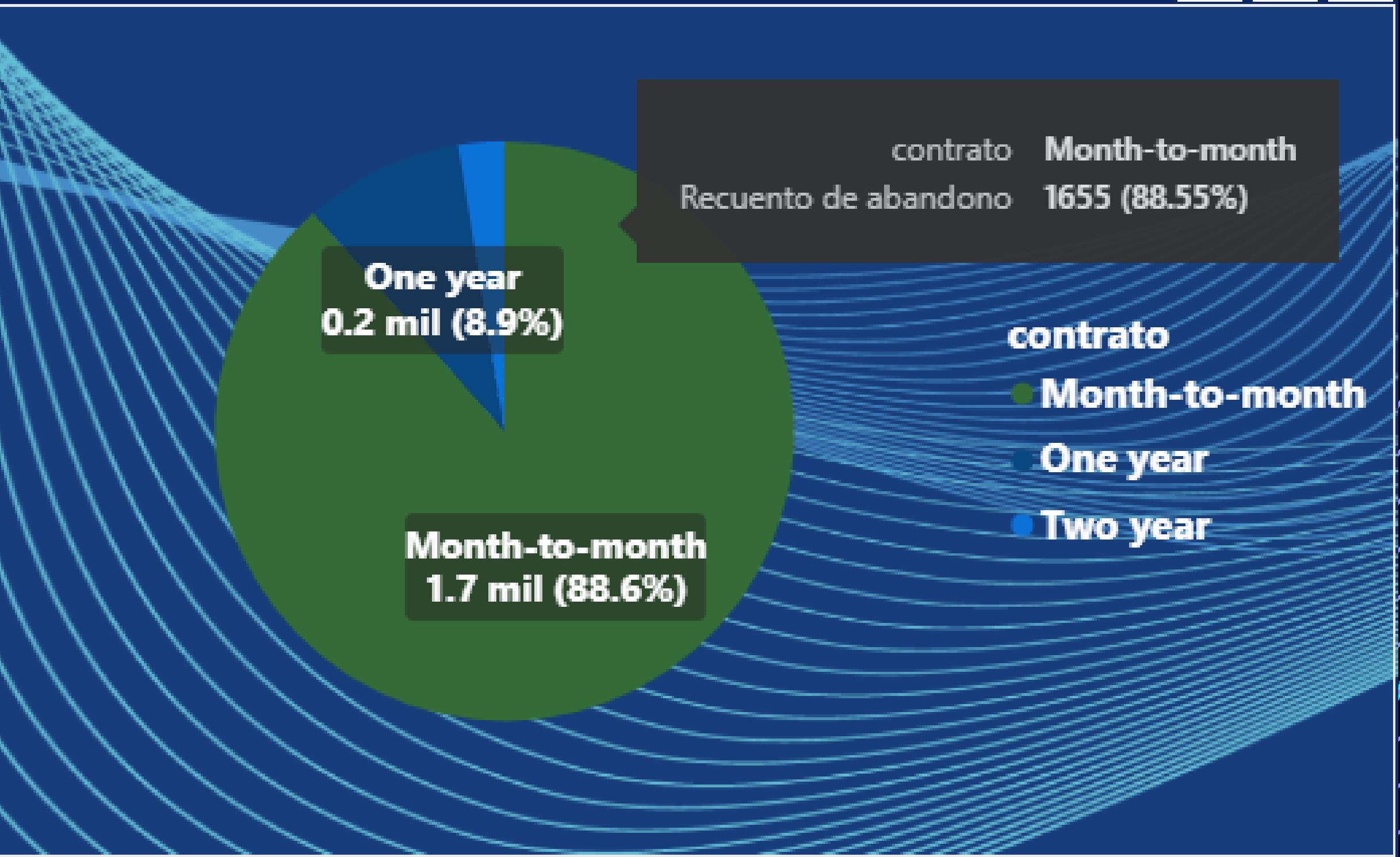
Porcentaje de Abandono por tipo de contrato



Month-to-Month:
88.6%

One year: 8.9%

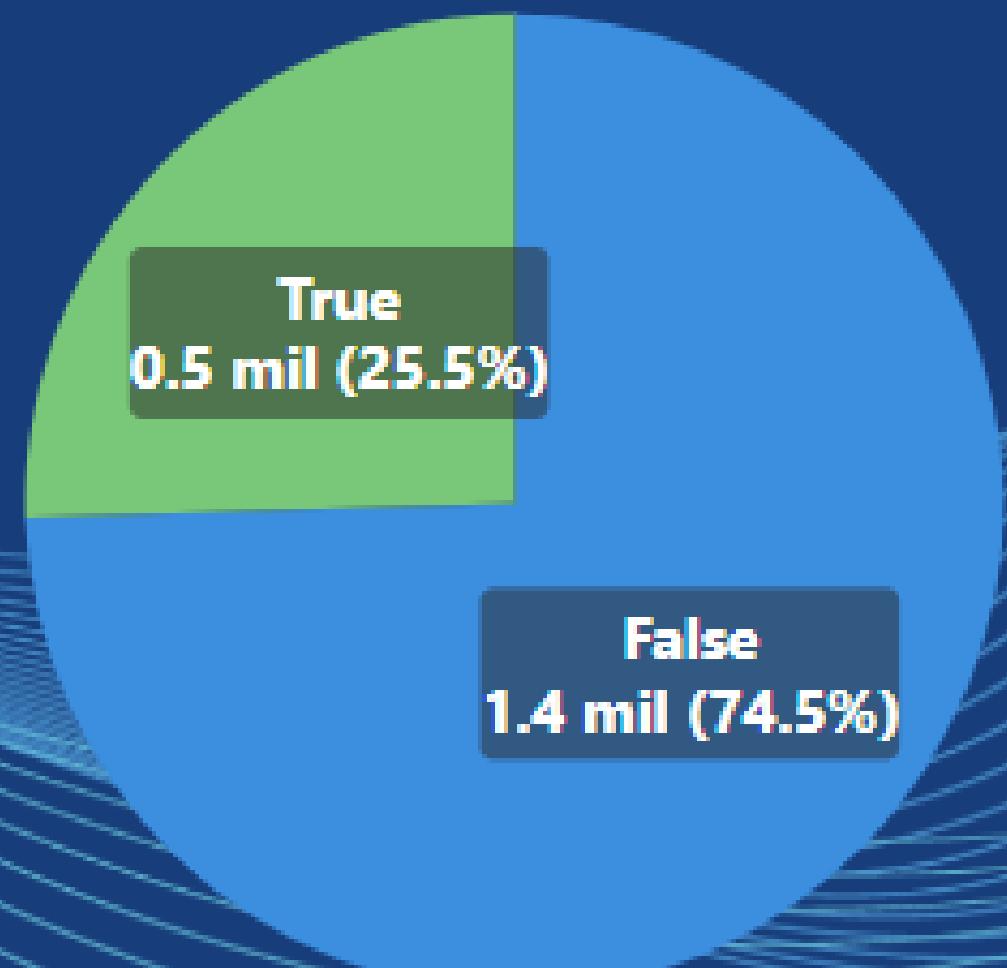
Two year: 2.57%



codigolD



Porcentaje de Abandono por mayoria de edad

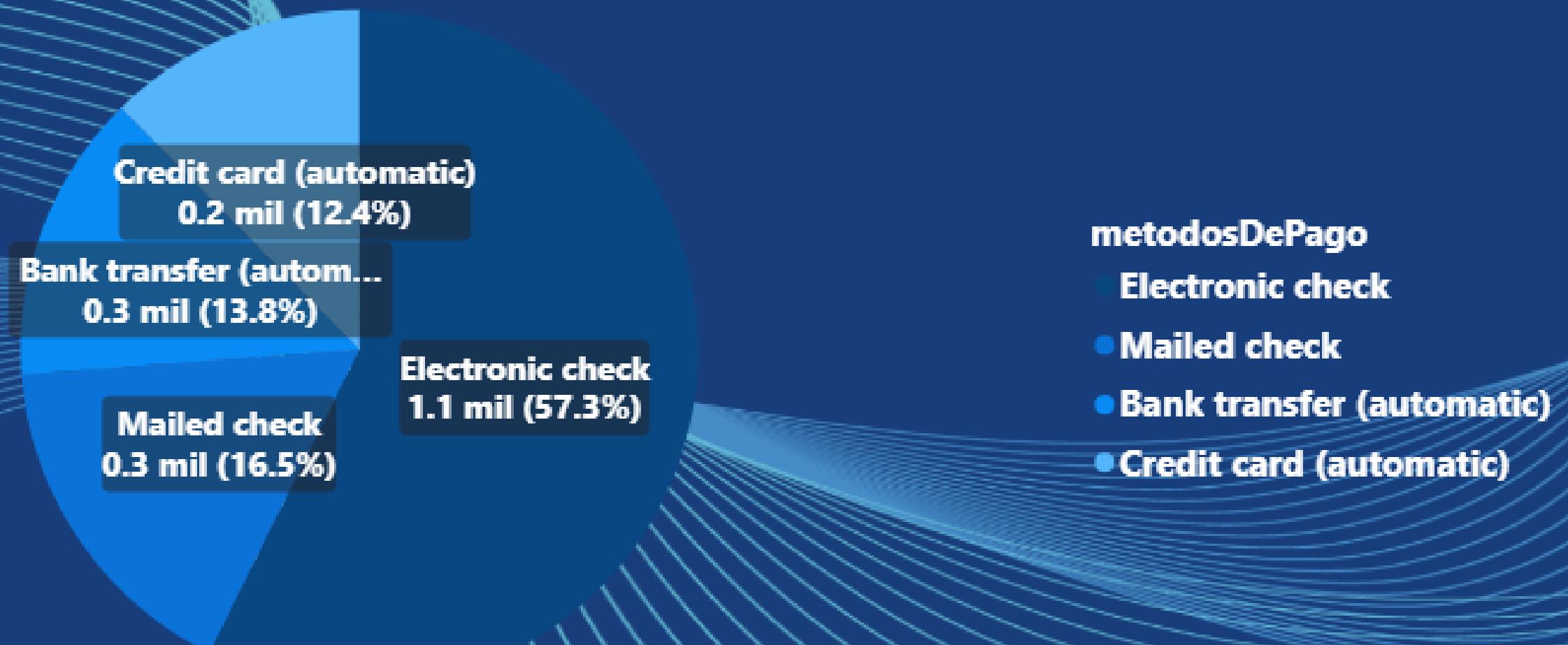


mayoriaDeEdad

- False
- True

Mayoria de Edad:
25.5%

Porcentaje de Abandono por métodos de pago

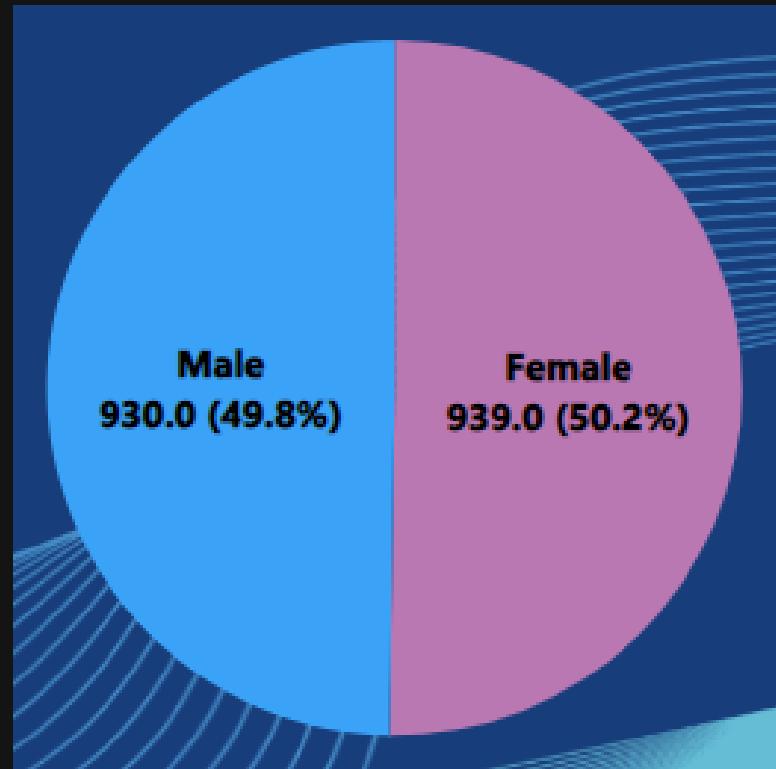


Electronic check: 57.3%
Mailed check: 16.48%
Bank transfer: 13.8%
Credit card: 12.41%

ESTRATEGIA PARA NO PERDER MAS CLIENTES

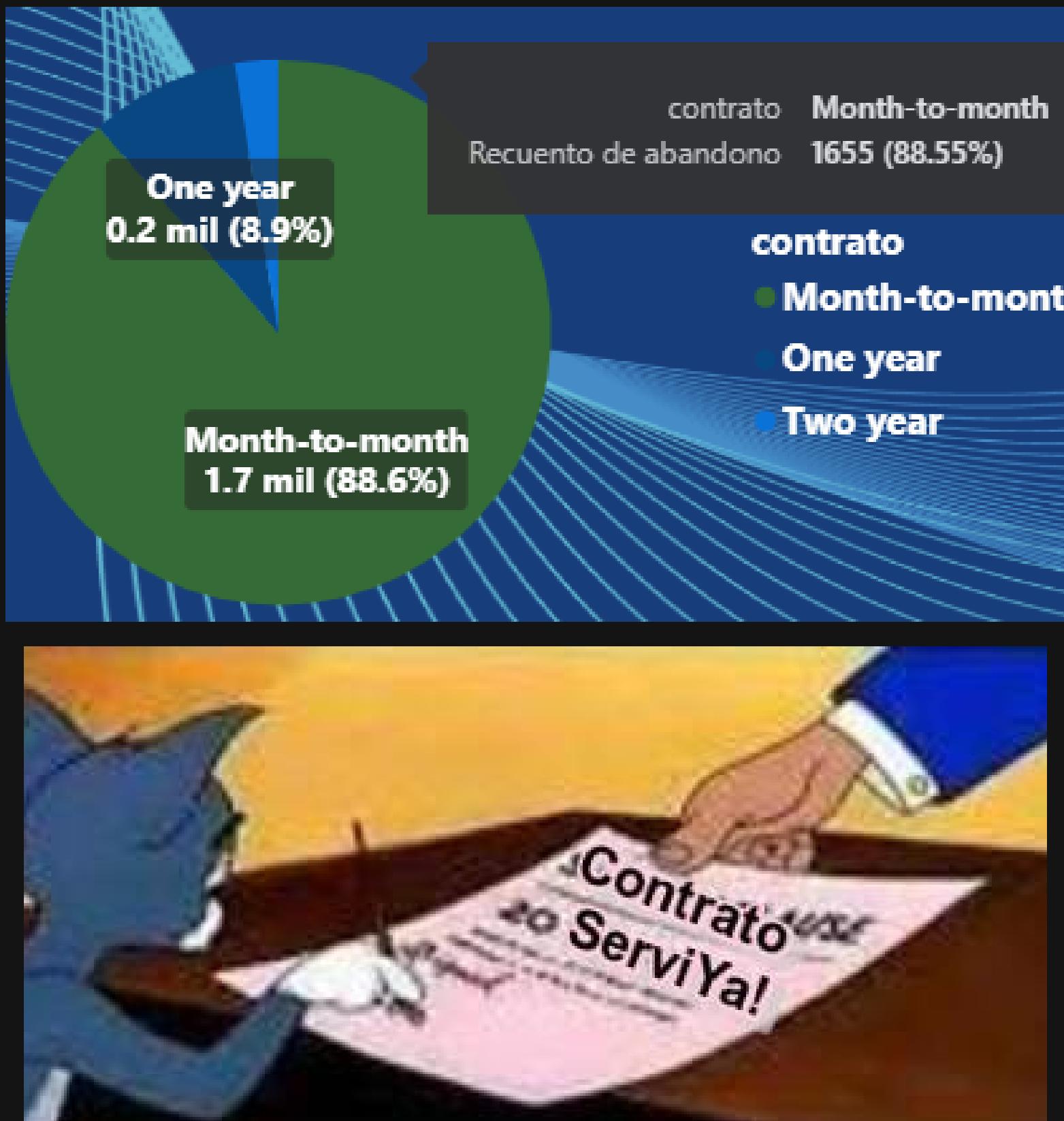
- SEGMENTACIÓN Y PERSONALIZACIÓN:

Dado que el porcentaje de abandono entre hombres y mujeres es prácticamente igual, la empresa puede enfocarse en estrategias que sean efectivas para ambos grupos. Por ejemplo, podría implementar programas de fidelización basados en el tipo de contrato preferido por cada grupo, ya que los hombres y mujeres parecen tener tasas de abandono similares. Además, se podrían realizar campañas de marketing dirigidas a cada grupo para destacar los beneficios específicos que la empresa ofrece.



