**Segmentación inteligente de clientes bancarios sin etiquetas históricas**

Banco Equilibria ha acumulado una amplia base de clientes digitales en los últimos años. A pesar de tener muchos datos, **no cuenta con una etiqueta clara de "tipo de cliente", rentabilidad, riesgo o comportamiento declarado**. Esto impide aplicar modelos supervisados tradicionales (como churn o scoring).

El comité comercial y de experiencia quiere **entender los diferentes tipos de clientes** con base en su comportamiento, para diseñar campañas personalizadas, productos adecuados y definir estrategias de fidelización o alerta.

**Objetivo del proyecto**

Aplicar **modelos de clustering no supervisados (KMeans)** para:

* Identificar **segmentos ocultos** en la base de clientes.
* Comprender sus diferencias clave en comportamiento financiero, uso digital, reclamos y más.
* Utilizar el clúster como variable en productos futuros: churn, riesgo, marketing, scoring, etc.

**Variables disponibles**

* edad
* ingresos\_mensuales
* gastos\_mensuales
* visitas\_app
* usa\_web
* numero\_tarjetas
* score\_crediticio
* reclamos\_anuales
* actividad\_mixta