

Análisis de Churn de Clientes en Telecomunicaciones

Sofía Koutsourais

Grado en Ingeniería Matemática

El Desafío del Churn en Telecomunicaciones



Definición

- Churn es el porcentaje de clientes que dejan de utilizar los servicios en un período determinado
- Rango aceptable: puede variar entre un 1% a 3% mensual (12% a 36% anual)



Impacto Económico

- Reducir el churn en un 1% puede aumentar las ganancias hasta en un 5%
- Adquirir nuevos clientes es hasta 5 veces más costoso que retener a los existentes



Objetivos del Análisis

- Identificar clientes con alta probabilidad de abandono
- Ofrecer promociones personalizadas para su retención
- Maximizar el F2-score para identificar la mayor cantidad posible de clientes en riesgo

No churn Churn

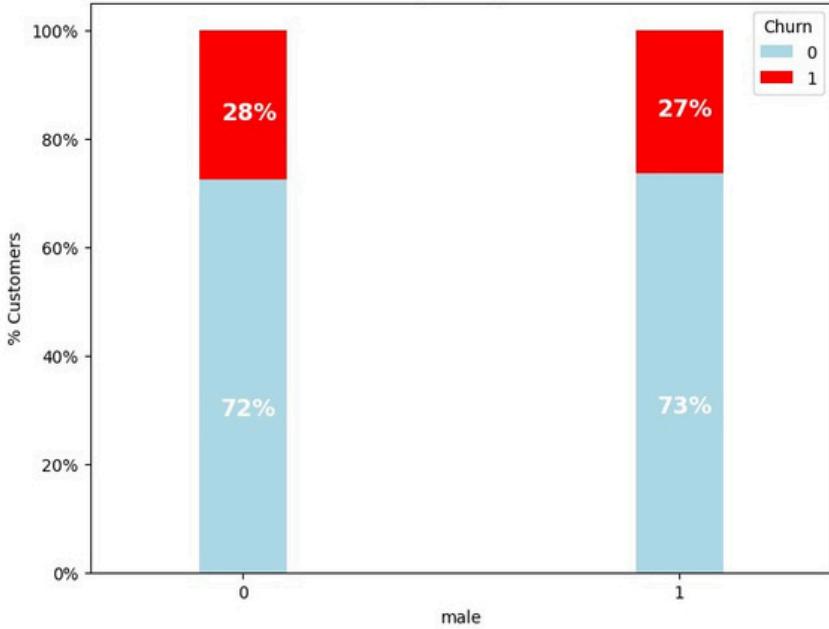
26.5% 73.5%

Metodología de Análisis



Criterio de selección de variables

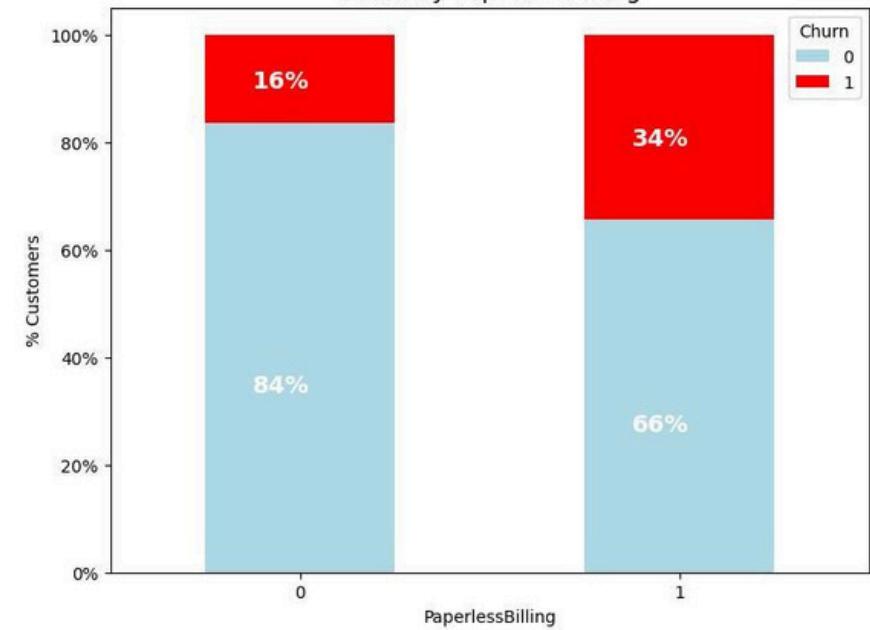
Churn por Género



Male

No aportanada de información si se trata de un hombre o una mujer ya que está muy igualado.

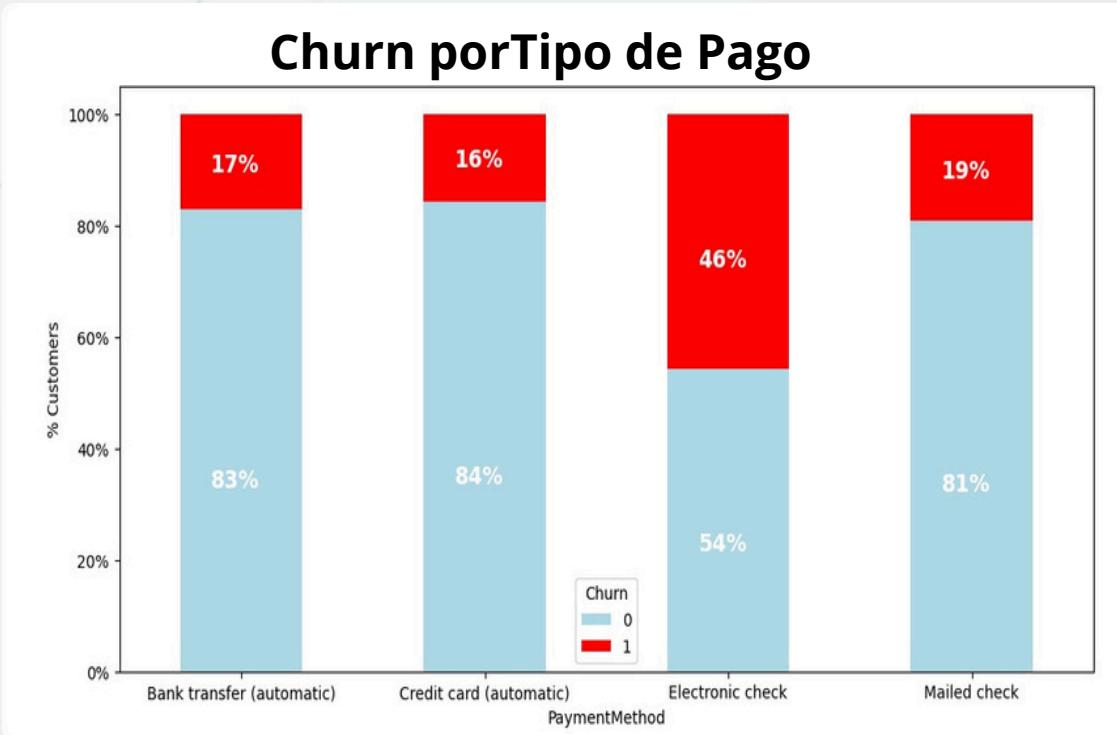
Churn por Tipo de PaperlessBilling



Paperlessbilling

Factura electronica o factura física ca.