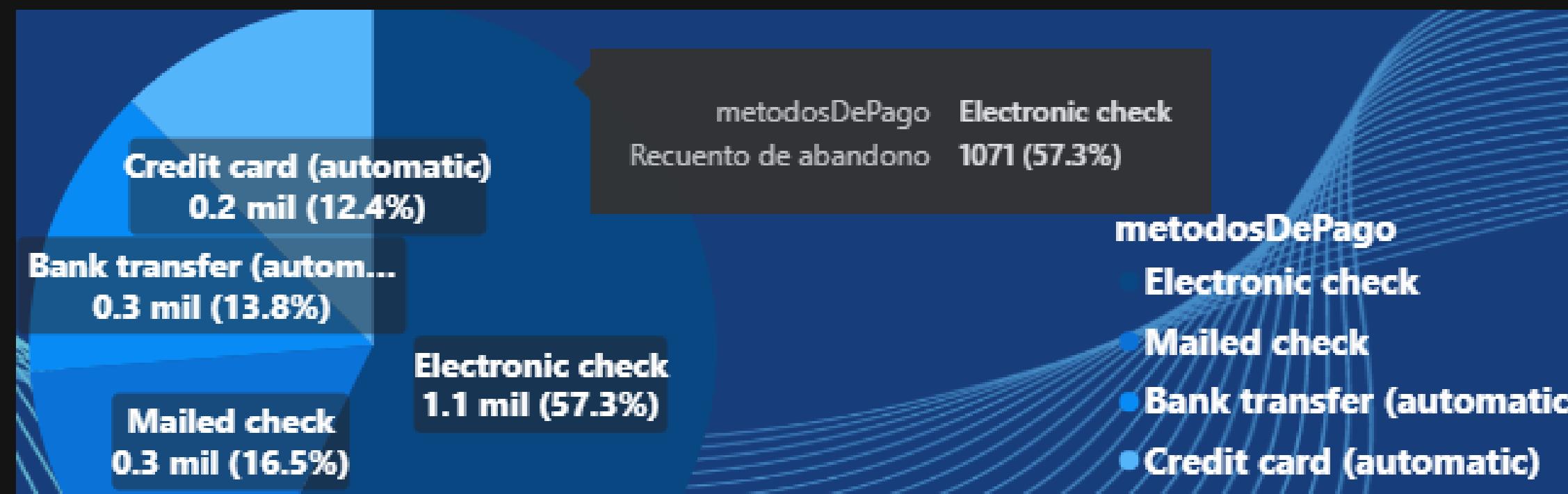
- INCENTIVOS PARA CONTRATOS A LARGO PLAZO:

Para los contratos mensuales se tienen un porcentaje de abandono significativamente mayor que los contratos anuales y bianuales, la empresa podría ofrecer incentivos especiales para alentar a los clientes a optar por contratos a largo plazo. Estos incentivos podrían incluir descuentos en la tarifa mensual o beneficios adicionales exclusivos para aquellos que se comprometan a un contrato de mayor duración.



- MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO EN MÉTODOS DE PAGO ELECTRÓNICOS:

El método de pago electrónico tiene el mayor porcentaje de abandono, entonces debemos centrarnos en mejorar la experiencia del usuario para los clientes que utilizan este método. Como optimizar la plataforma de pago en línea para que sea más fácil de usar y garantizar que los problemas técnicos se resuelvan rápidamente. Además, la empresa podría ofrecer incentivos especiales, como descuentos adicionales, para aquellos que elijan métodos de pago menos propensos al abandono.



- EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN PROACTIVA PARA GRUPOS DE MAYOR EDAD:

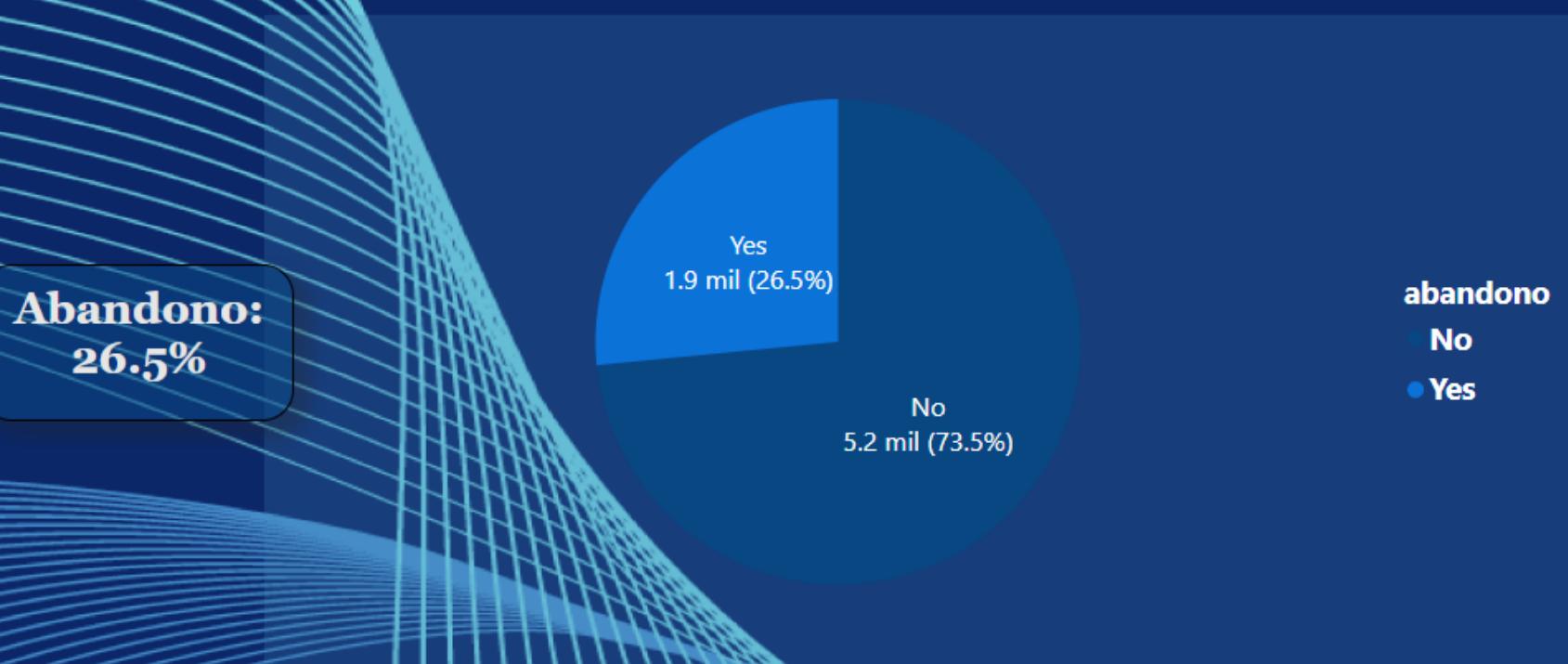
El porcentaje de abandono no es tan alto entre los clientes de mayor edad, tenemos que implementar programas educativos y de comunicación proactiva dirigidos específicamente a este grupo demográfico. Por ejemplo promocionar tutoriales en plataformas vistas por ellos, como tiktok o facebook de cómo aprovechar los servicios de la empresa, tipos de recordatorios periódicos sobre la importancia de renovar los contratos y mantener una relación continua con la empresa.



