

# ANÁLISIS BANCO CRECIENDO JUNTOS

Arantza Gabriela Isaías Mares

# ¿Cuál es el perfil de mi cliente actual?

BD #1

## Tipo de cliente

96.3% de los clientes son personas físicas

96.3%

## Sexo

Poco menos del 60% de los clientes son **hombres** y 40.1% son mujeres

59.9%

## Estado civil

Más de la mitad de los clientes actuales son **solteros**

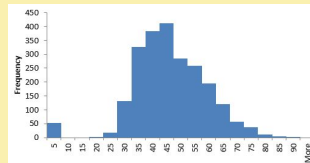
53.6%

## Entidad

La mayoría de los clientes se encuentran en la **CDMX**

63.5%

## Edad



En promedio, la edad es de **43.7 años** y hay cierta simetría ya que media y mediana son muy parecidas

## Etapas de vida

Cerca del 80% se consideran **Adultos Maduros**

79.5%

# ¿Cómo aprovecha mi cliente actual el potencial de mi banco? BD #1

Categoría	Importe en transacciones	Número de transacciones
En ATM	-\$4,909.62	2.86
Con tarjeta de débito	-\$775.46	1.46
En sucursales	\$610.53	5.09
Por internet	\$0	0

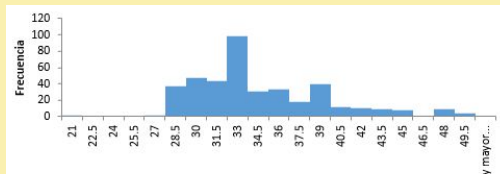
También es importante mencionar que el 77.08% de estos clientes cuenta con la calificación más baja de rentabilidad (X), por lo que el banco no presenta tanto beneficio por prestar sus servicios

\*La tabla está hecha mensualmente

# ¿Cuál es el perfil de mi cliente potencial?

BD #2

## Edad



La edad promedio es de **34.18 años**, aunque hay más valores por encima de la media que por debajo

## Sexo

Está muy equilibrado el sexo, pero más de la mitad son **hombres** y el 44.1% restante son la mujeres

55.9%

## ¿Tienen hijos?

Poco más de la mitad de los entrevistados **cuentan con hijos**, por lo que el resto (46.6%) no tiene

53.4%

## Estado civil

Tanto **Divorciado** como **Viudo** fueron las opciones más populares con un 25.9%

25.9%

# ¿Cuáles son las necesidades, relativas a un banco, de mi cliente potencial?

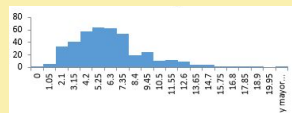
BD #2

## ¿Piensa comprar un inmueble?

La mayoría de las personas **no** piensa comprar un inmueble

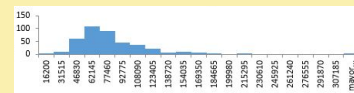
55.9%

## No. de transacciones



Al mes se hacen en promedio **5.97** transacciones

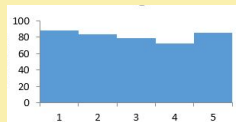
## Ingresos anuales



La media del ingreso anual es de **\$74,459.51**

## No. de bancos usuario

Los entrevistados, en promedio, son usuarios de **2.96** bancos



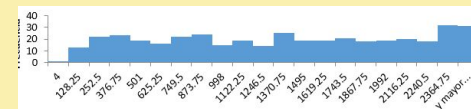
## Servicios bancarios

Casi un tercio de los entrevistados hace uso de un solo servicio

31.2%

## Ahorro mensual

Al mes los entrevistados ahorran, en promedio, **\$1316.94**



# Intervalos de confianza

BD #2

Variable	Valor promedio poblacional ( $\mu$ )
No. Transacciones	$5.6730 < M < 6.2732$
Ingresos anuales	$74,128.63 < M < 74,790.38$
No. bancos usuario	$2.8237 < M < 3.1031$
Ahorro mensual	$1,244.75 < M < 1,389.14$

\*La confianza utilizada es de 95%

Variable	Proporción poblacional ( $p_i$ )
¿Piensas comprar un inmueble?	No .- $0.510 < P < 0.606$
	Sí .- $0.3934 < P < 0.4896$
¿Tienen hijos?	No .- $0.417 < P < 0.514$
	Sí .- $0.4858 < P < 0.5823$
Servicios bancarios que utilizas	1 .- $0.2673 < P < 0.3571$
	2 .- $0.1794 < P < 0.2596$
	3 .- $0.1749 < P < 0.2543$
	4 .- $0.2116 < P < 0.2958$

# Pruebas de hipótesis

BD #1 y #2

## ESTADO CIVIL

**1 - Soltero**

$Z_o = -12.5542$

Se **rechaza** la hipótesis

**2 - Casado**

$Z_o = -3.9464$

Se **rechaza** la hipótesis

**3 - Divorciado**

$Z_o = 40.5627$

Se **rechaza** la hipótesis

**4 - Viudo**

$Z_o = 15.6991$

Se **rechaza** la hipótesis

## SEXO

**Hombres**

$Z_o = -1.6733$

Se **acepta** la hipótesis

**Mujeres**

$Z_o = 3.0860$

Se **rechaza** la hipótesis

## EDAD

$Z_o = -39.2226$

Se **rechaza** la hipótesis

\*Todas las variables tienen un intervalo de confianza de -1.96 a 1.96

# ÁREAS DE OPORTUNIDAD, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para aprovechar al máximo el análisis hecho





# Considerando los clientes

## ACTUALES

- Se debe de crear un programa de lealtad para los clientes que transaccionen más de \$500,000, debido a que hay clientes que transaccionan hasta \$2,200,000 y además se incentiva a usar el servicio del banco
- No se hacen transacciones por internet, por lo que es extremadamente importante mejorar la app para que su uso sea mejor y más fácil
- 79.53% de los clientes se consideran adultos maduros, por lo que se deben crear estrategias y servicios enfocados a sus necesidades

## POTENCIALES

- Se deben de crear servicios de ahorro enfocados a padres de familia, con una buena relación entre intereses generados y riesgo
- Se deben desarrollar estrategias para atraer a personas que sean usuarios de múltiples bancos, además de simplificar lo más posible el trámite de cambio de banco
- Una gran cantidad ha estado, o está casado, por lo que se deben ofrecer servicios para parejas

# En general

- Se recomienda expandir al sur debido a que en esta zona, de acuerdo a la muestra, las personas son, en promedio, por lo menos 10 años más jóvenes, pero al estar en sus 30s cuentan con estabilidad económica. Además los clientes actuales tienen en su mayoría la peor calificación de rentabilidad, por lo que expandirse es una oportunidad para conseguir clientes más rentables.
- La única hipótesis aceptada es la de sexo, en particular, la de hombres; por lo que se puede decir que la cantidad de hombres como clientes actuales y como clientes potenciales en el sur es la misma.
- Como la mayoría de las hipótesis fueron rechazadas es necesario hacer una investigación de mercado profunda de la población del sur para entender mejor lo que necesitan.
- Se debe seguir trabajando en crear formas de atraer a clientes más jóvenes y en cómo fidelizarlos.