

FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS

**FAMAF**



Universidad  
Nacional  
de Córdoba



# DIPLOMATURA EN CIENCIA DE DATOS

## PROYECTO MÓDULO

# EQUIPO

- . Integrante 1
- . Integrante 2
- . Integrante 3

...

# 01



Titulo Proyecto

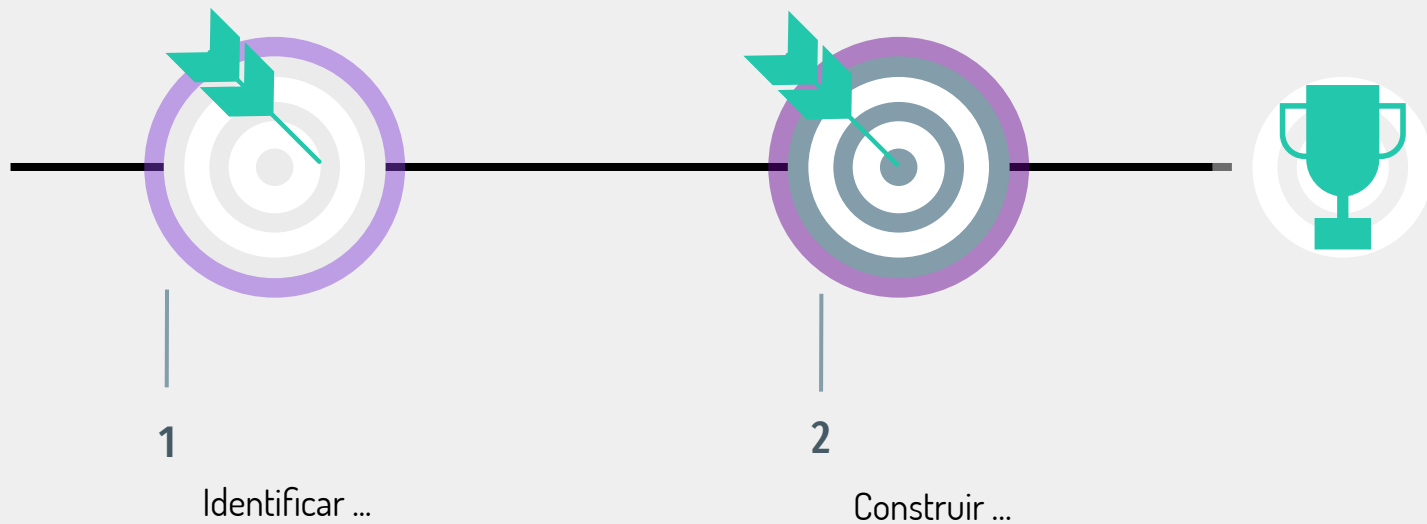
# PROBLEMA IDENTIFICADO



Disminuir las pérdidas por divergencias en las acciones de comercialización debidas a no disponer de una base de datos de clientes adecuadamente segmentada.



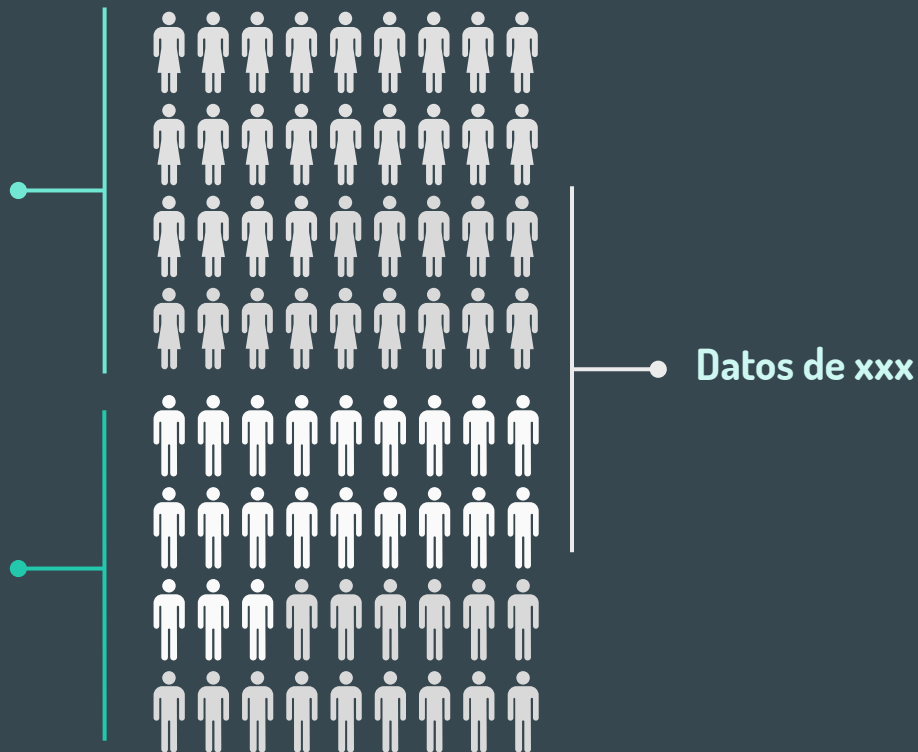
# OBJETIVOS DEL PROYECTO



# DATOS DISPONIBLES PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS

Datos xxx.

