

Resumen Ejecutivo

Factores Clave que Influyen en la Cancelación de Clientes

Objetivo del análisis

Identificar las variables más influyentes en la decisión de cancelación de clientes (churn) utilizando un modelo de árbol de decisión optimizado con RandomizedSearchCV.

El propósito es traducir estos hallazgos en acciones concretas para mejorar la retención.

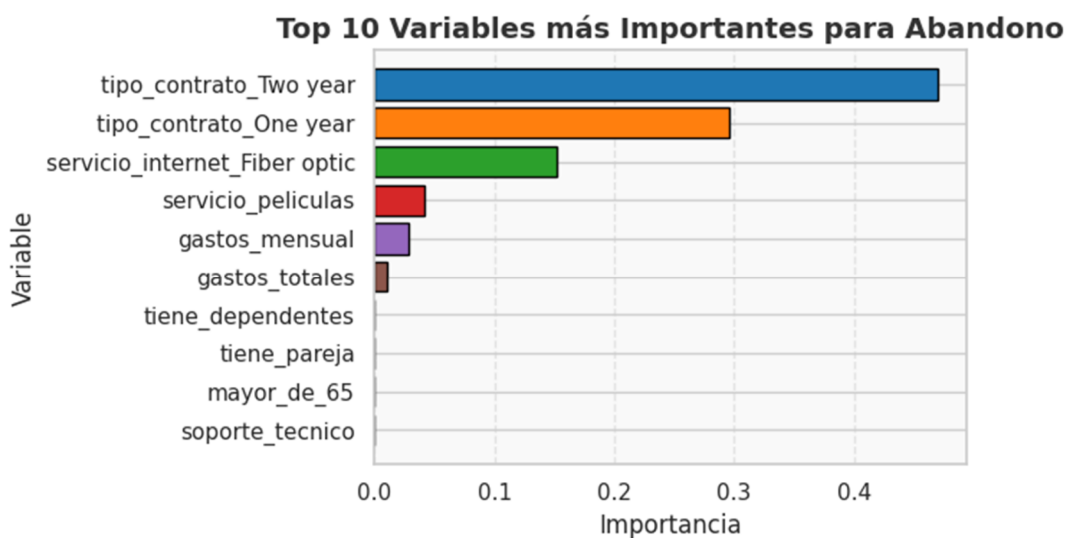
Principales Variables Predictivas

Variable	Interpretación de negocio
tipo_contrato_Men:	Los clientes con contrato mensual presentan mayor riesgo de cancelación.
forma_pago_Efectiv	El pago en efectivo se asocia con menor fidelidad; podría reflejar menor compromiso.
servicio_internet_Fi	La fibra óptica está correlacionada con mayor retención, posiblemente por mejor servicio.
seguridad_en_linea	La ausencia de seguridad en línea puede estar vinculada a menor percepción de valor.
genero_Masculino	Se observa una ligera tendencia de mayor churn en clientes masculinos.

Recomendaciones Estratégicas

- **Incentivar contratos a largo plazo**
Ofrecer descuentos o beneficios exclusivos para clientes que migren de contrato mensual a anual.
- **Fomentar medios de pago digitales o automáticos**
Promover el uso de tarjetas o débito automático para aumentar la permanencia.
- **Potenciar servicios de valor agregado**
Resaltar beneficios como seguridad en línea y calidad de internet para reforzar la percepción de valor.
- **Segmentar campañas por perfil de riesgo**
Priorizar acciones de retención en segmentos con mayor propensión al churn, como usuarios con contrato mensual y pago en efectivo.

Visualización de Importancia de Variables



Conclusión

Este análisis permite identificar patrones claros de comportamiento que pueden ser abordados con estrategias específicas. Al actuar sobre estas variables claves, el equipo comercial y de fidelización puede mejorar significativamente la retención de clientes.