



# CREDIT CARD CUSTOMERS

¿Quiénes serán los clientes que abandonen la cuenta?

AUTOR: Rodrigo Ortiz

Fecha: 30/10/2024

# AGENDA



Contexto y audiencia



Hipótesis / Preguntas de interés



Metadata



Análisis exploratorio



Insights



# Contexto y audiencia

## Contexto

El gerente de un banco está preocupado porque cada vez más clientes abandonan sus servicios de tarjetas de crédito. Por esta razón, es importante poder predecir quiénes serán los clientes que abandonen la cuenta para poder ir proactivamente a buscarlos y brindarles mejores servicios y cambiar sus decisiones en la dirección opuesta

## Audiencia

- Gerente y directivos del banco: comprensión magnitud del problema y posibles soluciones
- Equipo de marketing: estrategias para mejorar satisfacción del cliente
- Equipo de atención al cliente: mejoras en experiencia del cliente
- Departamento de finanzas: impacto financiero en pérdida de clientes

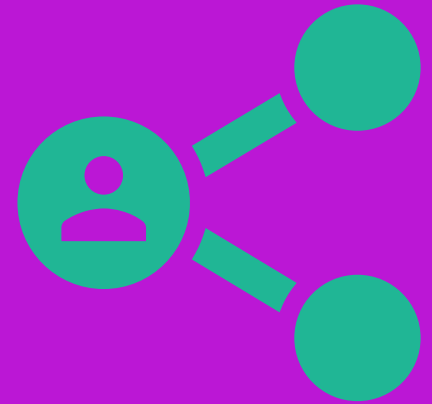
# Hipótesis / Preguntas de interés

## Principales

- ¿Qué clientes están en riesgo?
- ¿Qué características de los clientes influyen en el abandono?

## Hipótesis planteadas

- **1- Edad:** Los clientes más jóvenes tienen más probabilidades de abandonar el servicio de tarjetas de crédito que los clientes mayores.
- **2- Ingreso:** Los clientes con ingresos más bajos tienden a abandonar el servicio de tarjetas de crédito más frecuentemente que aquellos con ingresos más altos.
- **3- Estado Civil:** Los clientes solteros tienen una tasa de abandono más alta en comparación con los clientes casados.
- **4- Utilización del crédito:** Los clientes con un alto promedio de utilización de crédito son más propensos a abandonar su tarjeta de crédito.
- **5- Inactividad:** Los clientes que han estado inactivos durante un período de tiempo prolongado (Months\_Inactive\_12\_mon) tienen una mayor probabilidad de abandonar el servicio.
- **6- Número de contactos:** Un mayor número de contactos con el banco puede estar asociado con una menor tasa de abandono.
- **7- Período de relación:** los clientes con menos de 12 meses de relación con el banco tienen tendencia a abandonar el servicio.



# Resumen Metadata

Variable	Tipo de Variable
Número de cliente	Categórica (Identificador)
Variable de evento interno	Categórica (Existente/Agotado)
Edad del cliente	Numérica (Continua)
Género	Categórica (M/F)
Número de dependientes	Numérica (Entera)
Nivel educativo	Categórica
Estado civil	Categórica
Categoría de ingresos anuales	Categórica
Categoría de tarjeta	Categórica
Periodo de relación con el banco	Numérica (Continua)
Número total de productos	Numérica (Entera)
Número de meses inactivos	Numérica (Entera)
Número de contactos	Numérica (Entera)
Límite de crédito	Numérica (Continua)
Saldo rotatorio total	Numérica (Continua)
Línea de crédito abierta	Numérica (Continua)
Cambio en el monto de transacciones	Numérica (Continua)
Monto total de la transacción	Numérica (Continua)
Recuento total de transacciones	Numérica (Entera)
Cambio en el recuento de transacciones	Numérica (Continua)
Índice de utilización promedio	Numérica (Continua)