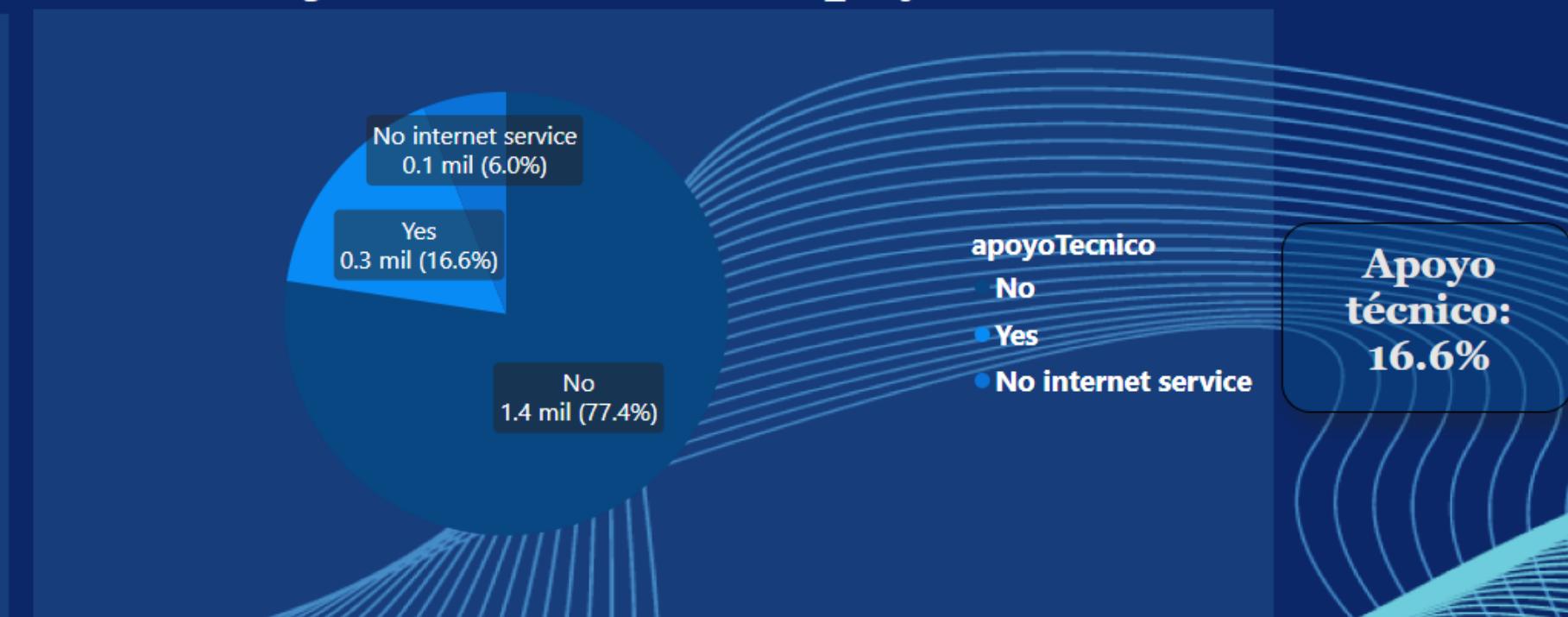
Dºº hecho hay un
Tiktok que lo explica

DASHBOARD 3

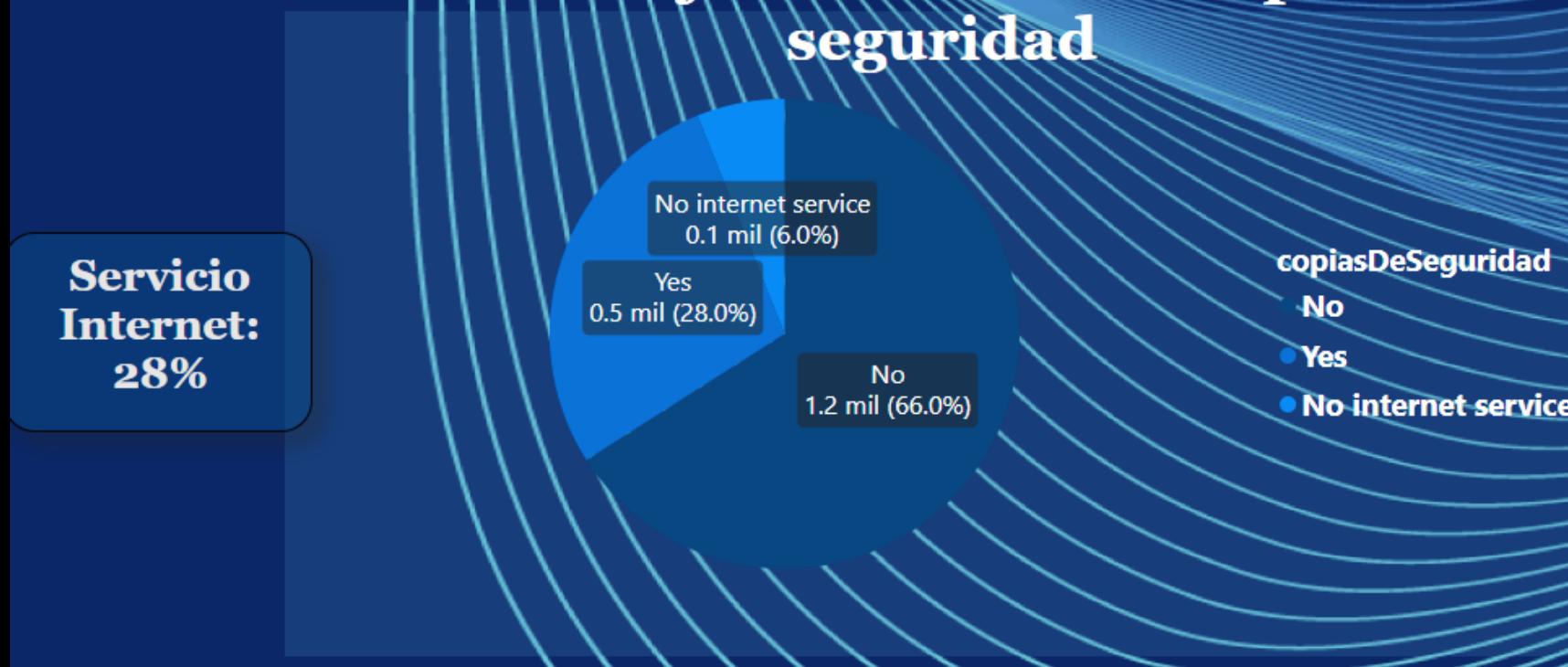
Porcentaje de Abandono General



Porcentaje de Abandono Apoyo técnico



Porcentaje de Abandono Copias de seguridad

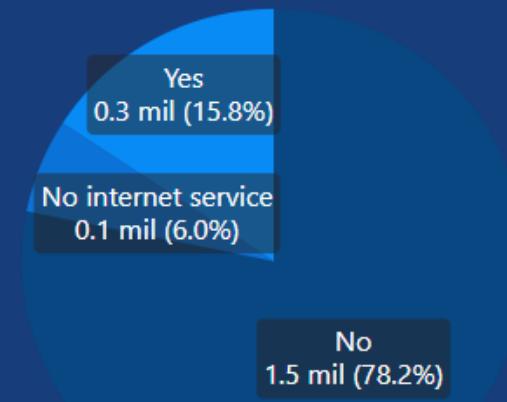


Porcentaje de Abandono líneas telefónicas



Porcentaje de Abandono Seguridad Online

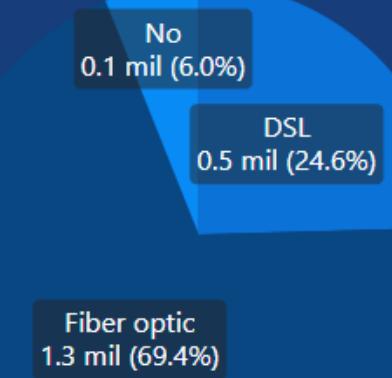
Seguridad Online:
15.8%



seguridadOnline
• No
• No internet service
• Yes

Porcentaje de Abandono Servicio de Internet

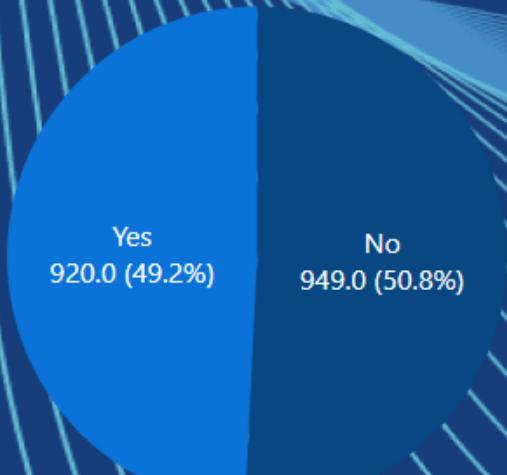
Servicio Internet:
94%



servicioDeInternet
• DSL
• Fiber optic
• No

Porcentaje de Abandono Servicio de transporte

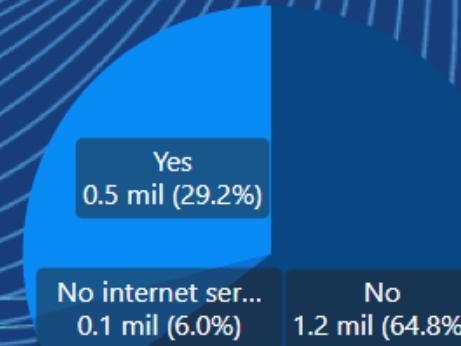
Servicio transporte:
49.2%



servicioDeTransporte
• No
• Yes

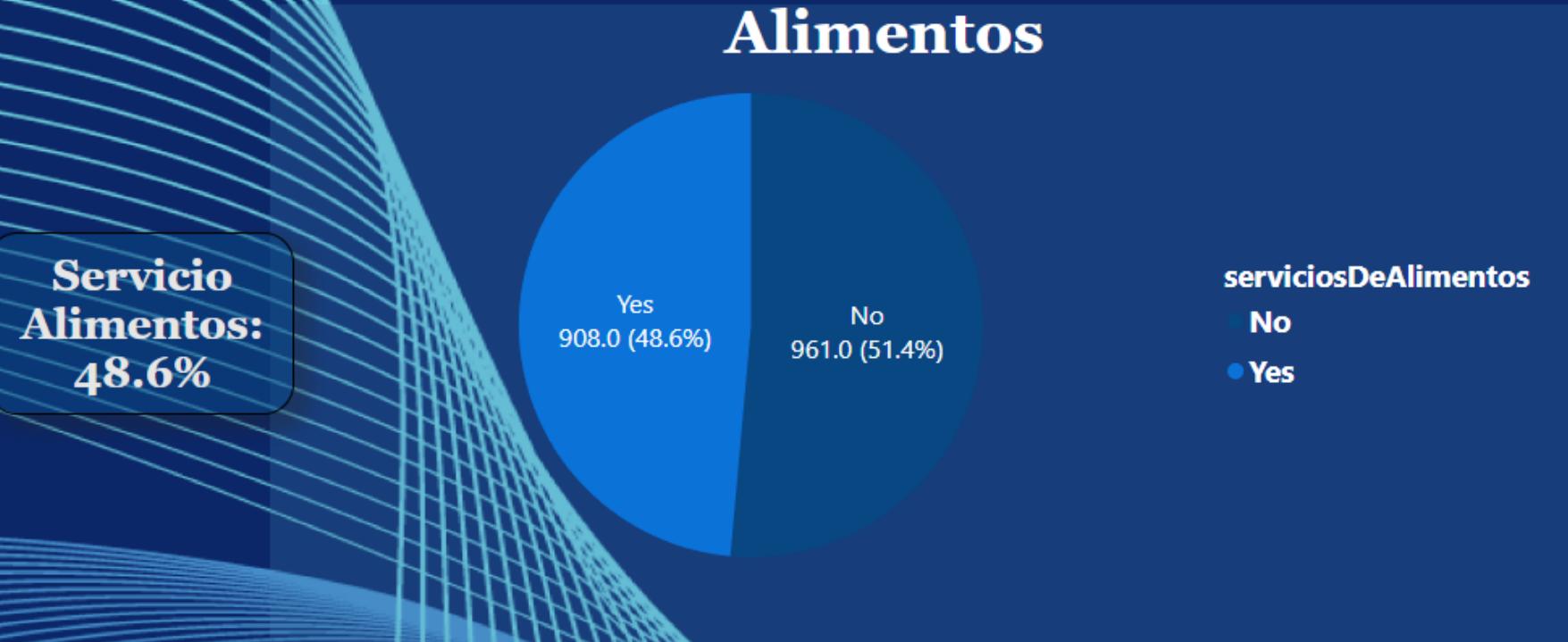
Porcentaje de Abandono Servicio Protección Móvil

Servicio Protección Móvil:
48.6%

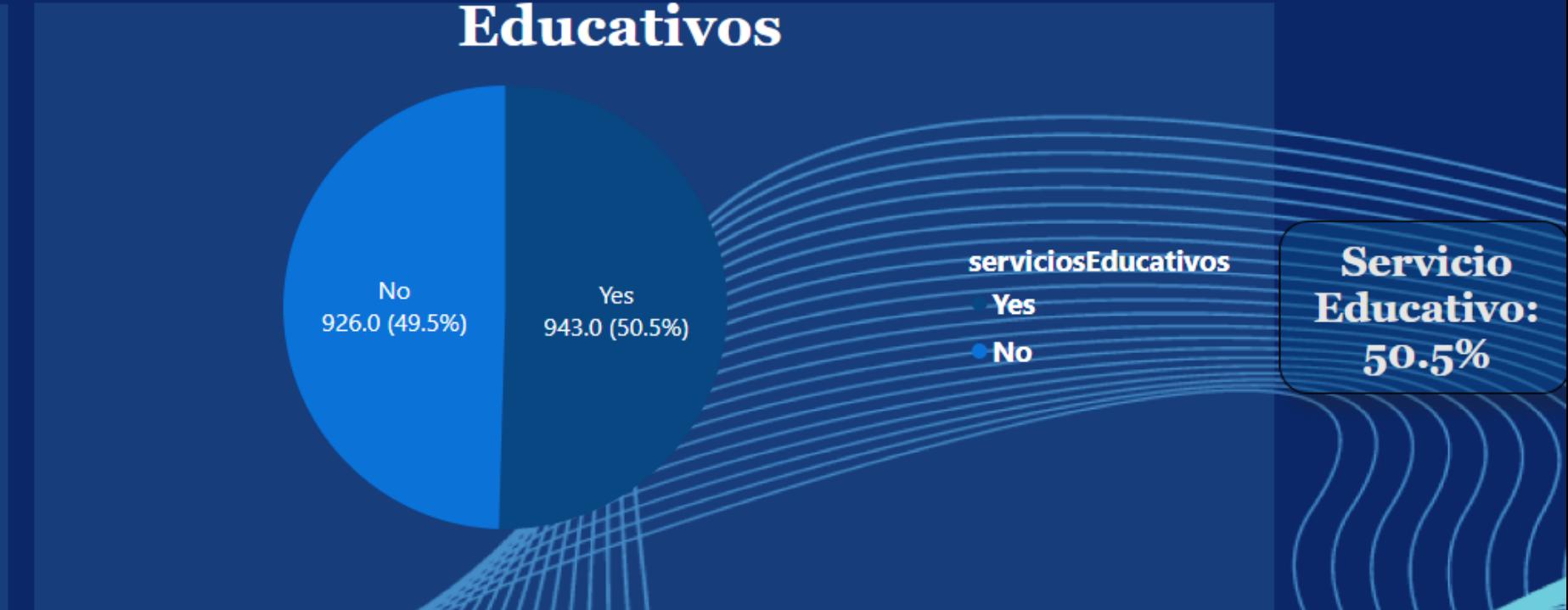


servicioProteccionMovil
• No
• No internet service
• Yes

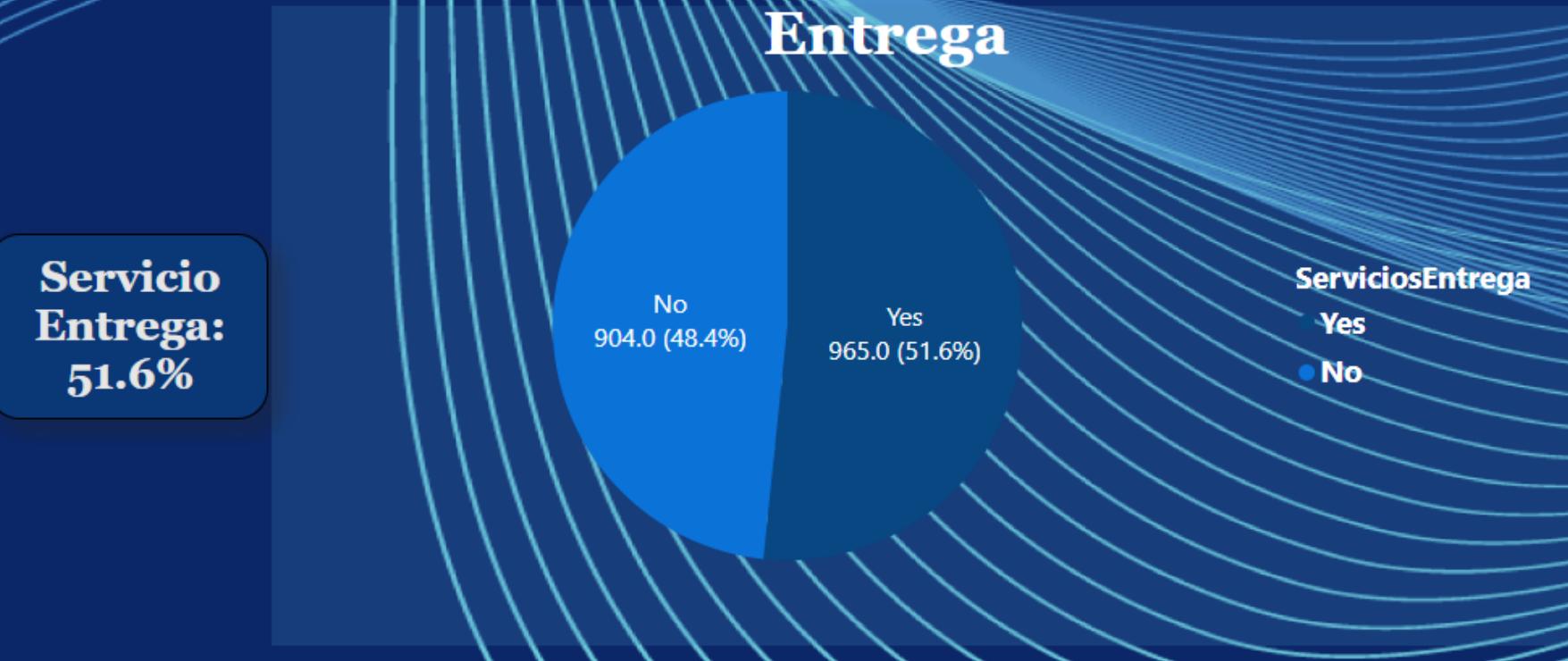
Porcentaje de Abandono Servicio de Alimentos



