

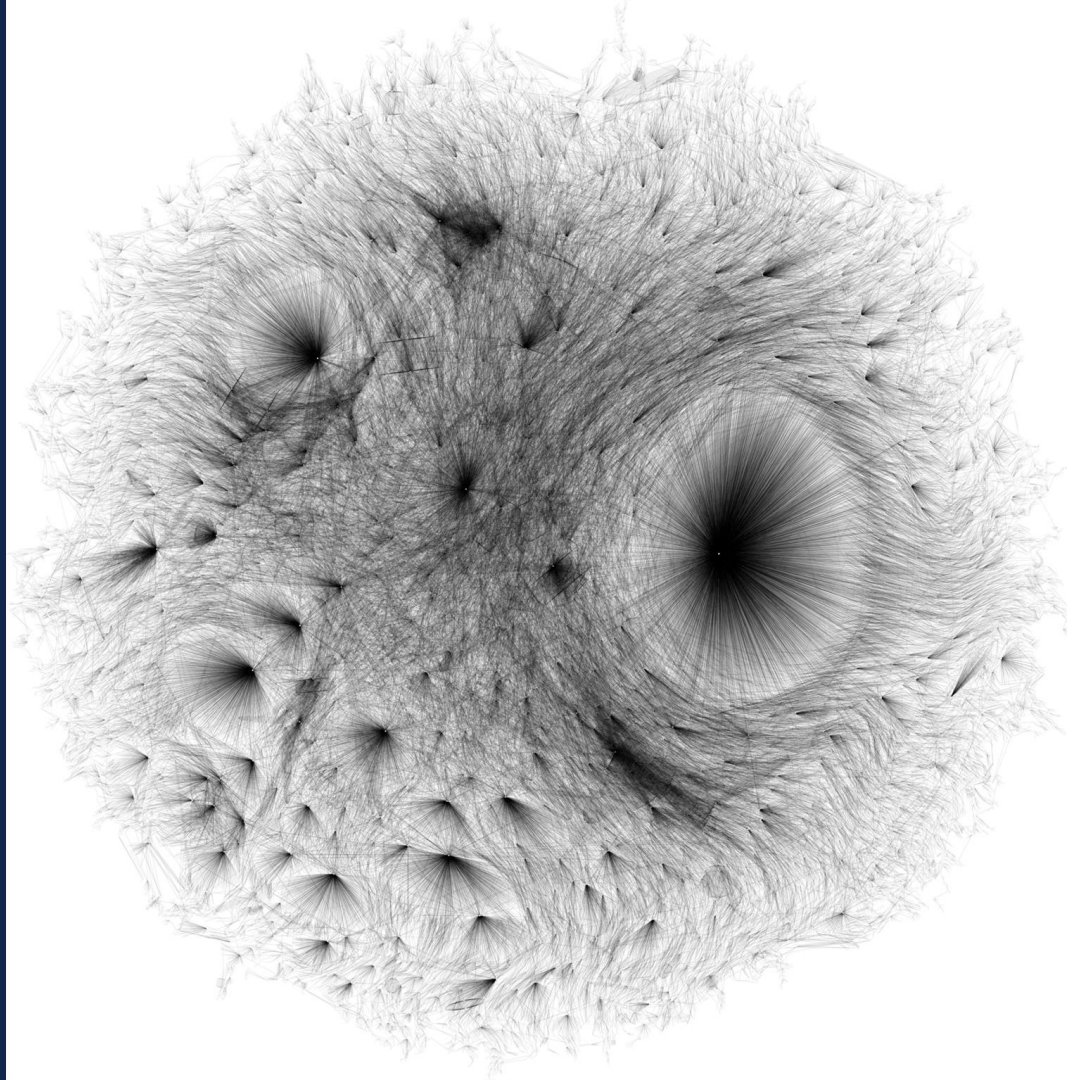
# New Business Models with Financial Data