Criterio de selección de variables

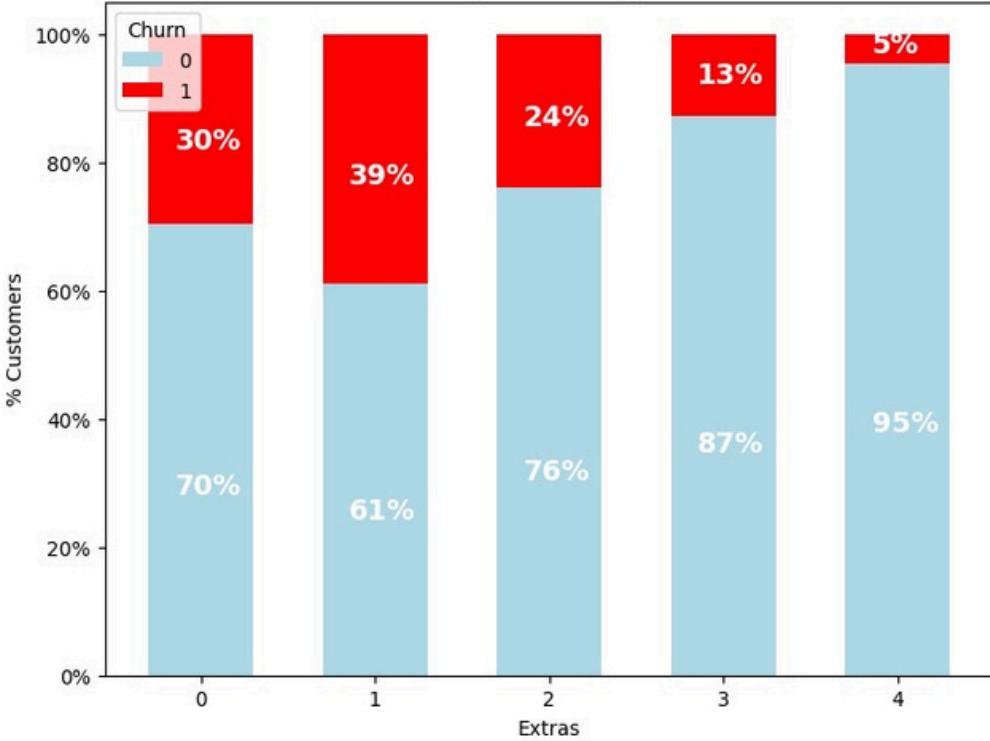


Pagmen tMe tho d

Agrupamos esta variable creando la variable binaria PaidElectronicCheck ya que tiene el riesgo más alto.

Criterio de creación de variables

Churn por Extras



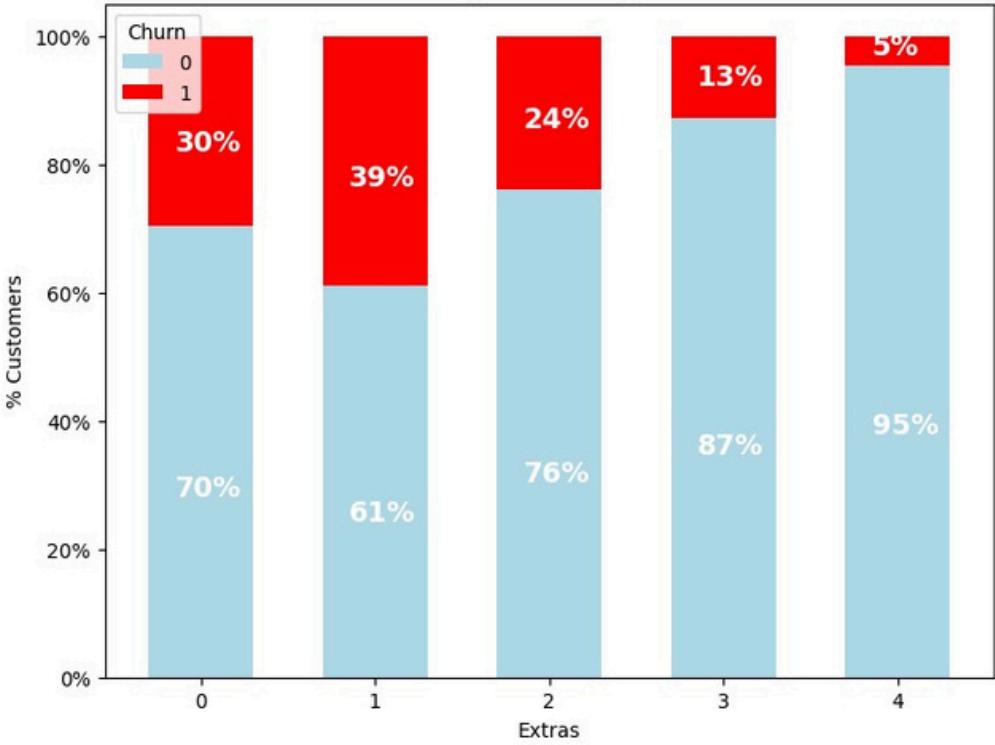
Agrupar de forma lógica todas las columnas que representan servicios adicionales u opcionales



