

Diagnóstico de Salud y Ruta de Rentabilidad - Tinvest

Juan David Rincón

Kpis Tinvest

AUM actual

10,778,700,000

▲ +529,750,000 (+5.2%) vs mes previo

NNM último mes

540,550,000

Mes: 2024-12

▲ +114,550,000 (+26.9%) vs mes previo

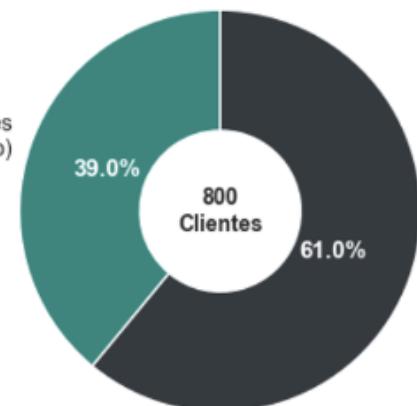
Churn (90 días)

13.8 %

Clientes inactivos + balance 0

Concentración (Pareto)

Top 39.0% clientes
(Aportan ~80% Dinero)

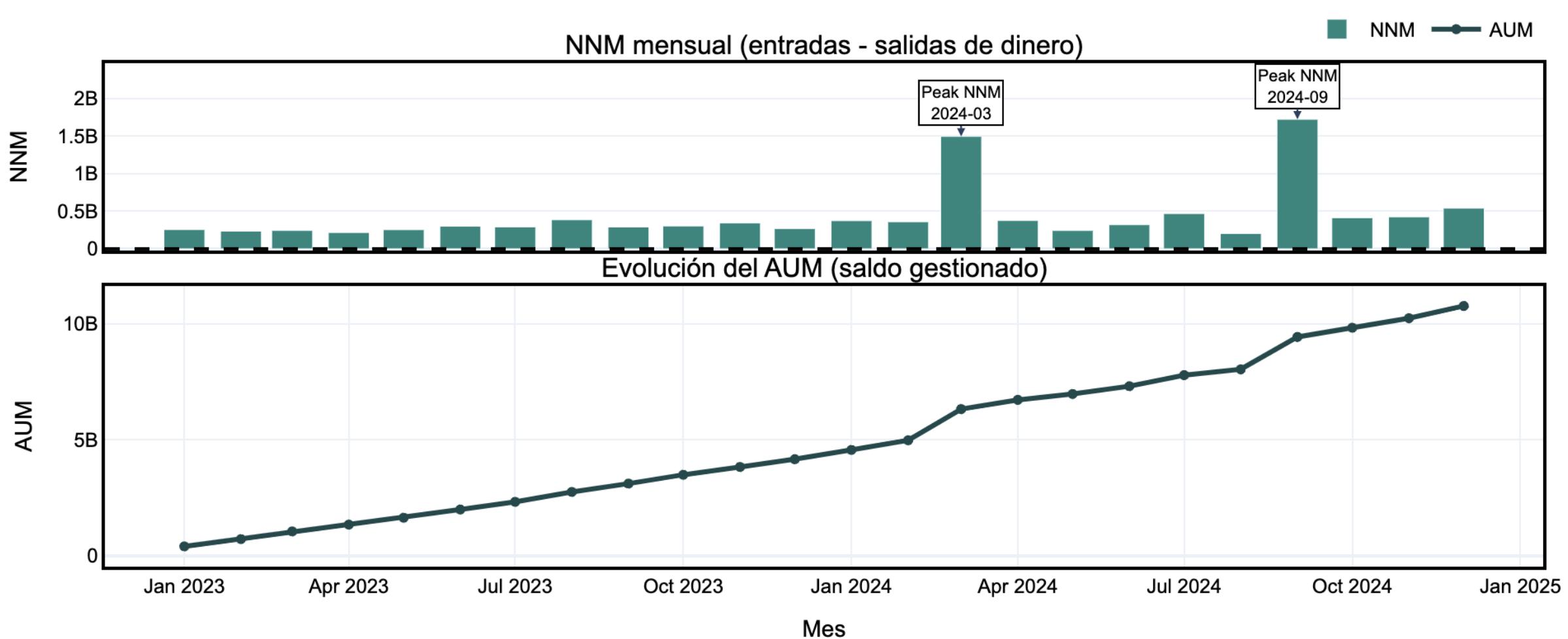


Resto 61.0% clientes

¿Cómo estamos?

