

## **Resultados del Análisis Descriptivo**

En este análisis buscamos entender mejor cómo se comportan los distintos productos financieros de la empresa en relación con las tasas aplicadas y la calificación interna de los clientes. Además, también exploramos cómo diferentes segmentos de clientes influyen en los resultados obtenidos.

Para ello, hemos utilizado información sobre las obligaciones financieras, los productos ofrecidos y las tasas aplicadas a lo largo del tiempo. A través de varios gráficos, podemos observar el promedio de las tasas efectivas para cada producto y analizar cómo factores como la calificación interna de los clientes y el segmento al que pertenecen afectan el valor final generado por cada producto.

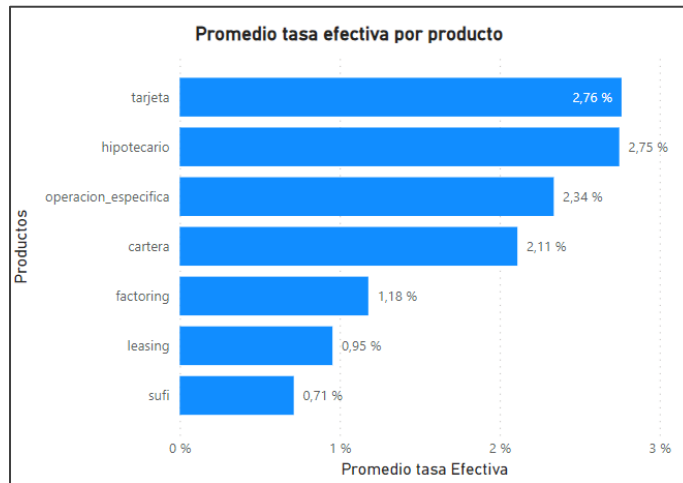
El análisis responde preguntas clave como:

- ¿Cuáles son los productos más importantes en términos de rendimiento financiero?
- ¿Cómo varían las tasas aplicadas según los diferentes segmentos de clientes?
- ¿Qué impacto tiene la calificación interna de los clientes en las tasas efectivas y los resultados finales?

Este análisis no solo nos proporciona una visión clara del comportamiento actual de los productos financieros, sino que también nos ayuda a identificar oportunidades para optimizar la gestión de tasas y mejorar el enfoque hacia distintos segmentos de clientes.

## 1. Promedio de Tasa Efectiva por Producto

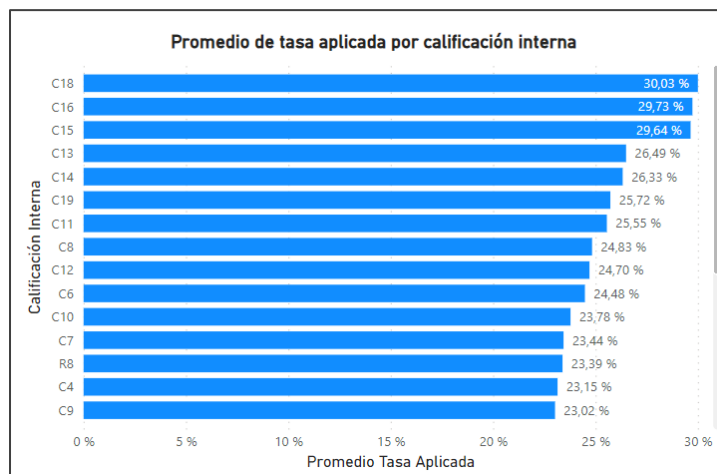
- **Descripción:** Este gráfico muestra el promedio de la tasa efectiva para los diferentes productos financieros.



- **Análisis:** Podemos observar que los productos con las tasas más altas son "Tarjeta" y "Hipotecario", con tasas promedio del 2.76% y 2.75%, respectivamente. Los productos con las tasas más bajas son "Sufi" y "Leasing", con tasas promedio inferiores al 1%.
- **Conclusión:** Los productos de crédito personal y de consumo, como tarjetas y créditos hipotecarios, tienden a tener tasas más altas en comparación con productos financieros como "Sufi" y "Leasing". Esto puede deberse a la naturaleza de los riesgos asociados a estos productos.

