**Recap Sexta Sesión: Análisis Descriptivo y Creación de Nuevas Columnas**

**Introducción**

En esta sesión se trabajó con las columnas categóricas, numéricas y temporales, analizando su relación con el **churn** (abandono). Además, se crearon nuevas columnas y se realizaron diversos gráficos para identificar patrones y generar insights clave.

**1. Columnas Numéricas**

**Unlimited Plan**

* **Insight**: Los usuarios con planes ilimitados tienen una mayor propensión a abandonar el servicio (churn: 23.57%). Esto sugiere que, aunque usan más datos, no están completamente satisfechos con la relación calidad-precio.
* **Recomendación**: Evaluar los beneficios percibidos y ajustar precios o incluir incentivos.

**Senior**

* **Insight**: Los usuarios seniors tienen una mayor tasa de churn relativo. Esto indica que pueden ser más sensibles a precios o cambios en el servicio.
* **Recomendación**: Diseñar estrategias específicas para este grupo, como soporte personalizado o descuentos.

**Group**

* **Insight**: Los usuarios con cuentas grupales tienen menor tasa de churn (1.20%) frente a los individuales (31.20%).
* **Recomendación**: Promover planes grupales con incentivos para convertir usuarios individuales.

**Number of Customer in Group**

* **Insight**: Los clientes en grupos de varias personas tienen tasas de churn mucho más bajas.
* **Recomendación**: Fomentar el uso de planes familiares mediante promociones atractivas.

**2. Columnas Categóricas**

**Contract Type**

* **Insight**: Los contratos mensuales tienen las tasas de churn más altas, mientras que los contratos anuales y bienales muestran mayor retención.
* **Recomendación**: Incentivar contratos largos mediante descuentos o beneficios exclusivos.

**Payment Method**

* **Insight**: Los métodos de pago modernos (tarjetas de crédito y débito automático) tienen menor churn. El cheque físico presenta la tasa más alta.
* **Recomendación**: Promover el uso de métodos de pago automatizados con incentivos como descuentos.

**Analisis Combinado: Contract Type y Payment Method**

* **Insight**: Los contratos cortos con métodos manuales representan el mayor riesgo de churn.
* **Recomendación**: Diseñar estrategias que combinen contratos largos con métodos automatizados.

**3. Columnas Temporales**

**Último Año de Contacto y Último Año de Transacción**

* **Insight**: Las tasas de churn han aumentado gradualmente en los últimos años, pero no parecen estar directamente relacionadas con la fecha de contacto.
* **Recomendación**: Implementar campañas de reenganche dirigidas a clientes inactivos.

**Último Mes de Contacto y Último Mes de Transacción**

* **Insight**: Se observan picos significativos en ciertos meses, posiblemente vinculados a factores estacionales o promociones.
* **Recomendación**: Monitorear los meses con mayores picos y reforzar acciones de retención en esos períodos.

**Conclusiones Generales**

1. **Contratos y Planes**:
   * Los contratos largos y planes grupales son claves para reducir el churn.
   * Es necesario incentivar la transición de contratos mensuales a anuales.
2. **Métodos de Pago**:
   * Automatizar pagos aumenta la retención; eliminar cheque físico podría ser viable.
3. **Temporalidad**:
   * Realizar análisis adicionales para identificar factores externos que afectan meses específicos.

Este análisis permite diseñar estrategias más efectivas para retener a los clientes y reducir el churn.