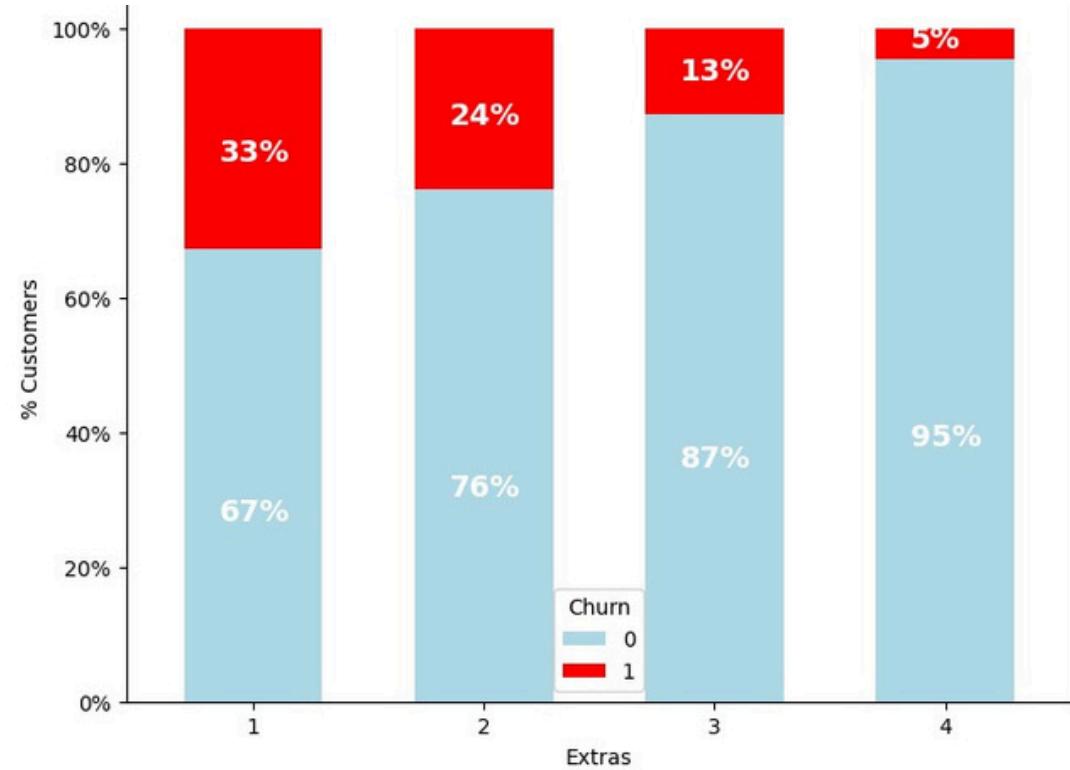
Ayuda al manejo de valores faltantes o la codificación categórica.