## 2. Promedio de Tasa Aplicada por Calificación Interna

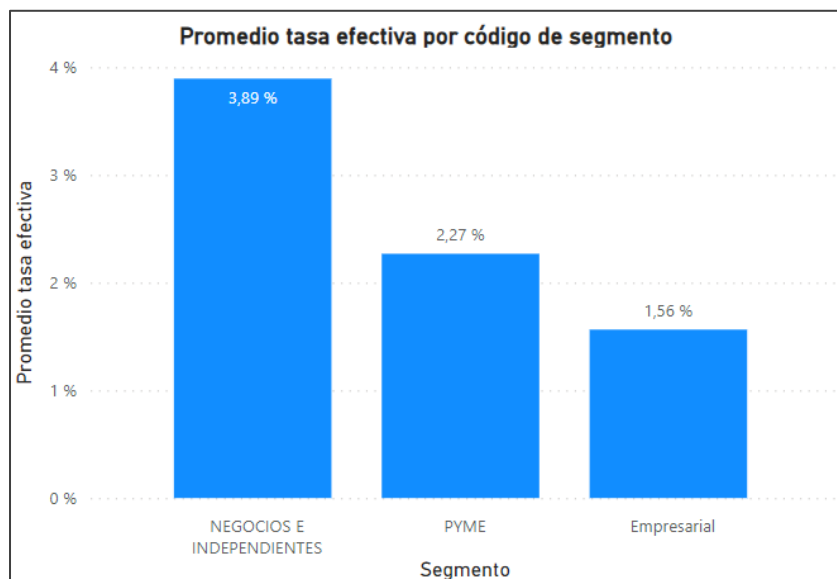
- **Descripción:** Este gráfico muestra la tasa aplicada en función de la calificación interna del cliente.



- **Análisis:** Los clientes con calificación interna C18, C16 y C15 tienen las tasas aplicadas más altas, alcanzando hasta el 30.03%. Las tasas más bajas se observan en clientes con calificación R1, quienes tienen una tasa promedio del 12.27%.
- **Conclusión:** Los clientes con mejores calificaciones (R1 a R9) tienden a tener tasas de interés significativamente más bajas, lo cual es esperable, ya que su riesgo crediticio es menor. En cambio, clientes con peores calificaciones internas (C13 en adelante) tienen tasas de interés mucho más elevadas.

### 3. Promedio de Tasa Efectiva por Código de Segmento

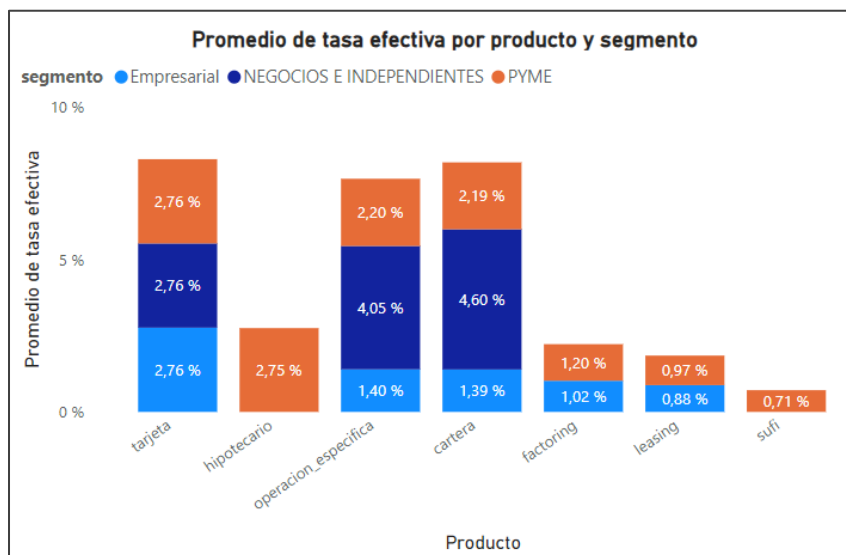
- **Descripción:** Este gráfico muestra el promedio de la tasa efectiva agrupada por el segmento del cliente.