**ELENA ALFARO**  
HEAD OF DATA & OPEN INNOVATION  
BBVA @ELENALFARO

**SP:** 900M card tx from 1.2M PoS, by 60M people, representing €37.000M

**MX:** 1.800M card tx from 1.1M PoS, by 100M people, representing €d42.000M





# What data can tell matters



vs

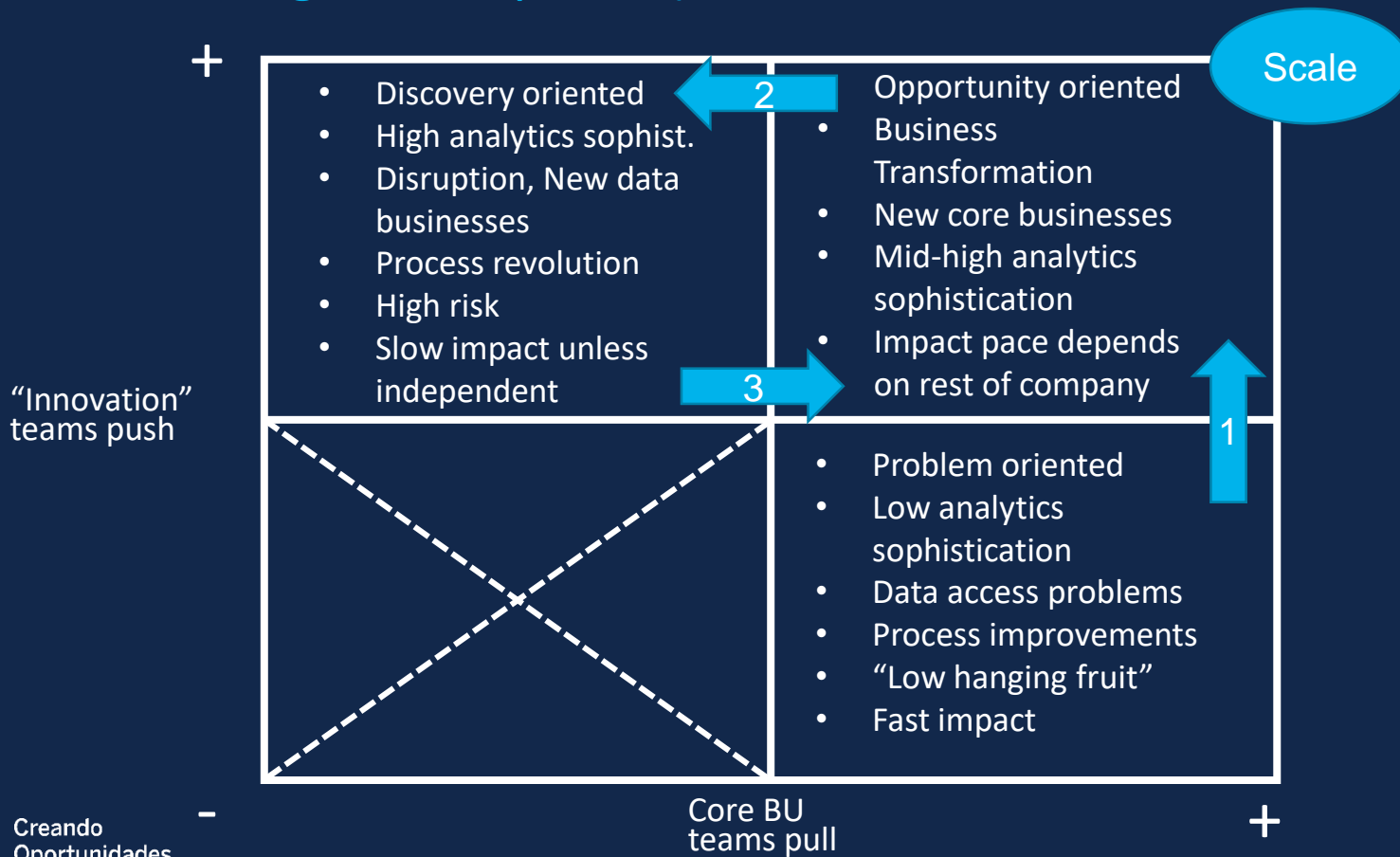


**intention**

**vs**

**evidence**

# Where do (new) data initiatives come from? (in non native digital companies)



# Data as an strategic asset: how is value created?

Use data to	What?	Resulting in
IMPROVE	Business processes & decisions	More revenue, less costs
WRAP	Products & services through differentiated features	More revenue
SELL	Data & new data based products	More revenue New businesses

Source: Barbara Wixom, MIT Sloan CISR 2015 <http://cistr.mit.edu/>

Improve



# THE "BIG" GRAPH OF COMPANIES



**The Banker**  
**TECHNOLOGY**  
PROJECTS OF THE YEAR 2017

We provide risk analysts with **rich sources of information** on the **commercial ecosystems** of companies. RedeX **improves risk assessment** particularly for the many customers that have a thin credit history.