Datos de xxx.



# IMPACTO DEL PROYECTO

Se espera que ...

- ✓ Sdfdsfssssdfdf.
- ✓ Esto permitirá asdfasdfasd.



# EQUIPO

- . Integrante 1
- . Integrante 2
- . Integrante 3
- ...

## 02



Título Proyecto

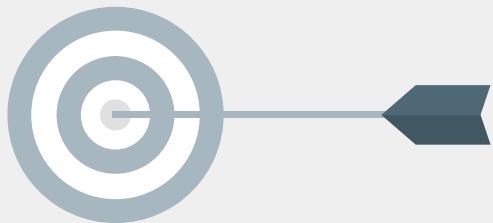
# OPORTUNIDAD

Disponer una metodología alternativa a la que aplica xx actualmente para la estimación de la probabilidad de default, aprovechando la oportunidad de generar mejor información para monitorear la cartera comercial

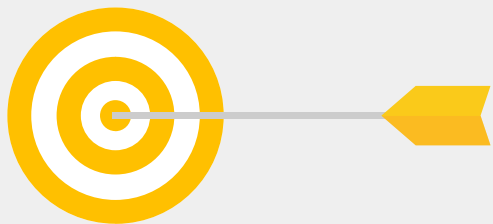




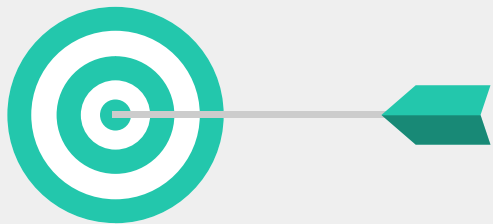
# OBJETIVOS DEL PROYECTO



Elaborar y validar una metodología alternativa para la estimación del riesgo de default.



Comparar los resultados con la actual para aportar datos a la evaluación de la decisión de su eventual implementación.



Elaboración de un tablero de indicadores útil para el seguimiento de la cartera comercial del banco, basado en el perfil de capacidad de pago del cliente.

# DATOS DISPONIBLES PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS

Los actualmente  
disponibles para la  
metodología vigente.

Datos disponibles de  
capacidad de pago de  
los clientes que  
actualmente no se  
aprovechan en el  
modelado vigente.



# EQUIPO

- . Integrante 1
- . Integrante 2
- . Integrante 3

...

# 03



Título del Proyecto

# OPORTUNIDAD

Mejorar la experiencia del cliente  
Bancor en base al análisis de sus  
propias opiniones.



# OBJETIVOS DEL DESAFÍO

1

Sistematizar el análisis automático de los diferentes textos generados alrededor de un cliente y por el cliente mismo.

2

Identificar los temas de interés del cliente y su estado de ánimo.

3

Mostrar la información desde la perspectiva estática y dinámica (su evolución a través del tiempo).

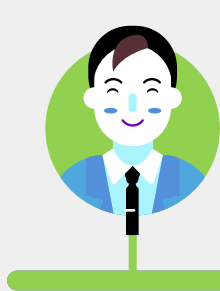
4

Diseñar alternativas de acceso a la información por diferentes plataformas y niveles de segmentación.



# DATOS DISPONIBLES PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS

XX posee gran cantidad de información respecto a las opiniones, actitudes y estado de ánimo de un cliente



a través de lo que habla con operadores del call center



Mediante sus publicaciones en redes sociales



Vía **AAA**: donde el operador detalla resumidamente cada consulta por escrito.



# EQUIPO

- . Integrante 1
- . Integrante 2
- . Integrante 3

...

# 04



Título del Proyecto

# PROBLEMA / OPORTUNIDAD



Disminuir pérdidas causadas por las numerosas transacciones desconocidas (no reconocidas como propias) por los clientes al comprar



Mejorar la experiencia del cliente al descongestionar el proceso de resolución de reclamos.





# OBJETIVOS DEL PROYECTO

1) Caracterizar grupos de comportamiento diferenciado ....



2) Desarrollar un modelo ....



3) Aportar información al diseño e implementación de estrategias de ....



4) Contribuir al diseño de campañas de marketing personalizado.



5) Identificar oportunidades de .....



# DATOS DISPONIBLES PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS



Datos de transacciones con xx  
no reconocidas como propias por el cliente.





FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS

FAMAF



Universidad  
Nacional  
de Córdoba



# MUCHAS GRACIAS



FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS

FAMAF



UNC

Universidad  
Nacional  
de Córdoba