



Optimizando la Retención de Clientes en España:

La ventaja de predecir el Churn

Contexto

En un entorno de mercado español cada vez **más competitivo y dinámico**, la capacidad de las empresas para **retener a sus clientes** se ha convertido en un **factor crítico para la sostenibilidad y el crecimiento**.

La adquisición de nuevos clientes es un proceso costoso y, a menudo, menos eficiente que la fidelización de los ya existentes. Ante la constante movilidad de los consumidores **comprender y anticipar la fuga de clientes, conocida como churn**, es esencial.

Este informe explora la **magnitud de este desafío** y la importancia de adoptar estrategias predictivas para salvaguardar la rentabilidad y fortalecer la relación con el cliente en el panorama actual.



Índice

	La importancia de la retención de clientes en el mercado español	03
	El desafío del Churn : un escenario sectorial	04
	La predicción del Churn : una herramienta clave	05
	El mercado potencial para soluciones predictivas de Churn en España	06
	Quién se beneficia de la gestión predictiva del Churn : el perfil del interlocutor	07
	Tendencias futuras en la gestión del Churn	08
	Conclusiones	09

La importancia de la retención

de clientes en el mercado español

Retener es más rentable: adquirir un nuevo cliente puede costar entre 5 y 25 veces más que mantener un cliente existente. Harvard Business School

- En telecomunicaciones, la intensa competencia y las agresivas ofertas de captación elevan el Coste de Adquisición de Cliente (CAC).
- En utilities, los costes de adquisición pueden superar los 150€ por cliente.
- En banca, los servicios financieros tienen uno de los CAC promedio más altos, con cifras aproximadas de 674,24 €

Consumidor informado y móvil: Existe una alta sensibilidad al precio y búsqueda activa de alternativas.

- El consumidor español está cada vez más informado y utiliza activamente herramientas online.
- El 87% de los usuarios de internet en España realizaron compras online en 2023.
- El 89% de las búsquedas online se centran en precios.
- El 60,5% de los usuarios de telecomunicaciones citan la reducción de gastos como principal motivo de cambio.
- El 30% de los consumidores de electricidad que cambiaron de oferta en 2 años, usaron un comparador.



El Desafío del Churn:

Un Escenario Sectorial

TELCO

MERCADO

Guerra por la cuota de mercado caracterizado por la intensa competencia y dominado por Telefónica, MásOrange y Vodafone. DIGI es un actor disruptivo con notable crecimiento. Los Operadores Móviles (OMVs) han crecido hasta el 14,9% de cuota de mercado en Q3 2024.

Este contexto de alta competencia se traduce en una elevada movilidad de clientes, con un impacto directo en las dinámicas de fuga y portabilidad del sector.

FUGA/PORTABILIDAD:

Más de medio millón de cambios al mes. El ritmo frenético de la portabilidad: en diciembre de 2024, las portabilidades móviles superaron los 564.000 cambios. El principal motivo de cambio es la búsqueda de ahorro (60,5%).

564.000

cambios de portabilidad móvil en diciembre de 2024.



de los cambios se produce por la búsqueda de ahorro.

UTILITIES

MERCADO

Explosión de Competidores: el sector ha experimentado una profunda transformación hacia la liberalización. Actualmente con más de 500 comercializadoras eléctricas activas en España, y 127 grupos corporativos de gas activos en Q2 2024.

FUGA/PORTABILIDAD:

Alta actividad: 6,4 millones de cambios de comercializador eléctrico en 2023. Se activaron 1,95 millones de cambios en Q1 2024. El mercado eléctrico muestra una intensa volatilidad, con 6,4 millones de cambios de comercializador registrados en 2023 y 1,95 millones solo en el Q1 de 2024. Este alto índice de fuga se confirma con la estimación de la CNMC de que, en los dos años previos a su estudio, cerca de uno de cada cuatro hogares cambió de oferta.

+ 500.000

comercializadoras eléctricas activas en España.

6,4 millones

de cambios de comercializador eléctrico en 2023.

BANCA

MERCADO

Más allá de la Fuga, la "Propensión Comercial": movilidad creciente. El 22% de los españoles con cuenta corriente cambió de proveedor en los últimos cinco años. Esta movilidad es similar o superior a otros países de la eurozona

FUGA/PORTABILIDAD:

El Reto de la "Propensión Comercial": los clientes pueden mantener su cuenta principal pero diversificar productos con otros proveedores.



% de los españoles con cuenta corriente cambió de proveedor en los últimos cinco años.

La predicción del Churn:

Una Herramienta Clave

Identificación y optimización de la **estrategia de retención**: la analítica predictiva permite identificar la propensión a la fuga de un cliente en los próximos meses, combinando la visión interna de la empresa con información complementaria para entender mejor el comportamiento del consumidor.

Beneficios Clave de la Predicción:



ANTICIPACIÓN PROACTIVA

Permite predecir la fuga de clientes con antelación, posibilitando el lanzamiento de acciones de retención antes de que sea demasiado tarde.