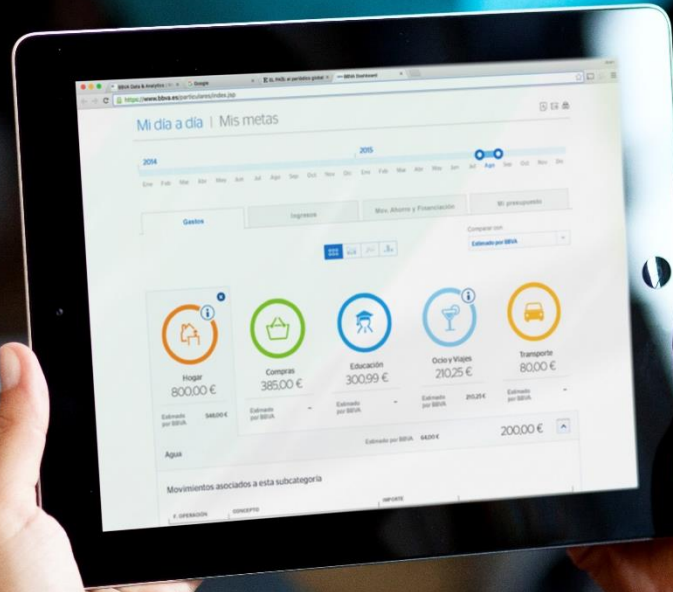




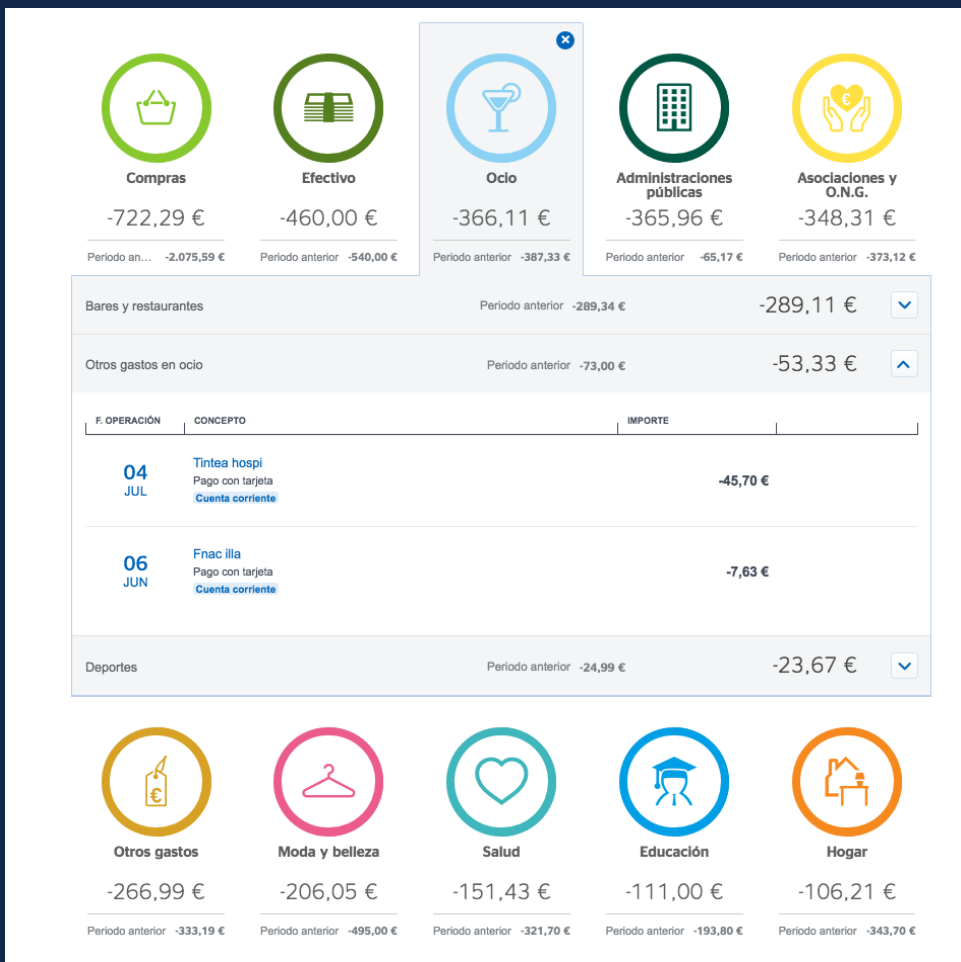
Wrap

# For individuals: Personal Finance Manager

Help BBVA customers manage their money with automatic categorization of the everyday spending and investment advisory



## Mi día a día



## Compárate

Te ayudo

Tu mes: 01 FEB - HOY · Productos seleccionados (3/8)

Configuración

Hola, **Manolo**

Hemos comparado tu gasto con el de gente con un perfil similar al tuyo. Estos

[¿Cómo calculamos estos datos?](#)**¿Cómo calculamos los ingresos?**

Para calcular el rango de ingresos, se toma en consideración todos los movimientos asociados a ingresos en Mi día a día, realizando una media mensual de los últimos 12 meses.

nos basado.

Soy  
HombreTengo  
Entre 30 - 40 añosIngresos aprox. al mes  
30.000 €Vivo en el CP  
28016**¿Quieres compararte con otro perfil?**

Selecciona otros parámetros para compararte con otros perfiles.