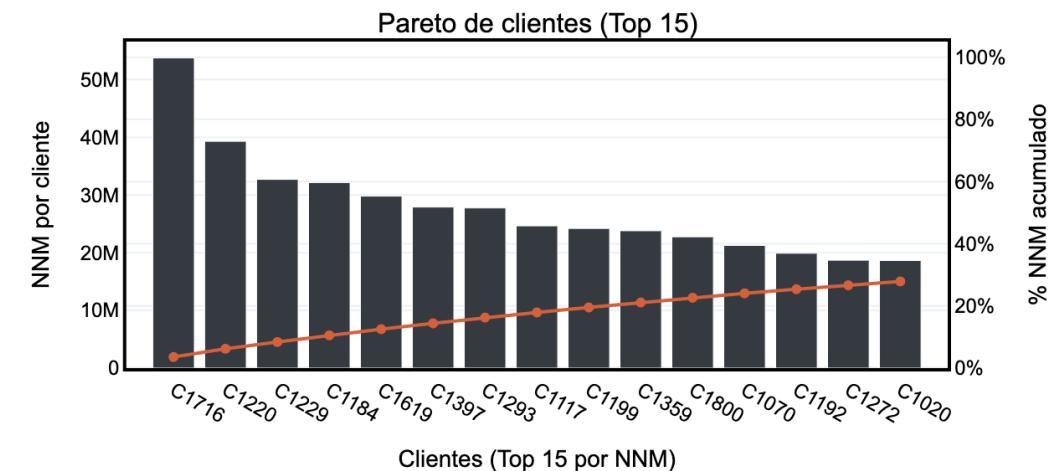
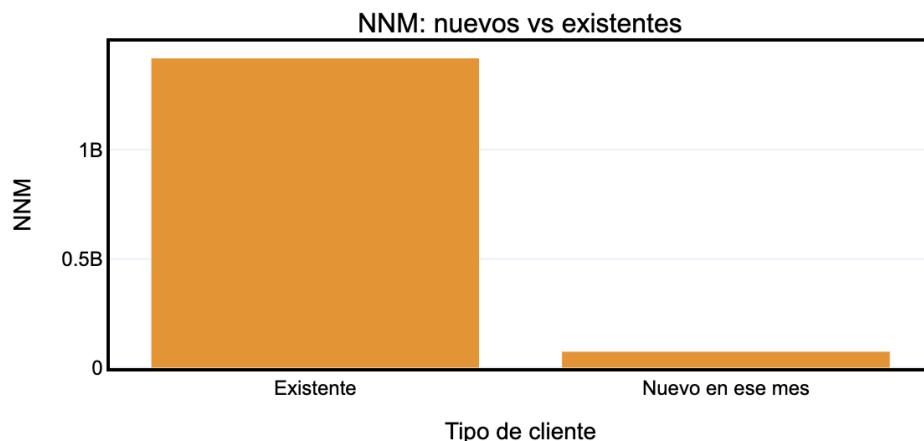
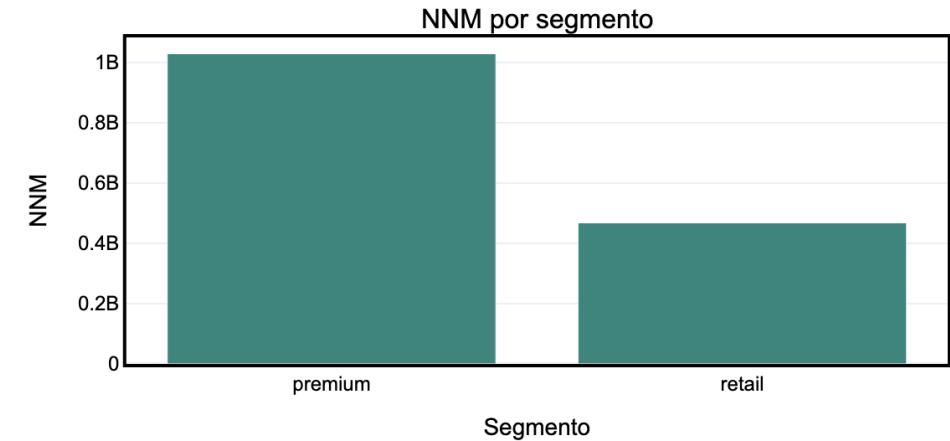
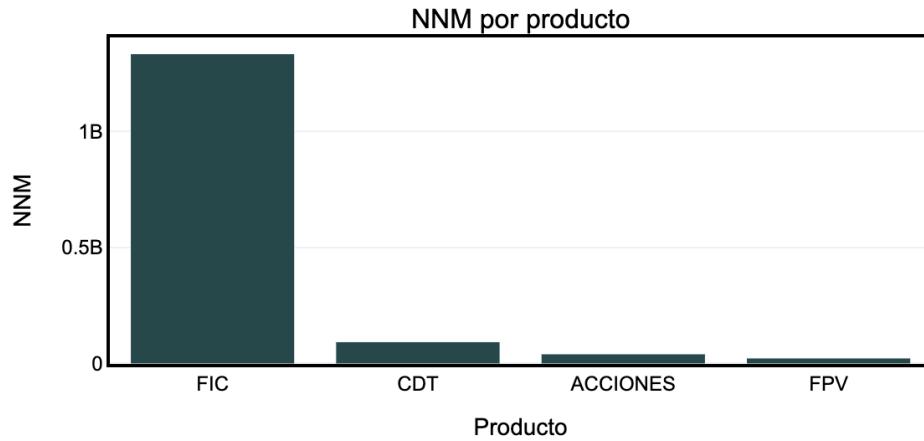


