

Press Release

Para publicación inmediata

CM Revoluciona la Retención de Clientes con Inteligencia Artificial Avanzada

Ciudad de México, Mayo 28, 2025 – CM, líder en la administración de cuentas de inversión, anuncia hoy el lanzamiento de una innovadora solución basada en inteligencia artificial para predecir y mitigar la deserción de clientes. En un mercado competitivo donde la lealtad del cliente es primordial, esta herramienta permite a la empresa identificar proactivamente a aquellos clientes con mayor probabilidad de cambiar de administrador, posibilitando la implementación de estrategias de retención altamente focalizadas y eficientes.

Conscientes de que la deserción de clientes representa un desafío significativo en la industria de la administración de inversiones, CM ha desarrollado un modelo predictivo sofisticado que analiza una amplia gama de datos de los clientes, incluyendo su perfil demográfico, historial de inversión, rendimiento de sus cuentas, interacciones con la empresa y otros factores relevantes. Este análisis exhaustivo permite identificar patrones y señales tempranas de posible deserción con una precisión notable.

La nueva solución no solo predice la probabilidad de deserción, sino que también segmenta a los clientes en función de este riesgo y del saldo administrado. Esta segmentación estratégica permite a CM diseñar e implementar campañas de retención personalizadas y rentables. En lugar de aplicar estrategias genéricas a toda la base de clientes, la empresa puede ahora enfocar sus esfuerzos y recursos en aquellos segmentos donde el impacto de la retención es mayor, optimizando así la inversión y maximizando la permanencia y el valor de cada cliente.

"En CM, entendemos que nuestros clientes son nuestro activo más valioso. Esta nueva solución de inteligencia artificial nos permitirá fortalecer aún más nuestras relaciones, anticipando sus necesidades y asegurando su satisfacción a largo plazo," declara Israel Martínez, Director de Servicio al Cliente. "Estamos convencidos de que esta herramienta transformará nuestra estrategia de retención, generando beneficios mutuos para nuestros clientes y para la empresa."

La implementación de esta solución representa un paso adelante significativo en el compromiso de CM con la excelencia en el servicio al cliente y la innovación tecnológica. Al anticipar y abordar proactivamente el riesgo de deserción, la empresa busca fortalecer su posición en el mercado y garantizar la satisfacción y lealtad a largo plazo de sus miles de clientes.

CM es una firma líder en la administración de cuentas de inversión, dedicada a empoderar a nuestros clientes para que alcancen sus metas financieras a través de una gestión experta y personalizada.

Nuestra Misión: Ser el socio de confianza de nuestros clientes, ofreciendo soluciones de inversión innovadoras y un servicio excepcional que impulse el crecimiento de su patrimonio a largo plazo.

Nuestros Valores:

- **Integridad:** Actuamos con honestidad, transparencia y ética en todas nuestras interacciones.
 - **Excelencia:** Nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros clientes a través de un profundo conocimiento del mercado y una gestión de inversiones de alta calidad.
 - **Enfoque en el Cliente:** Ponemos las necesidades y objetivos de nuestros clientes en el centro de todo lo que hacemos, construyendo relaciones duraderas basadas en la confianza y el entendimiento.
 - **Innovación:** Buscamos continuamente nuevas formas de mejorar nuestros servicios y ofrecer soluciones de inversión adaptadas a las dinámicas cambiantes del mercado.
 - **Responsabilidad:** Gestionamos los activos de nuestros clientes con la diligencia y el cuidado que merecen, entendiendo la importancia de su futuro financiero.
-

Cinco Preguntas Alrededor del Cliente

1. ¿Quién es el cliente?

Nuestros clientes son individuos y familias con diversos perfiles socioeconómicos y objetivos financieros que confían en CM para la administración de sus ahorros e inversiones. Varían en edad, nivel de ingresos, tolerancia al riesgo, horizonte de inversión y sofisticación financiera. Algunos son inversores principiantes que buscan crecimiento a largo plazo, mientras que otros son inversionistas experimentados con estrategias más complejas. Todos comparten la expectativa de obtener rendimientos competitivos y un servicio de administración confiable y transparente. Además, valoran la seguridad de sus activos y la claridad en la información proporcionada sobre sus inversiones.

2. ¿Cuál es el problema del cliente o cuál es la oportunidad?

El principal "problema" desde nuestra perspectiva es la *tentación* que sienten nuestros clientes de buscar mejores rendimientos en otras administradoras. La

oportunidad radica en *fidelizarlos* demostrándoles nuestro valor más allá de los rendimientos pasados. Esto incluye una comunicación clara y personalizada, un servicio al cliente excepcional, estrategias de inversión que se alineen con sus objetivos y, en última instancia, rendimientos competitivos a largo plazo. Además, existe la oportunidad de anticipar sus necesidades y ofrecer soluciones proactivas que fortalezcan su confianza en nuestra gestión.

3. ¿Cuál es el beneficio más importante del cliente?