☐ Hombre

Que tienen entre

Ingresan al mes entre

Y viven en el CP

☒ Mujer

20 - 30 años

20 - 30 años

28015

Comparar

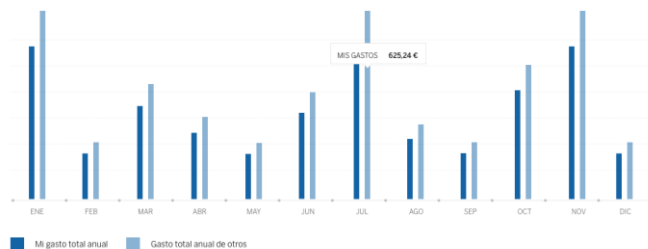
Cancelar

## Comparación de tu gasto anual con el de tu perfil

Mostrar sólo gastos de

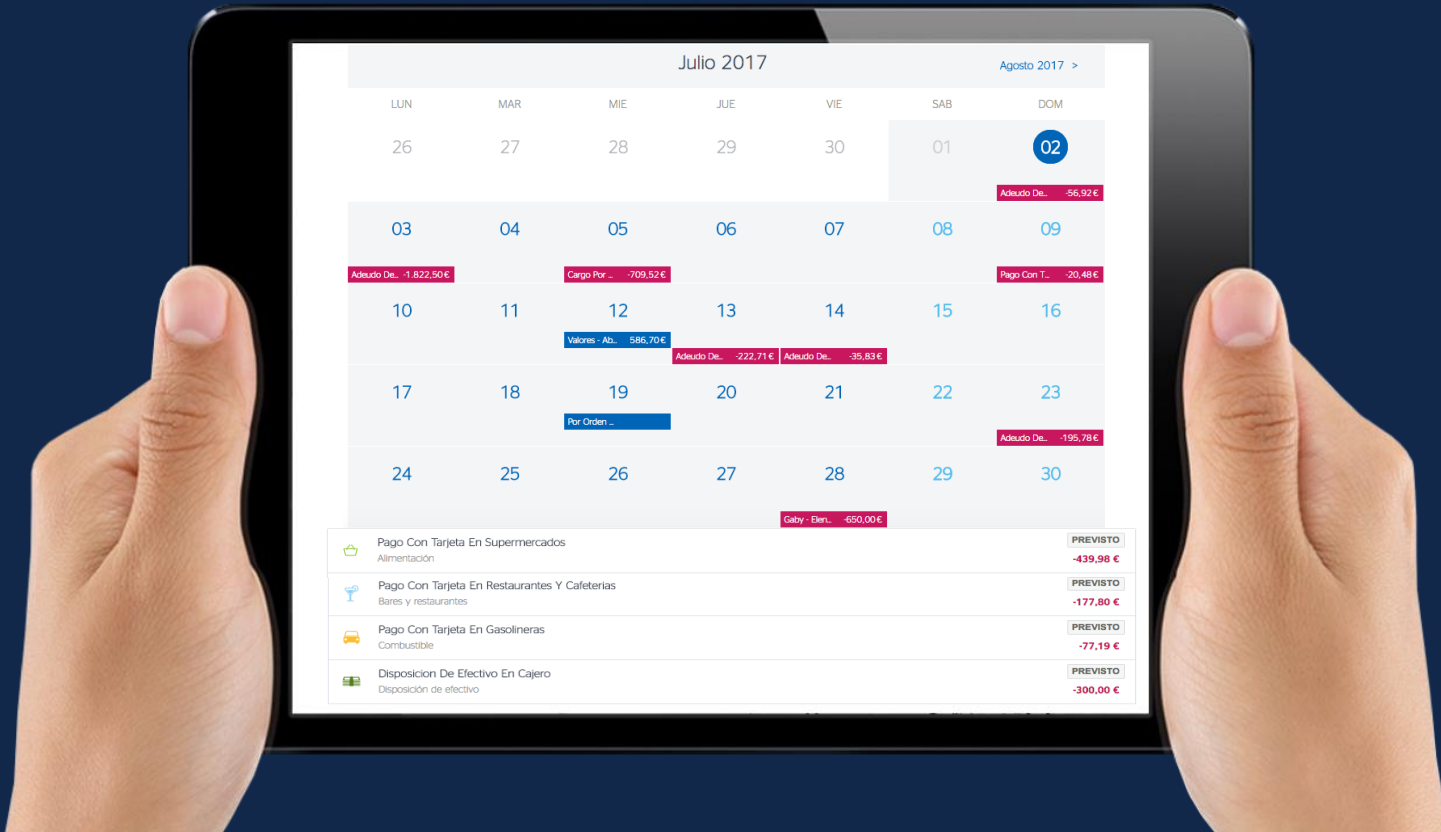
Todas las categorías

Gasto total en los últimos 12 meses

Mi gasto total anual  
625'00 €Gastos total anual de otros  
625'00 €

# Financial Calendar

## MY FUTURE EXPENSES







## Bconomy

Analizando cuatro sencillas variables te proponemos planes de acción para que consigas tus objetivos: viajar más, conseguir un colchón financiero para ganar en tranquilidad, pagar menos en tus recibos...

Tu Salud Financiera

75 /100

### Qué hemos tenido en cuenta para tu resultado

Tus ingresos mensuales

2500<sup>00€</sup>

Tus gastos mensuales

2100<sup>00€</sup>

Tu gasto en vivienda

1050<sup>00€</sup>

Tu gasto en deuda

975<sup>00€</sup>

Esta información refleja los datos de los productos seleccionados en la [configuración de Mi día a día](#).

TU AHORRO MENSUAL

TU LIBERTAD FINANCIERA

TU GASTO EN VIVIENDA

TU GASTO EN DEUDAS

¿Cuanto has ahorrado durante el último año?



