

## INFORME EJECUTIVO

# ANÁLISIS DE EVASIÓN DE CLIENTES

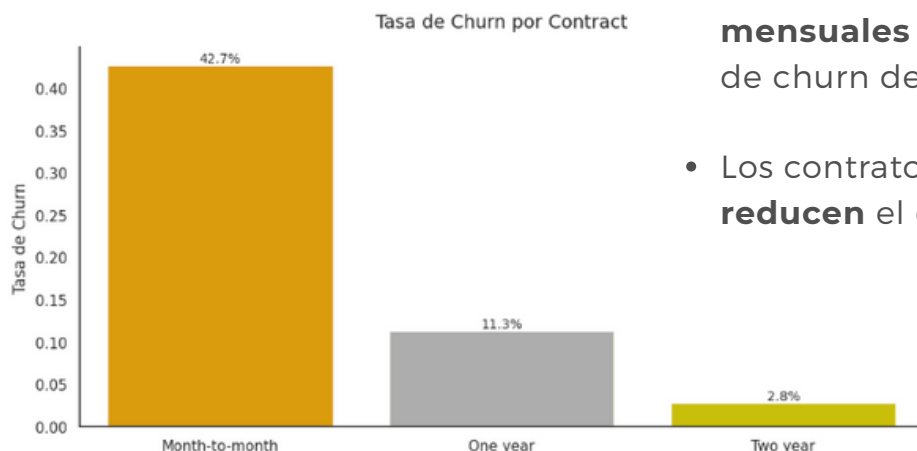
Este informe presenta un análisis detallado con el objetivo de identificar los factores que influyen en la pérdida de clientes (churn). A través de técnicas de análisis exploratorio de datos, se han detectado patrones clave que permiten diseñar estrategias efectivas de retención.

## METODOLOGÍA

Se utilizó un enfoque de análisis exploratorio de datos (EDA) con Python, empleando bibliotecas como pandas, seaborn, matplotlib y plotly.

## HALLAZGOS CLAVE

### CONTRATO



- Los clientes con **contratos mensuales** presentan una tasa de churn del **42.7%**.
- Los contratos de **2 años** **reducen** el churn a solo 2.8%.

## SERVICIOS DIGITALES

**40%**

MAS DE CHURN

Por la ausencia de servicios como OnlineSecurity y TechSupport

**15%**

DE CHURN EN CLIENTES

Con 3 o más servicios digitales

## MÉTODO DE PAGO

**45.3%**

DE CHURN

Se relaciona con el uso de Electronic Check

**-17%**

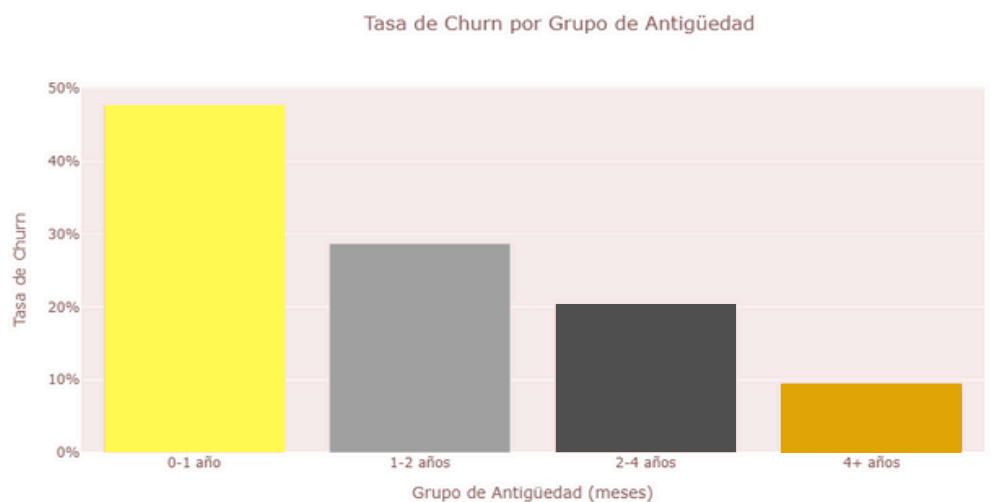
DE CHURN EN CLIENTES

Que pagan con tarjeta o transferencia)

Los contratos a largo plazo y la contratación de servicios adicionales actúan como factores protectores.

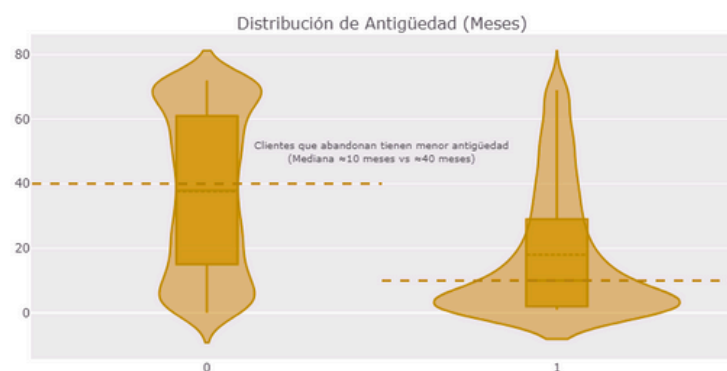
### ANTIGÜEDAD DEL CLIENTE

- Clientes con menos de **12 meses de antigüedad** tienen mayor propensión al abandono.
- Clientes con más de 2 años muestran mayor fidelidad.



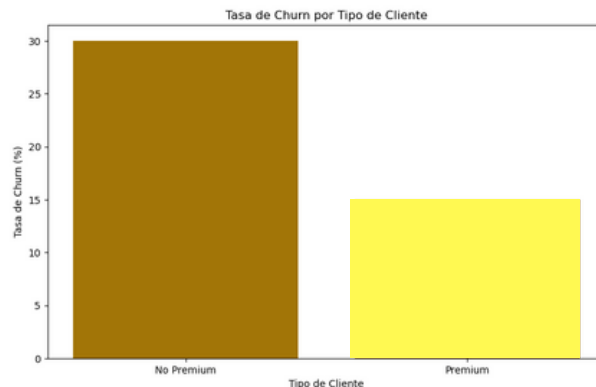
### CLIENTES SENIOR

Los clientes senior, aunque representan un porcentaje menor de la base total, muestran mayor propensión al abandono durante su primer año, pero se vuelven notablemente más leales después de superar este período inicial.



### CLIENTES PREMIUM

Clientes con fibra óptica y cargos altos tienen churn moderado, pero alto valor de vida útil (CLV).



**El churn no es aleatorio. Está impulsado por una combinación de: contratos a corto plazo, falta de servicios digitales y métodos de pago inconvenientes.**

### RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

- Migrar a contratos anuales con beneficios o descuentos.
- Programas de retención temprana para nuevos clientes (menos de 12 meses).
- Paquetes de servicios digitales con descuentos o pruebas gratuitas.
- Incentivar pagos automáticos y eliminar el uso de cheques electrónicos.
- Segmentación premium para clientes de alto valor.
- Programa de fidelización para clientes senior con bonificaciones a los 3, 6 y 12 meses.