Criterio de creación de variables

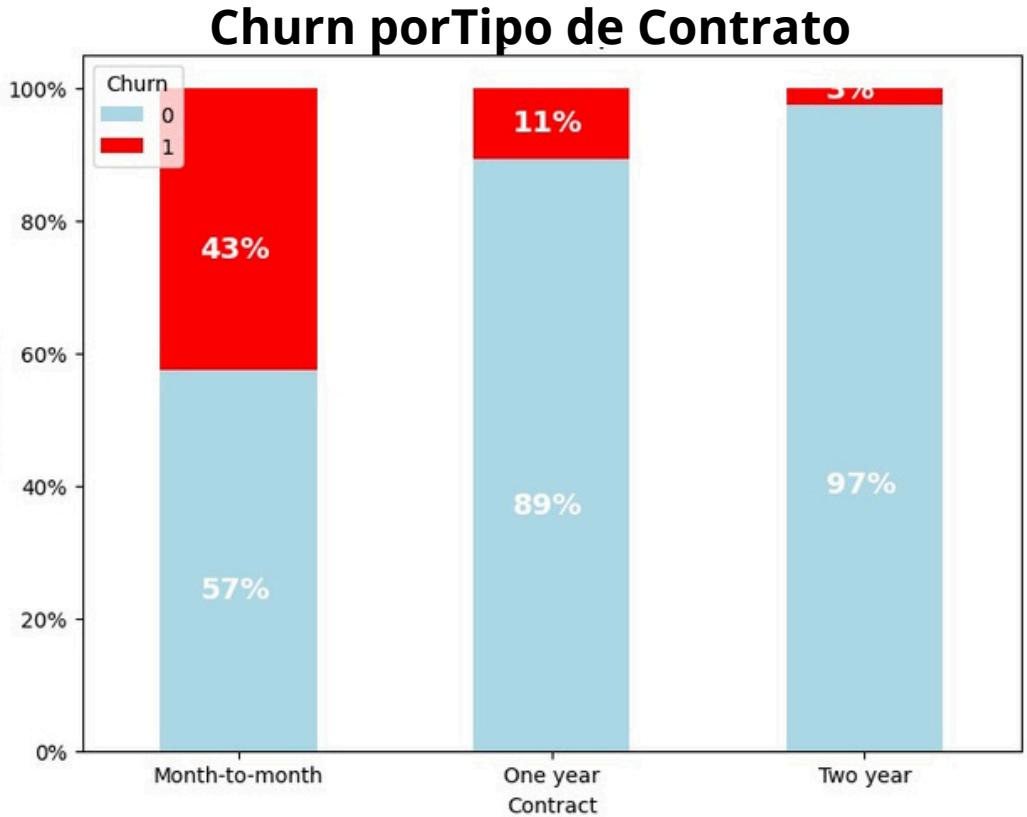
Churn por Extras



Churn por Extras



Variables explicativas

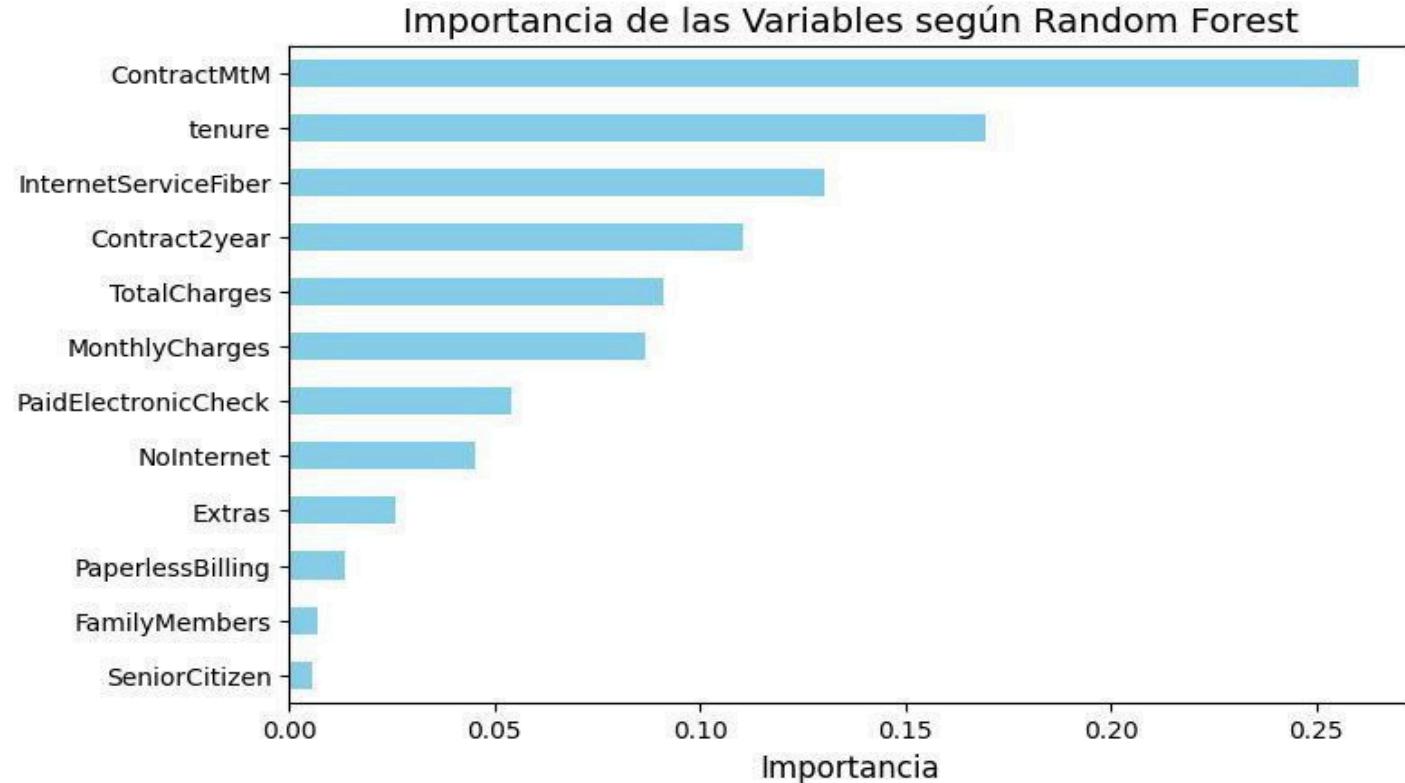


La duracióndel contrato es un factor clave enla retención.

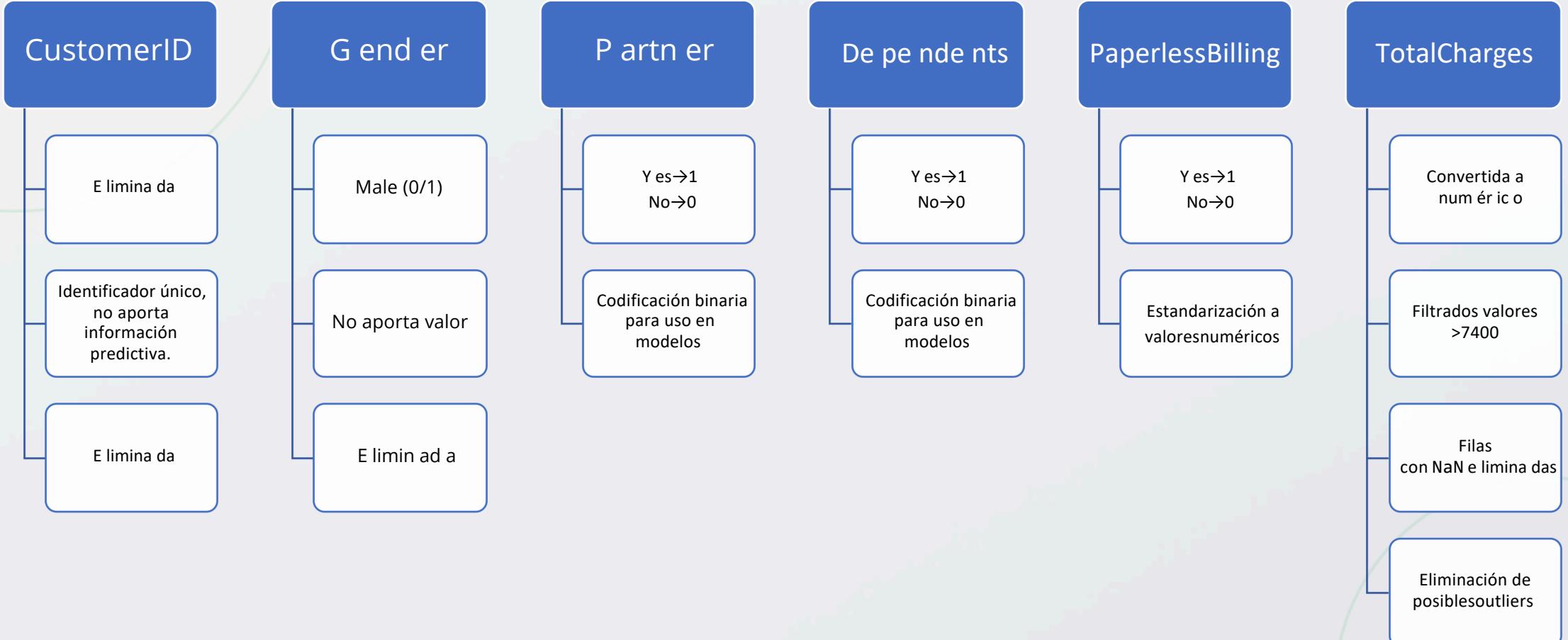


Incentivarcontratosmás largos mediante descuentoso beneficios exclusivos.