#### Recomendación general

Se recomienda destinar a tu ahorro mensual el  
20% de tus ingresos



#### Tu situación actual

En el último año has destinado a tus ahorros el  
16% de tus ingresos

# BBVA

## Valora View

BBVA

Particulares

BBVA Personal

BBVA Privada

Autónomos

Empresas

Instituciones

Ayuda Urgente

Tarjetas

Oficinas y cajeros

Seguros

Acceso Clientes

Historial Clientes

Cuentas y Tarjetas

Hipotecas y Préstamos

Ahorro e Inversión

Seguros

Llega BBVA VALORA

Llega BBVA VALORA para que puedas acertar con el precio de tu nueva casa y tu hipoteca\*

Prueba BBVA VALORA

Descubre nuestras hipotecas

Hipoteca Fija BBVA

Desde

1,70% TIN

TAE 2,51%

Plazo 15 años

Calcular mi cuota

Quiero saber más

BBVA

Particulares

Cuentas y Tarjetas

Hipotecas y Préstamos

Ahorro e Inversión

Seguros

Hipotecas y Préstamos

Mis posiciones

Contratar

BBVA Valora

Vivienda en AURORA, 11 4-B Escalera 10 28760 TRES CANTOS

referencia catastral 9745901VK3994N0184SP

Volver a buscar

Resultados de la búsqueda

Con esta información podrás saber si la vivienda buscada tiene un precio acorde con la realidad inmobiliaria de la zona.

PRECIO OFERTADO DE VENTA

229.317 €

PRECIO APROXIMADO DE COMPRA

215.010 €

PRECIO OFERTADO DE ALQUILER

917 €/mes

PRECIO APROXIMADO DE ALQUILER

860 €/mes

¿Cómo calculamos estos valores?

Características

Conoce los datos de esta vivienda según la Dirección General del Catastro.

TIPO DE VIVIENDA

Piso

SUPERFICIE VIVIENDA (1)

70 m²

CONSTRUIDA EN

1996

USO

Residencial

SUPERFICIE TOTAL (1)

83 m²

¿Cómo calculamos estos valores?

Información económica

Se trata de una estimación de los ingresos medios mínimos y máximos brutos anuales de las personas o familias que viven en esta zona. Una persona o una familia por debajo de los ingresos medios mínimos puede tener dificultades para comprar una vivienda con estas características en esta zona.

COMO 1ª VIVIENDA

MÍNIMA

41.277€

MÁXIMA

75.675€

COMO 2ª VIVIENDA

MÍNIMA

132.087€

MÁXIMA

242.159€

¿Cómo calculamos estos valores?

Escáner

Comprar

Alquilar

Analizar

5 Viviendas disponibles en venta cerca

Calle saucedá, 28, 28050 Madrid

Ver las 5 viviendas

Wrap/Sell

# For businesses: Commerce360

Democratize contextual business  
intelligence to small retailers



## Inicia sesión en Commerce360

elena.alfaro@bbvadata.com

\*\*\*\*\*

ENTRA >

[Recuperar contraseña](#) | [Crea tu cuenta](#)

¿Necesitas ayuda? Contacta con nosotros en [suporte@commerce360.es](mailto:suporte@commerce360.es)

Mi negocio:

## Restaurante Miguel

c/Ejemplo, 20, 28005 MADRID

Buscar zona o tienda...

Hoy quiero ver...

Feb  
Febrero 2018

Editar posición

Catálogo módulos

Ajustes panel

Muestra analizada

Feb

MI NEGOCIO

Facturación	13.795€
▲ 94,1%	14,2% tarjetas BBVA
Transacciones	751
▲ 108%	13,6% tarjetas BBVA
Tarjetas	517
▲ 98,8%	12% tarjetas BBVA

Muestra analizada

Feb



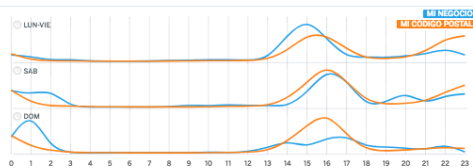
Cuota de mercado en código postal

Sep-Feb



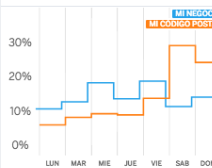
Patrón horario del gasto

Feb



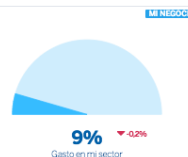
Patrón semanal

Feb



Cuota del gasto de mis clientes

Sep-Feb



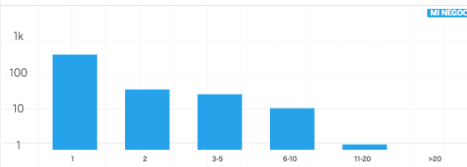
Nº pagos por tarjeta

Feb



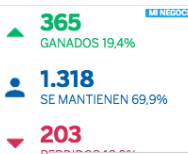
Nº de clientes en función de las veces que han comprado

