



TURING LAB EMPRESA BANCO PAN

**Grupo: Felipe Campos, Henrique Marlon,
João Carazzato, Julia Togni, Melyssa
Rojas, Mike Mouadeb**

Controle do Documento

Histórico de revisões

Data	Autor	Versão	Resumo da atividade
08/08/2022	Julia Togni	1.1	Criação do documento
10/08/2022	Julia Togni	1.2	Adição dos critérios avaliados na sprint 1
12/08/2022	Henrique Marlon	1.3	Artefato 1 (proposta de solução e justificativa) e 2 (Compreensão dos Dados)
12/08/2022	Julia Togni	1.4	Atualização das Forças de Porter

Sumário

1. Introdução	5
2. Objetivos e Justificativa	6
2.1. Objetivos	6
2.2. Proposta de Solução	6
2.3. Justificativa	6
3. Metodologia	7
3.1. CRISP-DM	7
3.2. Ferramentas	7
3.3. Principais técnicas empregadas	7
4. Desenvolvimento e Resultados	8
4.1. Compreensão do Problema	8
4.1.1. Contexto da indústria	8
4.1.1.1 Principais players	8
4.1.1.2 Modelo de negócio	8
4.1.1.3 Tendências	9
4.1.1.4 5 Forças de Porter	
4.1.2. Análise SWOT	11
4.1.3. Planejamento Geral da Solução	12
4.1.4. Value Proposition Canvas	13
4.1.5. Matriz de Riscos	14
4.1.6. Personas	15
4.1.6.1 Persona que utiliza o modelo	15
4.1.6.2 Persona afetada pelo modelo	16
4.1.7. Jornadas do Usuário	17
4.2. Compreensão dos Dados	19
4.3. Preparação dos Dados	22
4.4. Modelagem	23

4.5. Avaliação 24

5. Conclusões e Recomendações 25

6. Referências 26

Anexos 27

1. Introdução

Nesse módulo o parceiro de negócio é o Banco Pan. É um banco brasileiro, com sede na cidade de São Paulo, controlado pelo BTG Pactual. Atua nas áreas de cartões de crédito, crédito consignado, financiamento de veículos, investimentos de renda fixa e banco digital. Atualmente composto por 378 funcionários, e com uma cartela de clientes que ultrapassa os 19 milhões. Focados na atuação junto às pessoas físicas, especificamente das classes C, D e E.

Devido à seu grande público, tem enfrentado problemas de relacionamento, sendo o banco com uma das maiores taxas de queixas nos principais canais de reclamação, como: BACEN e PROCON. Com isso, trouxe a proposta de os alunos dos Inteli desenvolverem um mecanismo capaz de prever se o cliente é uma pessoa com atrito ou não, para eles reduzirem essas queixas e assim melhorar o relacionamento do banco com seus clientes.

2. Objetivos e Justificativa

2.1. Objetivos

Objetivo geral:

O atendimento não é personalizado para os possíveis propósitos do cliente e do banco. Atualmente o processo é manual, dificultando ao atendente ser mais efetivo em abordagens para oferecer mais serviços e produtos. Dessa forma, desejam automatizar essa função a fim de aprimorar o atendimento dos clientes.

Objetivos específicos:

- Diminuir o número de reclamações nos sites como: BACEN e PROCON
- Melhorar o relacionamento dos clientes com o banco

2.2. Proposta de Solução

A nossa proposta é um modelo que, com base em dados simples, retorne um indicador de atrito com o banco. Facilitando o seu atendimento, graduando a atenção dada ao cliente apontado. cliente

2.3. Justificativa

Porque isso irá auxiliar o banco no relacionamento com os seus clientes, parâmetro atualmente em estado crítico, conforme dados do Bacen, os quais apontam ele como o 3 pior banco, sendo o relacionamento um fator que corrobora esse argumento.

3. Metodologia

Descreva as etapas metodológicas que foram utilizadas para o desenvolvimento, citando o referencial teórico. Você deve apenas enunciar os métodos, sem dizer ainda como ele foi aplicado e quais resultados obtidos.

