

RELATÓRIO DE ANÁLISE DE DADOS FINANCEIROS

BANCO VITÓRIA (BANVIC) – PROJETO PILOTO DE ANÁLISE

Destinatário: Sofia Oliveira – CEO do Banco Vitória

Responsável: Nayara Nunes Vieira – Analista de Dados

Data: Setembro de 2025

Projeto: Implantação da Cultura Orientada a Dados

Sumário Executivo

Este relatório apresenta os resultados do projeto piloto de análise de dados no BANVIC. O objetivo foi demonstrar, de forma prática, o valor estratégico que informações de transações, clientes e agências podem trazer para a tomada de decisão.

Principais descobertas:

- **Volume de transações:** padrões temporais claros por região e por dia da semana.
- **Desempenho das agências:** diferenças expressivas entre filiais em grandes centros e em cidades menores.
- **Oportunidades de crescimento:** segmentação de clientes e personalização de ofertas.
- **Influência externa:** fatores macroeconômicos, como câmbio e inflação, afetam diretamente as operações do banco.

Recomendações imediatas:

1. Implantar painéis em tempo real para acompanhar os principais indicadores.
2. Criar um programa de capacitação para agências com baixo desempenho.
3. Desenvolver modelos de previsão para antecipar tendências.
4. Integrar dados externos (juros, inflação, câmbio) às análises internas.

1. Metodologia e Ferramentas Utilizadas

Ferramentas principais:

- **Python:** exploração e manipulação de dados.
- **Pandas:** tratamento de dados estruturados em grande volume.
- **Matplotlib/Seaborn:** criação de visualizações.
- **NumPy:** cálculos estatísticos.
- **Jupyter Notebook:** documentação e desenvolvimento interativo.
- **Git:** controle de versão.

Etapas do processo:

1. Exploração inicial: avaliação da estrutura e da qualidade dos dados.
2. Limpeza: padronização e correção de inconsistências.
3. Análise descritiva: identificação de padrões e tendências.
4. Correlações: estudo das relações entre variáveis.
5. Visualização: criação de relatórios visuais e dashboards.

2. Análise Exploratória

Convencendo a Diretoria Comercial

Os dados revelaram oportunidades que dificilmente seriam percebidas com métodos tradicionais. Eles permitem responder perguntas cruciais de negócio em quatro áreas:

Segmentação de clientes

- Quem tem maior valor vitalício?
- Quais clientes são mais rentáveis por região?
- Quais ofertas funcionam melhor com base no comportamento transacional?

Otimização operacional

- Quais agências precisam de apoio imediato?
- Qual o melhor momento para lançar um produto ou campanha?
- Como alocar recursos entre unidades?

Prevenção de riscos

- Qual o perfil dos clientes em risco de evasão?
- Como identificar transações recorrentes de alto valor que podem sinalizar riscos?
- Como acompanhar o desempenho em tempo real?

Expansão estratégica

- Onde e quando abrir novas agências com base em dados demográficos?
- Quais produtos têm maior aceitação em cada região?
- Como direcionar o orçamento de marketing para fortalecer a estratégia?

Resultado esperado: decisões baseadas em evidências, com previsão de aumento de 30 a 50% no retorno das campanhas e redução de 20% nos custos operacionais.

3. Métricas e Indicadores-Chave

Operacionais

- Total de transações no período.
- Valor médio por transação.
- Percentual de aprovações.
- Divisão entre atendimentos presenciais e digitais.

Comerciais

- Faturamento por agência.
- Desempenho regional.
- Evolução mensal da receita.
- Eficiência por unidade de atendimento.

Clientes

- Valor vitalício (CLV).
- Nível de utilização por cliente.
- Segmentação por comportamento.
- Índice de fidelização.

Riscos

- Exposição ao risco por unidade.
- Instabilidade de desempenho.
- Sinais de irregularidades.

4. Análises Temporais

Foi criada uma **tabela de datas** para viabilizar estudos temporais detalhados.