El beneficio más importante que buscan nuestros clientes es la tranquilidad financiera y el logro de sus objetivos de inversión (jubilación, educación, compra de vivienda, etc.). Esto se traduce en:

- A. **Rendimientos competitivos y consistentes** a lo largo del tiempo.
- B. **Seguridad y protección** de su capital.
- C. **Transparencia y claridad** en la información sobre sus inversiones.
- D. **Asesoramiento experto y personalizado** que se adapte a sus necesidades y perfil de riesgo.
- E. **Comodidad y facilidad** en la gestión de sus cuentas.
- F. **Confianza** en la integridad y profesionalismo de nuestra empresa.

4. ¿Cómo sabes lo que tu cliente necesita o quiere?

Obtenemos información sobre las necesidades y deseos de nuestros clientes a través de diversas fuentes:

- A. **Datos Demográficos y de Perfil:** Información recopilada durante el proceso de apertura de cuenta y actualizaciones periódicas.
- B. **Historial de Transacciones y Saldos:** Patrones de inversión, depósitos, retiros y evolución del saldo.
- C. **Interacciones con el Servicio al Cliente:** Registros de llamadas, correos electrónicos y chats que reflejan sus consultas, inquietudes y solicitudes.
- D. **Encuestas de Satisfacción:** Retroalimentación directa sobre su experiencia con nuestros servicios.
- E. **Análisis de Comportamiento en la Plataforma:** Seguimiento de su actividad en línea, qué información consultan y qué herramientas utilizan.
- F. **Análisis de Deserción Pasada:** Identificación de patrones y características comunes entre los clientes que se han ido.
- G. **Investigación de Mercado y Benchmarking:** Análisis de las ofertas de la competencia y las expectativas generales del mercado.
- H. **Comunicación Proactiva:** Intentar entender sus objetivos financieros a largo plazo a través de interacciones personalizadas.

5. ¿Cómo se ve la experiencia del cliente?

Idealmente, la experiencia del cliente con CM se caracteriza por:

- A. **Facilidad y Fluidez:** Desde el proceso de apertura de cuenta hasta la gestión diaria de sus inversiones a través de nuestra plataforma intuitiva y accesible.
- B. **Transparencia y Confianza:** Información clara y oportuna sobre el rendimiento de sus inversiones, las comisiones y cualquier cambio relevante.
- C. **Personalización y Relevancia:** Comunicación y ofertas que se ajustan a su perfil, objetivos y etapa de vida.
- D. **Atención y Soporte:** Un equipo de servicio al cliente accesible, informado y dispuesto a resolver sus dudas y problemas de manera eficiente.
- E. **Valor Agregado:** Sentir que reciben más que solo la administración de su dinero, como información educativa, herramientas de planificación y perspectivas del mercado.
- F. **Sentimiento de Control:** Tener una comprensión clara de sus inversiones y la capacidad de tomar decisiones informadas con nuestro apoyo.
- G. **Relación a largo plazo:** Percibirnos como un socio confiable que se preocupa por su bienestar financiero a largo plazo.

Boceto de la Solución

La solución final consistirá en un sistema integrado que recopila, procesa, analiza y visualiza los datos de los clientes para predecir la probabilidad de deserción y facilitar la implementación de estrategias de retención focalizadas. A continuación, se presenta un boceto de cómo se vería la solución final:



FAQ: Preguntas Frecuentes

Tecnologías Utilizadas:

- A. **Lenguaje de Programación:** Principalmente Python debido a su amplio ecosistema de bibliotecas para análisis de datos y machine learning.

- B. **Bibliotecas de Análisis de Datos:** Pandas para la manipulación y análisis de datos tabulares, NumPy para operaciones numéricas eficientes.
- C. **Bibliotecas de Visualización:** Plotly para la creación de gráficos y visualizaciones informativas.
- D. **Plataforma Cloud :** Implementación de la solución en una plataforma cloud como AWS, utilizando sus servicios de almacenamiento, computación y machine learning.
- E. **Herramienta de Desarrollo de la Interfaz de Usuario (Dashboard):** StreamLit para construir la interfaz web del dashboard de retención.

Cómo se Utiliza la Solución:

La solución se utiliza a través de una interfaz de usuario (dashboard) intuitiva y fácil de usar. Los equipos de retención acceden al dashboard para:

- A. **Visualizar el panorama general de la deserción:** Consultar los KPIs clave y la tendencia de la deserción.
- B. **Identificar segmentos de clientes en riesgo:** Explorar la matriz de segmentación y la lista de clientes con alta probabilidad de deserción.
- C. **Seleccionar e implementar estrategias de retención:** Consultar las recomendaciones del sistema y registrar las acciones de retención llevadas a cabo (llamadas, emails, ofertas, etc.).
- D. **Realizar un seguimiento de las acciones:** Monitorear el estado y los resultados de las estrategias implementadas.
- E. **Evaluar la efectividad:** Generar informes y analizar el impacto de las estrategias de retención en la reducción de la deserción y el ROI.