3.1. CRISP-DM

Descreva brevemente a metodologia CRISP-DM e suas etapas de processo

3.2. Ferramentas

Descreva brevemente as ferramentas utilizadas e seus papéis (Google Colaboratory)

3.3. Principais técnicas empregadas

Descreva brevemente as principais técnicas empregadas, algoritmos e seus benefícios

4. Desenvolvimento e Resultados

4.1. Compreensão do Problema

4.1.1. Contexto da indústria

Contexto da indústria (principais players, modelos de negócio, tendências)

4.1.1.1 Principais players:

- Banco Caixa Econômica Federal
- Bradesco (BIA)
- Inter (BABI)

4.1.1.2 Modelo de negócio:

Como?

- **Parcerias Principais**
 - Fornecedores de serviços
 - Stakeholders
- **Atividades Principais**
 - Atendimento ao cliente
 - Empréstimo
 - CDB
 - Cartões de crédito/débito
- **Recursos Principais**
 - Parcerias para fornecer serviços
 - Patrocinadores
 - Liquid pool

O que?

- **Proposta de Valor**
 - Serviços de automóveis
 - Serviços de saúde
 - Serviços de alimentos
 - Atendimento ao cliente
 - Ajuda ao cliente

- FAQ

Para quem?

- **Relacionamento com os clientes**
 - Central de atendimento
 - Via telefone
 - Via e-mail
 - Redes Sociais
 - Vídeos
- **Segmento de Clientes**
 - Todo o Brasil
 - Focado nas classes C, D e E
- **Canais**
 - Sites
 - Marketing
 - Redes Sociais
 - Recomendações
 - Telefone
 - Centrais de Atendimento

Quanto?

- **Estrutura de Custos**
 - Atendentes
 - Investimentos (Novos serviços, novas tecnologias e entre outros)
 - Fornecimento de Serviços
- **Receitas**
 - Empréstimos
 - Clientes depositando dinheiro
 - Vendas de serviços

4.1.1.3 Tendências


Últimos encontros entre executivos de grandes bancos têm revelado o interesse e a necessidade dos bancos de desconstruir seu modelo atual de se comunicar com o cliente, para evoluir para um modo mais personalizado, por meio de IA. Esta tecnologia tem o desafio hoje de interpretar os milhões de dados que as empresas coletam e transformá-los em insights úteis sobre os clientes, o mercado, seus serviços e assim gerar mais receitas ou diminuir os custos.

4.1.1.4 5 Forças de Porter:

1. Ameaça de produtos e serviços substitutos:
 - Bancos já mais influentes no mercado
 - Fintech's emergentes no ramo
2. Poder de barganha dos fornecedores
 - Suspensão do serviço por parte do BTG, quem administra o banco
 - Mudanças na produção. Alteração da carteira de produtos anteriormente disponíveis
 - Os parceiros externos, referente ao produto de saúde deles, por exemplo, farmácias e clínicas parceiras não mais atenderem clientes
3. Poder de barganha dos compradores
 - Portabilidade bancária dos clientes
 - Não se interessarem pelos produtos oferecidos pelo Pan e procurarem em concorrentes
 - Desistência do serviço previamente contratado pelos clientes
4. Ameaça de novos entrantes
 - Menos espaço no mercado, por conta do Banco Pan focar nas classes mais baixas da economia brasileira
 - Obsolescência do serviço, o Banco Pan não se atualizar frente às mudanças micro e macro da economia brasileira
5. Rivalidade de concorrentes
 - Concorrentes disputando mesmo marketshare, como o Banco Caixa Econômica que atua nas classes mais baixas e é mais consolidado no território brasileiro, no âmbito de crédito, assim como o Pan
 - Concorrentes maiores no mercado, como o Banco Bradesco, que também possui uma taxa das classes mais baixas
 - Concorrentes com mais marketing, os dois bancos supracitados são mais conhecidos por grande parte da população brasileira
 - Concorrentes com melhores relacionamentos com o cliente, como o Banco Pan possui altas taxas de reclamações, isso pode tornar os outros bancos mais atrativos

4.1.2. Análise SWOT



Problemas para visualizar a imagem:  MatrizSWOT.jpg

4.1.3. Planejamento Geral da Solução

a) quais os dados disponíveis :