Feb



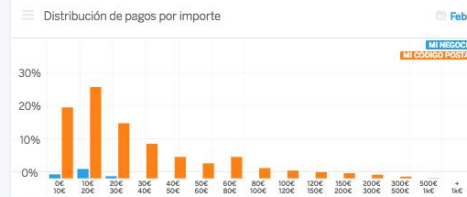
Clientes ganados y perdidos

Sep-Feb



Tu objetivo de este mes: Fidelizar





Tu objetivo de este mes: Fidelizar  
[Visita la sección "Análisis"](#)



Tu objetivo de este mes: Fidelizar  
[Visita la sección "Análisis"](#)



## Tu objetivo del mes: Fidelizar



Según nuestros datos, tanto tu cuota de mercado semestral (0,4%) como tu número medio de compras por cliente (1,74) han crecido con respecto al mismo periodo del año pasado. Sin embargo, tu cuota de gasto (la fidelidad media de tus clientes) ha bajado un -0,2% hasta el 9%.

Esto significa que ahora te estás quedando con un menor porcentaje del gasto de tus clientes en Restaurantes.



## Nuestra sugerencia

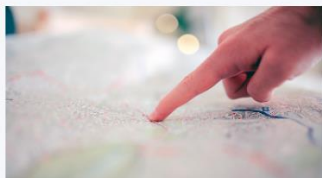
Aprovecha estas visitas para crear un vínculo con tus clientes, obtener nuevos canales de comunicación con ellos (por ejemplo, redes sociales) o pon en marcha un programa sencillo de fidelización.

Puedes apoyarte en nuestra [Gua Práctica de Fidelización](#) para obtener algunas ideas.

Valora esta sugerencia  

## ¿De dónde proceden los compradores en tu entorno?

Según los datos de Febrero, los principales códigos postales de procedencia de los clientes que compran en Restaurantes en 28005 son: 28005 (18,1%), 28012 (4,5%) y 28045 (3,9%).



## ¡Atención al Sábado!

El Sábado es el día de la semana en el que hay una mayor diferencia entre el porcentaje de gasto realizado en Restaurantes de 28005 y el realizado en tu establecimiento. (La diferencia es del 17,4%)



## Nuestra sugerencia

Prueba a estimular tus ventas el Sábado con descuentos o eventos especiales ese día de la semana, como por ejemplo un 2x1.

En [este post](#), te damos algunas ideas sobre acciones que puedes llevar a cabo.



## Nuestra sugerencia

Para incrementar el pago medio de tus clientes puedes probar estrategias de venta cruzada (cross-selling).

Por ejemplo, no olvides recomendar a tus clientes complementos para su compra principal. También puedes colocar al lado de la caja artículos de pequeño importe que puedan llamar la atención a tus clientes en el momento del pago.

Valora esta sugerencia  

## ¿Conoces cuál es tu base de clientes?

Hay 203 clientes (un 10,8%) que compraron en tu establecimiento hace 6 meses y no han vuelto desde

[¿Necesitas Ayuda?](#)[¿Necesitas Ayuda?](#)

Sell



**BBVA**  
**API\_MARKET**  
Innovation for growing your business

## API Market

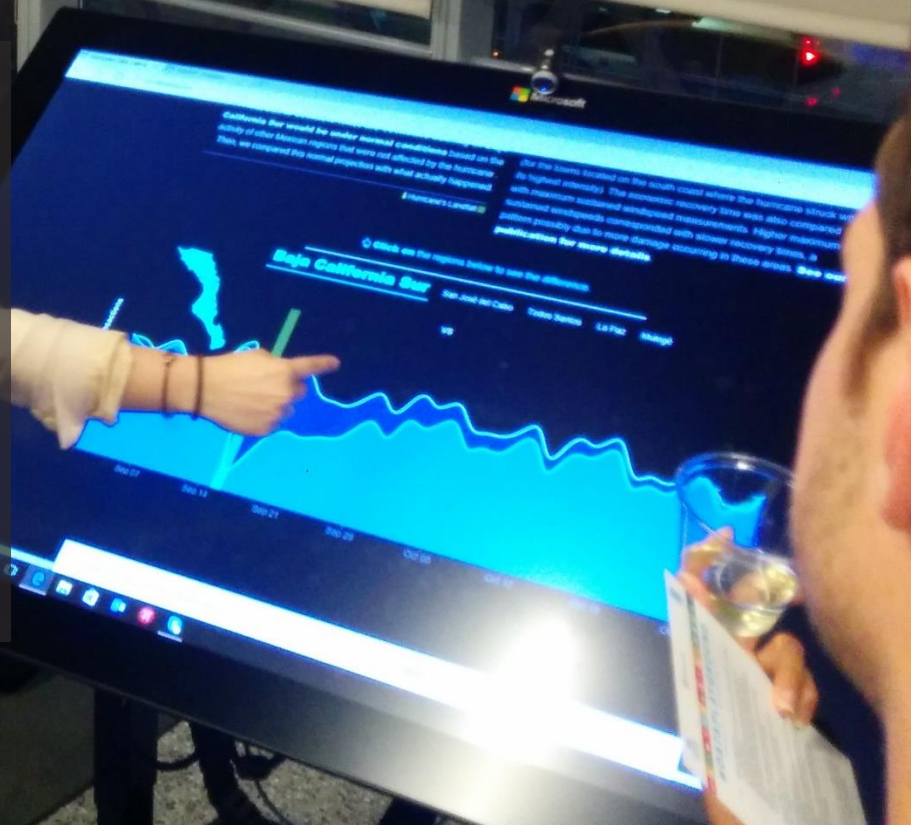
Data as a service for 3<sup>rd</sup>  
party usage



