INOVA TRILHAS MARANHÃO

Aluno: Daniel Moura

Relatório Analítico: Comportamento de Clientes e Insights para Redução de Churn

1. INTRODUÇÃO

A fidelização de clientes é um pilar estratégico para a sustentabilidade e crescimento de qualquer instituição financeira. Neste contexto, a análise de churn (cancelamento de serviços) emerge como uma ferramenta crítica para entender os motivos que levam os clientes a encerrar seu relacionamento com a organização, permitindo a implementação de ações proativas para mitigar perdas.

Este relatório tem como objetivo principal identificar padrões comportamentais e demográficos associados ao churn, com base em uma amostra de 1.000 clientes, coletada entre janeiro e dezembro de 2023. Foram analisadas variáveis-chave, como:

* Idade
* Saldo em conta
* Gênero
* Estado de residência
* Patrimônio (quantidade de bens)

2. METODOLOGIA:

Os dados passaram por um rigoroso processo de tratamento, incluindo:

1. Remoção de outliers: Valores absurdos (ex.: idades negativas, saldos acima de R$ 100 milhões, valores inexistentes) foram substituídos pela mediana.
2. Padronização categórica: Inconsistências em campos como gênero ("Mas" para "Masculino") e estados ("PI" para "Piauí") foram corrigidas.
3. Imputação de dados faltantes: Valores ausentes em colunas numéricas foram preenchidos com a mediana, enquanto as categóricas utilizaram a moda.
4. Valores duplicados foram removidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

* Comparar o perfil financeiro de clientes que permaneceram versus os que cancelaram.
* Identificar grupos demográficos com maior propensão ao churn.
* Propostas de ações personalizadas para redução de cancelamentos.

ESTRUTURA DO RELATÓRIO:

Além desta introdução, o documento está organizado em:

* Análise Exploratória: Dados estratificados por idade, gênero e geografia.
* Insights Estratégicos: Correlações entre variáveis e churn.
* Recomendações Operacionais: Planos de ação para retenção.

Os resultados revelaram que clientes com saldos abaixo de R$ 5 milhões e mulheres do Piauí representam o grupo de maior risco, exigindo intervenções direcionadas. A seguir, detalhamos os achados e suas implicações.

3. PRINCIPAIS ACHADOS

3.1. SALDO EM CONTA POR FAIXA ETÁRIA

Clientes mais jovens (<40 anos) tendem a ter saldos menores, enquanto clientes mais velhos (≥40 anos) possuem maior estabilidade financeira:

| **Faixa Etária** | **Média do Saldo** | **Mediana do Saldo** |
| --- | --- | --- |
| < 40 anos | R$ 6.450.000 | R$ 5.200.000 |
| ≥ 40 anos | R$ 8.920.000 | R$ 7.800.000 |

Clientes acima de 40 anos são mais propensos a manter recursos financeiros significativos, possivelmente devido a maior estabilidade profissional e patrimonial.

3.2. SALDO EM CONTA E CHURN

Clientes que cancelaram o serviço (churn) apresentam saldos médios significativamente menores:

| **Status** | **Média do Saldo** | **Mediana do Saldo** |
| --- | --- | --- |
| **Saíram** | R$ 4.320.000 | R$ 3.100.000 |
| **Permaneceram** | R$ 9.150.000 | R$ 8.500.000 |

Risco de Churn: Saldos abaixo de **R$ 5 milhões** estão associados a uma probabilidade 2,3 vezes maior de cancelamento.

3.3. PERFIL PREDOMINANTE DOS CLIENTES QUE SAÍRAM

O público com maior tendência ao churn é composto por:

| **Característica** | **Valor** |
| --- | --- |
| **Gênero Predominante** | Feminino (62%) |
| **Idade Média** | 38 anos |
| **Saldo Médio na Conta** | R$ 4.320.000 |
| **Patrimônio Médio** | 4,2 bens |
| **Estado mais comum** | Piauí (PI) |

**Padrão Identificado:** Mulheres no Piauí, com média de 38 anos, saldo moderado e patrimônio médio de 4 bens, representam o perfil crítico de churn.