- Número de filas: 10127
- Número de columnas: 21

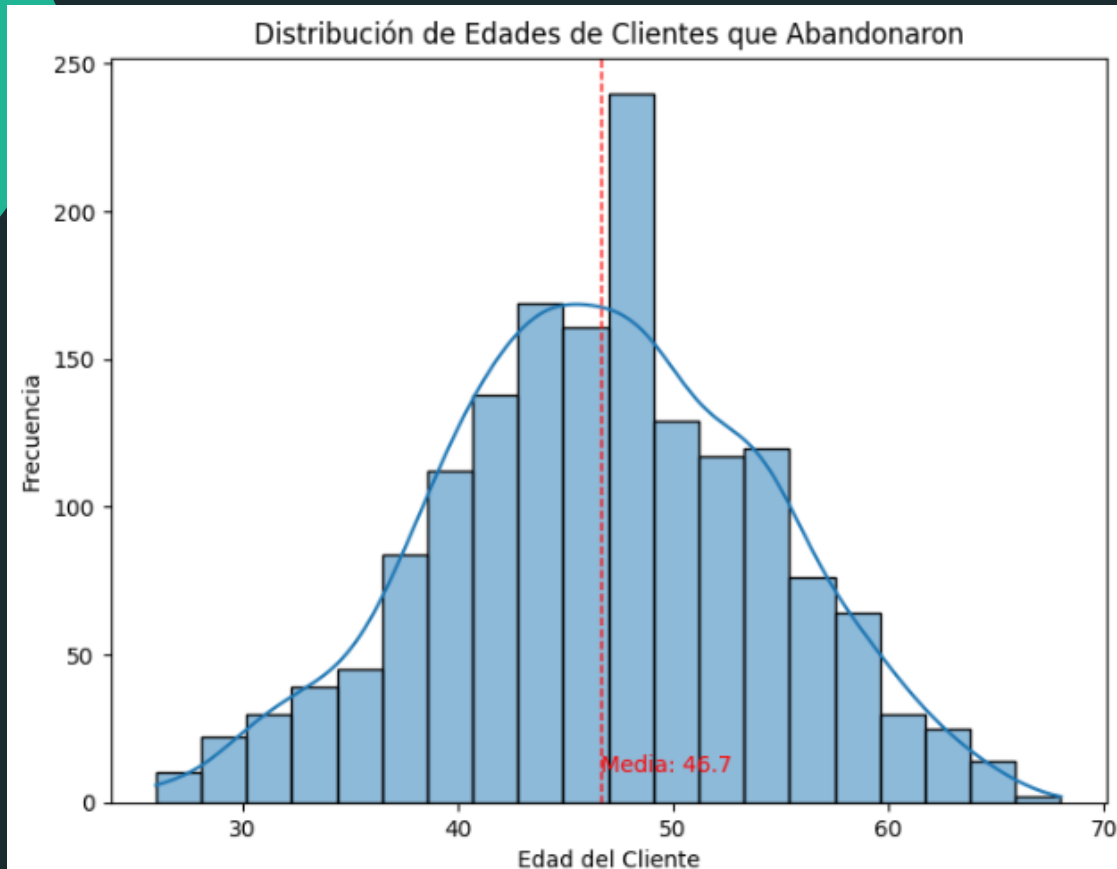
% clientes perdidos  
16,06% (1627 clientes)