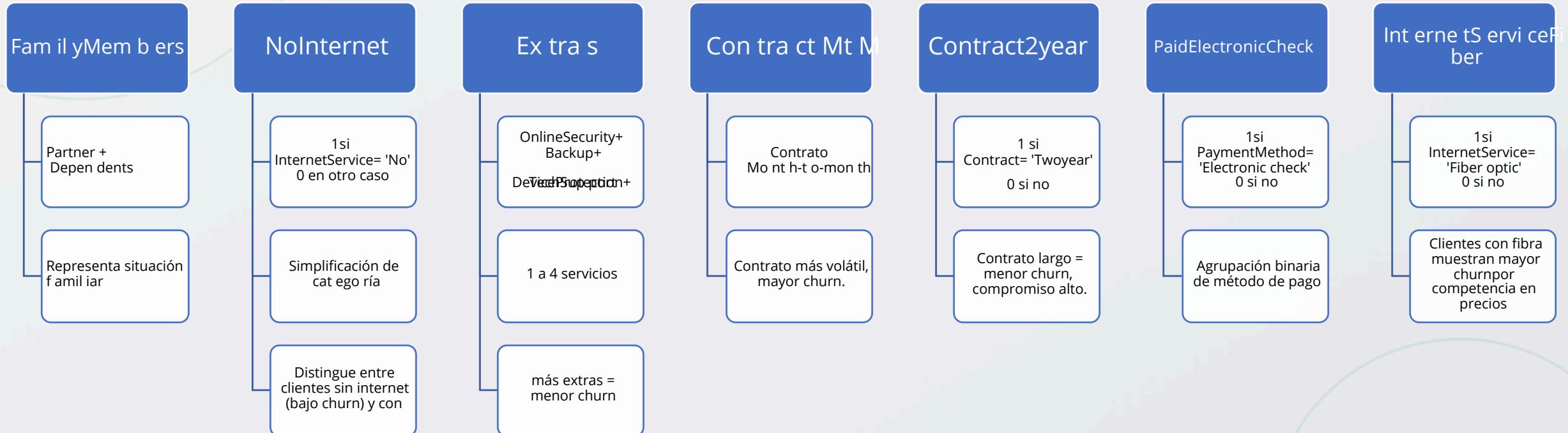
Selección de variables



Variables que hemos modificado



Variables que hemos creado



Modelo Predictivo: Regresión Logística

✓ Justificación de la Elección

63

Interpretabilidad

El modelo es fácil de entender y sus resultados pueden ser explicados de manera clara a los directivos.



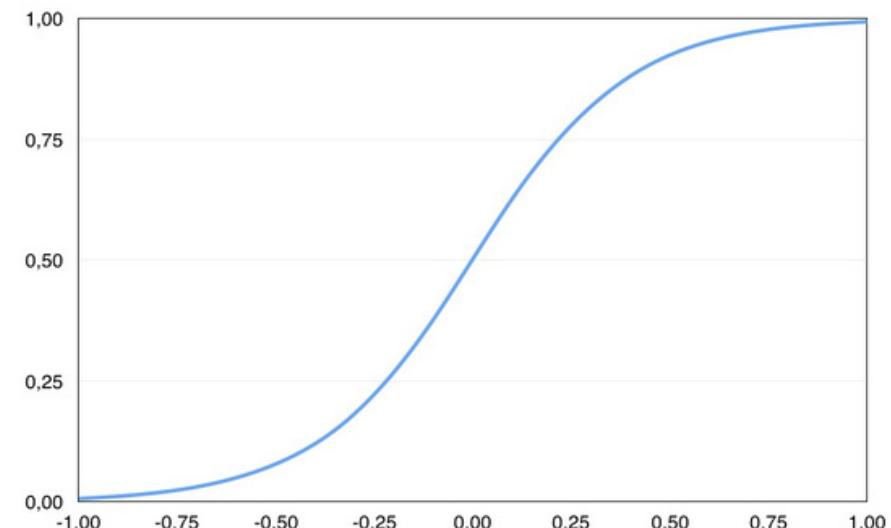
Facilidad de Implementación

Es un modelo robusto y relativamente sencillo de implementar y mantener en entornos de producción.



Predicción de Probabilidades

Permite calcular directamente la probabilidad de que un cliente abandone, crucial para la toma de decisiones.



Modelo Predictivo: Regresión Logística

Características y Técnicas de Preprocesamiento

Métrica: F2



Recall pesa 4 veces más que la precisión. Maximizar el recall de Churn significa poder identificar el máximo número de clientes que se van a marchar.

$$F_2 = \frac{5 \cdot Precision \cdot Recall}{4 \cdot Precision + Recall}$$



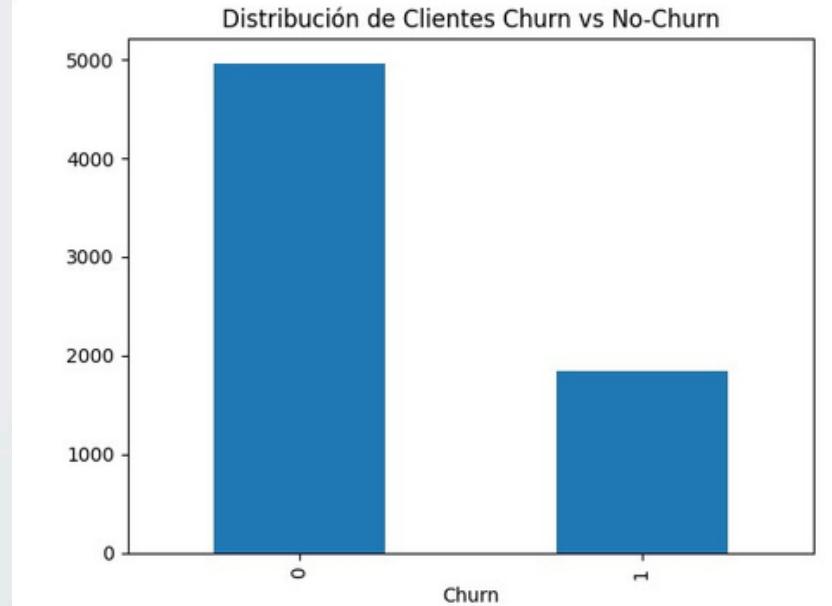
Escalado de datos

Sino daríamos más importancia a los datos con números más altos que al resto.

Balanceo de Datos



Asegura que el modelo pudiera detectar clientes que se marchaban, mejorando su capacidad de detección.