Os stakeholders disponibilizaram a base de dados da empresa, onde segmentam os clientes de acordo com as suas características financeiras e com base no seu histórico de relacionamento com o banco.

b) qual a solução proposta:

A nossa solução propõe uma segmentação dos usuários, metrificando o engajamento, relacionamento e, e posteriormente, a sua propensão a produtos do banco, o que melhoraria suas experiências com o Banco Pan. A partir disso, buscamos fazer um modelo de machine learning, que, quando exposto a uma base de dados supervisionada, poderá classificar, clientes e não clientes a partir de seus dados, em um gráfico setorizado, identificando se possuem atritos com o banco ou não a fim de mitigar as reclamações recorrentes da empresa. Em síntese, visamos facilitar e melhorar o atendimento.

c) qual o tipo de tarefa (regressão ou classificação):

Regressão

d) como a solução proposta deverá ser utilizada:

Ao realizar um atendimento, o funcionário do Banco PAN, tendo a sua disposição informações sobre o seu perfil, conseguirá, por exemplo, avaliar se vale ofertar um novo produto para ele ou se aquele cliente está tendo problemas com o banco.

e) quais os benefícios trazidos pela solução proposta:

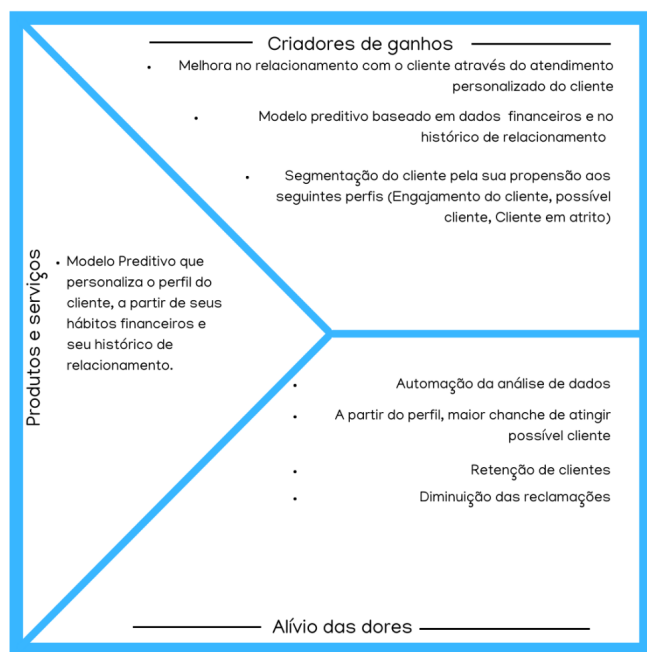
Personalização do atendimento ao cliente, consequentemente melhorando o seu relacionamento com o banco. Além de mitigar a imagem negativa frente ao mercado, conforme o ranking BACEN.

f) qual será o critério de sucesso e qual medida será utilizada para o avaliar:

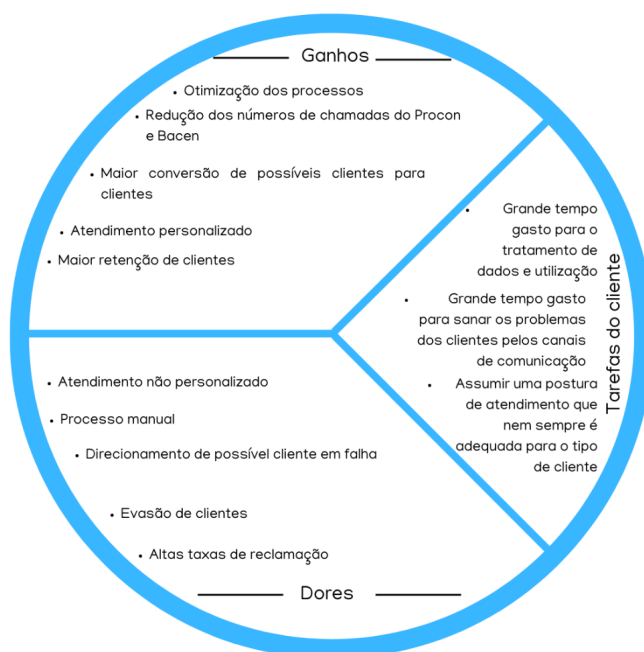
O modelo atingirá sucesso caso consiga identificar e classificar o usuário nas classes apontadas. O benchmark com a possibilidade de identificar randomicamente um usuário da mesma classe, que o modelo identificou.