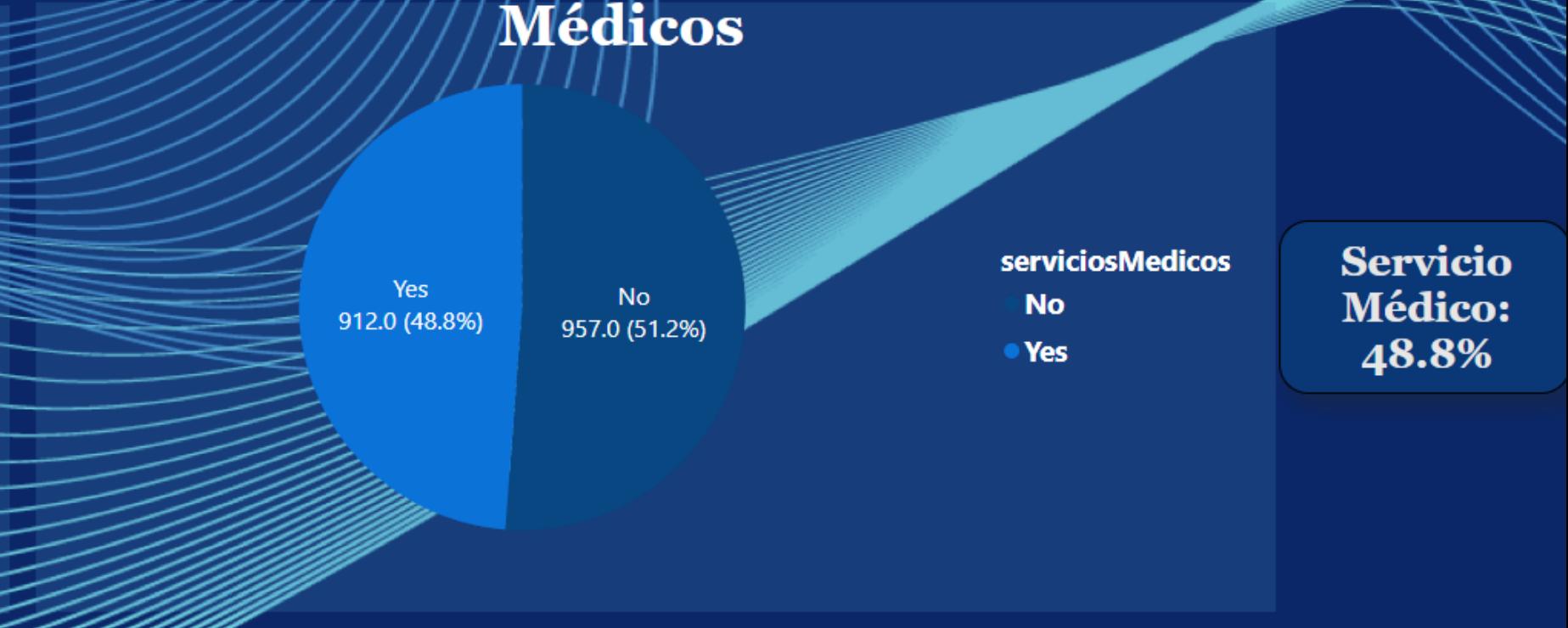
Porcentaje de Abandono Servicio Educativos



Porcentaje de Abandono Servicio de Entrega



Porcentaje de Abandono Servicio Médicos



Porcentaje de Abandono Servicio para mascotas

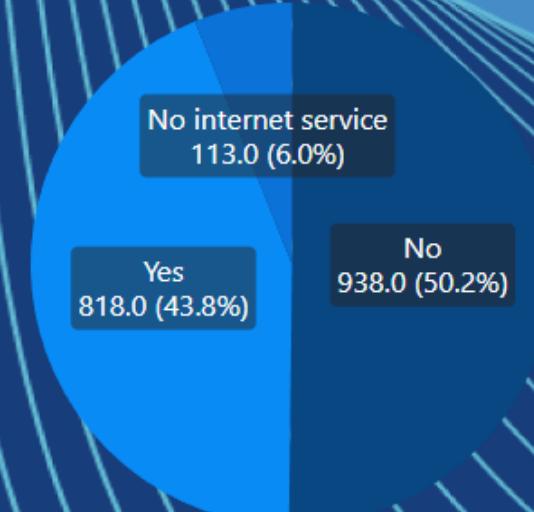
Servicio para mascotas:
49.6%



serviciosParaMascotas
● No
● Yes

Porcentaje de Abandono Streaming Movies

Straming Movies:
43.8%



StreamingMovies
● No
● Yes
● No internet service

Porcentaje de Abandono Servicio telefónico

No
0.2 mil (9.1%)

Yes
1.7 mil (90.9%)

servicioTelefonico
● No
● Yes

Servicio telefónico:
90.9%

Porcentaje de Abandono Streaming TV

No internet service
113.0 (6.0%)

Yes
814.0 (43.6%)

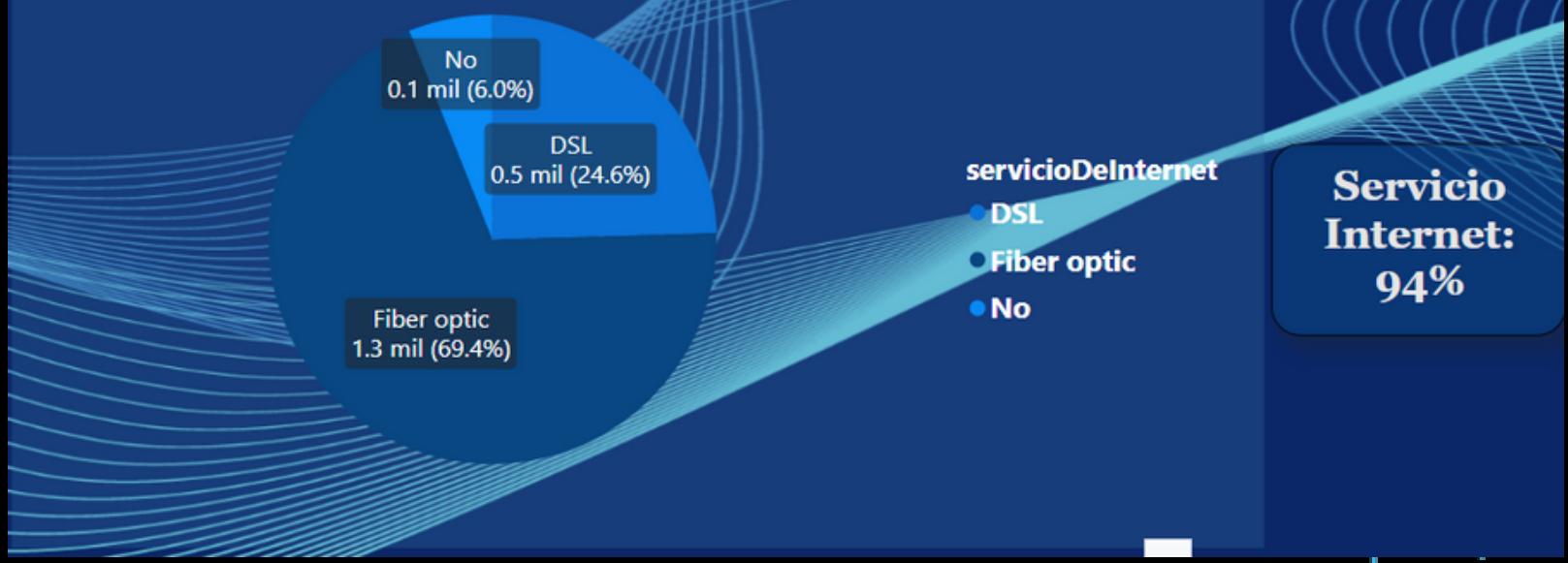
No
942.0 (50.4%)

StreamingTV
● No
● Yes
● No internet service

TV: 43.6%

REPRESENTAN MAYOR ABANDONO A LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA

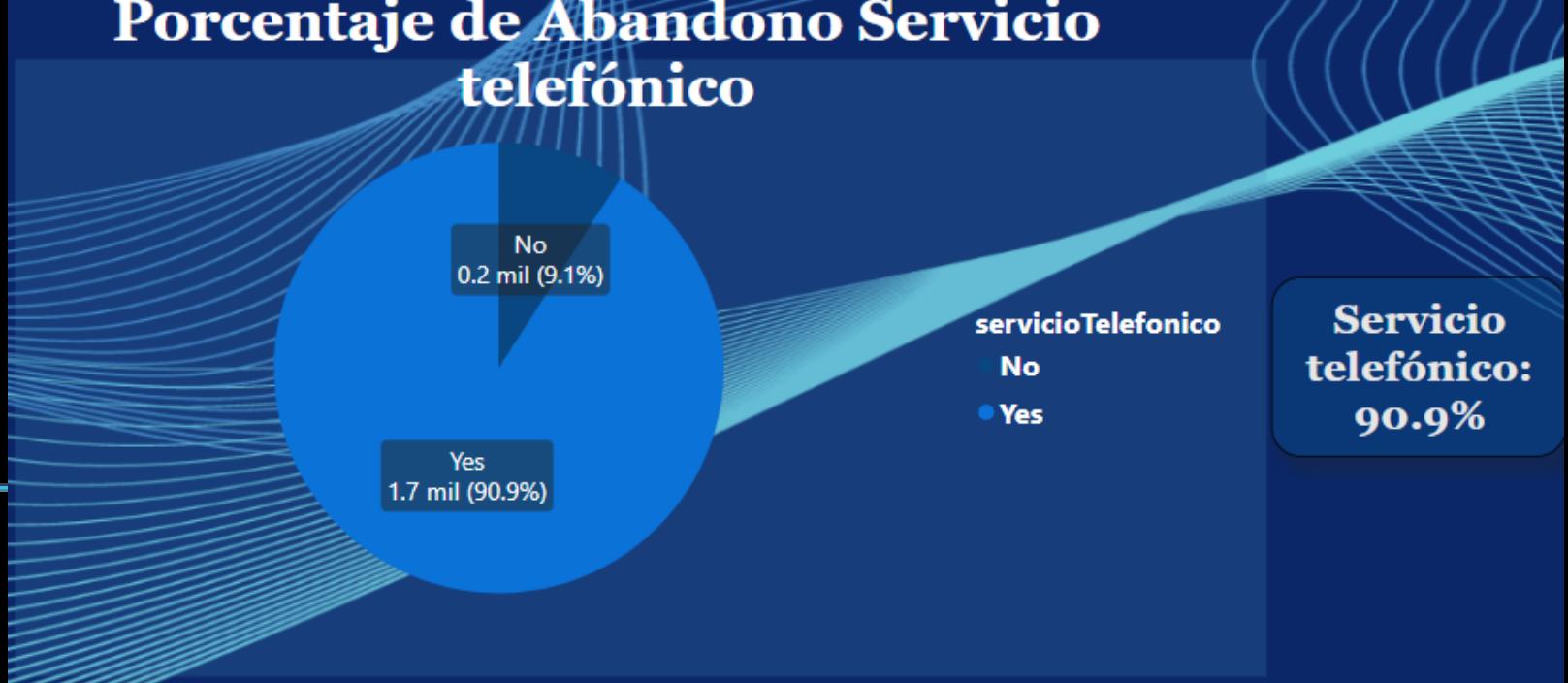
Porcentaje de Abandono Servicio de Internet



Porcentaje de Abandono Servicio de Entrega



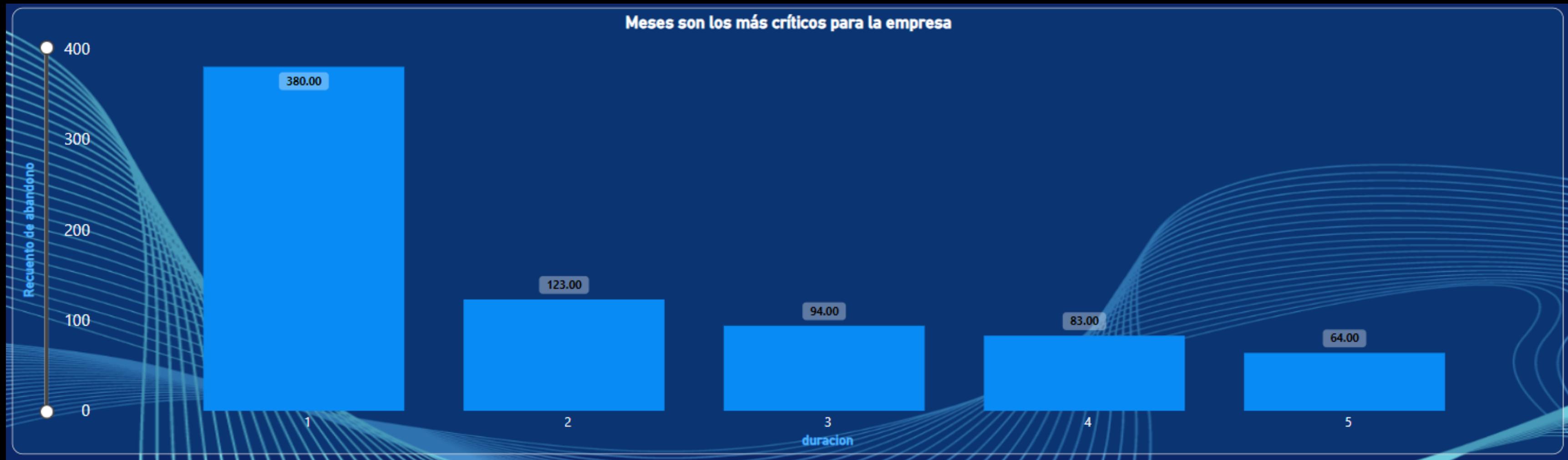
Porcentaje de Abandono Servicio telefónico



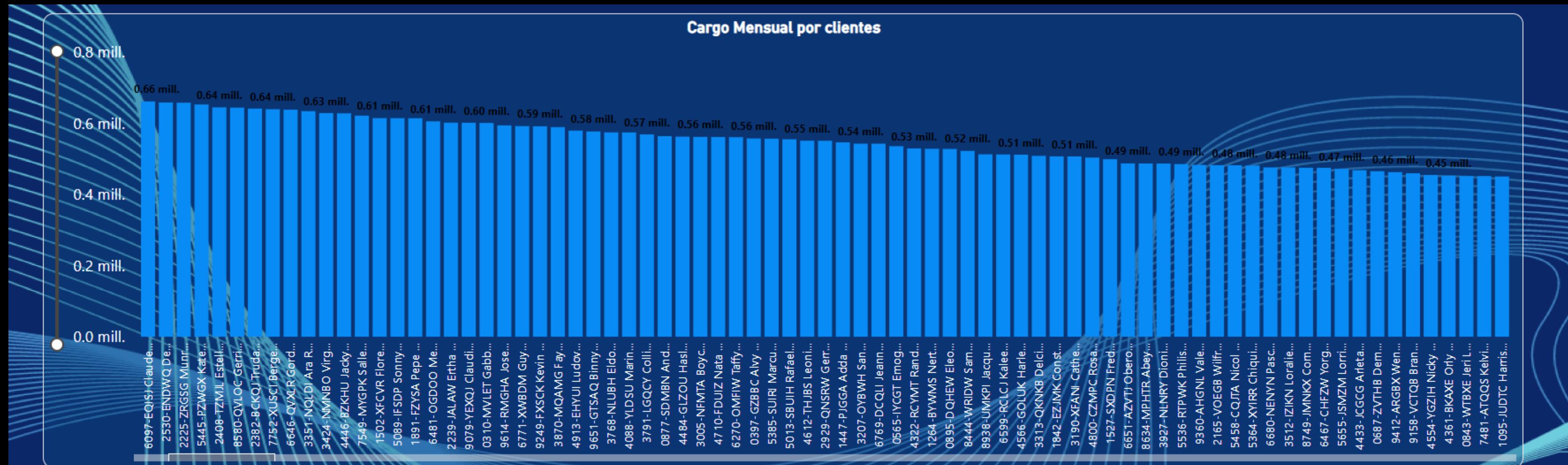
Porcentaje de Abandono Servicio Educativos