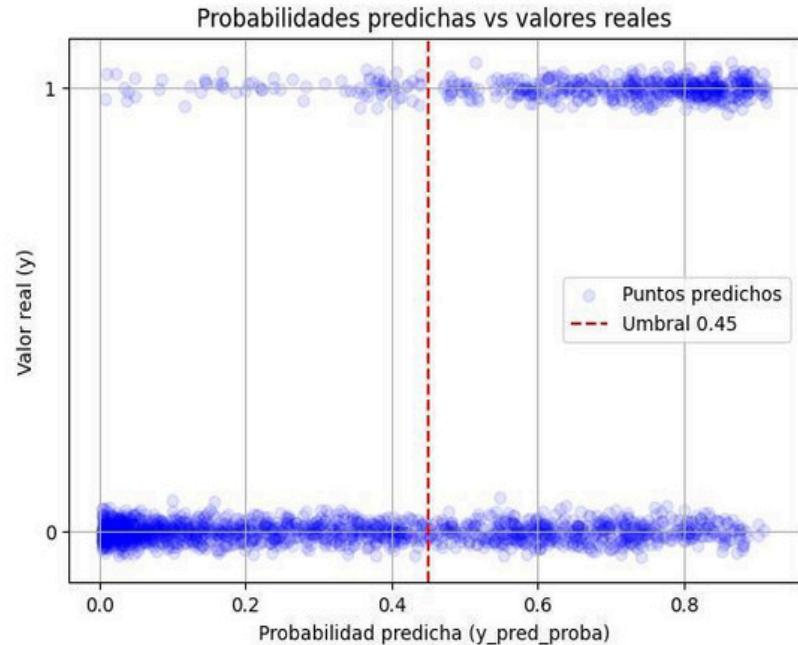
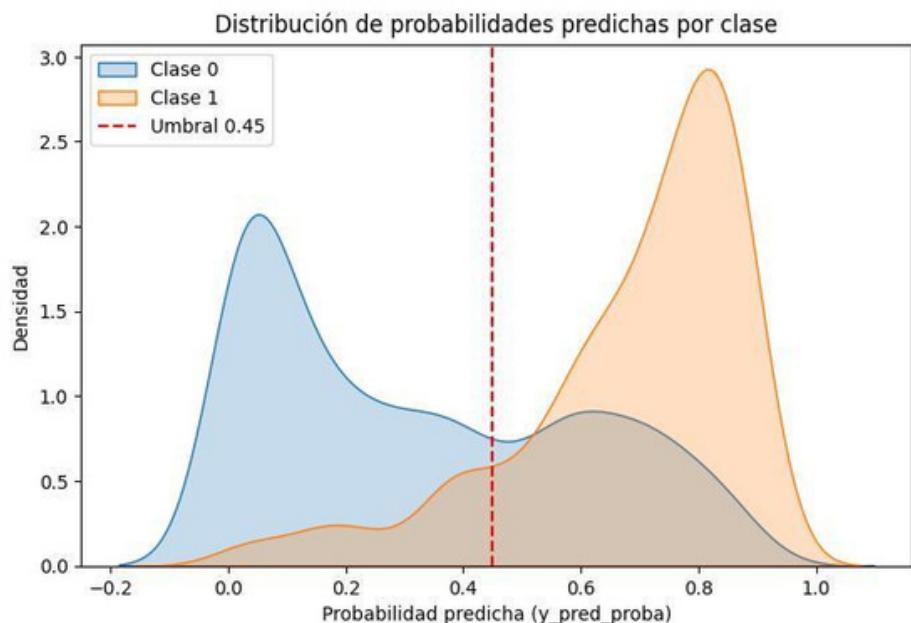
Modelo Predictivo: Regresión Logística

Características y Técnicas de Preprocesamiento



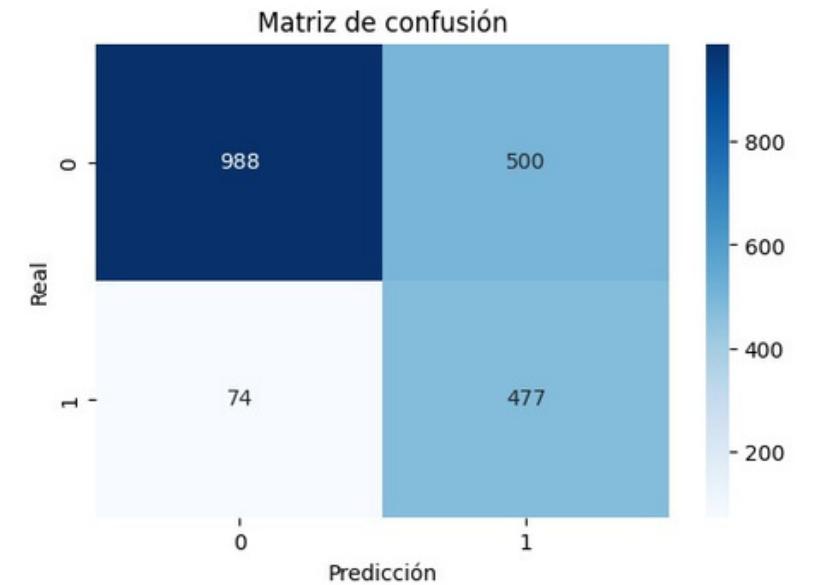
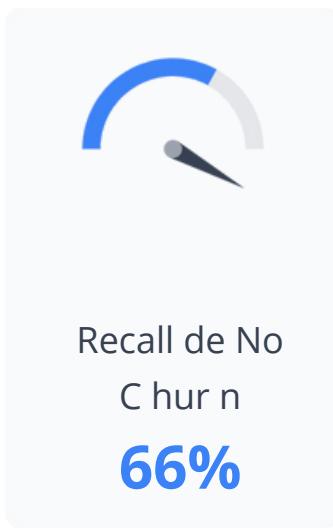
Umbral de clasificación

Unthreshold(umbral)de0,45:define el punto de corte para convertirlas probabilidadespredichasenuna clasificación binaria



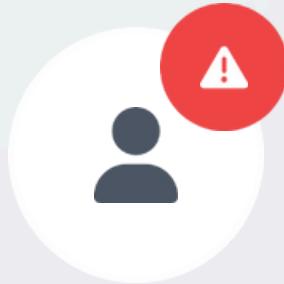
Resultados del Modelo

Métricas de Rendimiento



✓ De 10.000 clientes, **2650** se abandonarían, gracias al modelo seríamos capaces de identificar**2305**.

Perfil del Cliente con Mayor Riesgo



Contrato

Clientes con contrato "**Mes a Mes**" muestran mayor propensión al abandono



Servicio

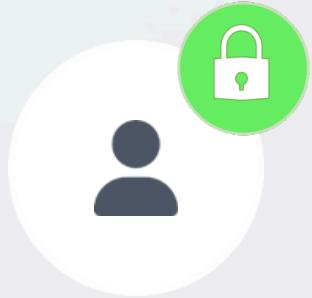
Clientes que tienen "**Fibra Óptica**" tienen mayor probabilidad de abandono



Antigüedad

Clientes con **baja antigüedad** la empresa tienen mayor riesgo

Perfil del Cliente con Menor Riesgo



Antigüedad

Clientes con **alta antigüedad** en la empresa tienen menor riesgo



Extras

Aquellos clientes que contratan multiples **servicios adicionales**.