NNM mensual vs evolución de AUM



Entendamos los casos anómalos Marzo 2024

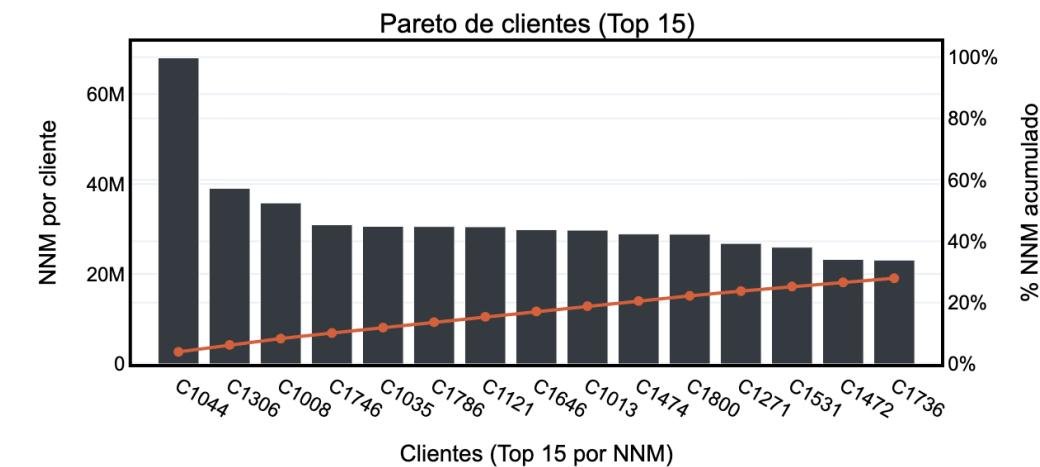
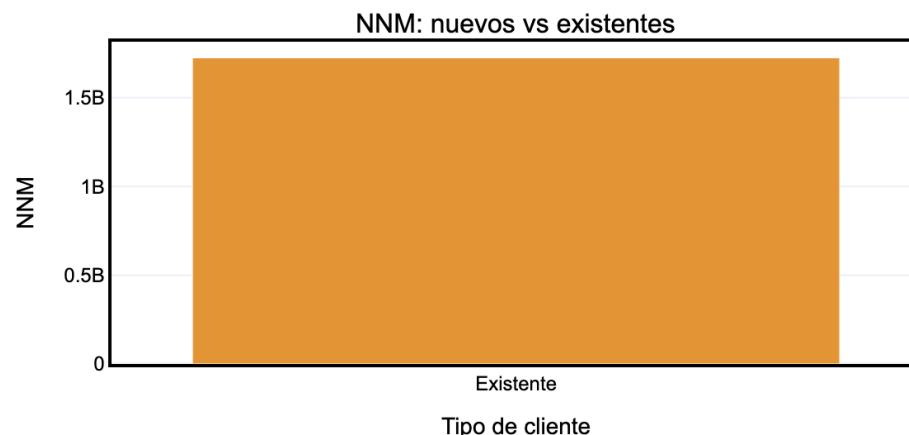
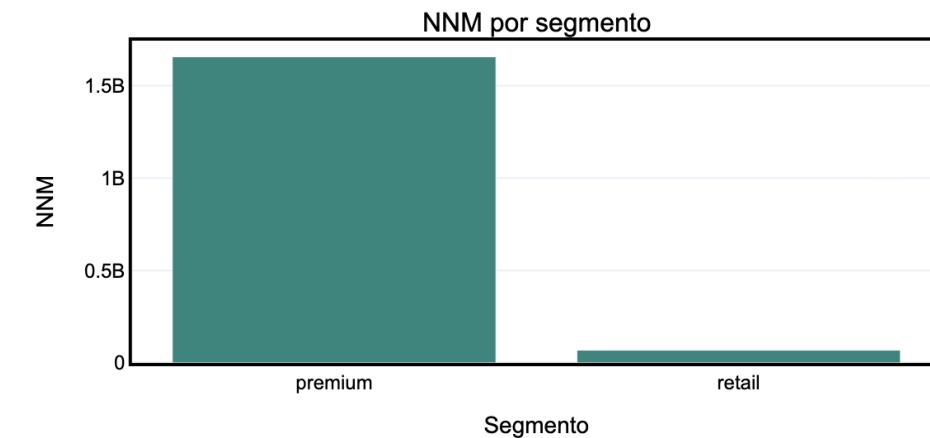
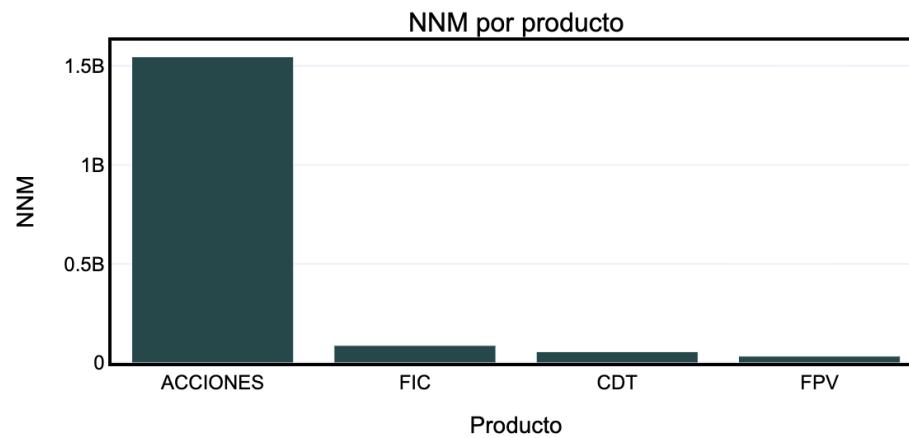
Descomposición del NNM en 2024-03