MESES MÁS CRÍTICOS PARA LA EMPRESA EN DONDE EL CLIENTE ABANDONA SUS SERVICIOS



PROMEDIO DE LOS CARGOS MENSUALES QUE LOS USUARIOS PAGAN POR MES



Promedio de los cargos mensuales que los usuarios pagan por mes

3,517.44

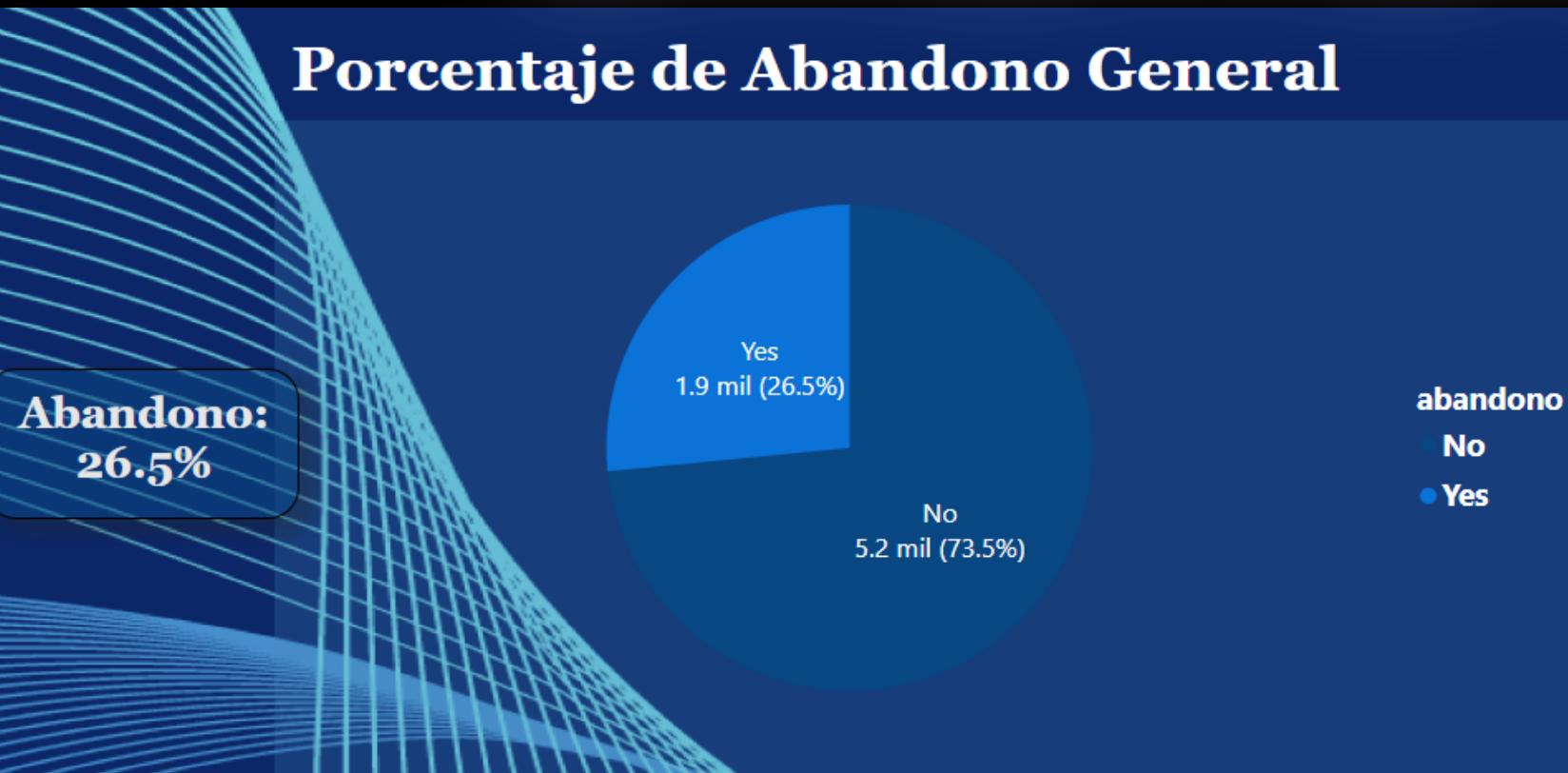
Promedio de cargoMensual

ESTRATEGÍA

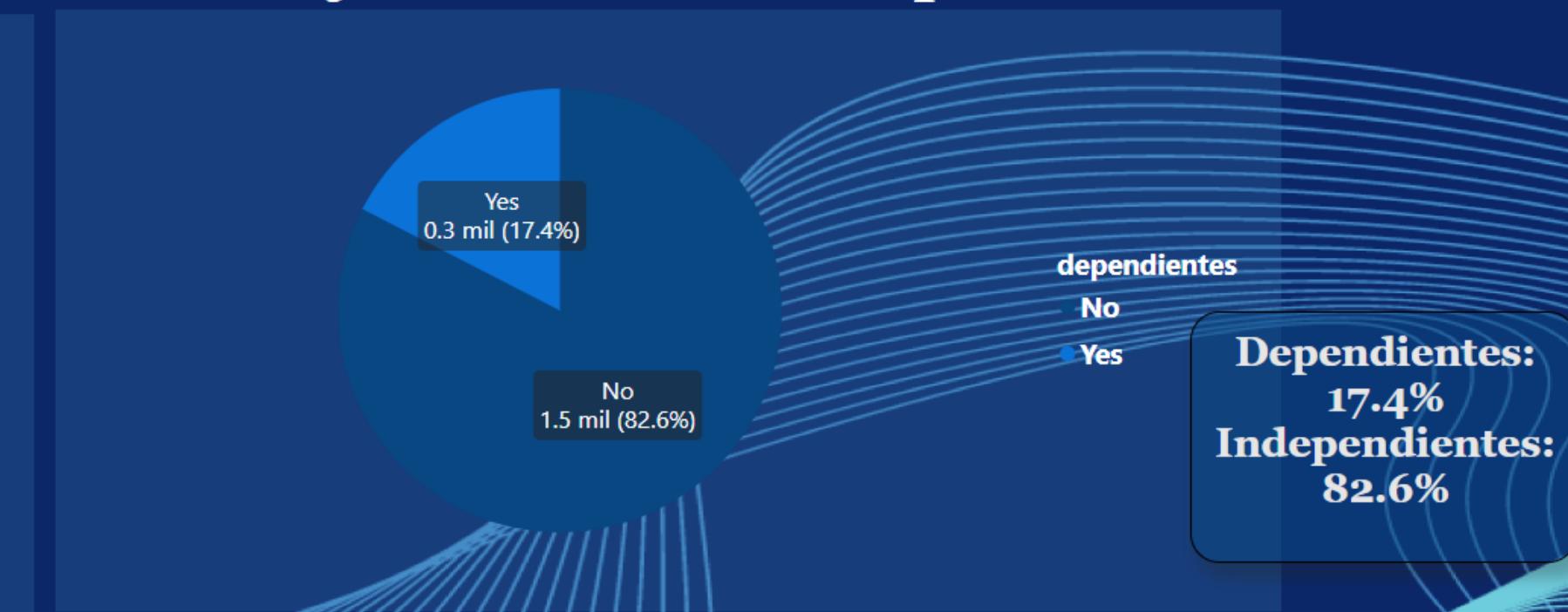
Se deben analizar factores de abandono de cada uno de los servicios que presta la empresa, segmentando los tipos de clientes que más tienden a abandonar los servicios (como se hace en los siguientes dashboards) y con estos sectores mantener una comunicación proactiva que ayude a mantenerlos satisfechos y de vez en cuando darles promociones para que continúen con el servicio.

DASHBOARD 4

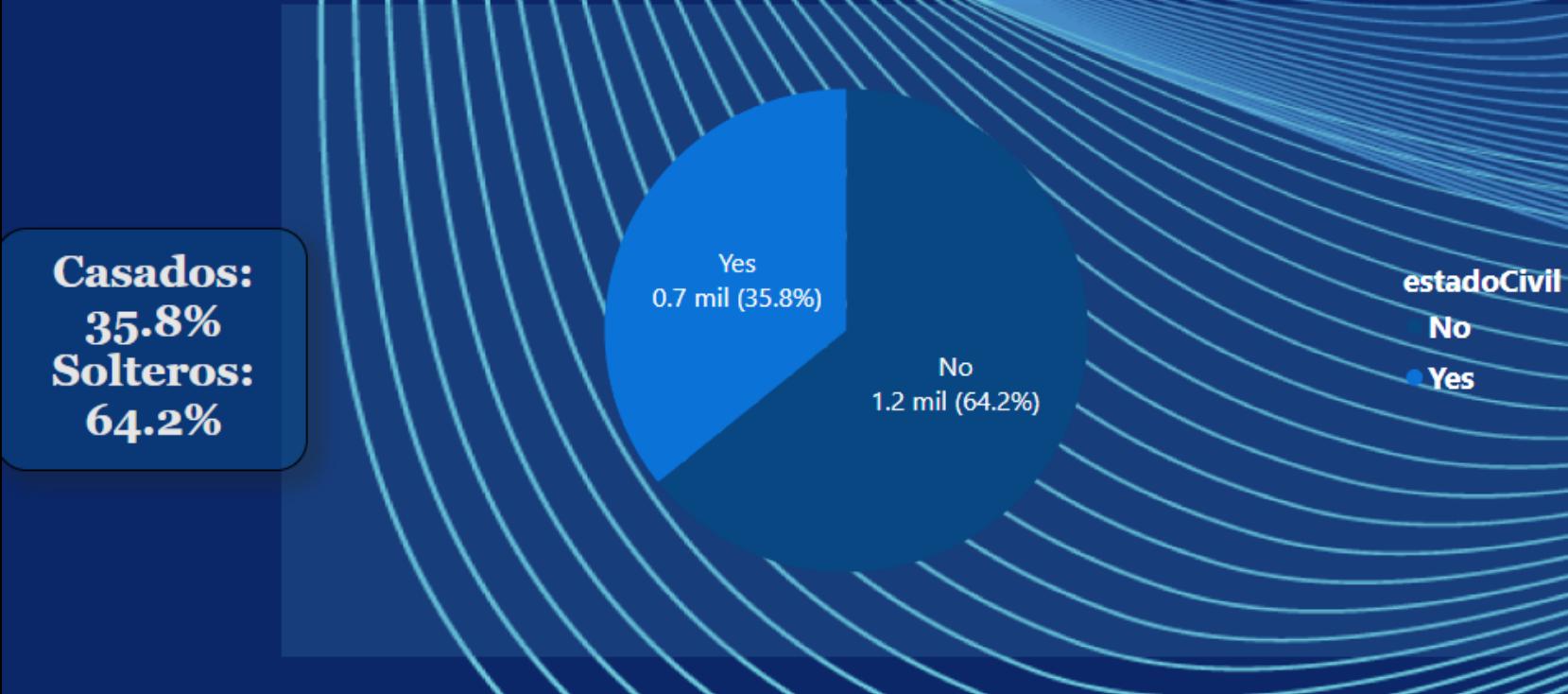
Porcentaje de Abandono General



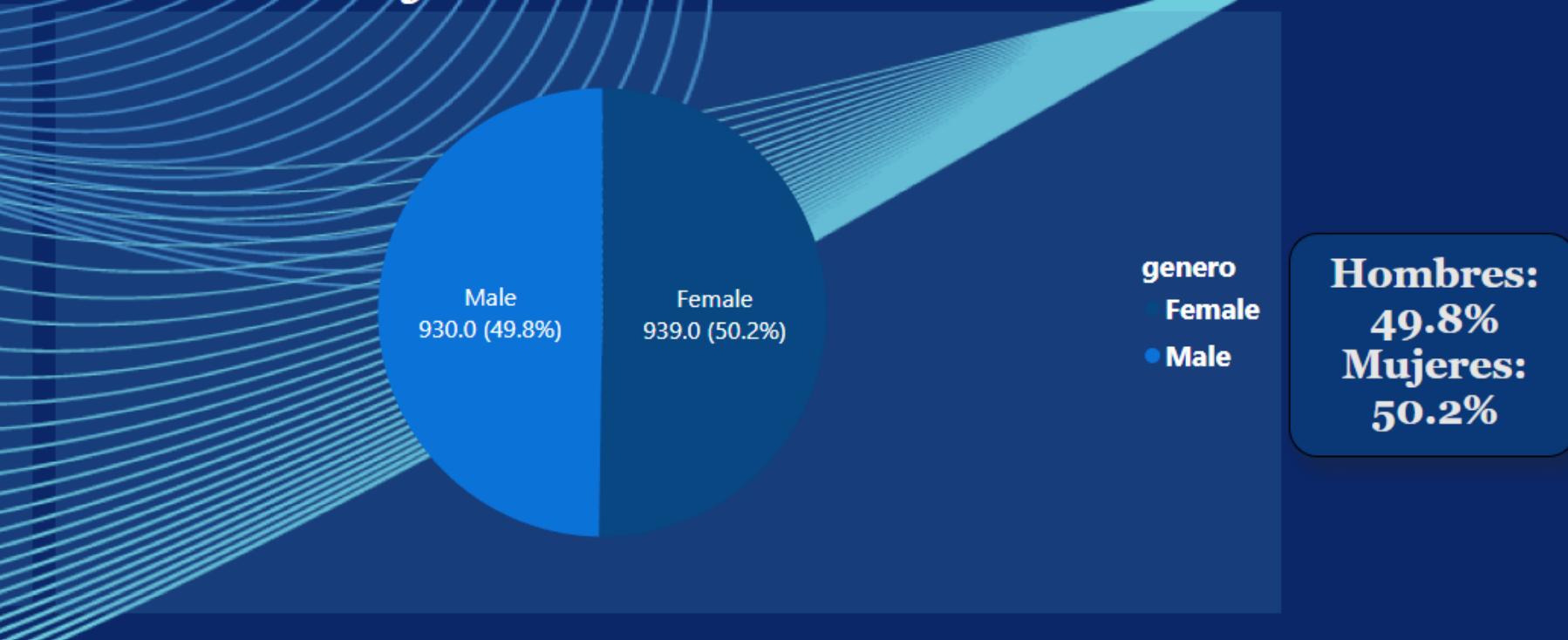
Porcentaje de Abandono - Dependientes



Porcentaje de Abandono - Estado Civil



Porcentaje de Abandono - Género



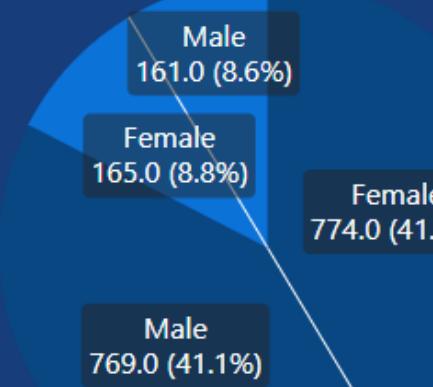
Porcentaje de Abandono - Mayoría de edad