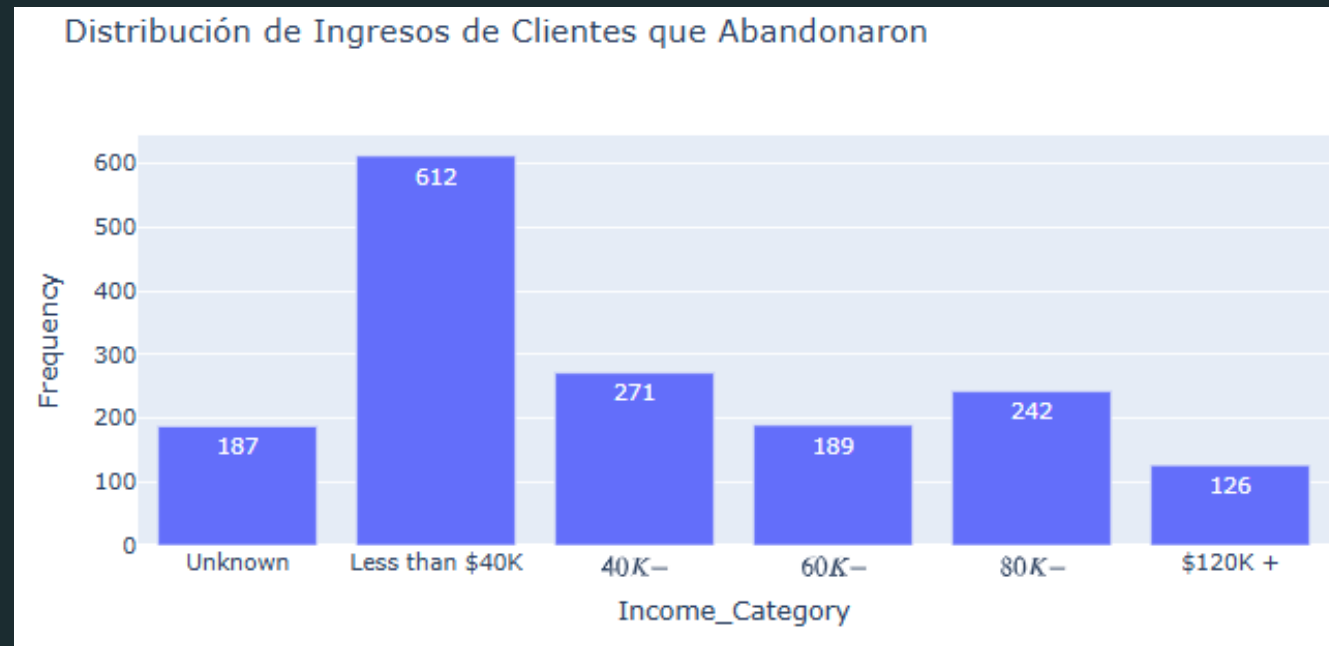
# ANÁLISIS EXPLORATORIO



# Resultados hipótesis n°1 y n°2

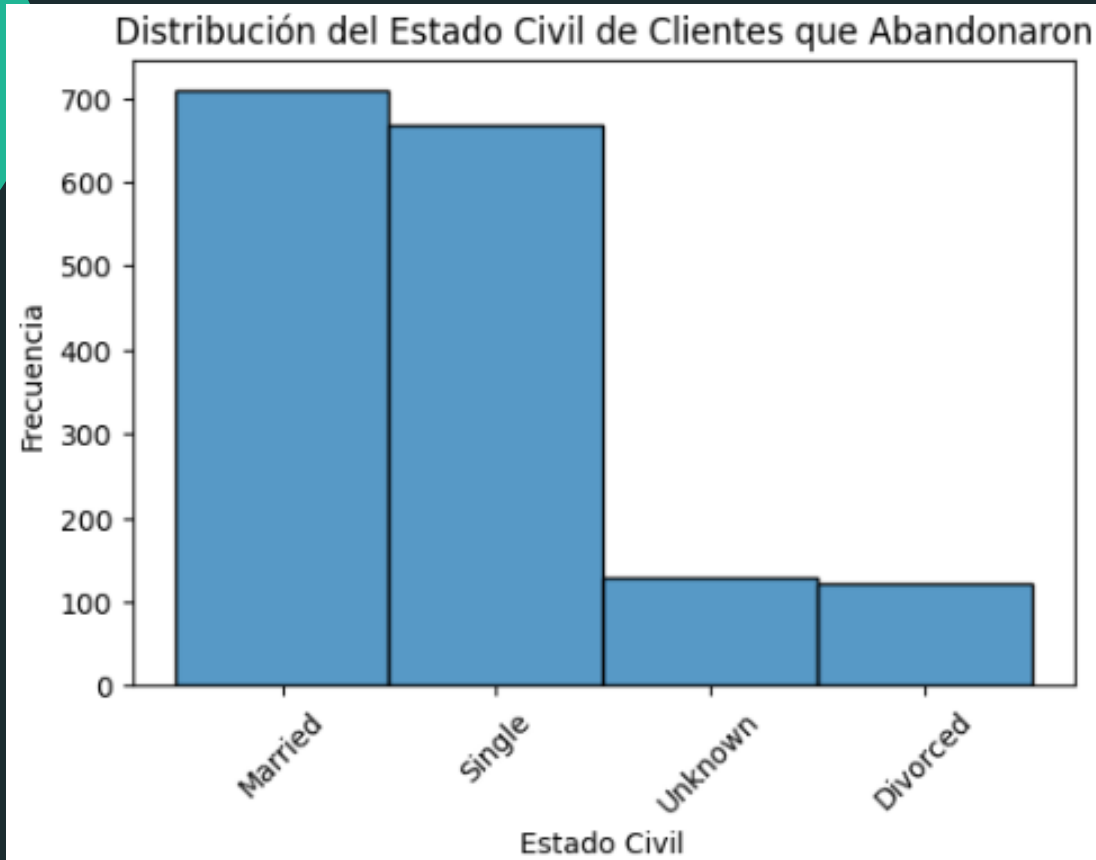


La hipótesis 1 es falsa, los clientes con una edad entre 45 y 50 son quienes más abandonan los servicios