4.1.4. Value Proposition Canvas

Value proposition canvas



Value proposition



Customer segments

Para melhor visualização acessar: [poster Value proposition canvas simple white.png](#)

4.1.5. Matriz de Riscos

	Ameaças					Oportunidades				
90%						Poucos bancos possuem IA desse tipo	Clientes serem atendidos mais facilmente conforme suas necessidades	Atendentes terem uma facilidade ao atender		
70%						A base de dados disposta contribui para um alto grau de aprimoramento do modelo.	Diminuição do CAC (custo de aquisição do cliente)			
50%				Clientes sendo definidos de forma errada pela IA		Melhorar o NPS do banco frente aos clientes				
30%			Condicionalmento dos usuários para utilizarem o modelo proposto		Atendentes não se adaptarem a IA					
10%					IA ser discriminatória					
	Muito Baixo	Baixo	Moderado	Alto	Muito Alto	Muito Alto	Alto	Moderado	Baixo	Muito Baixo

4.1.6. Personas

4.1.6.1 Persona que utiliza o modelo



NOME: Juliana dos Santos

IDADE: 32

OCUPAÇÃO: Atendente de telemarketing

" O domínio das tecnologias nos torna mais preparados para o futuro "

Biografia:

Natural de São José dos Campos

Fez faculdade de contabilidade, mas não atua na área

Entrou na área de atendimento do Banco Pan durante a Pandemia

Características (personalidade, conhecimentos, interesses, habilidades):

Apesar de ter formação, quando entrou na área de contabilidade não se identificou

Adora estar com sua família nas horas vagas

Busca sempre se atualizar sobre tecnologias por conta do seu emprego

Ela é muito habilidosa com o público, sendo então sempre escolhida para gerenciar clientes atritados

Preza por um bom atendimento, mas tem dificuldade com as tecnologias disponibilizadas pelo banco onde trabalha

Motivações com o problema:

Juliana sente-se desafiada diariamente por conta de receber diversas ligações

Ela tenta manejar os conflitos da melhor forma possível, mas o banco não tem um suporte efetivo para os atendentes

Tem dificuldade de analisar e entender o problema do cliente

Dores com o problema:

A falta de informações à deixa desconfortável para falar com o cliente

Ao ter que lidar com clientes atritados, ela se sente ineficiente por conta de não conseguir solucionar o problema por ligação

A comunicação entre os canais é inexistente, deixando o cliente mais atritado

A ineficiência da comunicação faz com que o cliente tenha que refazer suas queixas

Para melhor visualização acessar:

https://miro.com/app/board/uXjvOhTQ1nE=?share_link_id=273601996726

4.1.6.2 Persona afetada pelo modelo



NOME: Patrick Martins

IDADE: 26

OCUPAÇÃO: Advogado

"Detesto perder tempo com burocracias de banco"

Biografia:

Morador de Tocantins, Casado, cristão

Fez direito na Universidade Estadual do Tocantins

Usuário de diversos bancos digitais

Características (personalidade, conhecimentos, interesses, habilidades):

Patrick adora jogar futebol

É apaixonado por carros e adoraria ter uma coleção

Tem dificuldade em gerenciar suas finanças

Está conectado em todas as redes sociais

Gosta muito de games, filmes de ficção e desenhos animados.

Motivações com o problema:

Patrick quer conseguir pagar suas contas no app do seu banco, sem burocracias

Ele acredita que banco digital deveria facilitar com sua vida financeira

Já teve muitos problemas com seu banco digital

Hoje em dia tem dúvidas se seu banco digital é o ideal, tem em mente trocá-lo

Dores com o problema:

Ele efetuou o pagamento e o banco não registrou, e então aparece que a conta está em atraso

Quando tem problemas com o app, o banco não o responde para ajudá-lo

Mesmo pagando as contas certinhas, não melhoram seu crédito, seu limite de cartão permanece o mesmo