Mayor:
25.5%
Menor:
74.5%



mayoriaDeEdad
● False
● True

Porcentaje de Abandono - Dependientes / Género

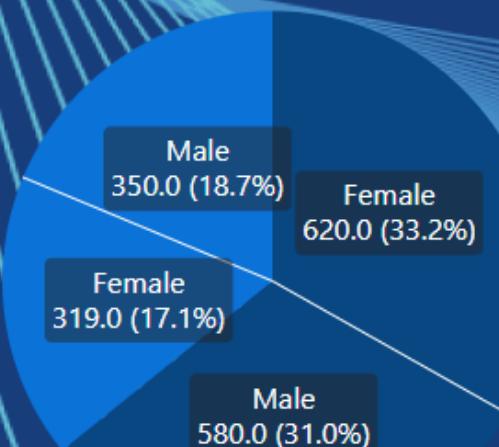


dependientes
● No
● Yes

Dep. Hom:
41.1%
Dep. Muj:
41.4%
Ind. Hom:
8.6%
Ind. Muj:
8.8%

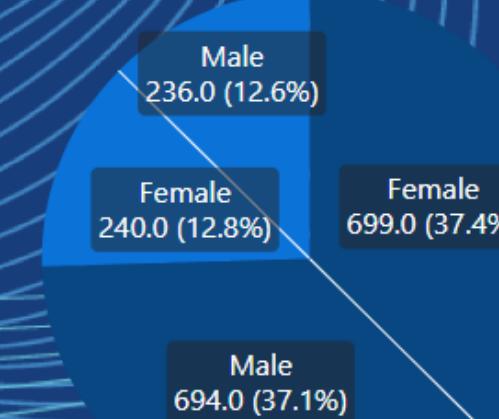
Porcentaje de Abandono - Estado Civil / Género

Sol. Hom:
31%
Sol. Muj:
33.2%
Cas. Hom:
18.7%
Cas. Muj:
17.1%



estadoCivil
● No
● Yes

Porcentaje de Abandono - Mayoría de edad / Género



mayoriaDeEdad
● False
● True

May. Hom:
12.6%
May. Muj:
12.8%
Men. Hom:
37.1%
Men. Muj:
37.4%

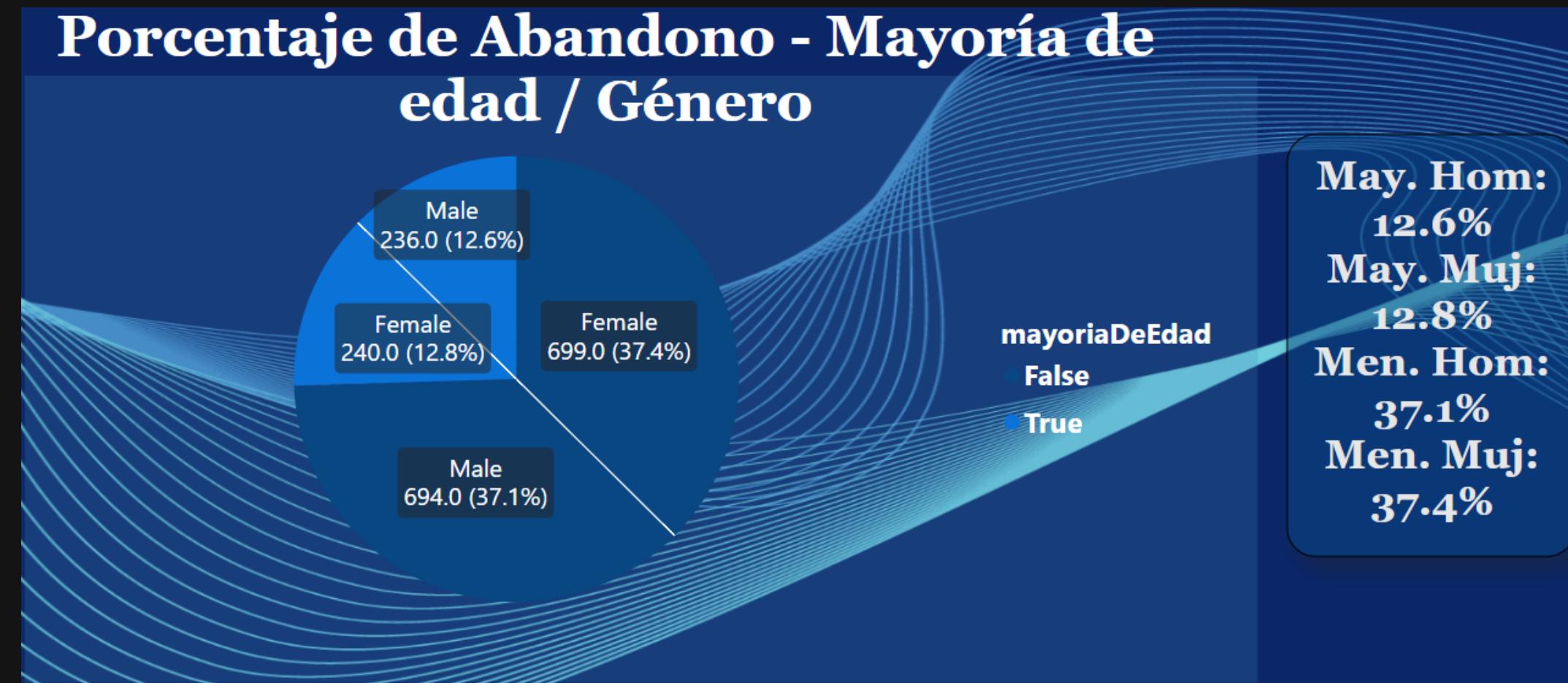


SE LE SOLICITA CREAR UN DASHBOARD DONDE EVALÚA EL
PORCENTAJE DE LA TASA DE ABANDONO EN BASE A
INFORMACIÓN OBTENIDA PROPIA DEL USUARIO
(INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA)

Al analizar varios grupos demográficos se pueden obtener valores muy generales en los que se llegan a dividir simplemente en dos grupos grandes, pero al segmentarlos más podemos obtener gráficas más específicas como en el caso de las siguientes 3:

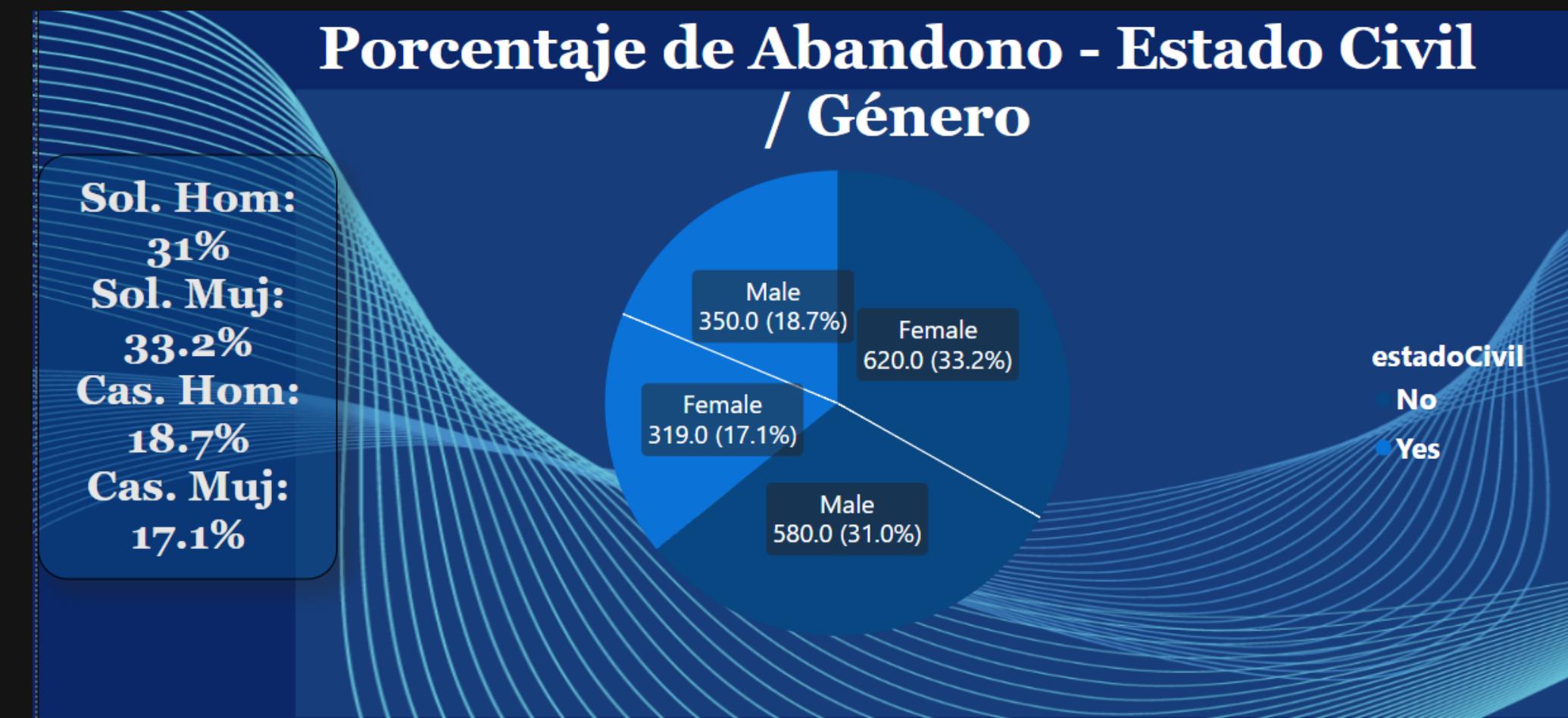
MAYORÍA DE EDAD/GÉNERO

El grupo que más tiende a abandonar son las mujeres menores de edad con un 37.4% y no tan alejado también está el grupo de hombres menores de edad con el 37.1%, por lo que podríamos establecer como estrategia colocar tarifas especiales para estudiantes (que muy probablemente sean la mayoría de menores de edad), logrando que permanezcan por más tiempo utilizando nuestros servicios



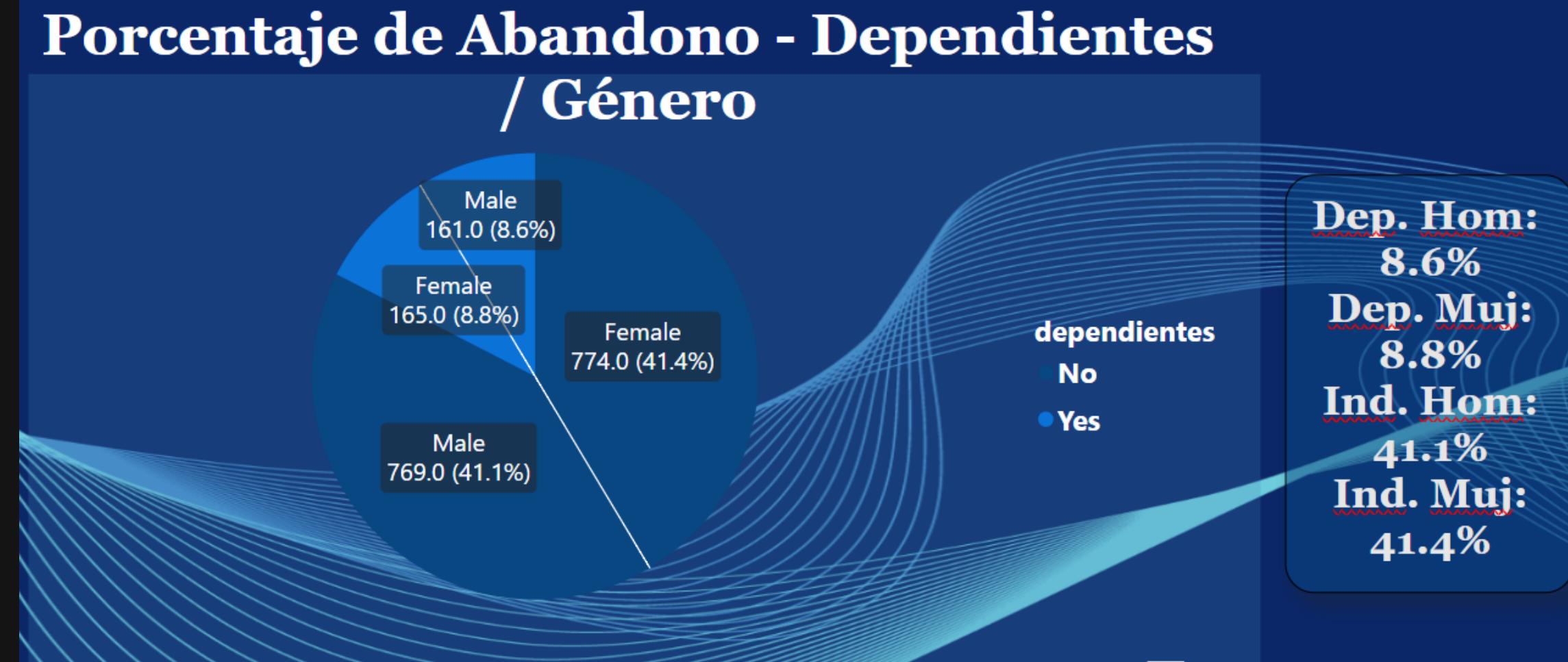
ESTADO CIVIL/GÉNERO

El grupo que más tiende a abandonar son las mujeres casadas con un 33.2% y no tan alejado también está el grupo de hombres casados con el 31.0%, por lo que podríamos establecer como estrategia colocar tarifas especiales o planes en pareja para que las personas casadas permanezcan por más tiempo contratando nuestros servicios.



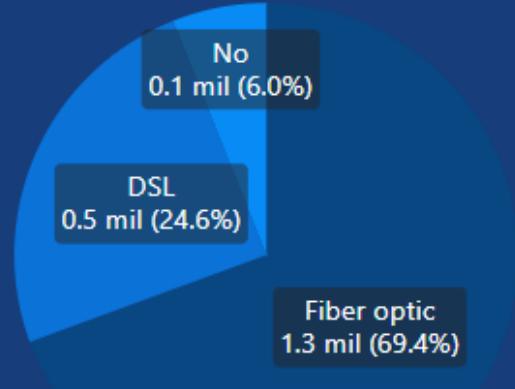
DEPENDIENTES/GÉNERO

El grupo que más tiende a abandonar son las mujeres independientes con un 41.4% y no tan alejado también está el grupo de hombres independientes con el 41.1%, lo que se puede deber a que al ser independientes trabajen y no utilicen tan seguido nuestros servicios, por lo que en el caso de los que son servicios digitales podríamos implementar tasas más cómodas con anuncios y en el caso de los presenciales pedir referencias de conocidos que probablemente necesiten de nuestros servicios para darles tazas más cómodas.