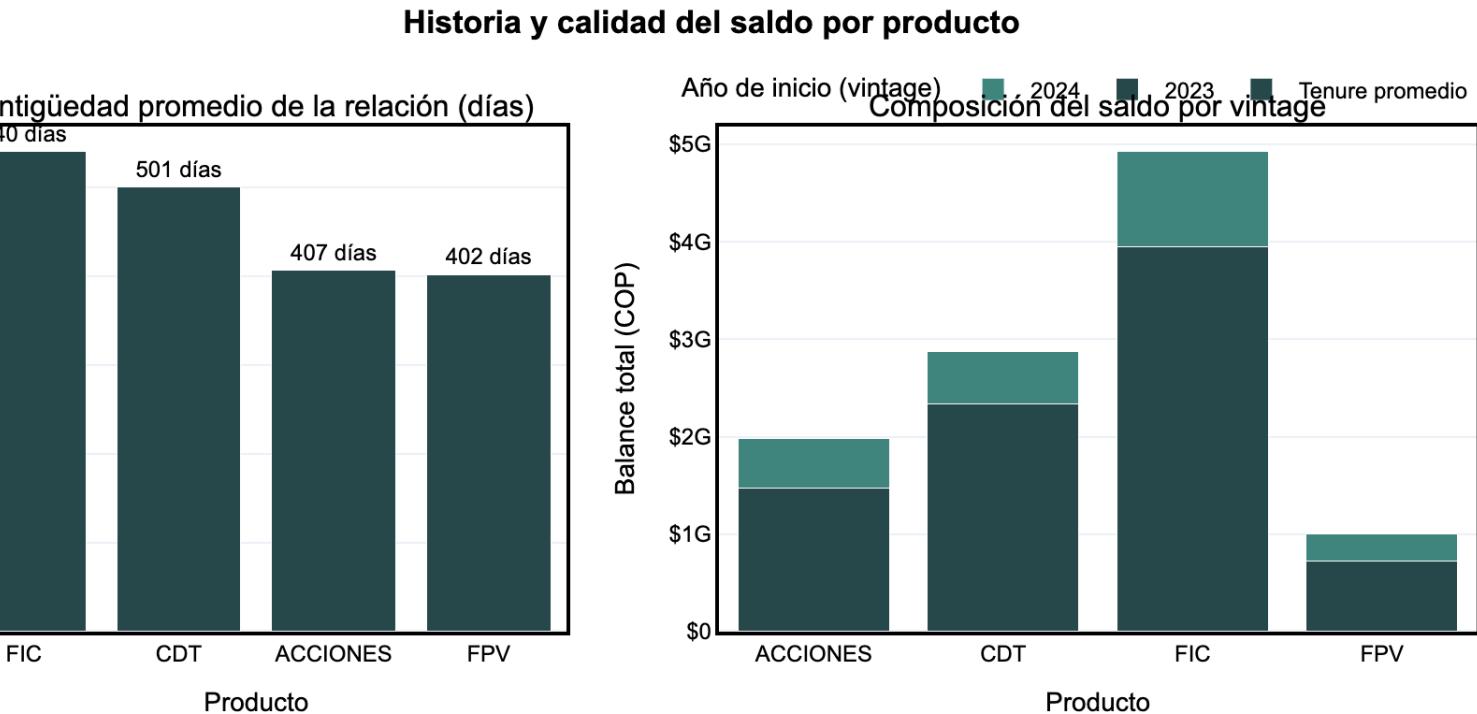
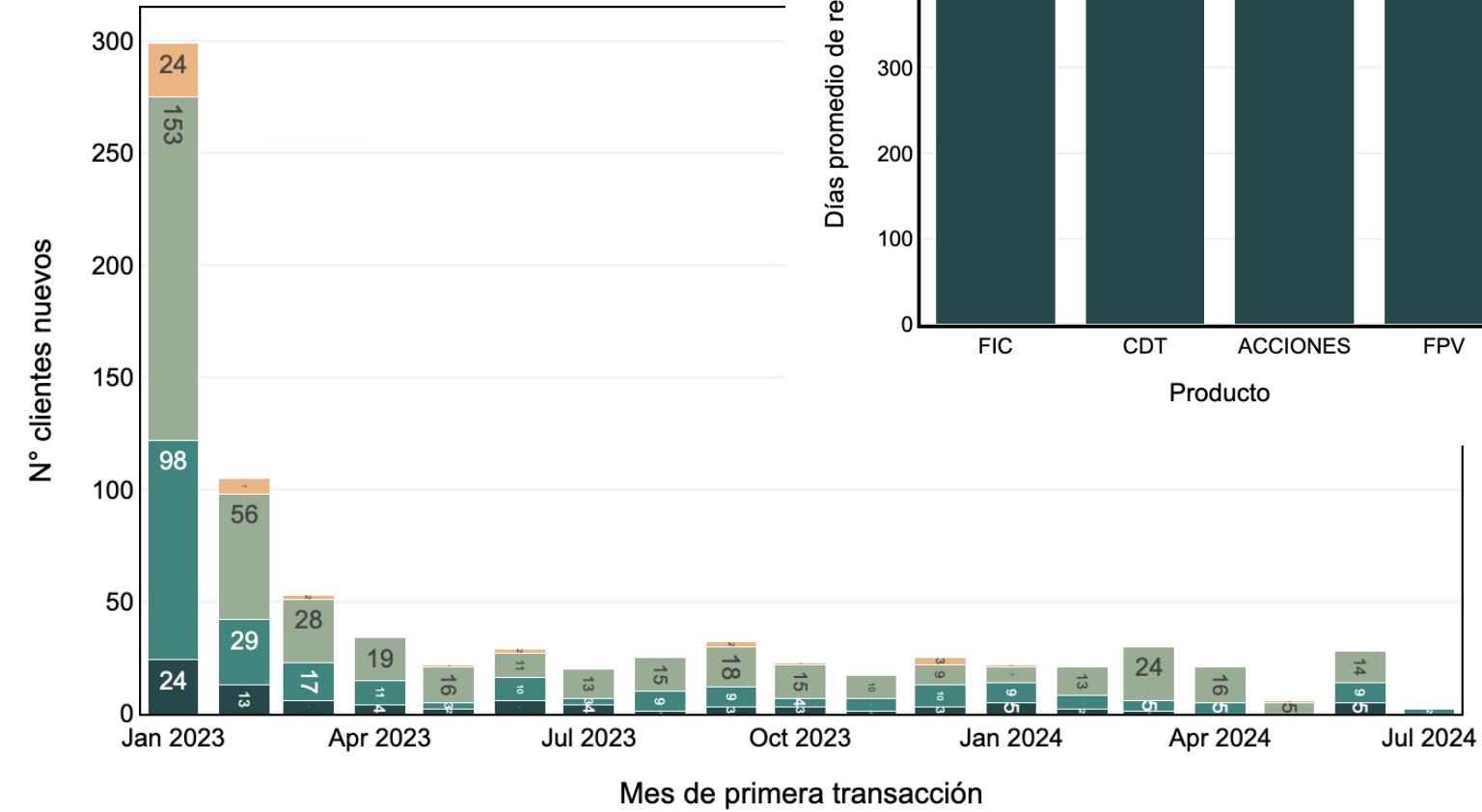
Entendamos los casos anómalos Septiembre 2024



