

hey, Reto Salud Financiera

Conoce nuestro equipo

DataGenies

hey, banco

Carolina Velarde Díaz

A01720509

Chantal Aimeé Simó García

A00827554

Kízari Hernández Huerta

A00828451

Ximena Araceli Martínez Flores

A00829670

Agenda

Fuentes

Metodología CRISP-DM

Cross-Industry Standard Process for Data Mining

Entendimiento del negocio

Objetivos empresariales

Objetivo del modelo

Comprensión de los datos

Análisis exploratorio de datos

Preparación de los datos

Selección de datos

Limpieza de datos

Feature engineering

Table base analítica

Modelado

Elección de modelo

Selección de hiperparámetros

Evaluación de modelo

Evaluación

Aprobación (o rechazo) de modelo

Implementación

Tablero digital

Principales hallazgos

Sugerencias

Fuentes

Forbes

Reconocido como el 1er banco digital mexicano

hey, acompaña a los usuarios en el manejo de sus finanzas personales, por medio de una app intuitiva, fácil y segura, generando los máximos beneficios y rendimientos en el mercado



Top 5 mejores bancos de México en 2023*

Calificados en:

30 % del total - Satisfacción general

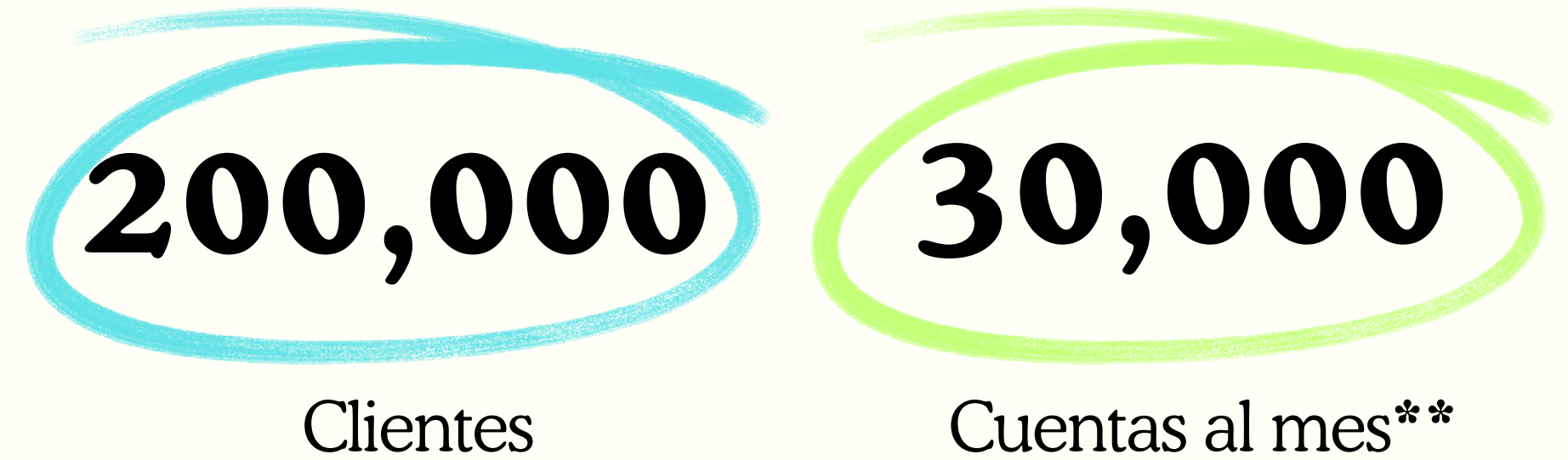
30 % del total - Si recomendarían el banco

40 % del total - 5 áreas clave: Confianza, Términos y condiciones, Servicios digitales, Atención al cliente y Asesoramiento financiero

La cantidad de bancos varía según el tamaño del país, la audiencia de la encuesta y cuántos bancos nombraron. Para la lista, un banco tenía que ser calificado por al menos 250 clientes.*

Forbes, 2023*

Durante la 1era mitad del 2020



Equivalente a 600 sucursales de banca tradicional o el 20% de lo que venden las sucursales físicas de otras instituciones. **