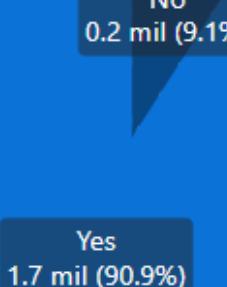
DASHBOARD 5

Porcentaje de Servicio de Internet



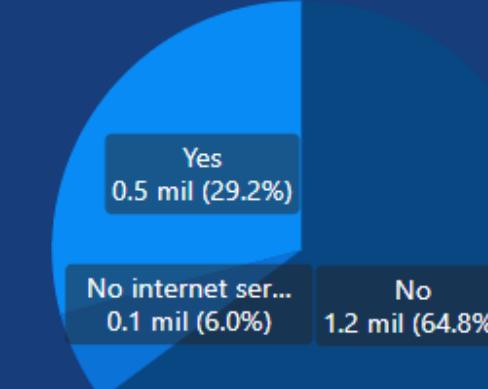
servicioDeInternet
● Fiber optic
● DSL
● No

Porcentaje de Abandono Servicio Telefónico



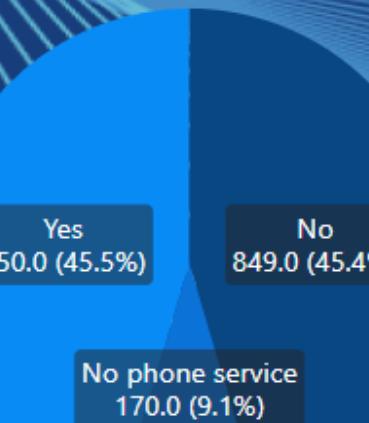
servicioTelefonico
● No
● Yes

Porcentaje de Abandono Servicio Protección Móvil



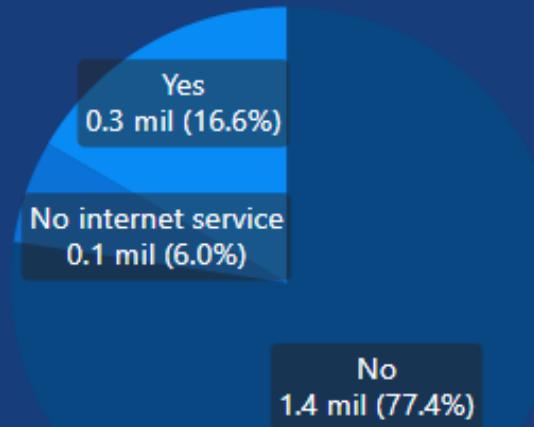
servicioProteccionMovil
● No
● No internet service
● Yes

Porcentaje de Abandono Líneas telefónicas



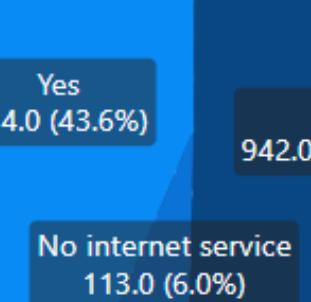
lineasTelefonicas
● No
● No phone service
● Yes

Porcentaje de Abandono Contrato



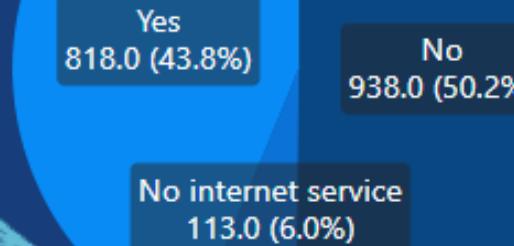
apoyoTecnico
● No
● No internet service
● Yes

Porcentaje de Abandono Streaming TV

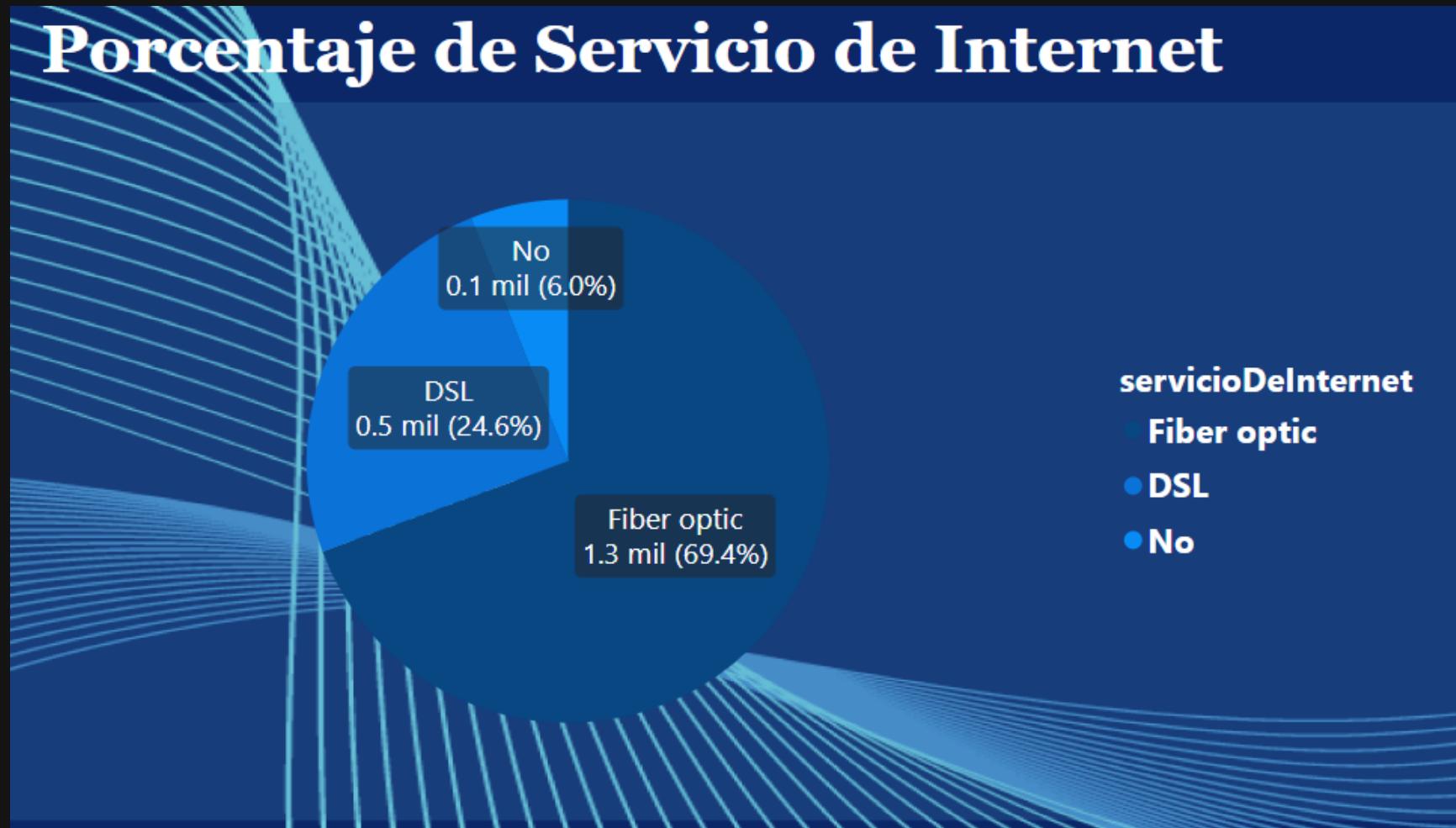


StreamingTV
● No
● No internet service
● Yes

Porcentaje de Abandono Streaming Movies



StreamingMovies
● No
● No internet service
● Yes



COSTO:

Ofrecer planes más flexibles y económicos, promociones y descuentos para clientes leales.

CALIDAD DEL SERVICIO:

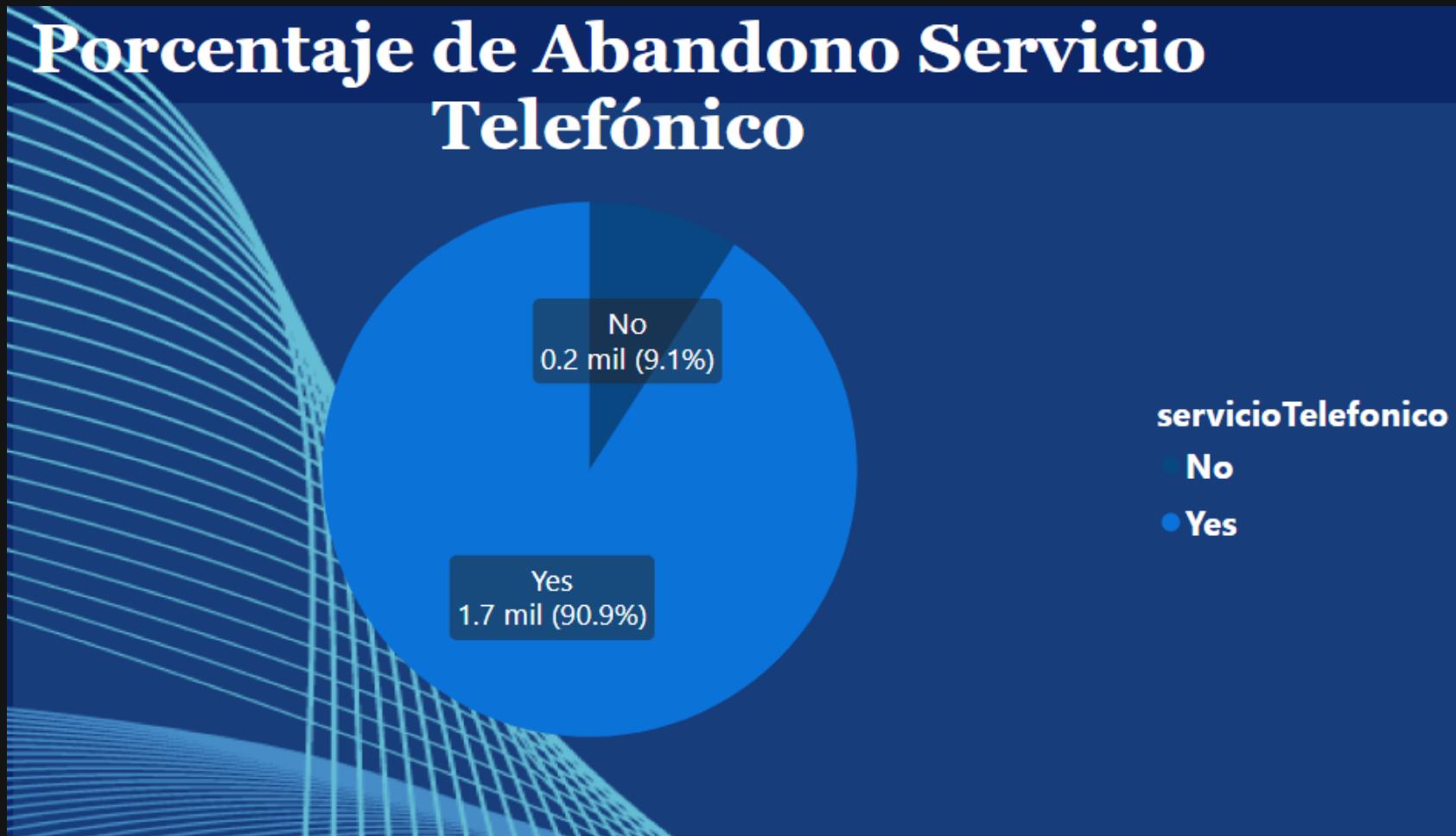
Mejorar la velocidad, estabilidad y cobertura del servicio, especialmente de Fibra óptica que es la rama de este servicio que presenta más abandono. Implementar un sistema de monitoreo proactivo para detectar y solucionar problemas rápidamente.

ATENCIÓN AL CLIENTE:

Brindar un servicio de atención al cliente eficiente, amigable y resolutivo. Ofrecer diferentes canales de comunicación (teléfono, chat, correo electrónico) para que los clientes puedan elegir el que más les convenga.

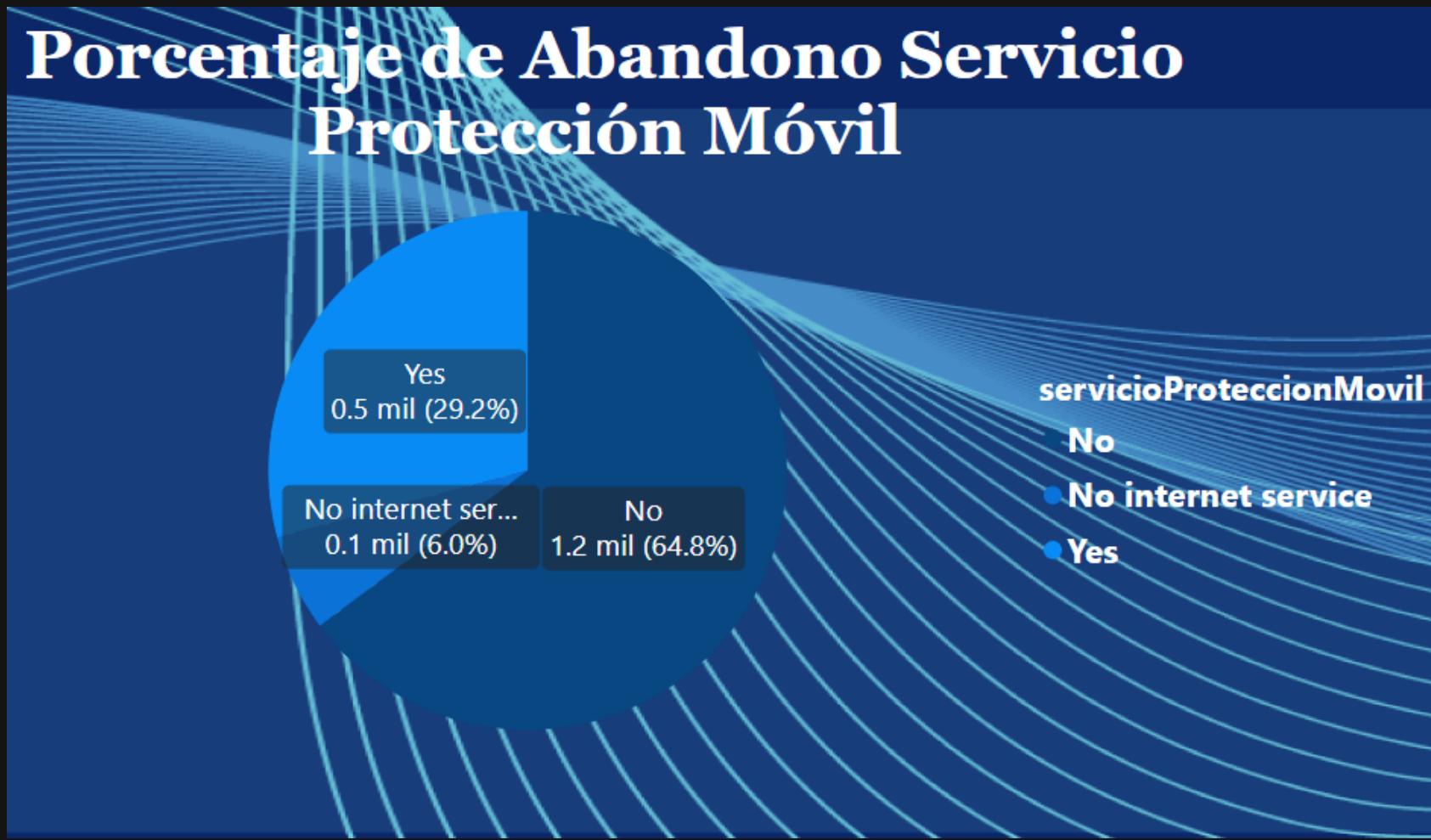
BENEFICIOS EXCLUSIVOS:

Brindar acceso a contenido premium, eventos especiales o descuentos en otros servicios.