Descomposición del NNM en 2024-09

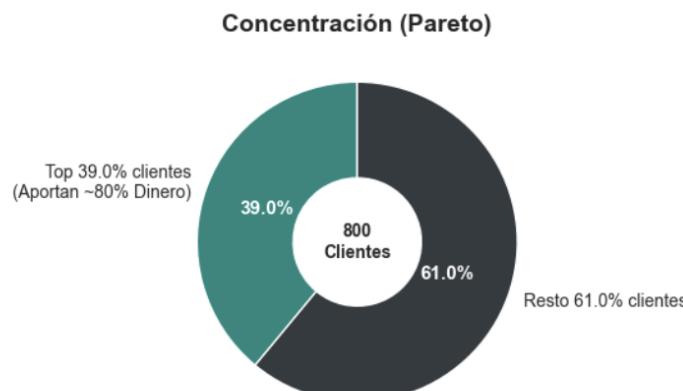
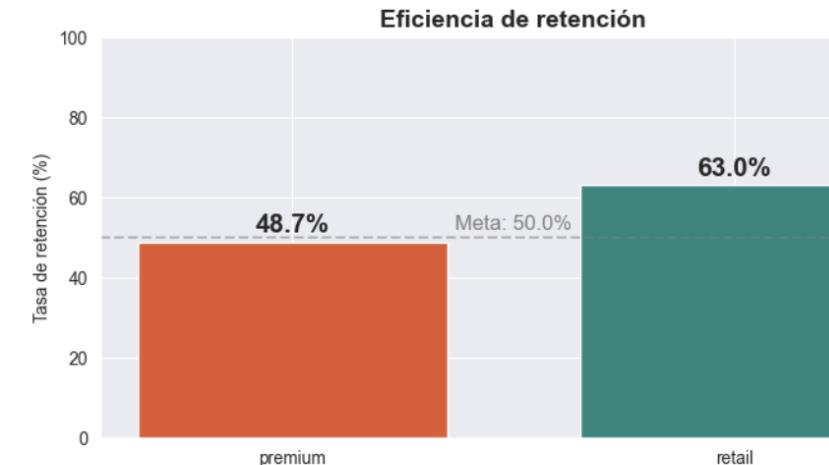
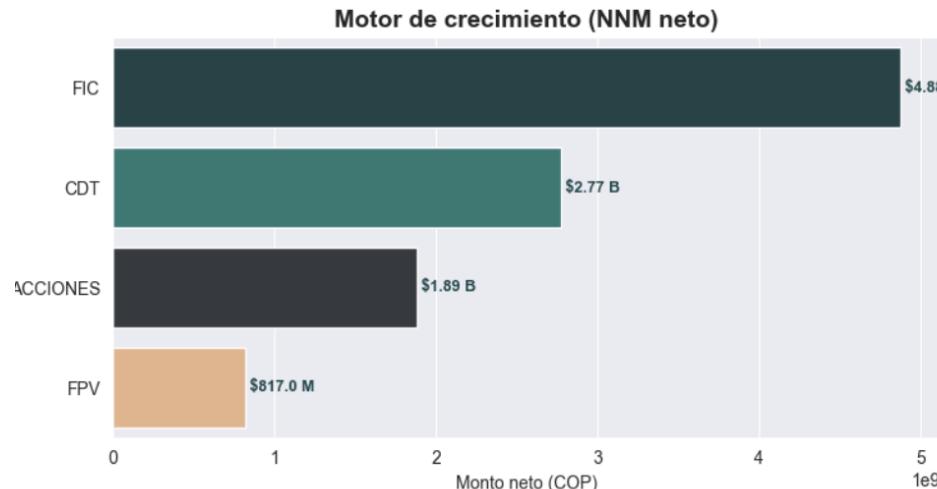


Historia Clientes nuevos/Productos



El motor de crecimiento funciona, pero el tanque tiene fugas en el segmento más valioso.

Análisis de Flujos de Dinero (NNM)

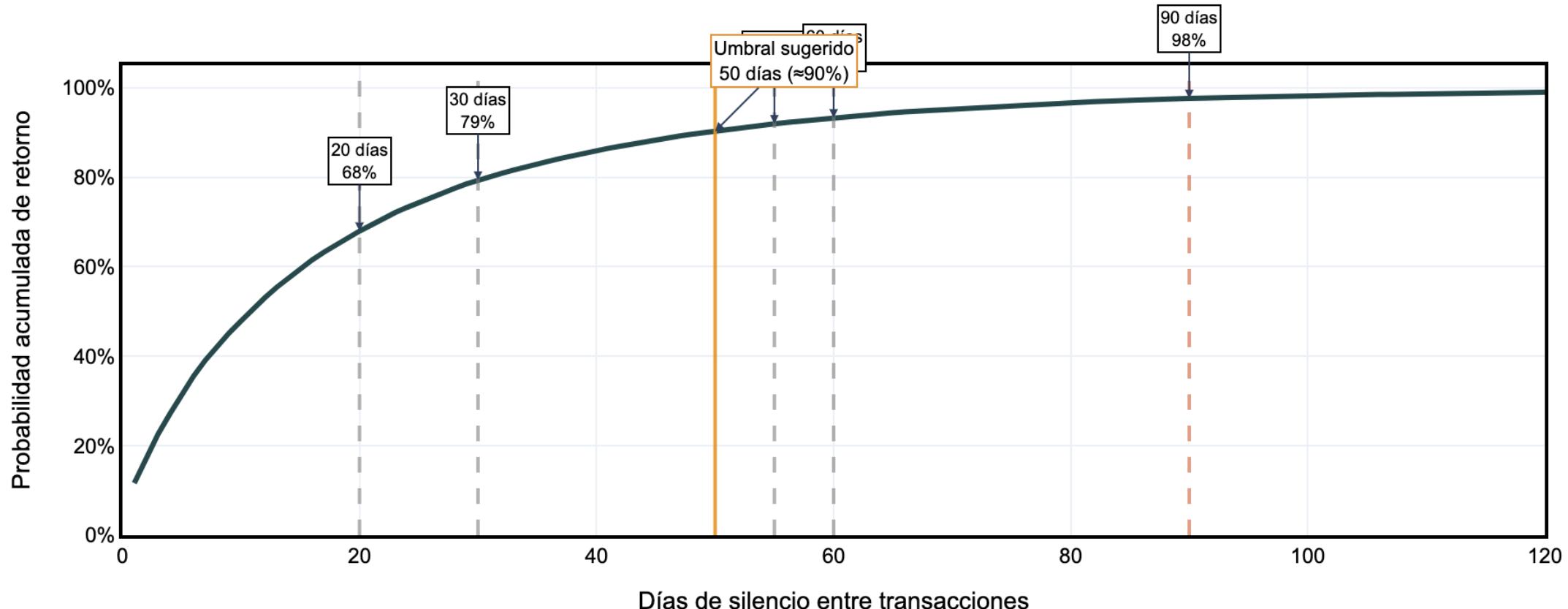


¿Cómo definimos el churn? ¿Cuántos días de inactividad y qué saldo mínimo marcan que un cliente ya desertó?

