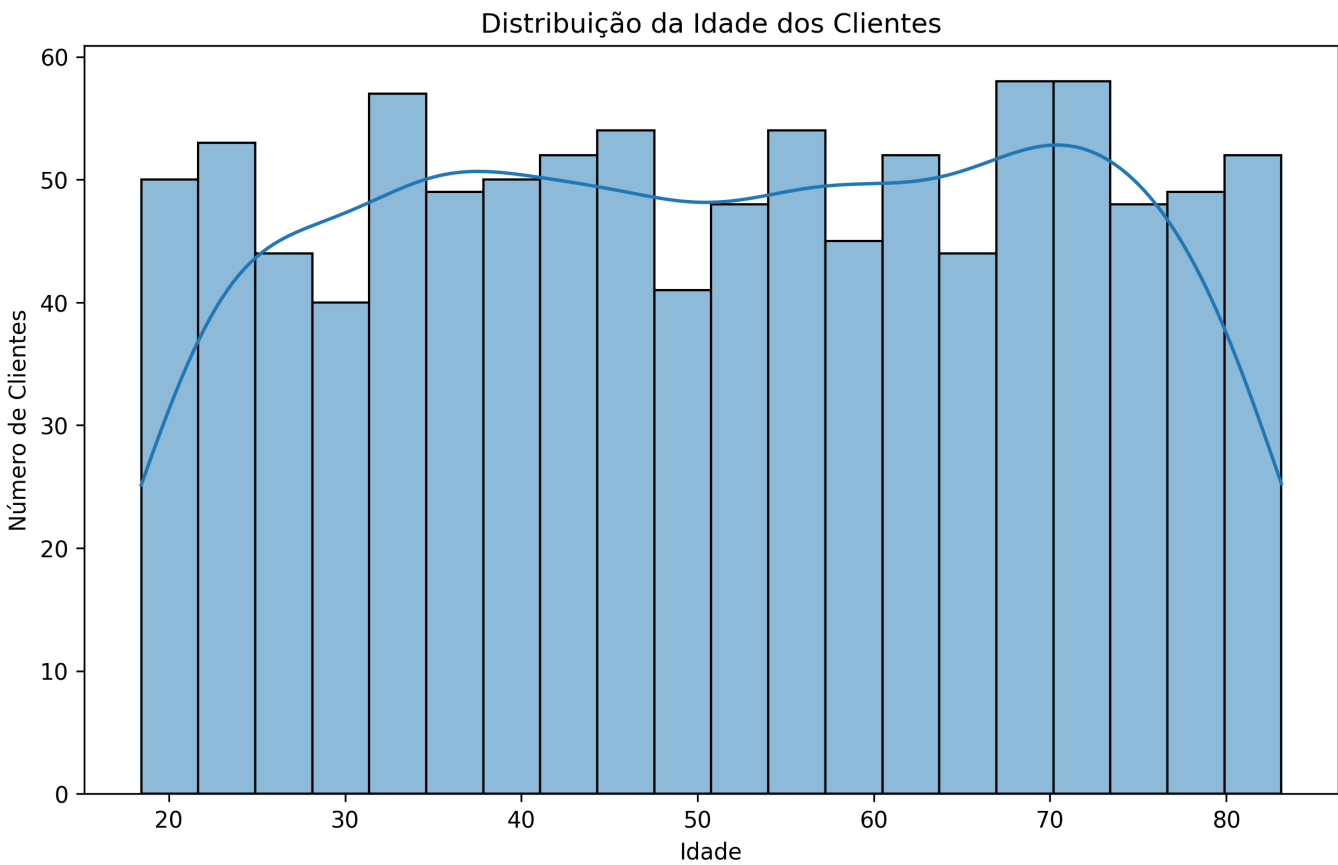


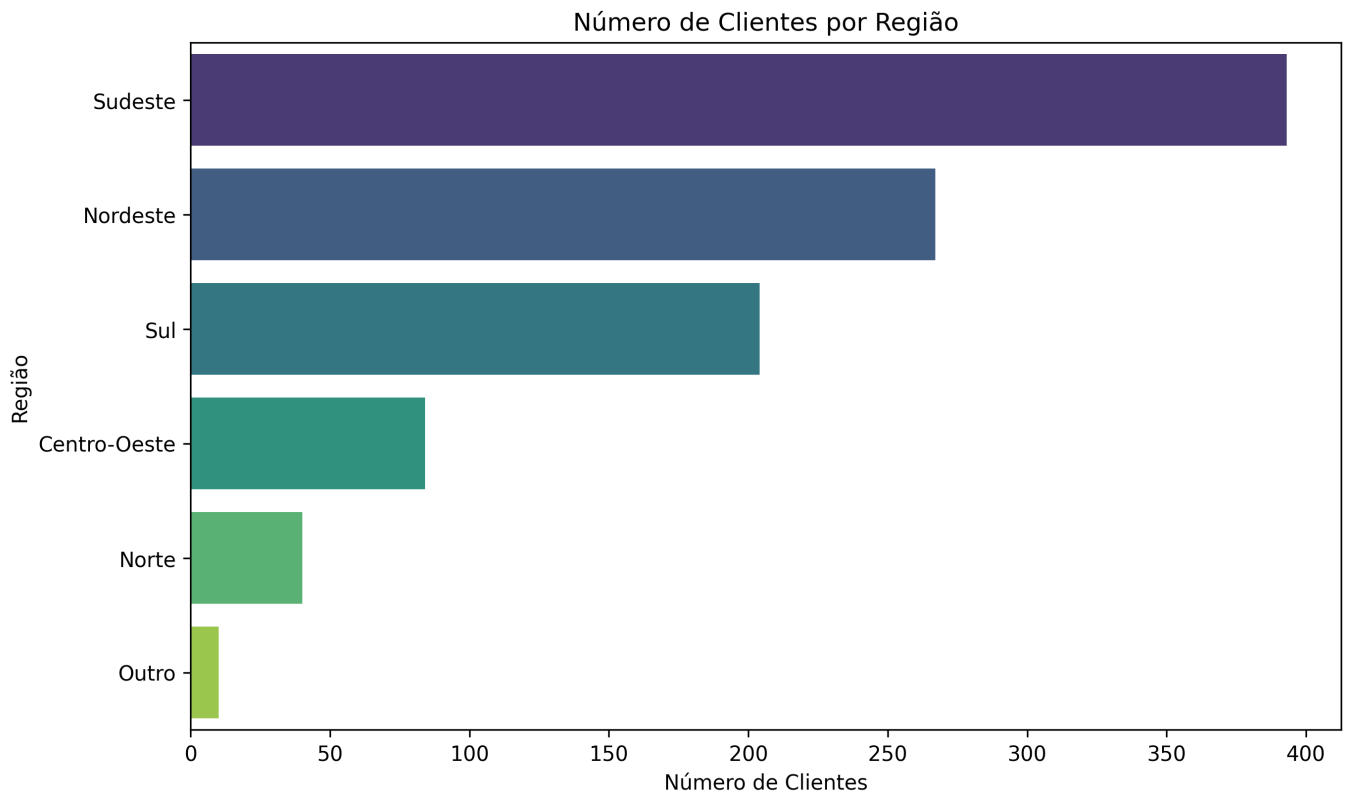
Análise de Dados de Clientes - BanVic

1. Perfil Demográfico dos Clientes

A análise demográfica revela a composição da base de clientes do BanVic. A distribuição etária mostra a concentração de clientes por faixa de idade, enquanto a análise geográfica indica a presença do banco nas diferentes regiões do Brasil.