- **Análisis:** El segmento "Negocios e Independientes" presenta la tasa efectiva más alta, con un promedio de 3.89%, mientras que el segmento "Empresarial" tiene la tasa efectiva más baja, con un promedio de 1.56%.
- **Conclusión:** Los segmentos más orientados a personas independientes o pequeñas empresas parecen tener un riesgo mayor o menos preferencia crediticia, lo que resulta en tasas más altas.

#### 4. Promedio de Tasa Efectiva por Producto y Segmento

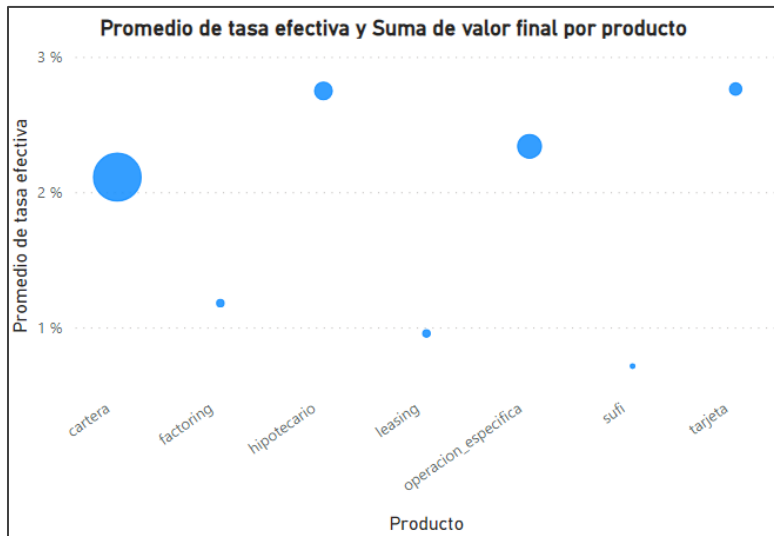
- **Descripción:** Aquí se comparan las tasas efectivas promedio de los productos, pero segmentadas por tipo de cliente.



- **Análisis:** Los productos como "Cartera" y "Operación Específica" muestran grandes diferencias entre los segmentos "Negocios e Independientes" y "PYME", destacando que los primeros suelen tener tasas más altas. Productos como "Tarjeta" muestran tasas similares entre los diferentes segmentos.
- **Conclusión:** Las diferencias en las tasas entre productos y segmentos indican que se está aplicando una política de segmentación y ajuste de tasas según el tipo de cliente, lo cual es eficiente para la gestión de riesgos.

#### 5. Promedio de Tasa Efectiva y Suma de Valor Final por Producto

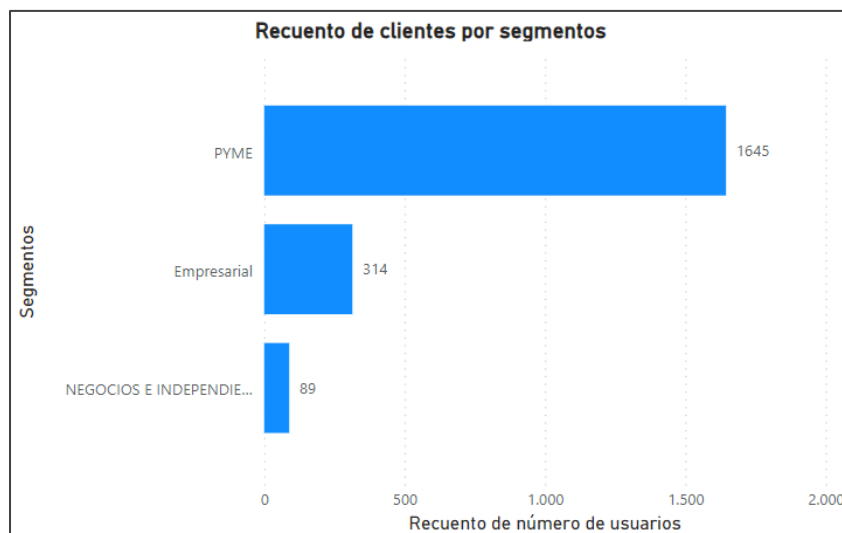
- **Descripción:** Este gráfico representa el promedio de tasa efectiva y el valor final (multiplicación entre la tasa efectiva y el valor inicial) por cada producto.