Metodología CRISP-DM



Entendimiento del negocio

Objetivo empresarial

Brindar soluciones que ayuden a mejorar la salud financiera de los clientes

Implementación

Dashboard operativo

Monto total de transacciones
Horas de mayor demanda
Transacción por continente
Operaciones por país
Hormiga vs. Masivo
Crédito vs. Débito
Monto de transacción por tipo de comercio

Dashboard demográfico

Sexo del cliente
Edad de los clientes
Clusters de clientes
Transacciones por cliente
Diferencias de ventas
Productos

Clústers

Transacciones

hey, banco

Grupo 1

- Utilizan mayormente tarjeta de débito
- Son 100% mexicanos
- Utilizan tarjeta física y virtual
- Tendencia de compra en la tarde
- Tienen gastos hormigas
- Monto AVG \$30mxn

Grupo 2

- Utilizan mayormente tarjeta de crédito
- Varía la nacionalidad
- Prefieren tarjetas virtuales
- Tendencia de compra en las mañanas
- Tienen gastos por encima del promedio
- Monto AVG \$268mxn

Grupo 3

- Utilizan mayormente tarjeta de débito
- Son 100% mexicanos
- Tarjetas 100% físicas
- Tendencia de compra en la tarde
- Tienen gastos promedio
- Monto AVG \$154mxn

Recomendaciones Ad-Hoc por cliente



Grupo 1

- Promociones y descuentos en productos de bajo costo para fomentar el ahorro y controlar gastos hormiga
- Proporcionar información sobre finanzas personales y cómo administrar de manera eficiente los gastos

Grupo 2

- Ofrecer programas de recompensa o cashback que incentiven a los clientes a seguir utilizando tarjetas de crédito de manera consciente y responsable
- Proporcionar asesoramiento financiero personalizado y herramientas de seguimiento de gastos para ayudarles a tomar decisiones financieras informadas

Grupo 3

- Ofrecer productos de ahorro o inversión que puedan ayudarles a hacer crecer su dinero
- Brindar información educativa sobre cómo utilizar las tarjetas de débito de manera segura y responsable, y cómo planificar mejor sus gastos para evitar el sobre endeudamiento

Propuesta canales marketing

hey, banco

Grupo 1

- Realizar campañas de marketing en redes sociales y correo electrónico que promocionen los productos de bajo costo con descuentos especiales para incentivar la compra.
- Organizar webinars y talleres virtuales para enseñar a los clientes cómo ahorrar dinero y cómo administrar de manera efectiva sus gastos diarios.
- Asociarse con empresas de productos básicos para ofrecer descuentos exclusivos a los clientes del grupo 1.

Grupo 2

- Programas de recompensas o cashback que otorguen puntos adicionales o devoluciones de dinero por compras responsables y conscientes.
- Asociarse con tiendas y comercios que promuevan un consumo responsable y sostenible para ofrecer descuentos exclusivos a los clientes del grupo 2.

Grupo 3

- Promocionar productos de inversión y ahorro que ofrezcan altas tasas de interés y beneficios adicionales, como la flexibilidad y la disponibilidad de los fondos.
- Asociarse con empresas financieras para ofrecer descuentos y beneficios exclusivos a los clientes del grupo 3.

Principales hallazgos

hey, banco

1. Se identificaron 3 segmentos de clientes.
2. Más del 50% de los clientes prefiere pagar con tarjeta de débito.
3. Más del 50% de los clientes paga con tarjeta física.
4. En México, la mayoría de los clientes se encuentran en la Región Centro.
5. Las hora pico de transacciones son entre 12pm y 8pm.
6. Norteamérica es el continente con mayor cantidad de transacciones tanto de tarjeta de débito como de crédito.
7. El 56.25% de los clientes realiza gastos masivos.
8. El tipo de comercio con mayor monto de transacción fue el de consumo masivo con \$32,265,995.
9. Más del 60% de los cliente son hombres.
10. En México, la región Centro tiene la mayor cantidad de transacciones con TDC y la región Norte tiene la mayor cantidad de transacciones con TDD.

hey, banco

