

Análisis Exploratorio y Conclusiones Estratégicas

Introducción

Este documento presenta un análisis exploratorio basado en los datos de planes móviles, tarifas y clientes, con el objetivo de identificar patrones relevantes que permitan tomar decisiones estratégicas. Se analizó la distribución por tipo de plan, comportamiento tarifario, concentración geográfica de clientes y la relación entre variables clave como CFM_VOZ, CFM_DATOS y tipo de plan.

1. Patrones Relevantes Detectados

- **Bajo uso de planes ilimitados (ILIM):** La mayoría de los clientes usan planes con datos medidos en GB y solo el 4% de los clientes tienen planes ilimitados, según el KPI.
- **Concentración en planes Abiertos:** En los gráficos de barras y pie hay más del 58% de los clientes están en planes Abiertos.
- **Disparidad clara en CFM_VOZ vs CFM_DATOS entre tipos de plan:** Planes Abiertos tienen los valores más altos en voz y datos.
- **Concentración geográfica en zonas específicas:** Mapa muestra densidad en Cundinamarca, Antioquia, Valle del Cauca. Las zonas como Guainía, Vaupés y Vichada tienen menor o nula presencia.
- **Relación directa entre planes con más datos y mayor CFM_TOTAL:** Planes con mayor cfm_voz también presentan mayor cfm_datos.
- **Departamentos con altos ingresos totales no necesariamente tienen más clientes:** En la tabla, Antioquia y Cundinamarca destacan en clientes y facturación. Otros departamentos tienen pocos clientes pero cargos fijos altos.

2. Insights Tácticos

Alta concentración en planes abiertos con uso de GB

- **Evidencia:** La mayoría de los clientes se concentran en planes 'Abiertos' con datos en GB, no ilimitados.
- **Implicación:** Los clientes aún se orientan por esquemas tradicionales.
- **Recomendación:** Migrar clientes hacia planes mixtos o ilimitados mediante campañas de valor y beneficios escalonados.

Mayores ingresos promedio en planes mixtos e ilimitados

- **Evidencia:** El CFM_TOTAL promedio es significativamente mayor en planes mixtos e ilimitados.
- **Implicación:** Existe un potencial de rentabilidad sin ampliar cobertura.
- **Recomendación:** Fortalecer estrategias de upselling enfocadas en este segmento premium.

Disparidad regional en el valor por cliente

- **Evidencia:** Antioquia, Cundinamarca y Valle del Cauca concentran mayor facturación; regiones como Vaupés o Vichada presentan menor penetración.
- **Implicación:** Hay oportunidades de expansión y ajuste de precios regionales.
- **Recomendación:** Diseñar modelos tarifarios flexibles y estrategias focalizadas por región.

3. Conclusiones Estratégicas

1. Potencial de crecimiento en planes de alto valor: Los datos muestran que los planes mixtos e ilimitados, aunque menos frecuentes, aportan mayores ingresos mensuales. Se recomienda escalar su adopción con incentivos comerciales.
2. Diversificación tarifaria regional: Las diferencias geográficas en consumo y facturación evidencian la necesidad de adaptar el portafolio tarifario a las condiciones locales.
3. Portafolio centrado en esquemas tradicionales: Se observa una alta dependencia de planes abiertos. Modernizar el portafolio es clave para aumentar valor por cliente.
4. Aprovechamiento de analítica avanzada: La segmentación y los modelos predictivos desarrollados en python en el archivo Desarrollo_Código.ipynb pueden integrarse como herramientas regulares de gestión comercial.

Elaborado por: *Daniel Fernando Manosalva Cáceres*