Mesmo tendo pago a fatura, não aparece no aplicativo e os telefonistas do banco ligam diariamente cobrando

Para melhor visualização acessar:

https://miro.com/app/board/uXjvOhTQ1nE=/?share_link_id=273601996726

4.1.7. Jornadas do Usuário

- Do usuário(a) do modelo (para melhor visualização:
https://miro.com/app/board/uXjvOgVUEhl=/?share_link_id=627045217191)

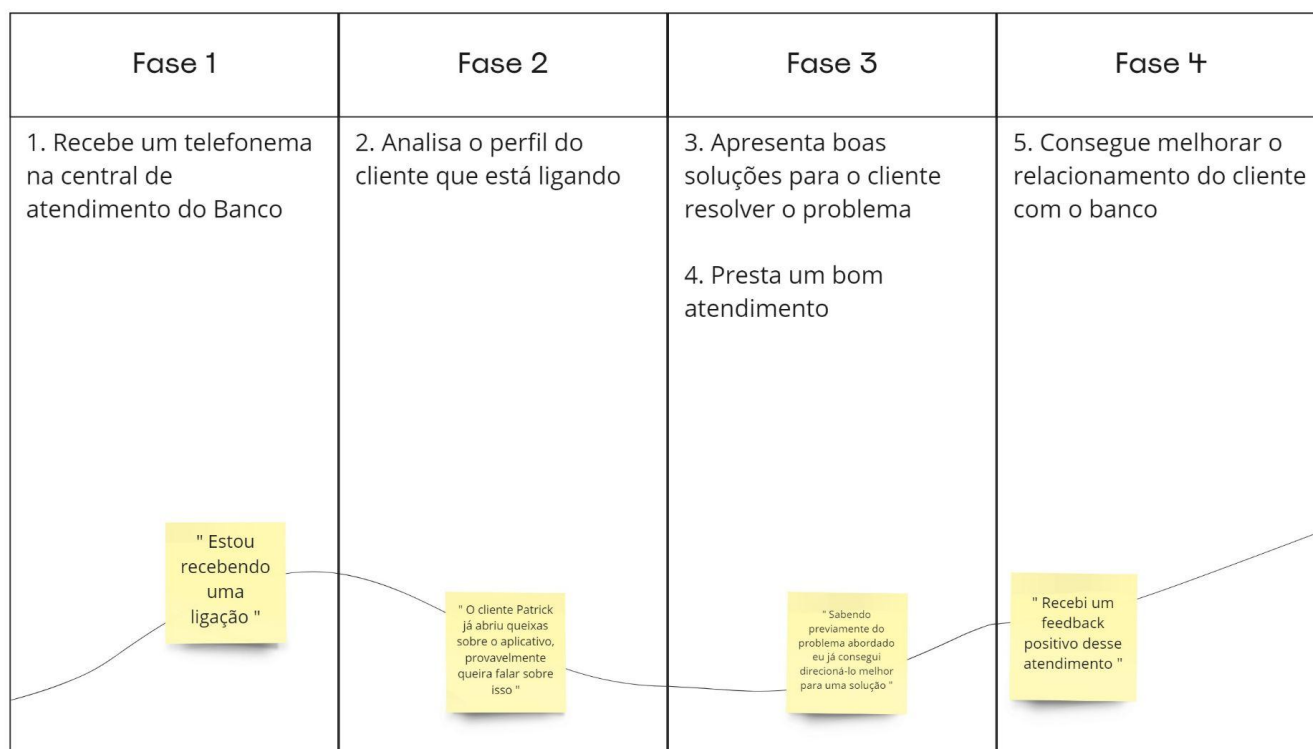


Juliana dos Santos

Cenário: Atendendo clientes do banco, podendo tratar sobre queixas ou dúvidas de novos produtos

EXPECTATIVAS:

- atendimento rápido
- resolução de problemas
- apaziguar a relação do cliente com a empresa