- **Análisis:** Los productos como "Cartera" y "Factoring" tienen un gran impacto en términos de valor final, destacando la importancia de estos productos dentro de la cartera de la empresa.
- **Conclusión:** Aunque algunos productos tienen tasas efectivas relativamente bajas, como "Leasing", estos productos generan altos valores finales debido a los montos iniciales más altos.

## 6. Recuento de Clientes por Segmentos

- **Descripción:** Este gráfico muestra el número de clientes en cada uno de los segmentos.

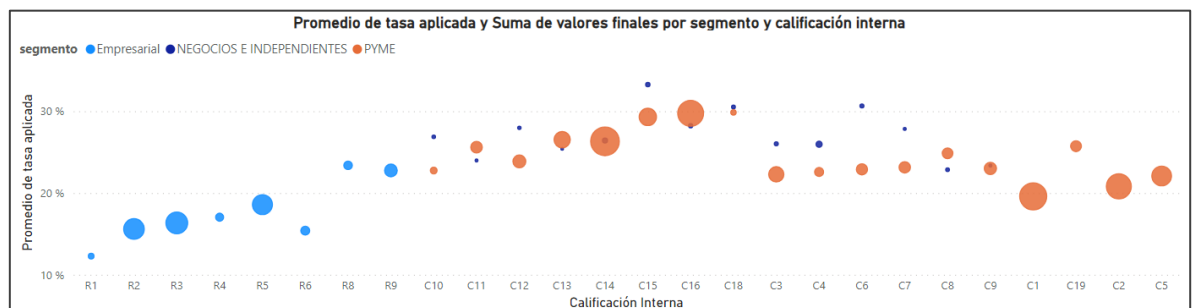


- **Análisis:** El segmento "PYME" es el que tiene la mayor cantidad de clientes, con un total de 1645, seguido del segmento "Empresarial".

- **Conclusión:** La mayoría de los clientes de esta cartera pertenecen al segmento "PYME", lo que sugiere que las políticas de tasas y productos deben enfocarse más en este tipo de clientes.

## 7. Promedio de Tasa Aplicada y Suma de Valores Finales por Segmento y Calificación Interna

- **Descripción:** En este gráfico de dispersión se compara la tasa aplicada con el valor final generado por cada combinación de segmento y calificación interna.



- **Análisis:** Los clientes con calificaciones internas más bajas (como R1 a R5) tienen tasas aplicadas mucho más bajas, mientras que clientes con calificaciones más altas (C16, C18) presentan tanto mayores tasas como valores finales más elevados.
- **Conclusión:** El segmento "PYME" parece tener una distribución más amplia entre tasas bajas y altas, indicando que hay diferentes niveles de riesgo dentro de este segmento. Esto refuerza la idea de que las tasas deben ajustarse no solo por producto, sino también por calificación de riesgo interna.

## Conclusiones:

En resumen, este análisis destaca las diferencias significativas en las tasas de interés aplicadas según el producto financiero, el segmento del cliente y la calificación interna. Es crucial que la entidad ajuste sus políticas de tasas para equilibrar el riesgo y las ganancias potenciales, maximizando el valor final generado sin sacrificar la competitividad en productos clave como "Cartera" y "Factoring".

## Recomendaciones:

1. **Segmentación Focalizada:** Se recomienda implementar políticas de tasas más agresivas para clientes "PYME" con buenas calificaciones, ya que representan la mayor cantidad de clientes, lo que puede traducirse en mayor retención y valor futuro.

2. **Optimización de Productos:** Los productos como "Sufi" y "Leasing" presentan bajas tasas y bajo valor final. Evaluar estos productos y considerar ajustes en sus condiciones podría mejorar la rentabilidad.
3. **Gestión de Riesgos:** Continuar ajustando las tasas según la calificación interna del cliente, especialmente en segmentos con alta variabilidad de riesgo como "Negocios e Independientes".