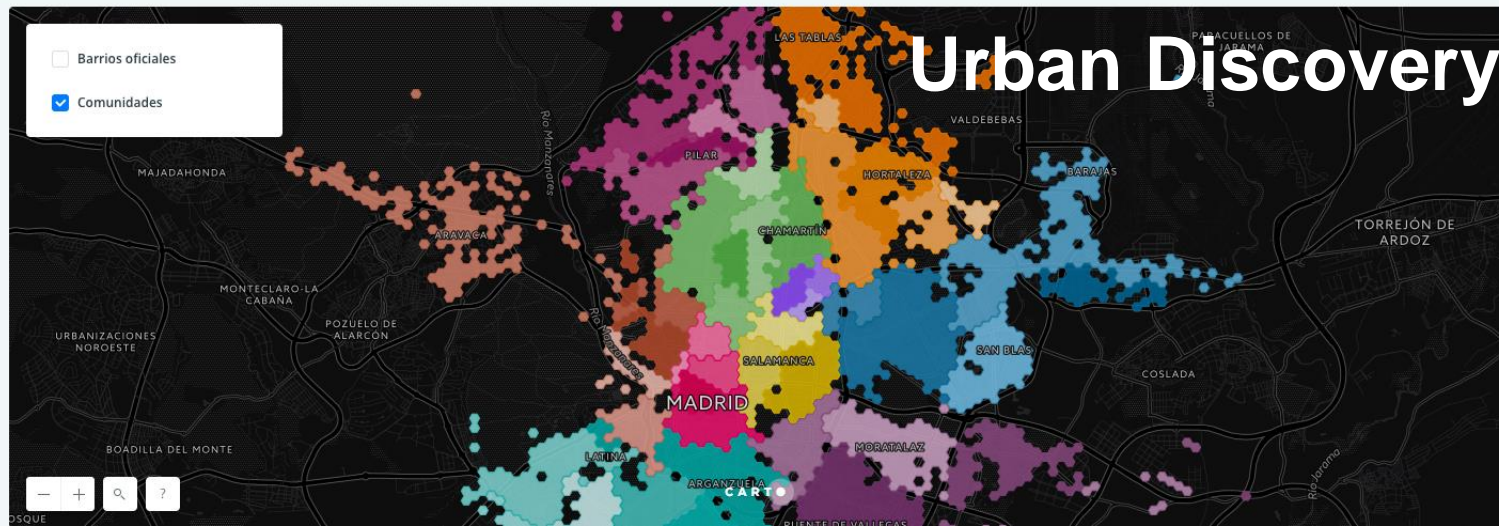
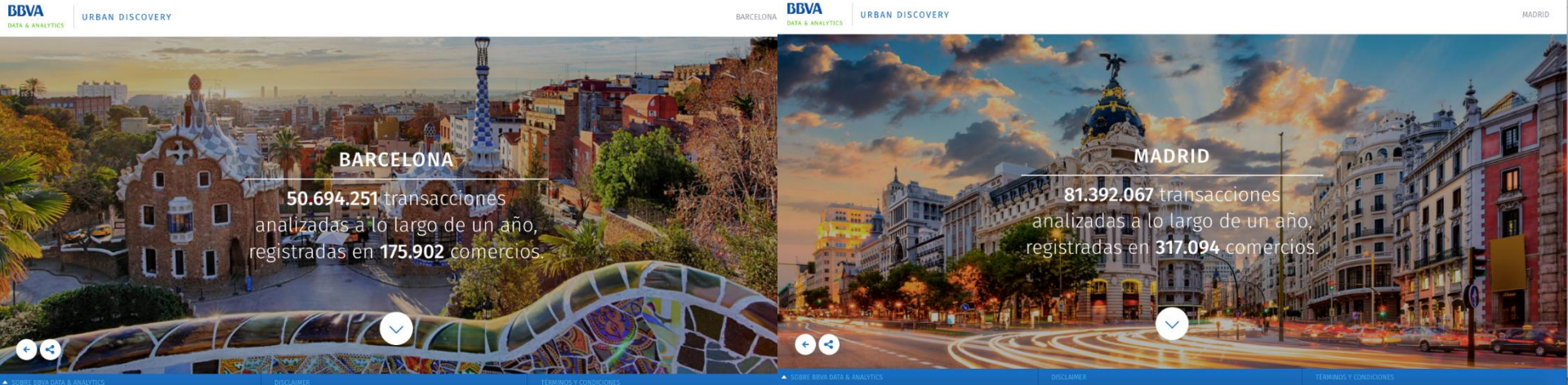
# Dissemination & Social Good