4. ANÁLISE ESTRATÉGICA

4.1. FATORES DE RISCO PARA CHURN

* Baixo Saldo em Conta: Clientes com saldos inferiores a **R$ 5 milhões** têm menor retenção.
* Idade: Jovens (<40 anos) são mais suscetíveis, possivelmente pela busca de serviços mais competitivos.
* Localização Geográfica: O estado do **Piauí** concentra 28% dos casos de churn, indicando possíveis falhas regionais na experiência do cliente.

4.2. OPORTUNIDADES

* Clientes ≥40 anos: Representam a base mais estável. Estratégias de fidelização (ex.: taxas diferenciadas) podem reforçar sua retenção.
* Saldo Baixo: Oferecer benefícios como isenção de tarifas ou programas de cashback pode reduzir o churn nesse grupo.

5. RECOMENDAÇÕES

5.1. AÇÕES IMEDIATAS

1. PACOTES PERSONALIZADOS PARA BAIXO SALDO:
   * Criar contas premium sem taxas para saldos acima de **R$ 3 milhões**.
   * Oferecer consultoria financeira gratuita para clientes com saldo entre **R$ 2-5 milhões**.
2. CAMPANHAS REGIONAIS NO PIAUÍ:
   * Realizar pesquisas de satisfação para identificar gargalos locais.
   * Parcerias com empresas locais para oferecer descontos exclusivos.
3. ENGAJAMENTO DE MULHERES:
   * Lançar programas de educação financeira direcionados a mulheres.
   * Benefícios em dias comemorativos (ex.: Dia Internacional da Mulher).
   * Notificações com serviços e promoções exclusivas.
   * Sistema de Fidelidade.

5.2. MONITORAMENTO CONTÍNUO

* Implementar um sistema de alerta para clientes com saldo abaixo de **R$ 5 milhões**.
* Acompanhar métricas de satisfação no Piauí mensalmente.

6. CONCLUSÃO

A análise realizada identificou padrões críticos que influenciam o *churn*, destacando três pilares principais: **saldo em conta**, **idade** e **localização geográfica**. Os resultados demonstram que clientes com saldos inferiores a R$ 5 milhões, especialmente mulheres com média de 38 anos e que vivem no estado do Piauí, representam o grupo de maior risco de cancelamento. Esses clientes não apenas possuem saldos significativamente mais baixos (média de R$ 4,32 milhões) em comparação com os que permaneceram (média de R$ 9,15 milhões), mas também apresentam um perfil demográfico e geográfico homogêneo, sugerindo falhas segmentadas na experiencia oferecida.

PRINCIPAIS DESTAQUES:

1. Saldo como Indicador-Chave: 70% dos clientes que cancelaram tinham saldos abaixo de *R$ 5 milhões*, reforçando a necessidade de estratégias específicas para esse grupo.
2. Idade e Engajamento: Clientes abaixo dos 40 anos mostraram maior propensão ao *churn*, possivelmente por buscarem serviços mais dinâmicos ou competitivos.
3. Foco Geográfico: O Piauí concentrou *28% dos casos de churn*, indicando oportunidades para ajustes regionais, como melhorias no atendimento ou ofertas personalizadas.

RECOMENDAÇÕES ESTRATÉGICAS:

* Ações Imediatas:
  + Pacotes de Incentivo: Criar contas com taxas zero para saldos acima de *R$ 3 milhões* e oferecer consultoria financeira gratuita para clientes em risco.
  + Campanhas no Piauí: Parcerias com empresas locais para descontos exclusivos e pesquisas de satisfação para identificar gargalos operacionais.
  + Engajamento de Mulheres: Programas de educação financeira e benefícios sazonais (ex.: *cashback* em datas como o Dia da Mulher).
* Monitoramento Contínuo:
  + Implementar um **sistema de alerta** para clientes com saldo abaixo de *R$ 5 milhões,* acompanhado de contatos proativos da equipe de relacionamento.
  + Estabelecer métricas mensais de satisfação no Piauí, com relatórios detalhados para ajustes rápidos.