- Da pessoa afetada pelo modelo

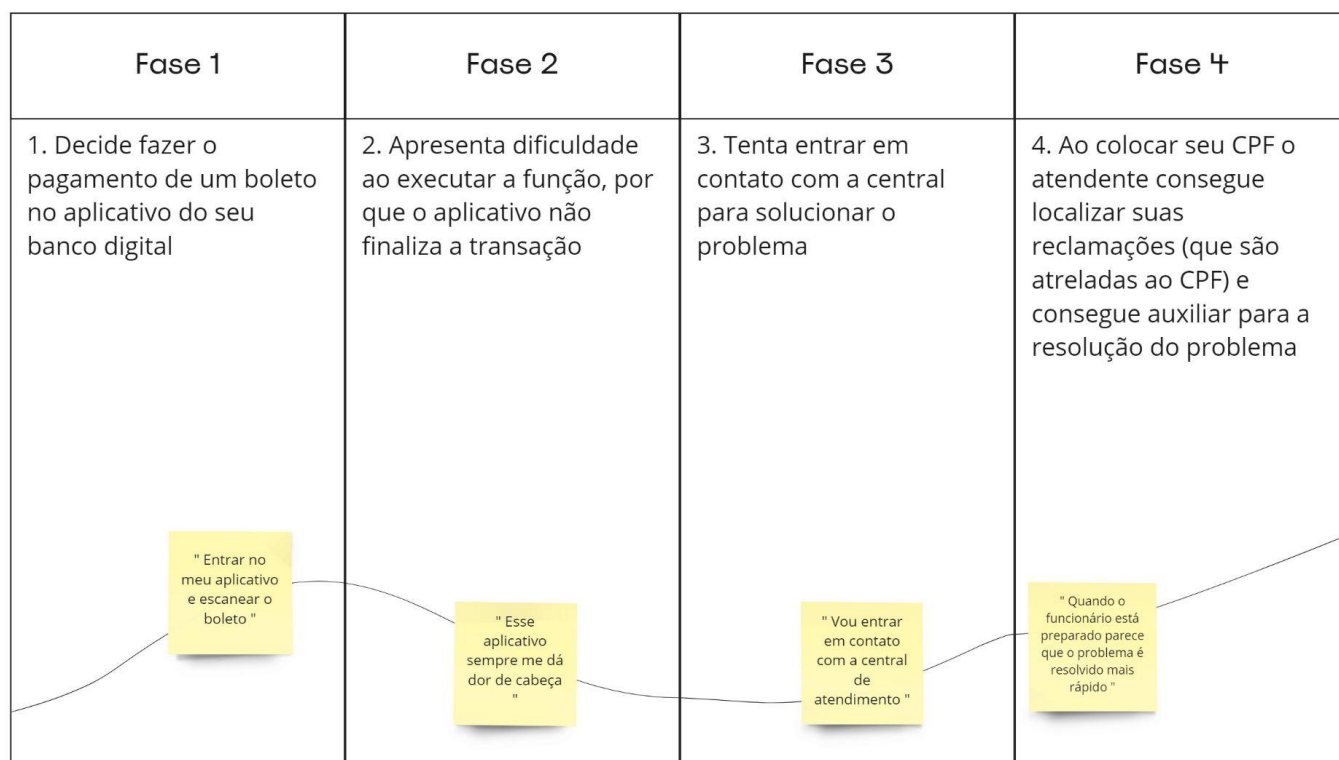


Patrick Martins

Cenário: Problema com o aplicativo do banco

EXPECTATIVAS:

- Ligar para o banco
- Solucionar o problema
- Obter sucesso na tarefa



4.2. Compreensão dos Dados

1. Descrição estatística básica dos dados, principalmente dos atributos de interesse, com inclusão de visualizações gráficas e como essas análises embasam suas hipóteses.

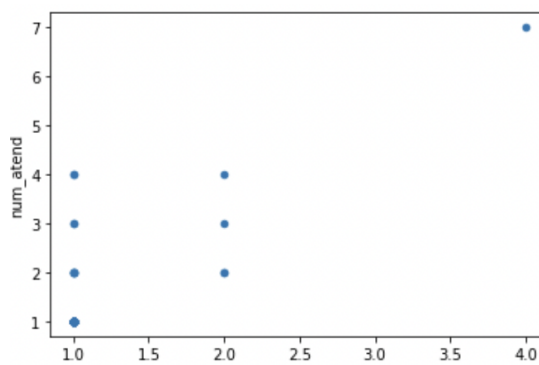
1.1 Os dados que utilizaremos foram disponibilizados pelo cliente através de um data lake anonimizado de sua Base de dados, no formato **CSV** contendo desde informações de saldo e crédito até o número de reclamações e atendimentos realizados para tal cliente com a divulgação proibida. Diante do documento, se vê que possuímos mais de doze milhões de linhas de dados, mas com o empecilho de possuir diversas colunas vazias. Contudo, possuindo uma grande diversidade de dados com 14 colunas cria-se a possibilidade de gerar e identificar o perfil de usuários atritados com o Banco(cliente).