Urban analytics  
Measuring economic resilience to  
disasters in partnership with United  
Nations and BBVA Bancomer

<http://odile.bbvadata.com/>









Baja California Sur

# San José del Cabo

Todos Santos

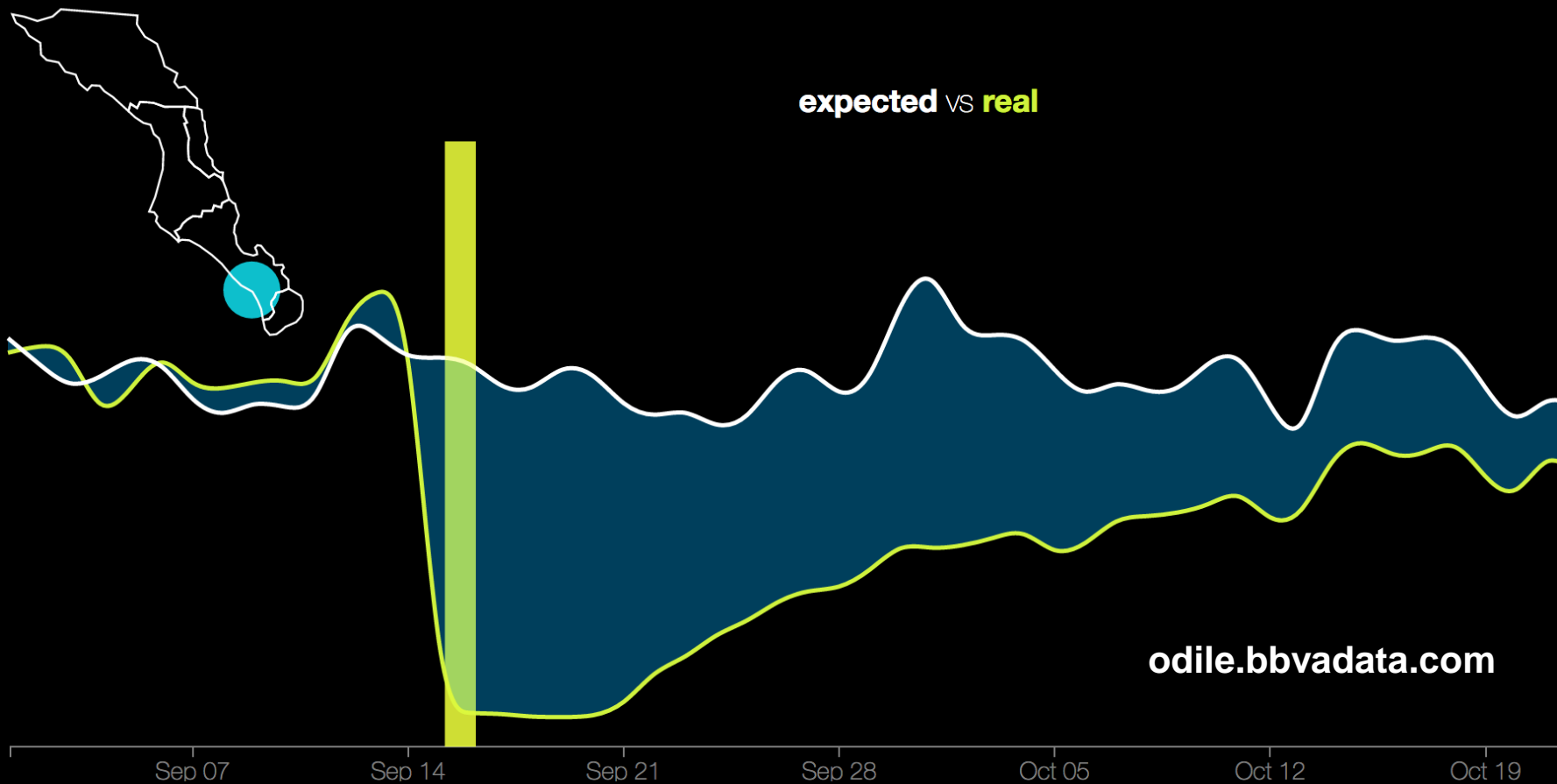
La Paz

Mulegé

Transactions

expected vs real

odile.bbvadata.com





## Links

- [www.bbvadata.com](http://www.bbvadata.com)
- <http://www.commerce360.es>
- <http://bbvatourism.vizzuality.com/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=Zel6wych9p0>
- <http://www.odile.bbvadata.com>
- <https://www.bbvadata.com/urbandiscovery/>

# THANK YOU!

We are always on the look-out for  
exceptional talents!  
[bbvadata.com/join-us/](https://bbvadata.com/join-us/)

BBVA  
DATA & ANALYTICS