Contrato Largo + Pago electrónico

Clientes con contrato de **"Dos años"** y pago electrónico muestran menor propensión al riesgo

Recomendaciones Estratégicas

Propuestas concretas para reducir la rotación de clientes



Programas de Retención Personalizados

Desarrollar programas específicos para clientes con contratos mensuales, ofreciendo incentivos para migrar a contratos de mayor duración.

- ✓ Descuentos por compromiso anual



Monitoreo Proactivo de Fibra Óptica

Implementar un monitoreo más cercano de clientes de fibra óptica, especialmente aquellos con baja antigüedad.

- ✓ Detección temprana de insatisfacción

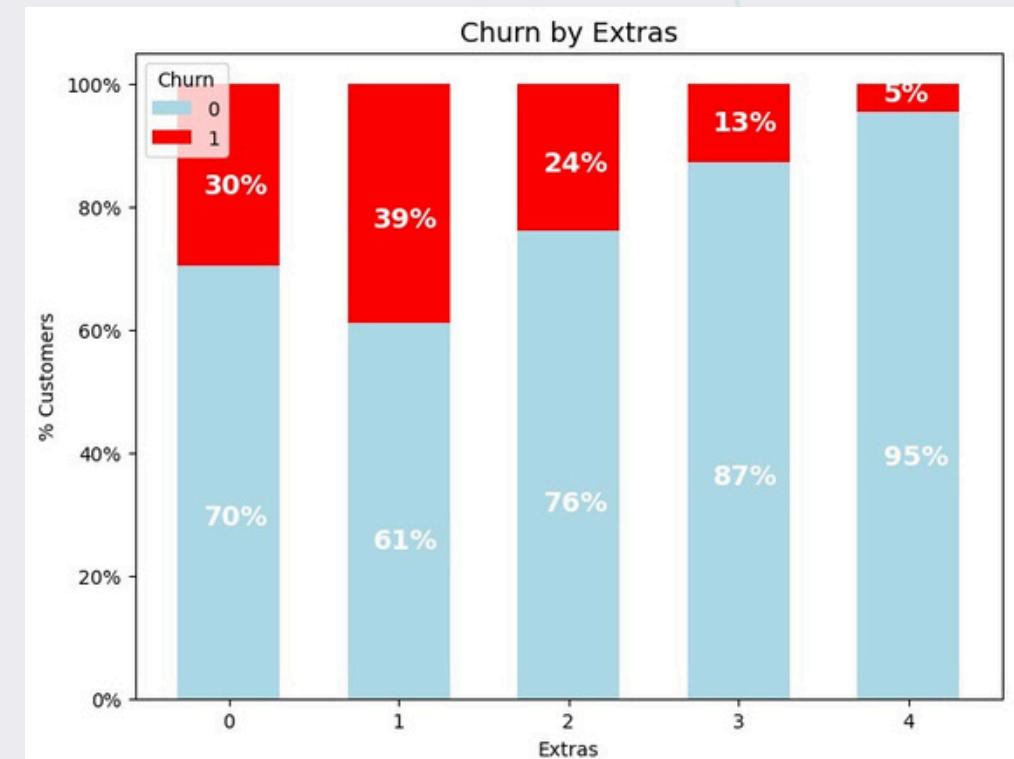
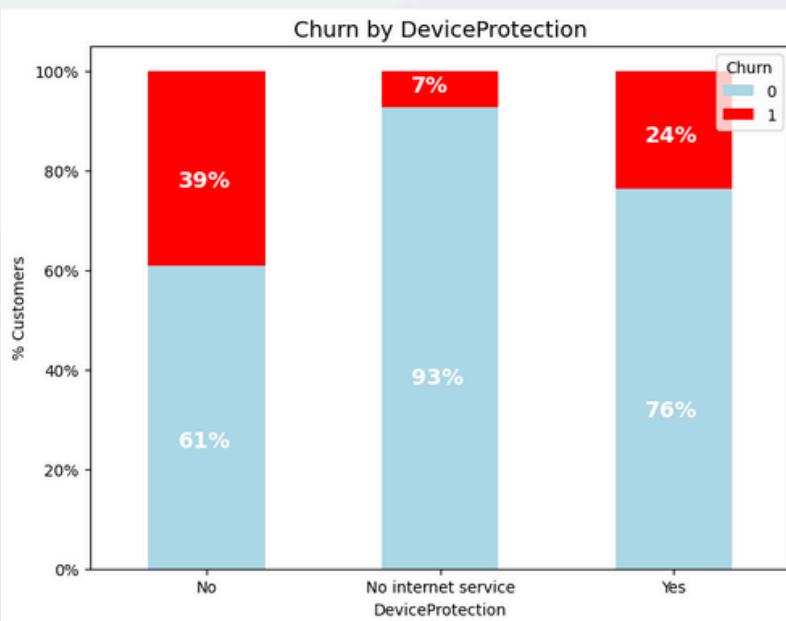
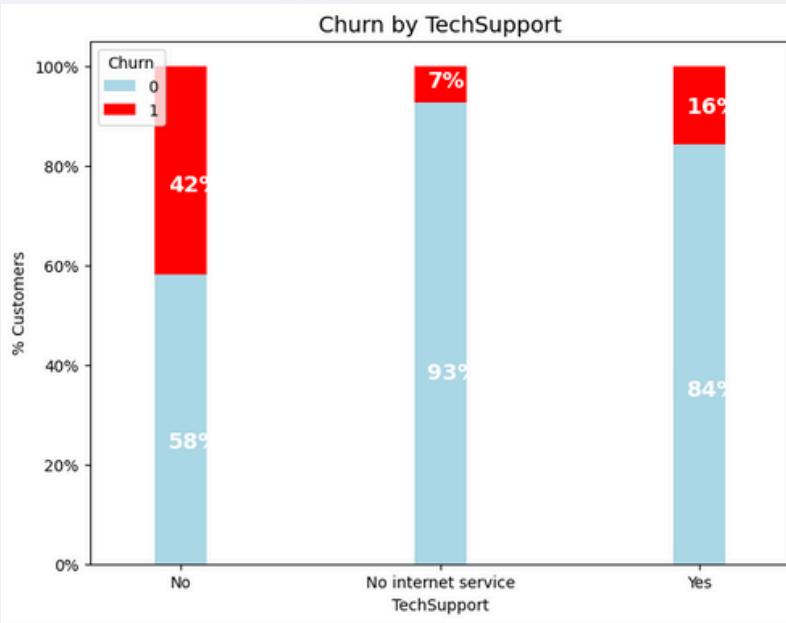