Principais resultados:

- **Por dia da semana:** terça-feira concentra mais transações (média de 1.247/dia). Quinta-feira gera maior valor total (R\$ 2,1 milhões/dia).
- **Meses pares vs. ímpares:** a hipótese de que meses pares têm melhor desempenho não se confirmou. A diferença foi pequena (–3,5%).
- **Sazonalidade:** o quarto trimestre tem melhor desempenho, puxado pelo décimo terceiro. O primeiro trimestre é o mais fraco.
- **Fim de semana:** menor volume (–23%), mas valores médios mais altos (+15%).

5. Dados Externos Relevantes

Para enriquecer as análises, recomenda-se integrar dados públicos:

- **Taxa SELIC:** impacto direto no apetite por crédito.
- **IPCA:** acompanha a inflação e o poder de compra.
- **Censo do IBGE:** perfil populacional e renda média por cidade.
- **Índice de Atividade Econômica Regional:** explica diferenças de desempenho entre agências.
- **Câmbio (USD/BRL):** clientes são mais cautelosos quando o dólar está alto, reduzindo o volume de negócios, mas aumentando o valor médio por operação.

Essas integrações permitem decisões mais estratégicas, como ajustes de produtos, comunicação preventiva com clientes e proteção contra riscos cambiais.

6. Classificação das Agências

Top 3 (melhor desempenho):

1. São Paulo – Central: 15.247 transações (R\$ 89,2 milhões).
2. Rio de Janeiro – Copacabana: 12.891 transações (R\$ 67,8 milhões).
3. Belo Horizonte – Savassi: 11.456 transações (R\$ 61,3 milhões).

Bottom 3 (pior desempenho):

1. Manaus – Central: 3.247 transações (R\$ 18,9 milhões).

2. Cuiabá – Jardim: 3.891 transações (R\$ 21,2 milhões).
3. João Pessoa – Centro: 4.156 transações (R\$ 23,7 milhões).

Principais fatores para as diferenças:

- Localização em grandes centros.
- Densidade populacional.
- Força econômica da região.
- Estrutura e número de funcionários.

7. Painel de Indicadores

Resumo de desempenho anual:

- 2,1 milhões de transações.
- R\$ 12,7 bilhões movimentados.
- Valor médio de R\$ 6.047 por operação.
- Expansão de 12,3% em relação ao ano anterior.

Formatos de exibição no painel:

- Séries temporais.
- Mapas de intensidade.
- Rankings de desempenho.
- Análises de correlação.
- Notificações automáticas.

8. Qualidade e Tratamento dos Dados

Etapas aplicadas:

1. Depuração: remoção de duplicidades, correção de falhas e padronização.
2. Aprimoramento: criação da dimensão de datas, indicadores de expansão e classificação de clientes.
3. Junções: organização por filial, cliente e produto, além da geração de índices comparativos.

9. Plano de Ação

Curto prazo (30 dias):

- Criar painel de controle gerencial.
- Apoiar agências com piores resultados.
- Integrar dados externos via APIs do Banco Central.

Médio prazo (90 dias):

- Implantar sistema de previsão com modelos estatísticos.
- Detalhar a segmentação de clientes.
- Redistribuir equipes conforme potencial de cada região.

Longo prazo (180 dias):

- Consolidar banco de dados único e governado.
- Facilitar o acesso a dados via ferramentas de análise.
- Implementar inteligência artificial para atendimento e prevenção de fraudes.

10. Considerações Finais

O projeto mostrou, de forma clara, que os dados do BANVIC escondem informações valiosas para aumentar eficiência, reduzir riscos e impulsionar crescimento.

Resultados esperados:

- +25% de produtividade.
- +30% de retorno em campanhas.
- -20% em custos operacionais.
- +15% em receitas com novas oportunidades.

Próximos passos:

1. Aprovar orçamento para expansão do projeto.
2. Formar equipe dedicada a dados e análises.
3. Estruturar um plano de 12 meses para transformação digital.
4. Definir indicadores de acompanhamento da mudança.

Conclusão: O BANVIC está em posição estratégica para se tornar referência em uso inteligente de dados no setor bancário brasileiro.

Anexos

- A: Códigos utilizados nas análises.
- B: Bases tratadas e variáveis derivadas.
- C: Painéis dinâmicos e gráficos.
- D: Modelo proposto de gestão de dados.

Contato:

Nayara Nunes Vieira – Especialista em Dados

E-mail: nayara.vieira@banvic.com.br

Telefone: (15) 99685-5425