

Proyecto Grupal 2

OBJETIVO

El objetivo formativo del proyecto, el cual debe realizarse en los mismos grupos previamente formados, es aplicar algún algoritmo de *clustering* para construir un modelo de segmentación de clientes bancarios. De manera de tener flexibilidad durante el desarrollo del trabajo, los grupos podrán seleccionar entre los siguientes 3 objetivos de negocio como finalidad analítica del proyecto:

1. Aumentar el cruce de productos entre los clientes actuales del Banco
2. Atraer prospectos de manera de aumentar la cartera de clientes del Banco
3. Crear productos financieros que permitan aumentar la rentabilidad del Banco en el largo plazo

A partir de los resultados obtenidos y del análisis realizado, deberán proponer una estrategia comercial para el segmento que el equipo de trabajo seleccione como el más apropiado en función del objetivo de negocio seleccionado. En particular, deberán definir los siguientes aspectos para el segmento seleccionado:

- Productos o servicios a ofrecer
- Canales de contacto
- Promociones

SET DE DATOS

Todos los grupos trabajarán sobre el mismo set de datos, con ~45000 registros, el cual contiene las siguientes variables:

- IdCliente: Identificador único de cada cliente.
- Fecha Nacimiento: Fecha de nacimiento del cliente. Los datos fueron creados originalmente el año 2010, para fines de realizar cálculos de edad.
- Actividad Laboral: Actividad en la cual se desempeña laboralmente.
- Estado Civil
- Nivel Educativo
- Tiene Mora: Variable binaria que indica si el cliente registra mora con el banco.

- Saldo Medio Anual: Saldo medio anual en su cuenta corriente medido en pesos chilenos.
- Tiene Crédito Hipotecario: Variable binaria que indica si el cliente tiene tomado un crédito hipotecario con el banco.
- Tiene Crédito de Consumo: Variable binaria que indica si el cliente tiene tomado un crédito de consumo con el banco.
- Medio de Contacto Preferente: Medio a través del cual el cliente ha indicado que prefiere ser contactado por el banco.
- Contactos con su Ejecutivo: Número de contactos realizados en el último año con su ejecutivo de cuentas.
- Tiene Inversiones: Variable binaria que indica si el cliente tiene algún tipo de inversión con el banco (particularmente depósitos a plazo).

DESARROLLO

Cada grupo deberá desarrollar las siguientes tareas:

1. Generar los pasos necesarios para el desarrollo de un modelo de segmentación a partir del Set de Datos entregado, dando especial atención a la creación de nuevas variables.
2. Iterar utilizando los distintos parámetros que el algoritmo permite, describiendo el efecto en los resultados. A partir de ello seleccionar el modelo que facilite, a juicio del grupo, la generación del siguiente punto.
3. Proponer la estrategia de marketing para al menos uno de los segmentos resultantes. Explicitar el razonamiento utilizado para generar las estrategias sobre dicho segmento, recordando que estas dependerán esencialmente del contexto de negocio y del perfil detectado.
4. Preparar un informe con el trabajo realizado. Considere un informe de 15 páginas y que exponga el contexto, los puntos esenciales del desarrollo del modelo, sus resultados y sus propuestas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La nota de este proyecto se calculará de la siguiente manera:

Aspectos a ser Evaluados	Ponderación en la Nota Final
Informe: Estructura, orden y claridad	30%
Informe: Descripción del problema, metodología aplicada, análisis y resultados obtenidos, estrategia comercial propuesta	70%

ENTREGA

Los informes deben enviarse hasta las 23:59 horas del lunes 23 de Octubre al correo regonzar@uc.cl