

Insights del momento:

Objetivo: Mejorar la salud financiera de los clientes

Agrupación de comercios:

- Teniendo en cuenta la variable de giro de realizado una agrupación por tipo de negocio:
 - **Consumo masivo:** comida rápida, supermercados, farmacias, misceláneas, estacionamientos, gasolineras, refacciones y ferretería.
 - **Servicios:** agencias de viajes, aseguradoras, entretenimiento, salones de belleza, telecomunicaciones.
 - **Hospitalidad:** hoteles, restaurantes, renta de autos.
 - **Educativos:** colegios y universidades, educación básica, guarderías.
 - **Transporte:** transporte aéreo, transporte terrestre de pasajeros, estacionamientos, peaje.
 - **Otros:** Gobierno, agregador, beneficencia

Anteriormente teníamos los giros como categoría de los clientes, sin embargo realizamos una nueva agrupación de los mismos con el fin de agrupar los niveles según el tipo de negocio al que pertenecen. Agrupar la variable de giro de negocios por niveles puede ayudar a tener una visión más clara de la composición de los ingresos y a tomar decisiones informadas sobre cómo mejorar la salud financiera de la empresa.

Identificar gastos en comercios hormiga

Los gastos en comercios hormiga se caracterizan por ser pequeñas transacciones realizadas en establecimientos como tiendas de conveniencia, quioscos, puestos de comida rápida, entre otros.

Enfoque en comercios hormigas

Como tal, no hay una respuesta precisa para determinar qué giros de negocio pueden considerarse como comercio hormiga, ya que depende del contexto y la perspectiva desde la cual se esté analizando. Sin embargo, se puede considerar que los giros de negocio que involucran transacciones frecuentes y pequeñas cantidades de dinero.

Con esto en mente, para el análisis consideramos los siguientes giros como comercios hormigas: Comida rápida, Estacionamientos, Farmacias, Gasolineras, Misceláneas, Peaje, Salones de belleza, Supermercados, Entretenimiento, Transporte terrestre de pasajeros. De esto se identificó lo siguiente:

- El 46% de los giros son Hormigas
- Este 46% ha tenido \$26,881,022 en monto de transacciones
- Estos resultados nos muestran que los comercios hormigas tienen un significativo monto de transacciones al compararlo con los giros masivos que generan \$34,554,744

Enfoque en gastos hormigas

Los gastos en comercios hormiga suelen ser pequeñas transacciones, por lo que estas transacciones muestran ser montos bajos. En este caso se tomó el 1er cuartil (48.37 pesos) como parámetro de gastos hormigas de los clientes. De esto se identificó lo siguiente:

- Se realizaron 89,252 transacciones hormigas en total
- Los negocios que más transacciones hormigas hacen son:
 - Consumo masivo n = 46,866
 - Otros n = 20,207
 - Transporte n = 14,577

Segmentos de Clúster:

Se realizaron clúster sobre las transacciones de los clientes donde se encontraron lo siguiente:

| Grupo 1 | Grupo 2 | Grupo 3 |
|---|--|--|
| Utilizan mayormente tarjeta de debito Son 100% mexicanos Utilizando tarjeta física y virtual Tendencia de compra en la tarde Tienen gastos hormigas AVG monto 30 pesos | Utilizan mayormente tarjeta de crédito Puede variar el país Prefieren tarjetas virtuales Tendencia de compra en las mañanas Tienen gastos por encima del promedio AVG monto 268 pesos | Utilizan mayormente tarjeta de debito Son 100% mexicanos Tarjetas 100% física Tendencia de compra en la tarde Tienen gastos promedios AVG monto 154 pesos |

Con los insights obtenidos de la segmentación de clusters, podemos generar soluciones personalizadas para cada grupo que ayuden a mejorar su salud financiera. Algunas posibles soluciones son:

Para el Grupo 1:

- Ofrecer promociones y descuentos en productos de bajo costo para fomentar el ahorro y controlar los gastos hormigas.
- Brindar información educativa sobre finanzas personales y cómo administrar de manera eficiente los gastos.

Para el Grupo 2:

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

Para el 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 sobreendeudamiento.

Cruce de insights para MKT:

Una forma de relacionar las soluciones con la segmentación de los clientes por negocio es identificar qué soluciones son más relevantes para cada grupo en función de sus características y comportamientos de compra. Por ejemplo:

- **Consumo masivo:** Para el grupo que tiene gastos hormigas en promedio, se podrían ofrecer soluciones que les ayuden a controlar sus gastos diarios, como aplicaciones para presupuestar o monitorear sus compras. También se podría ofrecer algún programa de lealtad o descuentos exclusivos para fidelizar a estos clientes y promover compras repetidas.
- **Servicios:** Para el grupo que prefiere utilizar tarjetas virtuales y tiene gastos promedios, se podría ofrecer soluciones que les permitan pagar y gestionar sus servicios en línea de forma más eficiente, como una plataforma de pago en línea para las empresas de telecomunicaciones o un sistema de cotización en línea para las agencias de viajes.
- **Hospitalidad:** Para el grupo que realiza compras en la mañana y tiene gastos por encima del promedio, se podría ofrecer soluciones que les ayuden a planificar y reservar sus viajes con antelación, como promociones exclusivas en hoteles o paquetes turísticos que incluyan renta de autos y comidas en restaurantes locales.
- **Educativos:** Para el grupo que tiene gastos promedios y tiende a realizar compras en la tarde, se podrían ofrecer soluciones que les permitan planificar y pagar sus gastos educativos de

manera más eficiente, como un sistema de pagos en línea para colegios y universidades o un programa de ahorro educativo para padres con hijos en guarderías.

- **Transporte:** Para el grupo que utiliza mayormente tarjeta de débito y tiende a realizar compras en la tarde, se podrían ofrecer soluciones que les permitan controlar y gestionar sus gastos de transporte de manera más eficiente, como una aplicación para monitorear sus gastos de peaje o un programa de descuentos en transporte público para los que realizan viajes frecuentes.