Estrategias de Fidelización Temprana

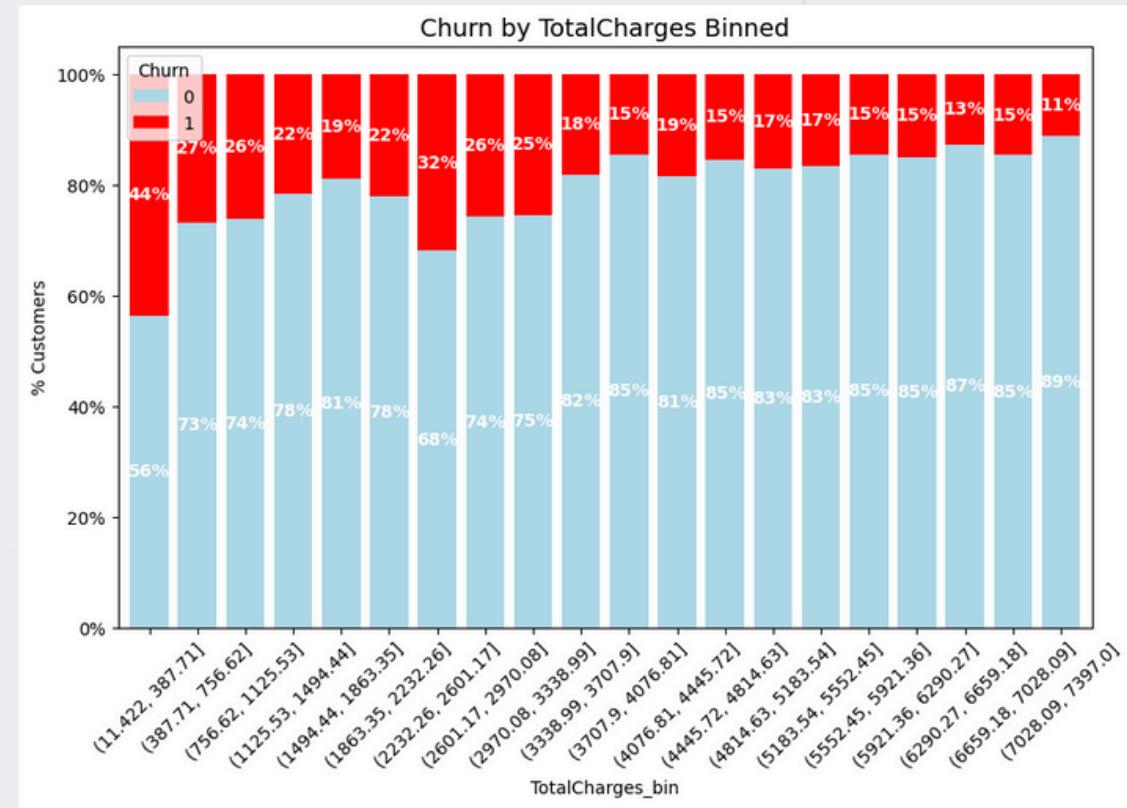
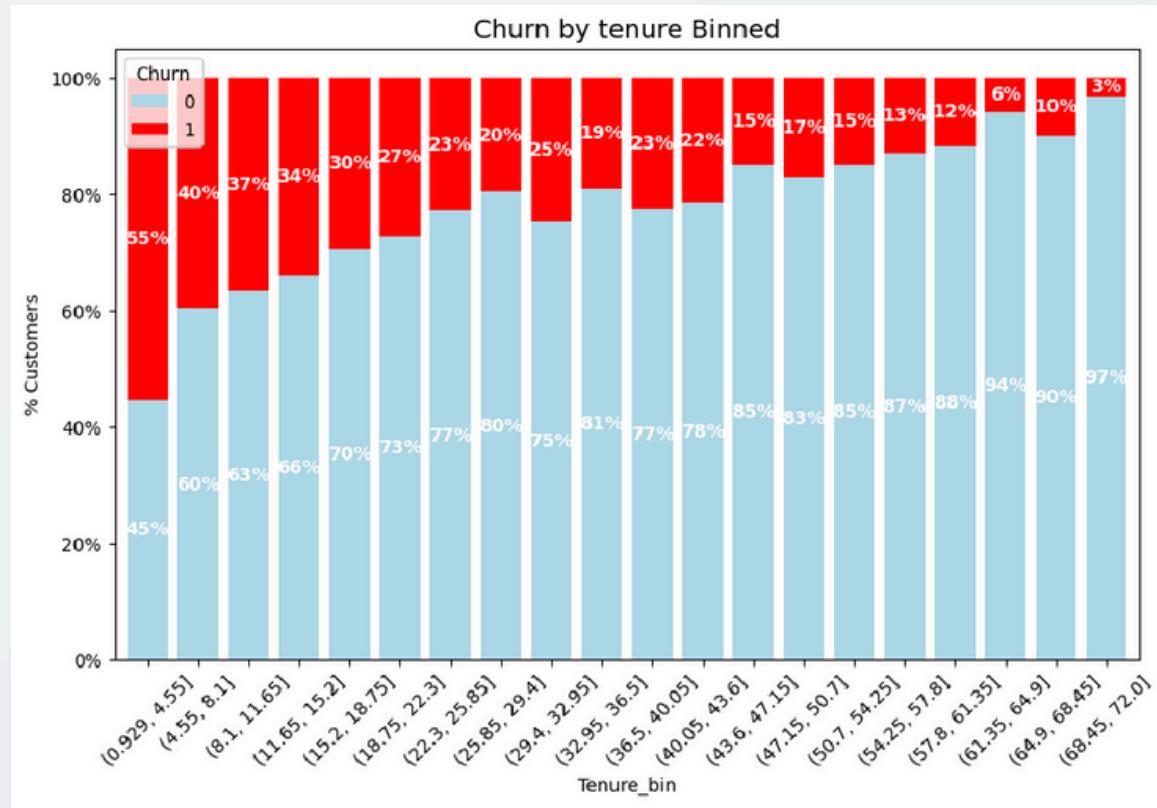
Implementar programas de fidelización desde el inicio de la relación con el cliente, especialmente para aquellos con baja antigüedad.

- ✓ Construir lealtad a largo plazo

Gráficas Auxiliares



Gráficas Auxiliares



Gráficas Auxiliares