- a. Por enquanto, encontramos as seguintes possíveis mesclas: num_atend X num_atend_atrs, qtd_atend X num_atend_atrs, num_atend_atrs X vlr_saldo.
 - b. Os dados pertencem a um recorte temporal recente.
 - c. [null]
 - d. O book possui os dados anonimizados.
2. Primeiramente, percebemos que apenas dentre os todos os atendimentos apenas 3,7% aprox. são reclamações, contrastando com o ranking Bacen, no qual o Banco Pan se posiciona em 3º lugar. Também percebemos que em média um cliente abre mais de um atendimento no Banco Pan(aprox. 1,37 atendimentos/cliente). Tudo isso, conforme a análise das colunas num_atend e qtd_reclm da tabela a seguir:

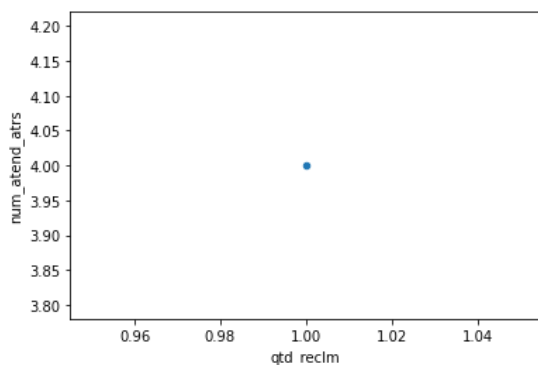
index	anomes	vlr_credito	vlr_saldo	num_atend_atrs	vlr_score	num_produtos	num_atend	qtd_oper	qtd_reclm	qtd_restr
count	12505292.0	7032474.0	6600003.0	6604.0	8730902.0	6688796.0	28545.0	7032474.0	1364.0	8330173.0
mean	202135.33767701403	32065.026640424185	5864.500675229632	1.117655966081163	466.78216920157706	1.6193715580502082	1.3735166698059897	11.980319044892925	1.000733137829912	2.857061431977463
std	42.05810319160321	65672.94291319748	28558.148290187528	0.38907955984007286	207.45916856812772	0.9049523710378423	0.6974935271539803	10.274287798464782	0.027076518053694085	3.5611560558544166
min	202104.0	0.0	0.01	1.0	0.0	1.0	1.0	0.0	1.0	1.0
25%	202107.0	2974.3225	994.69	1.0	329.0	1.0	1.0	5.0	1.0	1.0
50%	202110.0	14245.005	2358.239999999999	1.0	429.0	1.0	1.0	10.0	1.0	2.0
75%	202201.0	33959.935	6748.949999999999	1.0	580.0	2.0	2.0	16.0	1.0	3.0
max	202204.0	10348109.079999998	32102768.81	7.0	1000.0	15.0	17.0	306.0	2.0	413.0

Link: [Captura de tela 2022-08-12 010731.pdf - Google Drive](#)

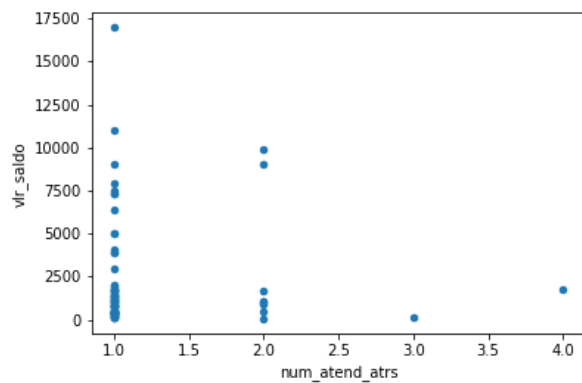
- Também podemos inferir os seguintes gráficos:



(gráfico de número de atendimentos X número de atendimentos atrasados.)