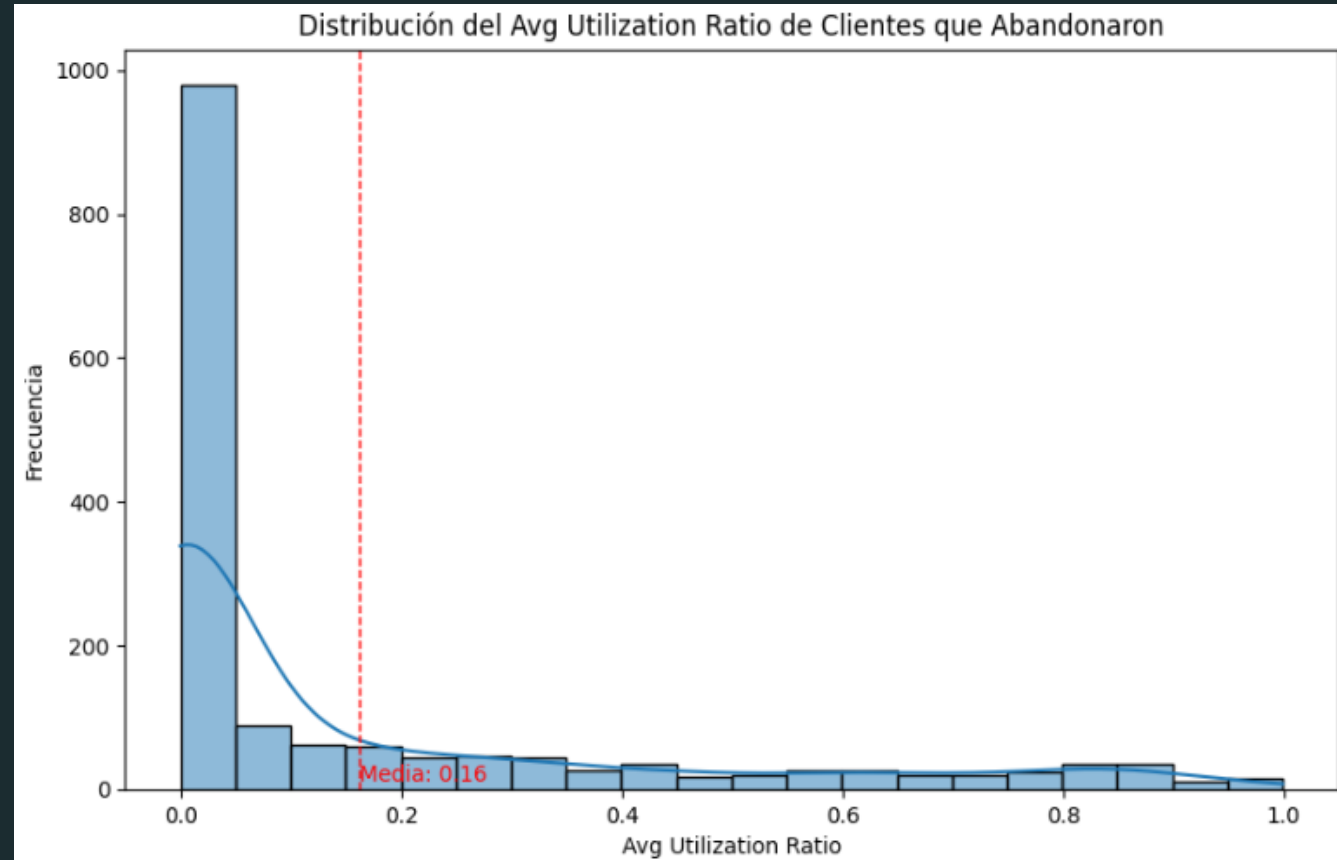


La hipótesis 2 es verdadera. Los clientes con ingresos más bajos tienden a abandonar el servicio de tarjetas de crédito más frecuentemente que aquellos con ingresos más altos

# Resultados hipótesis n°3 y n°4



Hipótesis 3 falsa. Los clientes