VISIÓN EXTERNA Y COMPLEMENTARIA

Complementa la visión interna con información adicional para entender el comportamiento del consumidor fuera de la relación directa con la empresa.



OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

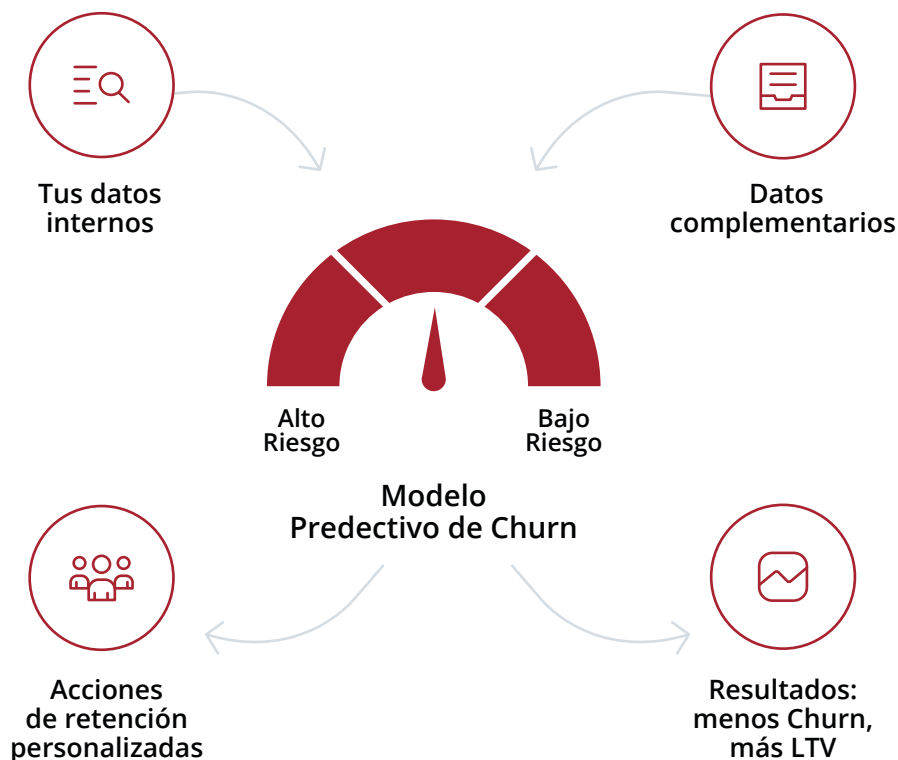
Permite segmentar clientes por propensión a la fuga (ej. A-F), dirigiendo las campañas de retención de forma más eficiente y maximizando el ROI.



MEJORA DEL VALOR DE VIDA DEL CLIENTE (LTV)

contribuye a reducir las bajas no deseadas, prolongando el ciclo de vida de los clientes valiosos y protegiendo los ingresos recurrentes.

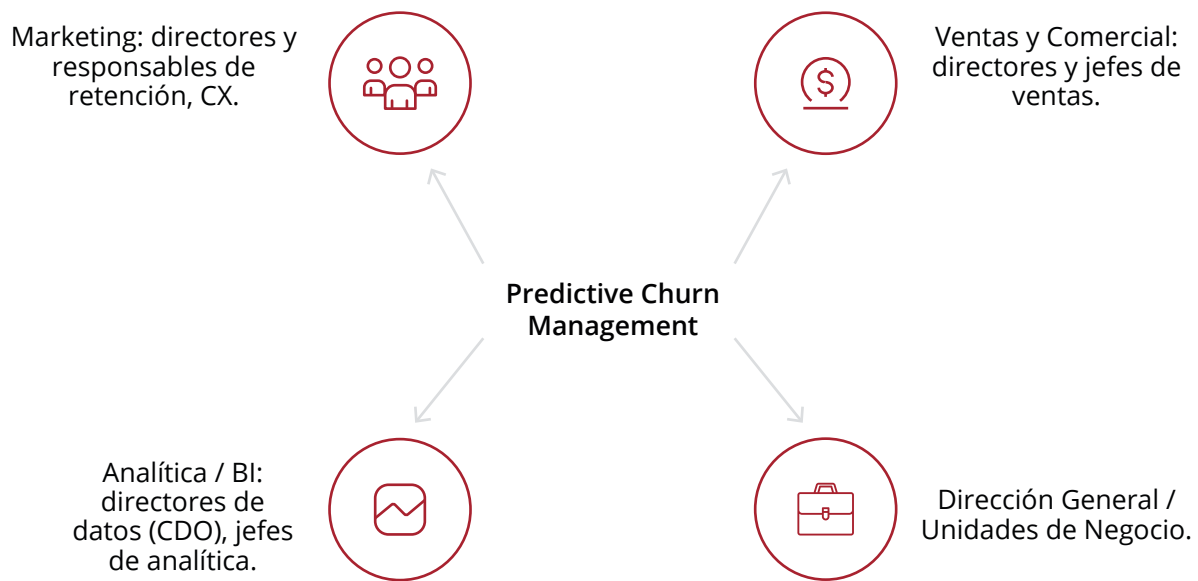
CÓMO FUNCIONA LA PREDICCIÓN DE CHURN



Quién se beneficia de la gestión predictiva del Churn:

El Perfil del Interlocutor

Una decisión estratégica transversal: la implementación de soluciones predictivas de churn implica a diversos roles clave dentro de una organización:



Necesidades por Sector: cada sector presenta desafíos específicos que una estrategia predictiva puede abordar:

- ☑ **Telco:** reducir alta portabilidad, optimizar ARPU, mejorar ROI de campañas de retención.
- ☑ **Utilities:** gestionar fuga en mercado liberalizado, retener ante ofertas agresivas, eficiencia en márgenes ajustados.
- ☑ **Banca:** combatir "propensión comercial", aumentar vinculación (cross-selling, up-selling), mejorar experiencia digital.

Claves para la Decisión: las empresas evaluarán la adopción de estas soluciones basándose en varios criterios:

- **Precisión predictiva y ROI demostrable:** capacidad de predecir la fuga y traducirla en un ROI tangible.
- **Facilidad de integración y agilidad operativa:** integración fluida con sistemas existentes.
- **Complementariedad:** aportar una perspectiva diferente a los modelos internos.
- **Seguridad y Cumplimiento:** riguroso apego a normativas como GDPR y tratamiento lícito de datos.
- **Análisis Coste-Beneficio:** evaluación del coste frente a los beneficios esperados.

Tendencias Futuras:

En la Gestión del Churn

Analítica avanzada e IA:

- Transición a **Machine Learning (ML)** y **Deep Learning** para patrones complejos.
- Uso de **inferencia causal** para entender el 'porqué' del churn (ej. Vodafone).
- **IA Generativa (GenAI)** para comunicaciones personalizadas.



Hiperpersonalización y Experiencia del Cliente (CX):

- Interacciones y ofertas **adaptadas al cliente individual** en tiempo real.
- Desarrollo de una **visión 360°** del cliente.



Automatización de acciones:

- Configuración de **triggers** basados en scores para campañas automáticas.
- Uso de **chatbots** y **asistentes virtuales** proactivos.

Datos externos: un valor creciente:

- Reconocimiento de las **limitaciones de los datos internos**.
- Los datos externos **complementan la información** para una perspectiva completa y pueden revelar factores de riesgo no visibles internamente.

Foco en LTV y Rentabilidad:

- Maximizar el **Valor del Ciclo de Vida del Cliente (CLTV)**.
- Asegurar la **rentabilidad de las estrategias de retención**.
- La **predicción del churn** es fundamental para optimizar los esfuerzos de retención.

Conclusiones

Oportunidad Clara de Retención

Los mercados españoles (telecomunicaciones, utilities y banca) son altamente competitivos y dinámicos, con una elevada movilidad de clientes. En este entorno, la retención resulta entre 5 y 25 veces más rentable que la adquisición de nuevos usuarios.

Ventaja competitiva y beneficios

- Predicción anticipada:** identifica la fuga con hasta tres meses de antelación, permitiendo una acción proactiva.
- Optimización del ROI:** reduce el churn y mejora significativamente el retorno de las acciones de retención.
- Incremento del LTV:** contribuye directamente a aumentar el Valor de Vida del Cliente.
- Perspectiva diferencial:** complementa los análisis internos con una visión externa del comportamiento real del consumidor.
- Implementación ágil:** ofrece una solución sencilla con un ROI positivo demostrado.

Desafíos y soluciones estratégicas

- Modelos internos:** demostrar el uplift predictivo frente a lo ya existente.
- Transparencia:** eliminar la percepción de "caja negra" mediante la explicabilidad del modelo.
- Integración:** facilitar soporte y documentación clara para asegurar una adopción rápida.
- Coste:** aplicar modelos de precios flexibles que pongan el foco en la rentabilidad.

Estrategia ganadora para el mercado español

- Focalización en la complementariedad de datos y el ROI.
- Adaptación del mensaje según el segmento empresarial.
- Especialización por verticales (Telco, Utilities, Banca).
- Ejecución de Pruebas de Concepto (PoCs) para validar valor.
- Cumplimiento estricto de transparencia y normativa GDPR.
- Evangelización del mercado sobre el valor del dato externo.

Fuentes y referencias

CNMC: datos de portabilidades móviles (dic. 2024), cambios eléctricos (2023-Q1 2024) y Panel de Hogares.
 Harvard Business School: análisis de ratios de inversión en captación vs. retención.
 INE / ONTSI: estadísticas de Sociedad Digital, eCommerce y hábitos de consumo en España (2023).
 Cac by Industry Report (2024): benchmarks de Coste de Adquisición de Cliente por sector.
 Metodología Equifax: basado en el rendimiento y uplift predictivo de la solución Churn Score.



DATA & DECISIONING **ALWAYS ON**