El sistema se actualiza periódicamente con nuevos datos y las predicciones del modelo se recalculan automáticamente, proporcionando una visión siempre actualizada del riesgo de deserción.

Cómo se Utilizan los Datos:

Los datos de los clientes se utilizan en varias etapas del proceso:

- A. **Entrenamiento del Modelo:** Los datos históricos de los clientes (incluyendo aquellos que desertaron y los que permanecieron) se utilizan para entrenar el modelo de machine learning. El modelo aprende patrones y relaciones entre las características de los clientes y la probabilidad de deserción.
- B. **Predicción de la Deserción:** Una vez entrenado, el modelo se aplica a los datos actuales de los clientes para predecir la probabilidad de deserción para cada uno de ellos.
- C. **Segmentación de Clientes:** La probabilidad de deserción predicha, junto con otras variables como el saldo administrado, se utiliza para segmentar a los clientes en diferentes grupos de riesgo y valor.

- D. **Personalización de Estrategias de Retención:** El análisis de las características de los segmentos de alto riesgo informa el diseño de estrategias de retención específicas para cada grupo.
- E. **Evaluación del Rendimiento:** Los datos sobre las estrategias de retención implementadas y los resultados (si el cliente permaneció o desertó) se utilizan para evaluar la efectividad de las estrategias y el rendimiento del modelo a lo largo del tiempo.

Es fundamental garantizar la privacidad y seguridad de los datos de los clientes en todas las etapas del proceso, cumpliendo con las regulaciones de protección de datos aplicables.

Qué Tipo de Analítica Utilizaron, Modelos de Estadística, ML, Simulaciones, etc:

- A. **Análisis Descriptivo:** Se utiliza para comprender las características básicas de los clientes y la tasa de deserción histórica, identificando tendencias iniciales y posibles correlaciones.
- B. **Modelado Predictivo (Machine Learning):** El núcleo de la solución es un modelo de clasificación binaria que predice la probabilidad de que un cliente abandone en un período de tiempo determinado. Los modelos que se podrían utilizar incluyen:
 - a. **Gradient Boosting Machines (GBM) como XGBoost o LightGBM:** Algoritmos potentes que combinan múltiples modelos débiles para crear un modelo fuerte. Suelen ofrecer un alto rendimiento predictivo.
- C. **Análisis de Importancia de Variables:** Después de entrenar el modelo, se analiza la importancia de cada variable para comprender qué factores tienen el mayor impacto en la predicción de la deserción. Esto proporciona información valiosa sobre los impulsores de la deserción.
- D. **Análisis de Segmentación:** Se utilizan técnicas de segmentación para agrupar a los clientes según su probabilidad de deserción y otras características relevantes como el saldo administrado.
- E. **Análisis de Evaluación de Modelos:** Se utilizan diversas métricas (precisión, recall, F1-score, AUC-ROC, curvas de ganancias/lift) para evaluar el rendimiento del modelo y compararlo con otros modelos. Se empleará validación cruzada para asegurar la robustez del modelo.
- F. **Simulaciones (Potencialmente Futuro):** En el futuro, podríamos explorar simulaciones para modelar el impacto de diferentes estrategias de retención en la tasa de deserción y el ROI, permitiendo optimizar la asignación de recursos.

Inputs-Outputs:

- **Inputs (Datos de Entrada para el Modelo):**

- **Datos del Cliente:** Demográficos, perfil de riesgo, antigüedad, canal de adquisición.
- **Datos de la Cuenta:** Saldo, historial de transacciones, tipos de inversiones.
- **Datos de Rendimiento:** Rendimiento de la inversión, comparación con benchmarks.
- **Datos de Interacción:** Frecuencia de acceso a la plataforma, interacciones con soporte.
- **Otros Datos Relevantes:** Cualquier otra información que pueda estar correlacionada con la deserción.
- **Outputs (Resultados del Modelo y la Solución):**
 - **Probabilidad de Deserción:** Un valor numérico entre 0 y 1 que indica la probabilidad de que cada cliente abandone en un período de tiempo determinado.
 - **Nivel de Riesgo de Deserción:** Categorización de los clientes en diferentes niveles de riesgo (alto, medio, bajo) basada en su probabilidad de deserción.
 - **Segmentación de Clientes:** Agrupación de clientes por nivel de riesgo y otras variables (por ejemplo, saldo administrado).
 - **Lista de Clientes en Alto Riesgo:** Un listado de los clientes con mayor probabilidad de deserción.
 - **Recomendaciones de Estrategias de Retención:** Sugerencias personalizadas de acciones para retener a los clientes en riesgo.
 - **Informes y Visualizaciones:** Dashboards y reportes que resumen la información clave sobre la deserción y la efectividad de las estrategias de retención.

Cómo se Utilizan los Outputs:

Los outputs de la solución se utilizan para tomar decisiones informadas y ejecutar acciones concretas:

- **Identificación Proactiva:** La probabilidad de deserción y el nivel de riesgo permiten identificar a los clientes