Gráfica de la curva de latencia (días de silencio vs prob. de retorno)



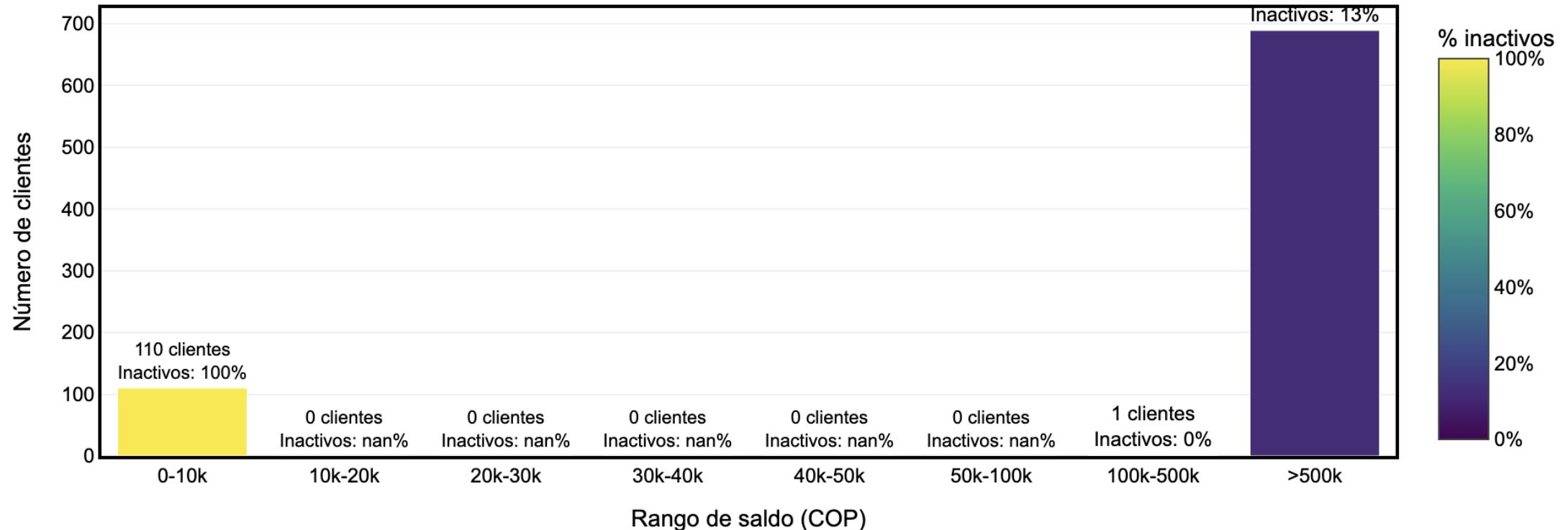
Curva de latencia: ¿cuánto tardan en volver los clientes?



Tiempo promedio de silencio: 20.0 días (Tomando todas las transacciones)

