



DESPLIEGUE DE SOLUCIONES ANALITICAS – MANUAL DE USUARIO DEL TABLERO

INTEGRANTES

- Daniel Arturo Martínez Morales
- Daniel Steven Vargas Guzmán
- José Fernando Duarte Alvarado
- Luis Miguel Ortega Cañate



Contenido

Manual de Usuario.....	3
Tablero de Preevaluación de Campañas.....	3
1. Introducción	3
2. Acceso al Sistema	3
3. Configuración del Perfil del Cliente	3
3.1 Características del Cliente Tipo.....	3
Información Demográfica.....	4
Información Financiera y de Contacto.....	4
Información de Campaña.....	5
4. Variables Continuas.....	5
4.1 Edad.....	5
4.2 Balance (\$).....	5
4.3 Duración (seg).....	5
4.4 Campaña.....	6
4.5 Días desde Último Contacto.....	6
4.6 Contactos Previos	6
4.7 Día del Mes del Último Contacto	6
5. Ejecutar la Evaluación	6
6. Interpretación de Resultados	7
6.1 Probabilidad de Suscripción	7
6.2 Gráficos de Sensibilidad.....	7
7. Recomendaciones Estratégicas.....	8
8. Casos de Uso Prácticos.....	8
8.1 Evaluación de Cliente Individual.....	8
8.2 Análisis de Segmentos.....	9
8.3 Optimización de Timing.....	9
8.4 Planificación de Campaña.....	9
9. Consejos y Mejores Prácticas.....	9
10. Solución de Problemas	9
11. Glosario de Términos.....	10
12. Contacto y Soporte	10



Manual de Usuario

Tablero de Preevaluación de Campañas

1. Introducción

El Tablero de Preevaluación de Campañas es una herramienta diseñada para predecir la probabilidad de que un cliente acepte un producto financiero. Este manual le guiará paso a paso en el uso del sistema para evaluar perfiles de clientes y obtener recomendaciones estratégicas para sus campañas de marketing.

2. Acceso al Sistema

Para acceder al tablero visite: <https://despliegue-tablero-production.up.railway.app/>

Una vez cargue el tablero en su navegador web predeterminado, se mostrara la interfaz principal.

Tablero de Preevaluación de Campañas
Sistema de análisis predictivo para optimización de campañas de marketing

Características del Cliente Tipo

Información Demográfica

Tipo de Empleo: ☒ management ☐ technician ☐ entrepreneur ☐ blue-collar ☐ retired ☐ services ☐ admin ☐ self-employed ☐ unemployed ☐ housemaid ☐ student ☐ unknown

Estado Civil: ☒ married ☐ single ☐ divorced

Nivel Educativo: ☒ primary ☐ secondary ☐ tertiary ☐ unknown

Información Financiera y de Contacto

Productos Crediticios: ☒ yes ☐ no

Crédito Hipotecario: ☒ yes ☐ no

Crédito Personal: ☐ yes ☒ no

Modo de Contacto: ☒ cellular ☐ telephone ☐ unknown

Información de Campaña

Resultado Última Campaña: ☒ success ☐ failure ☐ other ☐ unknown

Mes de Contacto: ☒ jan ☐ feb ☐ mar ☐ apr ☐ may ☐ jun ☐ jul ☐ aug ☐ sep ☐ oct ☐ nov ☐ dec

Ilustración 1, Interfaz principal del tablero

3. Configuración del Perfil del Cliente

3.1 Características del Cliente Tipo

Al ingresar al tablero, encontrará la sección **"Características del Cliente Tipo"** dividida en tres subsecciones:



despliegue-tablero-production.up.railway.app

Tablero de Preevaluación de Campañas

Sistema de análisis predictivo para optimización de campañas de marketing

1 Características del Cliente Tipo

Información Demográfica

Tipo de Empleo: management, technician, entrepreneur, blue-collar, retired, services, admin, self-employed, unemployed, housemaid, student, unknown

Estado Civil: married, single, divorced

Nivel Educativo: primary, secondary, tertiary, unknown

2 Información Financiera y de Contacto

Productos Crediticios: yes, no

Crédito Hipotecario: yes, no

Crédito Personal: yes, no

Modo de Contacto: cellular, telephone, unknown

3 Información de Campaña

Resultado Última Campaña: success, failure, other, unknown

Mes de Contacto: jan, feb, mar, apr, may, jun, jul, aug, sep, oct, nov, dec

Ilustración 2, Configuración del perfil del cliente

Información Demográfica

Tipo de Empleo: Seleccione la ocupación del cliente objetivo entre las 12 opciones disponibles:

- management, technician, entrepreneur, blue-collar
- retired, services, admin, self-employed
- unemployed, housemaid, student, unknown

Estado Civil: Elija entre:

- married (casado)
- single (soltero)
- divorced (divorciado)

Nivel Educativo: Seleccione el nivel educativo:

- primary (primaria)
- secondary (secundaria)
- tertiary (terciaria)
- unknown (desconocido)

Información Financiera y de Contacto

Productos Crediticios: Indique si el cliente posee productos de crédito activos (yes/no)

Crédito Hipotecario: Seleccione si tiene crédito hipotecario (yes/no)

Crédito Personal: Indique si posee crédito personal (yes/no)

Modo de Contacto: Elija el medio preferido de contacto:

- cellular (celular)



- telephone (teléfono fijo)
- unknown (desconocido)

Información de Campaña

Resultado Última Campaña: Seleccione el resultado de la campaña anterior:

- success (éxito)
- failure (fracaso)
- other (otro)
- unknown (desconocido)

Mes de Contacto: Elija el mes en que se realizará el contacto (jan, feb, mar, apr, may, jun, jul, aug, sep, oct, nov, dec)

Instrucciones de uso:

- Haga clic en el botón correspondiente a su selección
- El botón se destacará con color azul sólido para indicar que está activo
- Solo puede seleccionar una opción por categoría
- Para cambiar su selección, simplemente haga clic en otra opción

4. Variables Continuas

En la sección "**Variables Continuas**" encontrará siete deslizadores que le permiten ajustar valores numéricos:



Ilustración 3, Sección de variables continuas

4.1 Edad

- **Rango:** 18 a 95 años
- **Uso:** Deslice para seleccionar la edad del cliente tipo.
- El valor actual se muestra en un badge azul junto al título

4.2 Balance (\$)

- **Rango:** -\$8,000 a \$110,000
- **Uso:** Ajuste el balance financiero del cliente
- Los valores se muestran con formato de moneda

4.3 Duración (seg)

- **Rango:** 0 a 3,500 segundos



- **Uso:** Establezca la duración estimada del contacto telefónico
- Representa el tiempo de conversación esperado

4.4 Campaña

- **Rango:** 1 a 60
- **Uso:** Indique el número de campaña actual
- Útil para seguimiento de múltiples campañas

4.5 Días desde Último Contacto

- **Rango:** 0 a 871 días
- **Uso:** Especifique cuántos días han pasado desde el último contacto con el cliente
- Ayuda a evaluar el timing óptimo de re-contacto

4.6 Contactos Previos

- **Rango:** 0 a 275
- **Uso:** Ingrese el número de veces que se ha contactado previamente al cliente
- Importante para evitar saturación

4.7 Día del Mes del Último Contacto

- **Rango:** 1 a 31
- **Uso:** Seleccione el día del mes en que se realizó el último contacto
- Ayuda a identificar patrones temporales

Instrucciones de uso:

- Arrastre el círculo del deslizador para ajustar el valor
- También puede hacer clic en cualquier punto de la barra
- El valor seleccionado se actualiza automáticamente en el badge azul

5. Ejecutar la Evaluación

Una vez configurados todos los parámetros del perfil:

1. Revise que todas las selecciones sean correctas
2. Haga clic en el botón "**Evaluar**" ubicado en el centro de la pantalla
3. El sistema procesará la información y mostrará los resultados



Características del Cliente Tipo

Información Demográfica

Tipo de Empleo: ☒ management ☐ technical ☐ entrepreneur ☐ blue collar ☐ retired ☐ services ☐ admin ☐ self-employed ☐ unemployed ☐ homemaker ☐ student ☐ unknown

Estado Civil: ☒ married ☐ single ☐ divorced ☐ widowed

Nivel Educativo: ☒ primary ☐ secondary ☐ tertiary ☐ unknown

Información Financiera y de Contacto

Producto Crediticio: ☒ yes ☐ no

Crédito Hipotecario: ☒ yes ☐ no

Crédito Personal: ☒ yes ☐ no

Modo de Contacto: ☒ cellular ☐ telephone ☐ unknown

Información de Campaña

Resultado Última Campaña: ☒ success ☐ failure ☐ other ☐ unknown

Mes de Contacto: ☒ jan ☐ feb ☐ mar ☐ apr ☐ may ☐ jun ☐ jul ☐ aug ☐ sep ☐ oct ☐ nov ☐ dec

Variables Continuas

Edad: (Range: 18 to 65)

Balance (€): (Range: 0 to 3,500,000)

Duración (segl): (Range: 0 to 3,500)

Campaña: (Range: 1 to 25)

Días desde Último Contacto: (Range: 0 to 400)

Contatos Previos: (Range: 0 to 25)

Día del Mes del Último Contacto: (Range: 1 to 31)

Evaluar

Ilustración 4, Botón para ejecutar la evaluación

6. Interpretación de Resultados

6.1 Probabilidad de Suscripción

En el lado izquierdo de la sección de resultados encontrará un card destacado que muestra:

Nivel de Probabilidad:

- **Alta:** Probabilidad mayor al 60% - Cliente con alto potencial de conversión
- **Media:** Probabilidad entre 30% y 60% - Cliente con potencial moderado
- **Baja:** Probabilidad menor al 30% - Cliente con bajo potencial de conversión