A este hay que prestarle bastante atención ya que es de los porcentajes más altos en abandono, se sugiere implementar:

- Ofertas especiales para clientes que contraten varios servicios.
- Descuentos por permanencia.
- Atención al cliente personalizada.
- Incluir paquetes que combinen telefonía fija, móvil e internet.
- Ofrecer servicios adicionales como televisión por cable o streaming.
- Reducir las llamadas caídas y la congestión en la red.
- Mejorar la claridad del sonido y la recepción.
- Ofrecer un servicio técnico eficiente y resolutivo



AMPLIAR LA COBERTURA DE LOS SERVICIOS:

- Incluir más países y ciudades en la cobertura.
- Ofrecer diferentes planes de cobertura para diferentes necesidades.

MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE:

- Brindar un servicio de atención al cliente eficiente y resolutivo.
- Ofrecer diferentes canales de comunicación (teléfono, chat, correo electrónico) para que los clientes puedan elegir el que más les convenga.

IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE

FIDELIZACIÓN:

- Ofertas especiales para clientes que contraten varios servicios.
- Descuentos por permanencia.
- Programas de recompensas.



A este servicio es de los que más hay que prestarle atención ya que tiene una tasa de abandono del 45.5% que es bastante alto, por lo que se debe actuar de inmediato con lo siguiente:

CALIDAD DEL SERVICIO:

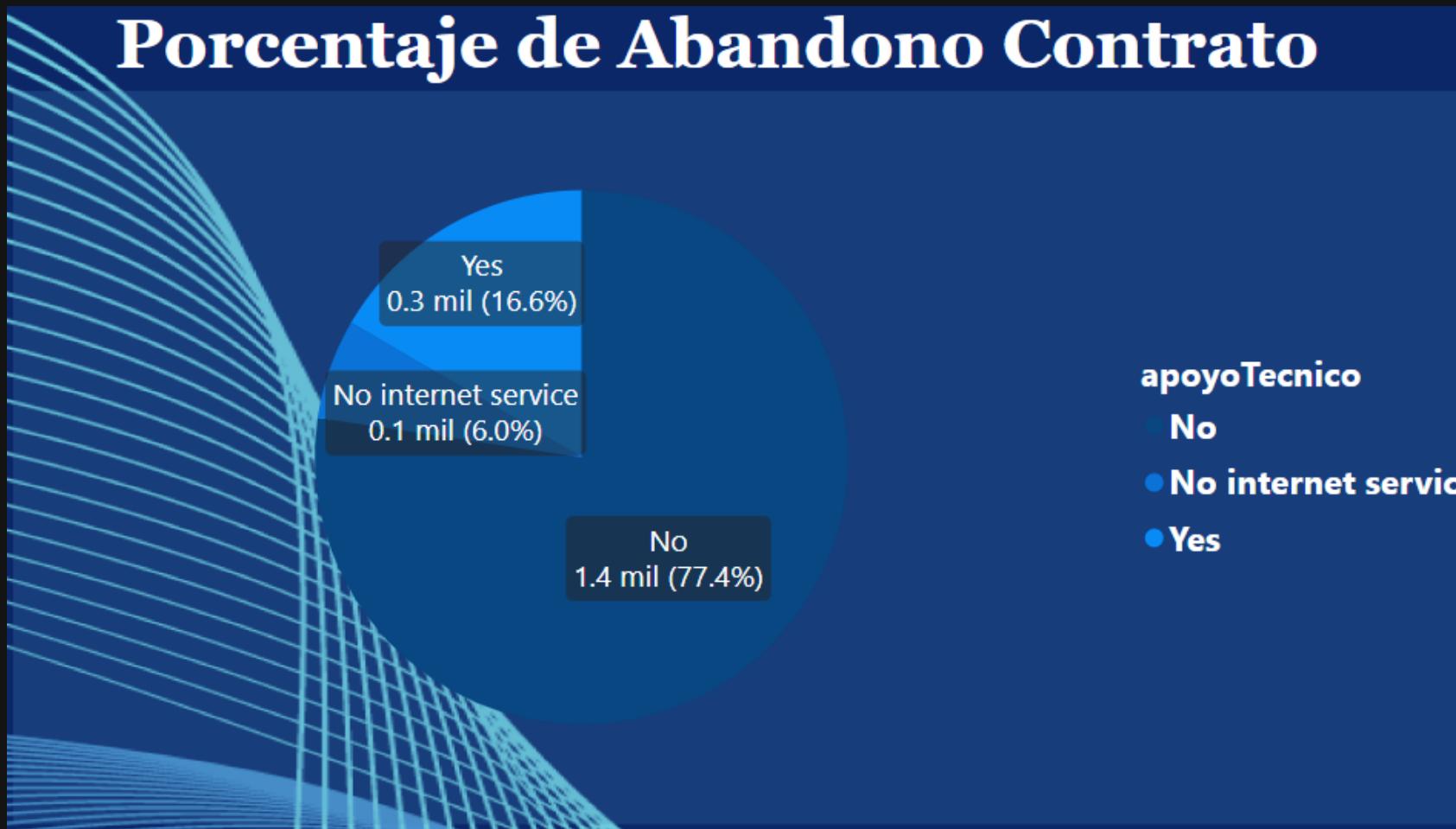
- Mejorar la velocidad, estabilidad y cobertura del servicio.
- Implementar un sistema de monitoreo proactivo para detectar y solucionar problemas rápidamente.

ATENCIÓN AL CLIENTE:

- Brindar un servicio de atención al cliente eficiente, amigable y resolutivo.
- Ofrecer diferentes canales de comunicación (teléfono, chat, correo electrónico) para que los clientes puedan elegir el que más les convenga.

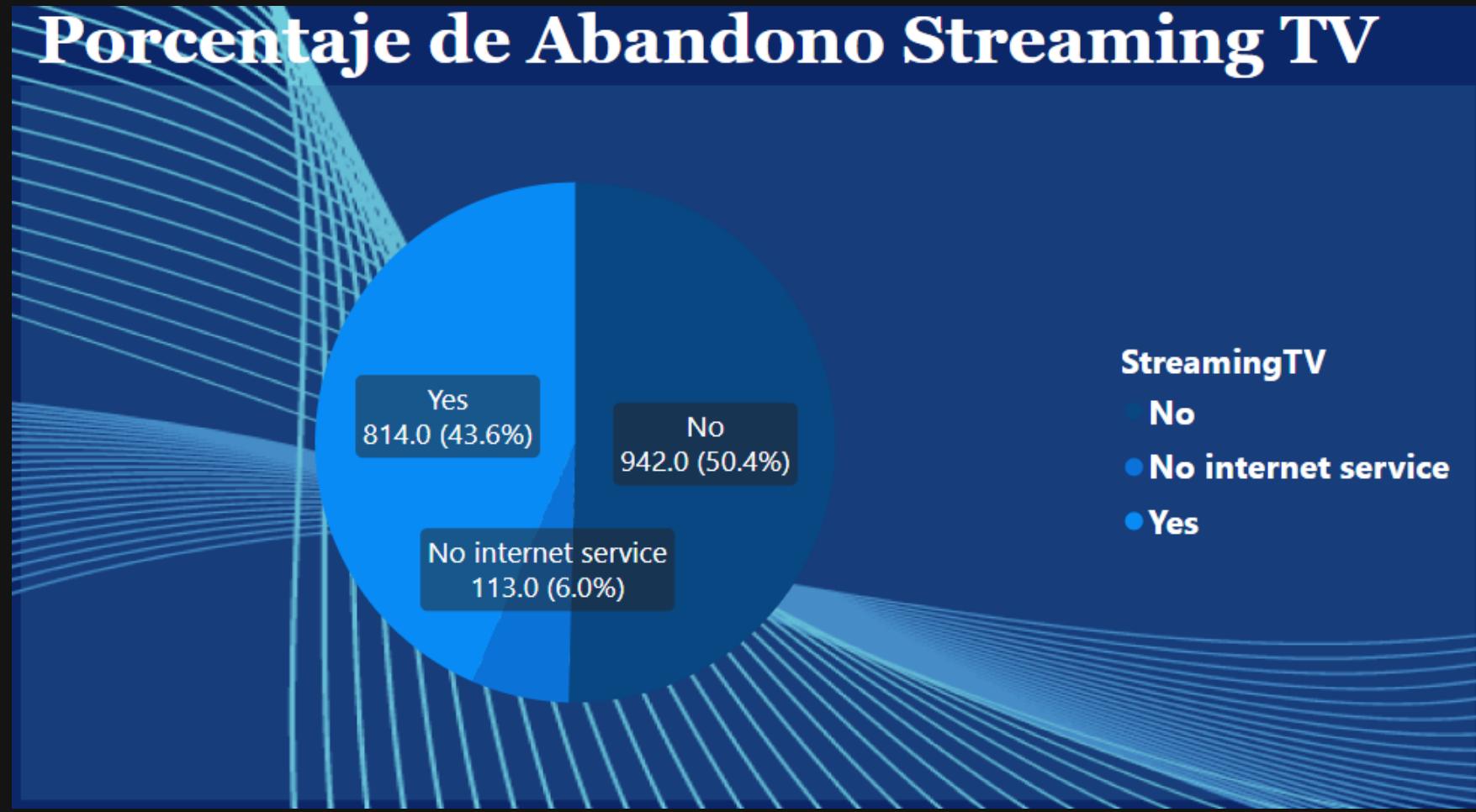
COSTO:

- Ofrecer planes más flexibles y económicos.
- Promociones y descuentos para clientes leales.



APOYO TÉCNICO:

- Mejorar la calidad del servicio de atención técnica.
- Ofrecer diferentes canales de comunicación para que los clientes puedan elegir el que más les convenga.
- Contratar buenos vendedores que convenzan a los usuarios de aplazar sus contratos.



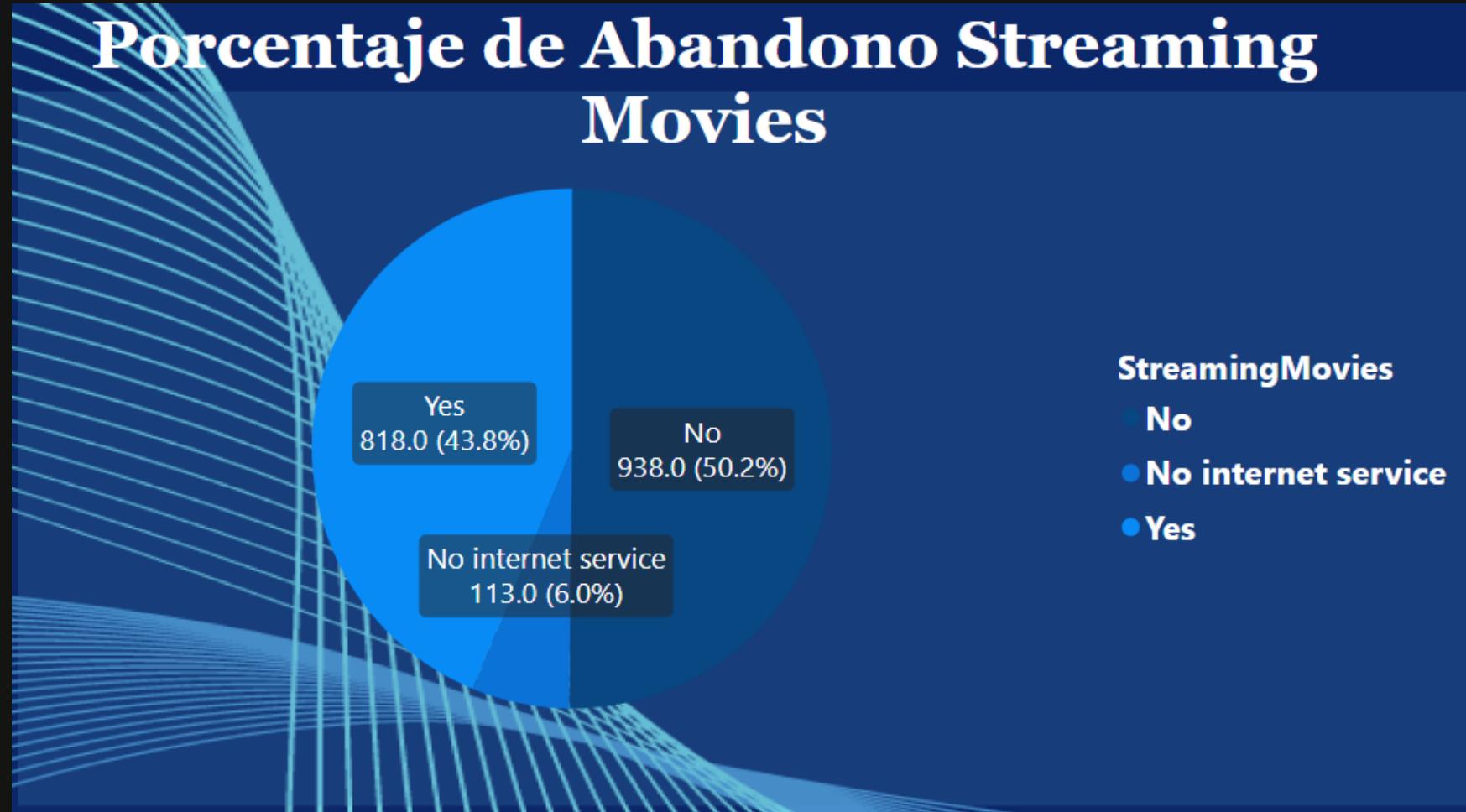
A este servicio es de los que más hay que prestarle atención ya que tiene una tasa de abandono del 43.6% que es bastante alto, por lo que se debe actuar de inmediato con lo siguiente:

COSTO:

- Ofrecer planes más flexibles y económicos.
- Promociones y descuentos para clientes leales.

CONTENIDO:

- Ampliar la oferta de contenido, incluyendo más canales, películas y series.
- Ofrecer contenido personalizado para cada cliente.



A este servicio es de los que más hay que prestarle atención ya que tiene una tasa de abandono del 43.8% que es bastante alto, por lo que se debe actuar de inmediato con lo siguiente:

COSTO:

- Ofrecer planes más flexibles y económicos.
- Promociones y descuentos para clientes leales.

CALIDAD DEL SERVICIO:

- Ampliar la oferta de contenido, incluyendo más películas y series.
- Ofrecer contenido personalizado para cada cliente.



gracias