(gráfico de quantidade de reclamações X número de atendimentos atrasados. Observa-se uma correlação entre número de atendimentos atrasados e reclamações)



(gráfico de número de atendimentos atrasados X valor do saldo. Observa-se que o número de atendimentos atrasados se concentra na faixa de saldo até 2500 reais.)

3. Por hora o target definido para o modelo é o indicador de atrito

A nossa predição possui natureza contínua e tem como objetivo o resultado da coluna ind_atritado (coluna que responde se o cliente é atritado ou não é):

- Coluna num_atend (Para se obter a quantidade de atendimentos por cliente).
- Coluna qtd_reclm (Para se obter a quantidade de reclamações).
- Coluna num_atend_atrs (Para se obter o número de atendimentos atrasados).

4.3. Preparação dos Dados

Descreva as etapas realizadas para definir os dados e os atributos descritivos dos dados (“features”) a serem utilizados. Essa descrição deve ser feita de modo a garantir uma futura reprodução do processo por outras pessoas, e deve conter:

- a) Descrição de quaisquer manipulações necessárias nos registros e suas respectivas features.
- b) Se aplicável, como deve ser feita a agregação de registros e/ou derivação de novos atributos.
- c) Se aplicável, como devem ser removidos ou substituídos valores ausentes/em branco.
- d) Identificação das features selecionadas, com descrição dos motivos de seleção.

Não deixe de usar tabelas e gráficos de visualização de dados para melhor ilustrar suas descrições.

IMPORTANTE: Crie tópicos utilizando a formatação “Heading 3” (ou menor) para que o Google Docs identifique e atualize o Sumário (é necessário apertar o botão Refresh no Sumário para ele coletar as atualizações)

4.4. Modelagem

Para a Sprint 3, você deve descrever aqui os experimentos realizados com os modelos (treinamentos e testes) até o momento. Não deixe de usar equações, tabelas e gráficos de visualização de dados para melhor ilustrar seus experimentos e resultados.

Para a Sprint 4, você deve realizar a descrição final dos experimentos realizados (treinamentos e testes), comparando modelos. Não deixe de usar equações, tabelas e gráficos de visualização de dados para melhor ilustrar seus experimentos e resultados.

4.5. Avaliação

Nesta seção, descreva a solução final de modelo preditivo, e justifique a escolha. Alinhe sua justificativa com a seção 4.1, resgatando o entendimento do negócio e explicando de que formas seu modelo atende os requisitos. Não deixe de usar equações, tabelas e gráficos de visualização de dados para melhor ilustrar seus argumentos.

5. Conclusões e Recomendações

Escreva, de forma resumida, sobre os principais resultados do seu projeto e faça recomendações formais ao seu parceiro de negócios em relação ao uso desse modelo. Você pode aproveitar este espaço para comentar sobre possíveis materiais extras, como um manual de usuário mais detalhado na seção “Anexos”.

Não se esqueça também das pessoas que serão potencialmente afetadas pelas decisões do modelo preditivo, e elabore recomendações que ajudem seu parceiro a tratá-las de maneira estratégica e ética.

6. Referências

Nesta seção você deve incluir as principais referências de seu projeto, para que seu parceiro possa consultar caso ele se interessar em aprofundar.

Utilize a norma ABNT NBR 6023 para regras específicas de referências. Um exemplo de referência de livro:

LUCK, Heloisa. **Liderança em gestão escolar**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

SOBRENOME, Nome. **Título do livro**: subtítulo do livro. Edição. Cidade de publicação: Nome da editora, Ano de publicação.

BANCÁRIOS DE ALAGOAS. **Estudo mostra que bancos não entendem necessidades das classes C, D e E**. Disponível em: <https://bancariosal.org.br/noticia/27665/estudo-mostra-que-bancos-nao-entendem-necessidades-das-classes-c-d-e-e>. Acesso em: 4 ago. 2022.

Anexos

Utilize esta seção para anexar materiais como manuais de usuário, documentos complementares que ficaram grandes e não couberam no corpo do texto etc.