solteros no tienen una tasa de abandono más alta en comparación con los clientes casados

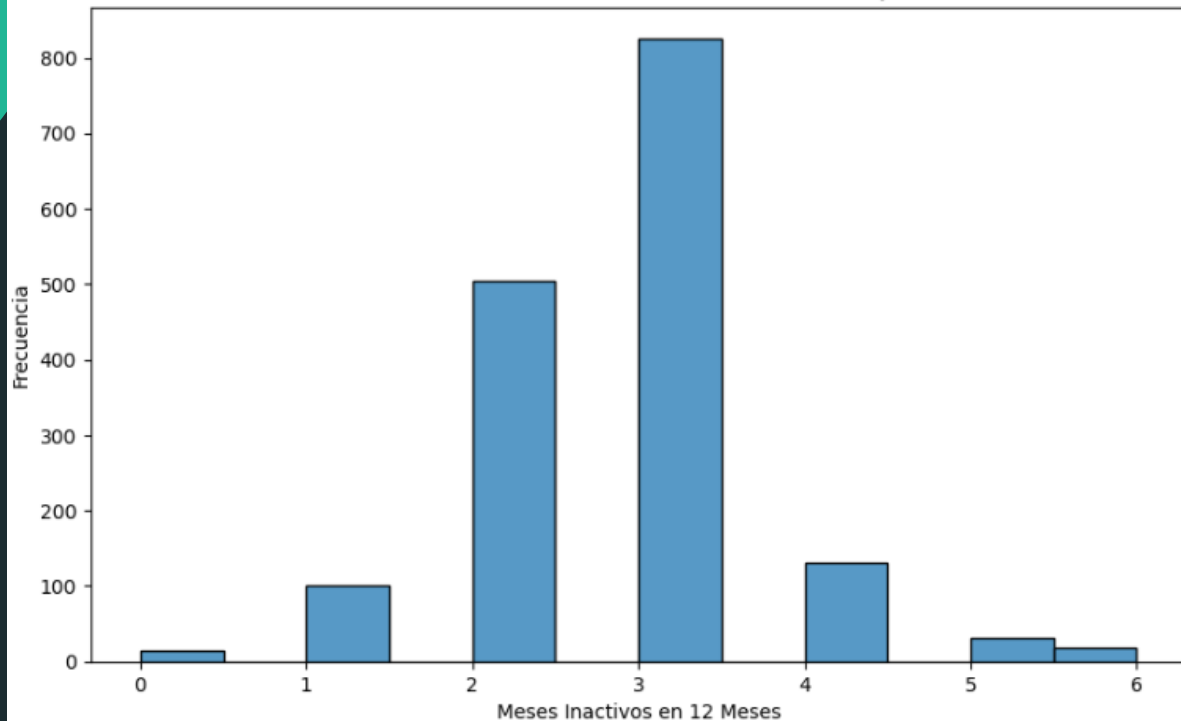


Hipótesis 4 falsa. Los clientes con un alto promedio de utilización de crédito (Avg\_Utilization\_Ratio) NO son más propensos a abandonar su tarjeta de crédito