Indicador de Clasificación:

- Badge rojo "X Suscripción Poco Probable": Probabilidad baja, requiere reconsiderar estrategia
- Badge verde "✓ Alta Probabilidad": Cliente prioritario para la campaña

6.2 Gráficos de Sensibilidad

Probabilidad vs Edad:

- Muestra cómo varía la probabilidad de aceptación según diferentes edades
- La línea verde indica la tendencia
- El área sombreada facilita la visualización
- Identifique los rangos de edad con mayor probabilidad

Probabilidad vs Balance:

- Ilustra la relación entre el balance financiero y la probabilidad de aceptación
- Ayuda a identificar el balance mínimo recomendado
- Los puntos más altos indican mejores probabilidades

Cómo interpretar los gráficos:

- Observe las zonas donde la línea alcanza sus puntos máximos
- Compare el perfil evaluado con las tendencias mostradas
- Utilice esta información para ajustar su segmentación



Ilustración 5, Sección de análisis de resultados

7. Recomendaciones Estratégicas

Debajo de los gráficos encontrará una sección con recomendaciones automáticas basadas en el análisis:

El sistema proporciona:

- Evaluación general del perfil analizado
- Sugerencias específicas para mejorar la probabilidad de conversión
- Recomendaciones sobre timing de contacto
- Orientación sobre frecuencia de seguimiento
- Ajustes sugeridos a la oferta o enfoque

Ejemplo de recomendaciones:

- Reevaluar el momento del contacto
- Ajustar la oferta a las necesidades del cliente
- Considerar contactar en un mes diferente
- Reducir la frecuencia de contactos para evitar saturación

8. Casos de Uso Prácticos

8.1 Evaluación de Cliente Individual

1. Configure el perfil con los datos reales del cliente
2. Ejecute la evaluación
3. Utilice la probabilidad obtenida para decidir si incluirlo en la campaña



8.2 Análisis de Segmentos

1. Configure un perfil representativo del segmento
2. Evalúe múltiples variaciones (diferentes edades, balances, etc.)
3. Compare resultados para identificar el segmento óptimo

8.3 Optimización de Timing

1. Mantenga constantes las características del cliente
2. Varíe únicamente el mes de contacto y días desde último contacto
3. Identifique el momento óptimo para contactar

8.4 Planificación de Campaña

1. Evalúe diferentes perfiles de cliente
2. Priorice aquellos con mayor probabilidad
3. Asigne recursos según el potencial de conversión

9. Consejos y Mejores Prácticas

Para obtener mejores resultados:

- Complete todos los campos con la mayor precisión posible
- Si no conoce un dato, utilice la opción "unknown" en lugar de inventar información
- Realice múltiples evaluaciones variando parámetros para encontrar el perfil óptimo
- Documente los resultados de sus campañas para validar las predicciones
- Ajuste su estrategia basándose en las recomendaciones del sistema

Interpretación de probabilidades:

- Una probabilidad alta no garantiza conversión, pero indica mayor potencial
- Combine los resultados con su conocimiento del mercado y experiencia
- Utilice el sistema como herramienta de apoyo, no como única fuente de decisión

Segmentación efectiva:

- Priorice clientes con probabilidad superior al 50%
- Desarrolle estrategias diferenciadas para cada nivel de probabilidad
- No descarte completamente perfiles de baja probabilidad, podrían requerir un enfoque diferente

10. Solución de Problemas

El botón no cambia de color al hacer clic:

- Verifique que está haciendo clic directamente sobre el botón
- Refresque la página si el problema persiste

Los sliders no se mueven:

- Asegúrese de arrastrar el círculo deslizante
- Si está usando dispositivo táctil, presione y arrastre con firmeza



No se muestran los gráficos:

- Verifique su conexión a internet
- Refresque la página
- Asegúrese de que su navegador está actualizado

La evaluación no responde:

- Verifique que ha seleccionado al menos una opción en cada categoría de botones
- Revise que todos los sliders tienen valores válidos
- Espere unos segundos y vuelva a hacer clic en "Evaluar"

11. Glosario de Términos

Balance: Saldo promedio en cuenta del cliente

Contactos Previos: Número total de veces que se ha contactado al cliente en campañas anteriores

Duración: Tiempo en segundos de la última llamada o contacto

Probabilidad de Suscripción: Porcentaje que indica qué tan probable es que el cliente acepte el producto

Segmentación: Proceso de dividir a los clientes en grupos con características similares

Sensibilidad: Análisis de cómo un cambio en una variable afecta el resultado

12. Contacto y Soporte

Para asistencia técnica o consultas sobre el uso del tablero, contacte al equipo de soporte de su organización o al administrador del sistema.

Recuerde: Este tablero es una herramienta de apoyo para la toma de decisiones. Los resultados deben complementarse con el análisis profesional y el conocimiento del negocio.