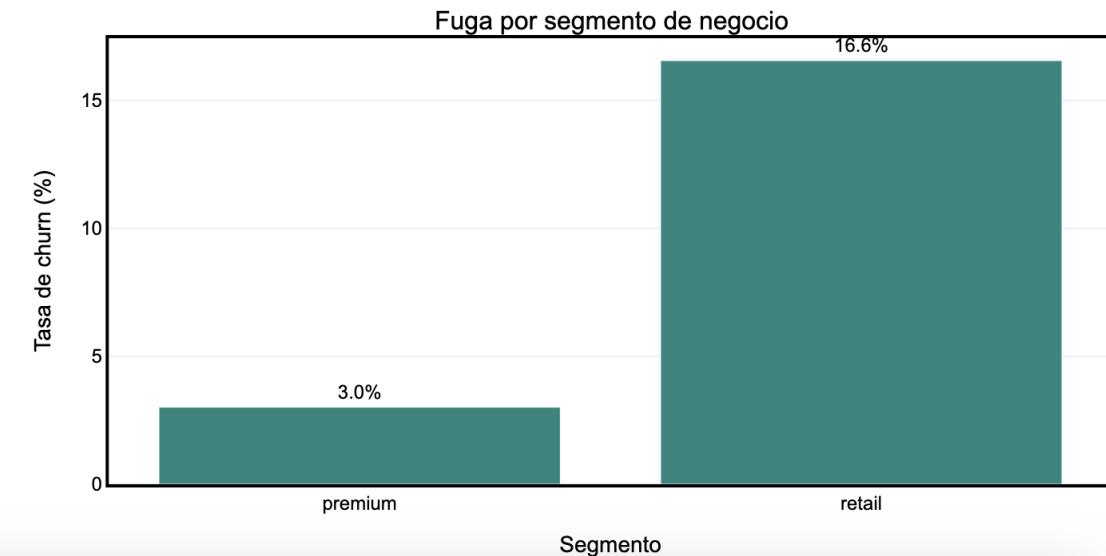
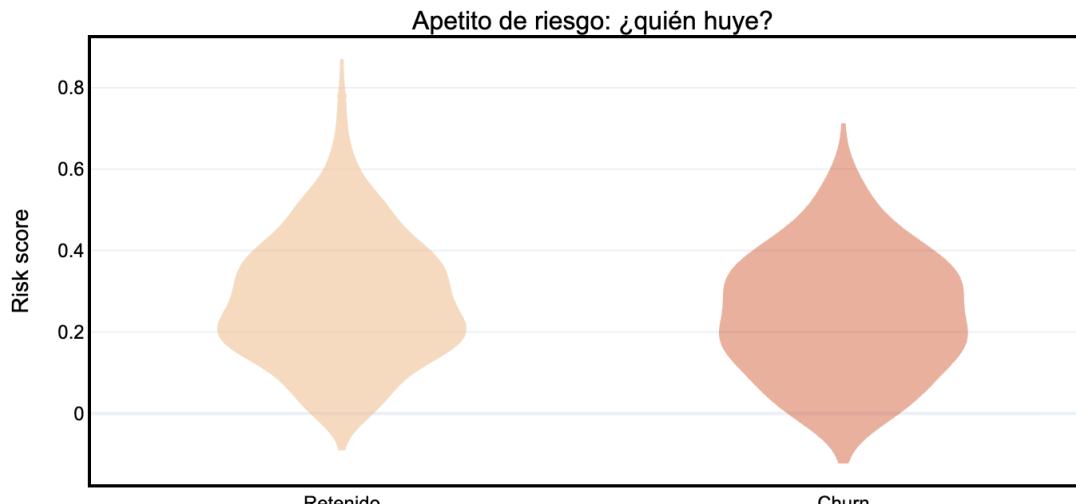
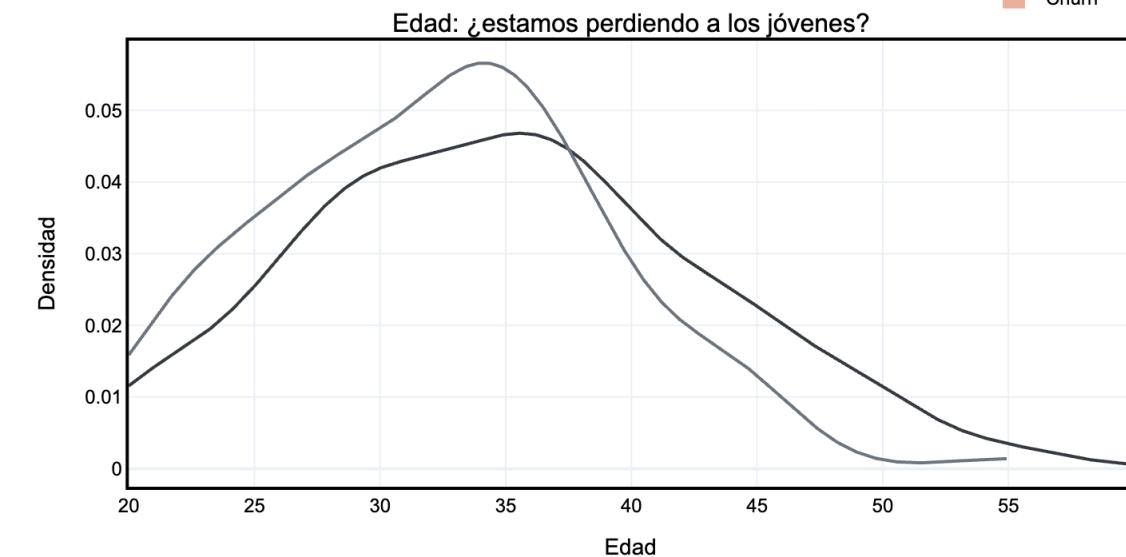
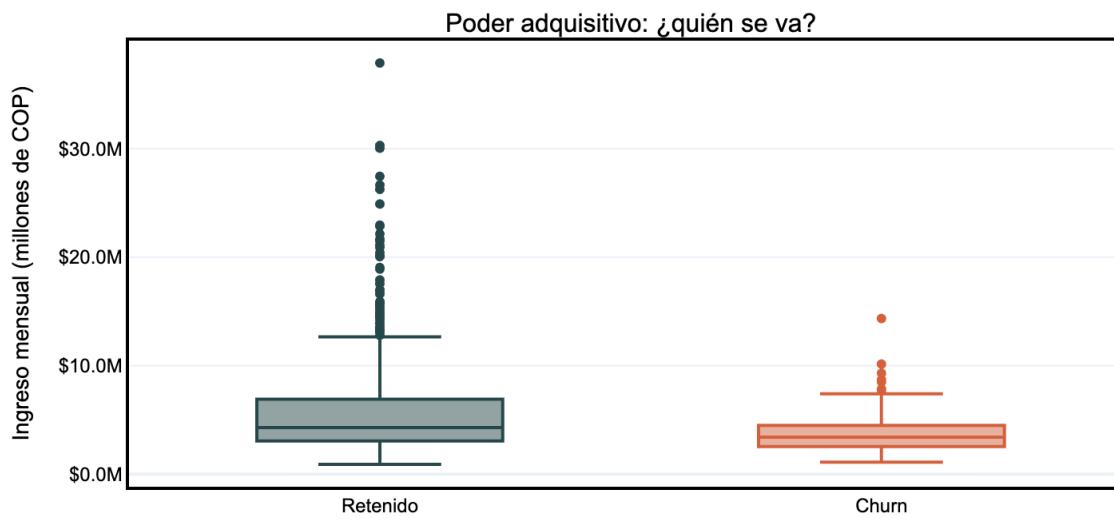
Cuanto es lo mínimo en saldo para marcar inactividad