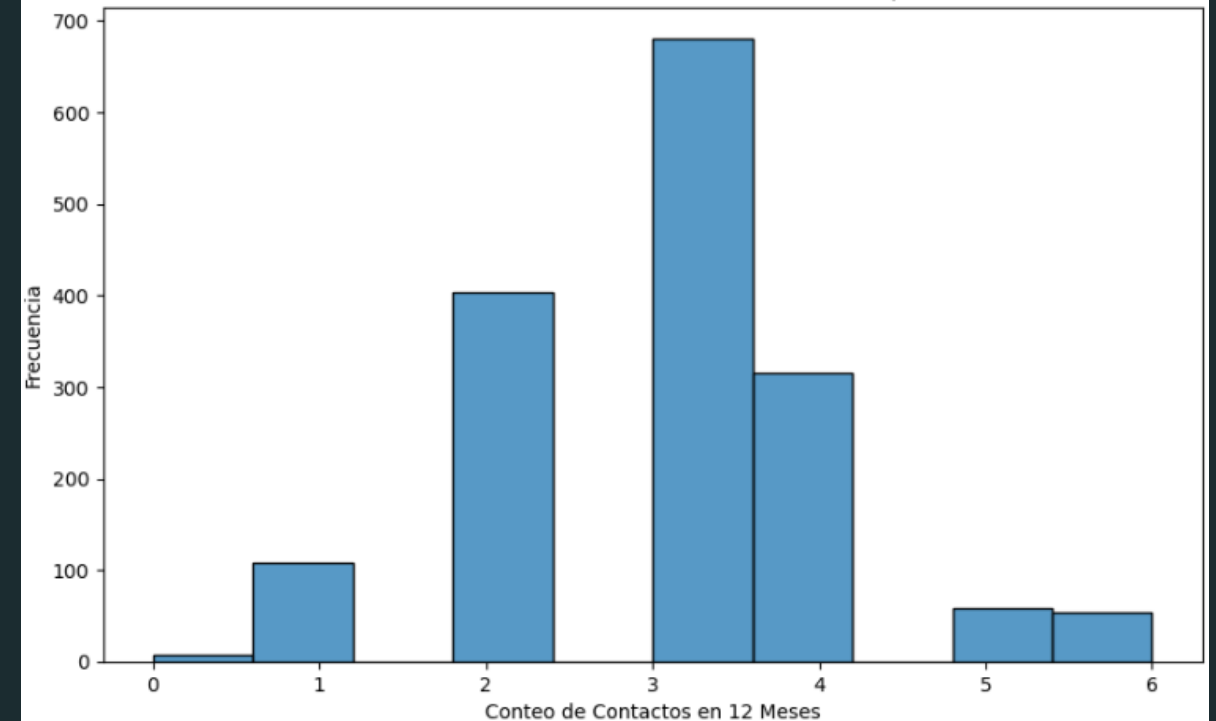
# Resultados hipótesis n°5 y n°6

Distribución de Months Inactive en 12 Meses de Clientes que Abandonaron



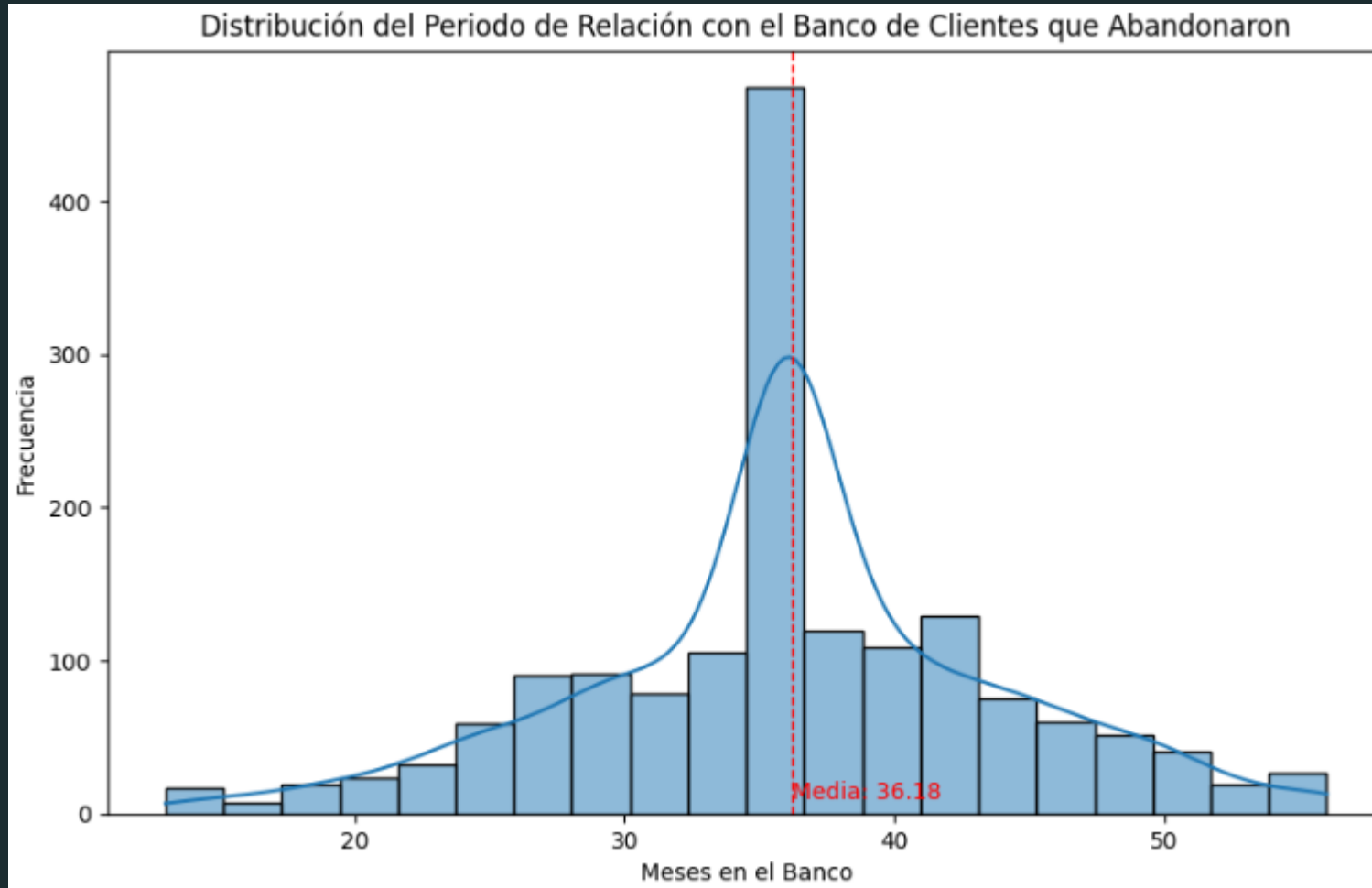
Hipótesis 5 Falsa. Los clientes que han estado inactivos durante un período de tiempo prolongado (Months\_Inactive\_12\_mon) NO tienen una mayor probabilidad de abandonar el servicio

Distribución de Contacts Count en 12 Meses de Clientes que Abandonaron



Hipótesis 6 Verdadera. Un mayor número de contactos con el banco (Contacts\_Count\_12\_mon) puede estar asociado con una menor tasa de abandono

# Resultados hipótesis nº7



Hipótesis 7 falsa. Los clientes con menos de 12 meses de relación con el banco NO tienen tendencia a abandonar el servicio. Estos son los clientes entre 25 y 45 meses de relación

# Insights

1. Los clientes con una edad entre 45 y 50 años son quienes más abandonan los servicios
2. Los clientes con ingresos más bajos tienden a abandonar el servicio de tarjetas de crédito más frecuentemente que aquellos con ingresos más altos
3. Los clientes solteros no tienen una tasa de abandono más alta en comparación con los clientes casados
4. Los clientes con un alto promedio de utilización de crédito (Avg\_Utilization\_Ratio) no son más propensos a abandonar su tarjeta de crédito
5. Los clientes que han estado inactivos durante un período de tiempo prolongado (Months\_Inactive\_12\_mon) no tienen una mayor probabilidad de abandonar el servicio
6. Hipótesis 6 Verdadera. Un mayor número de contactos con el banco (Contacts\_Count\_12\_mon) puede estar asociado con una menor tasa de abandono
7. Los clientes con menos de 12 meses de relación con el banco no tienen tendencia a abandonar el servicio. Estos son los clientes entre 25 y 45 meses de relación