Churn operativo: inactividad por rango de saldo



Perfil de clientes que no logran ser retenidos

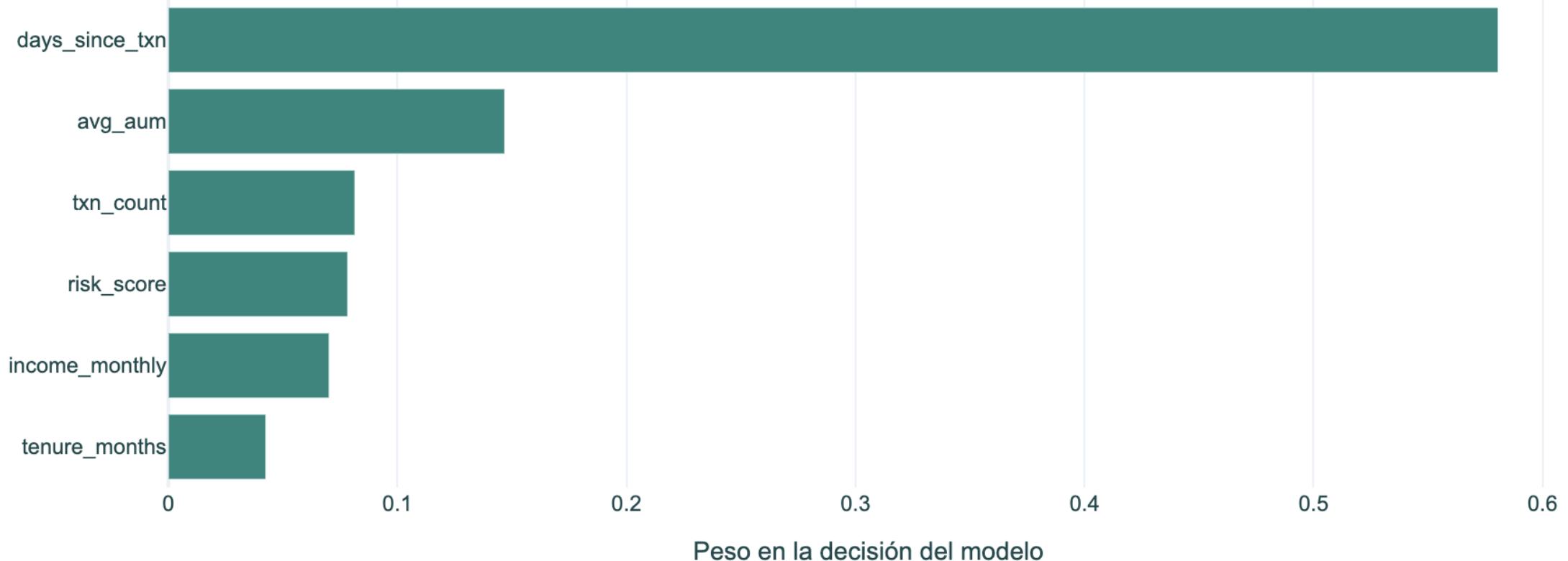
Perfilamiento de clientes: churn vs retenidos



¿Qué variables impactan en la clasificación de un churn?

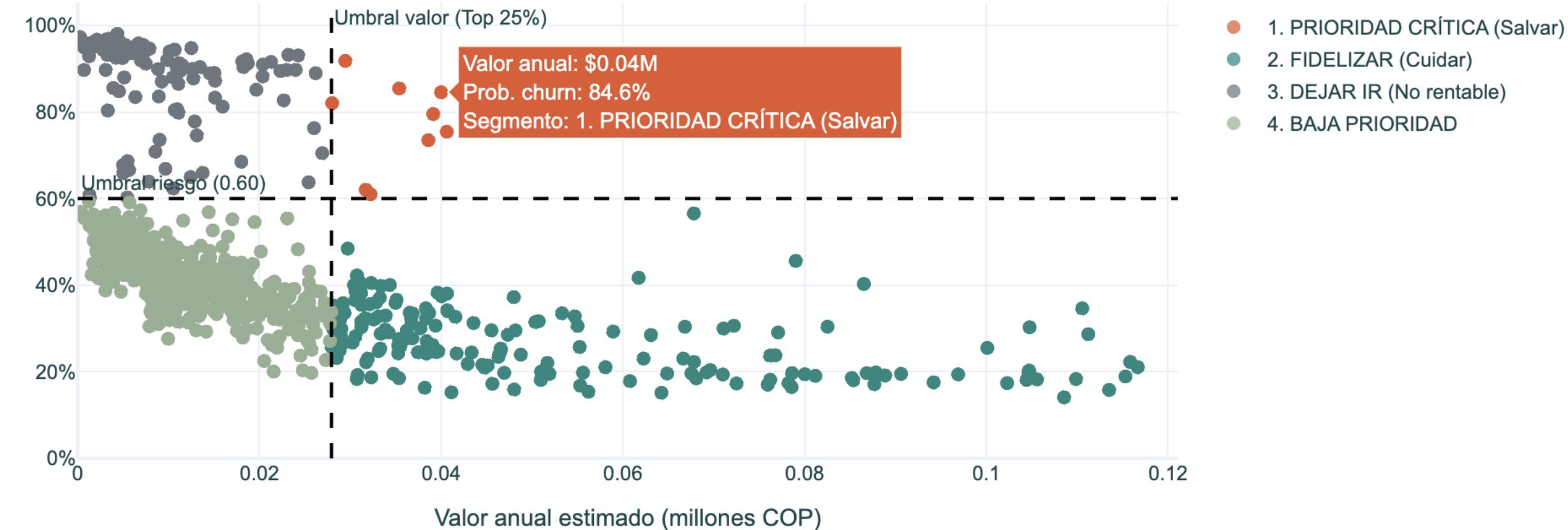


¿Qué define que un cliente se vaya? (Importancia de features)



¿Cuáles son los clientes que con riesgo de churn y deben ser salvados?

Matriz de retención rentable: Riesgo vs Valor



Conclusiones Accionables

- **Growth Inmediato:** Activar comercialmente a las 14 ‘Ballenas sin invertir’.
- **Urgencia de Producto:** Intervenir urgentemente el FPV con incentivos de permanencia o de cruce de producto.
- **Fuga Premium:** Crear un producto de inversión exclusivo para el segmento Premium que detenga su baja retención de capital.
- **Eficiencia en reducir Churn:** El modelo de churn permite priorizar a clientes con alta probabilidad de fuga y alto valor, que son los que realmente vale la pena salvar.
- **Campañas:** La curva de latencia permite conocer a tiempo los clientes que están demorados en realizar transacciones, si el cliente es VIP incentivarlo mover su dinero a tiempo.
- No hay clientes nuevos del mediados del 2024. Se debe capturar nuevos clientes.