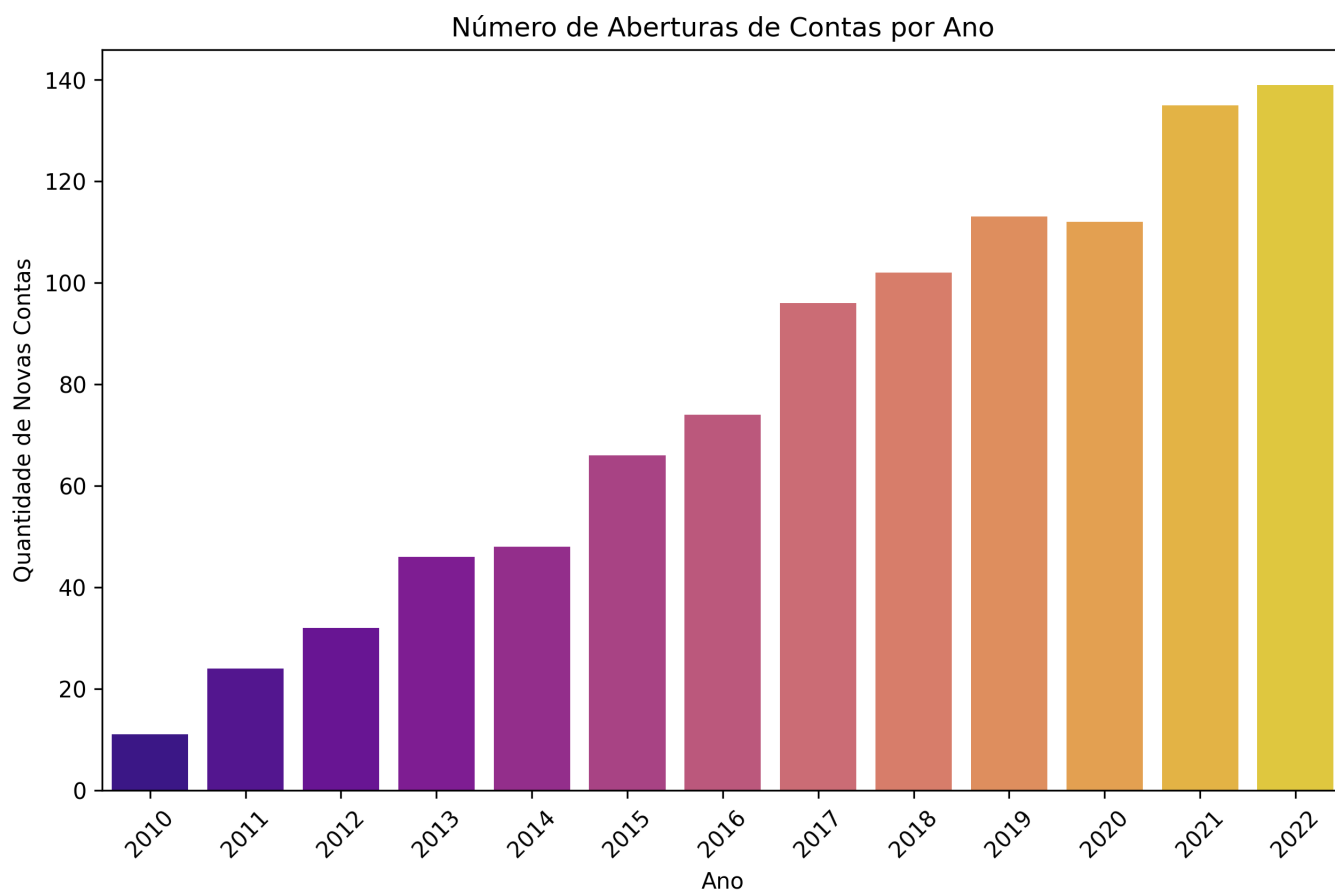
Relatório Analítico - BanVic



Conclusão Parcial: O banco possui uma base de clientes diversificada, com a maior parte dos clientes estando entre os 30 e 45 anos, com maior concentração na região Sudeste. A idade média dos clientes é de 51 anos e pode indicar oportunidades para produtos específicos para pessoas nessa faixa etária.

2. Análise de Aquisição de Clientes

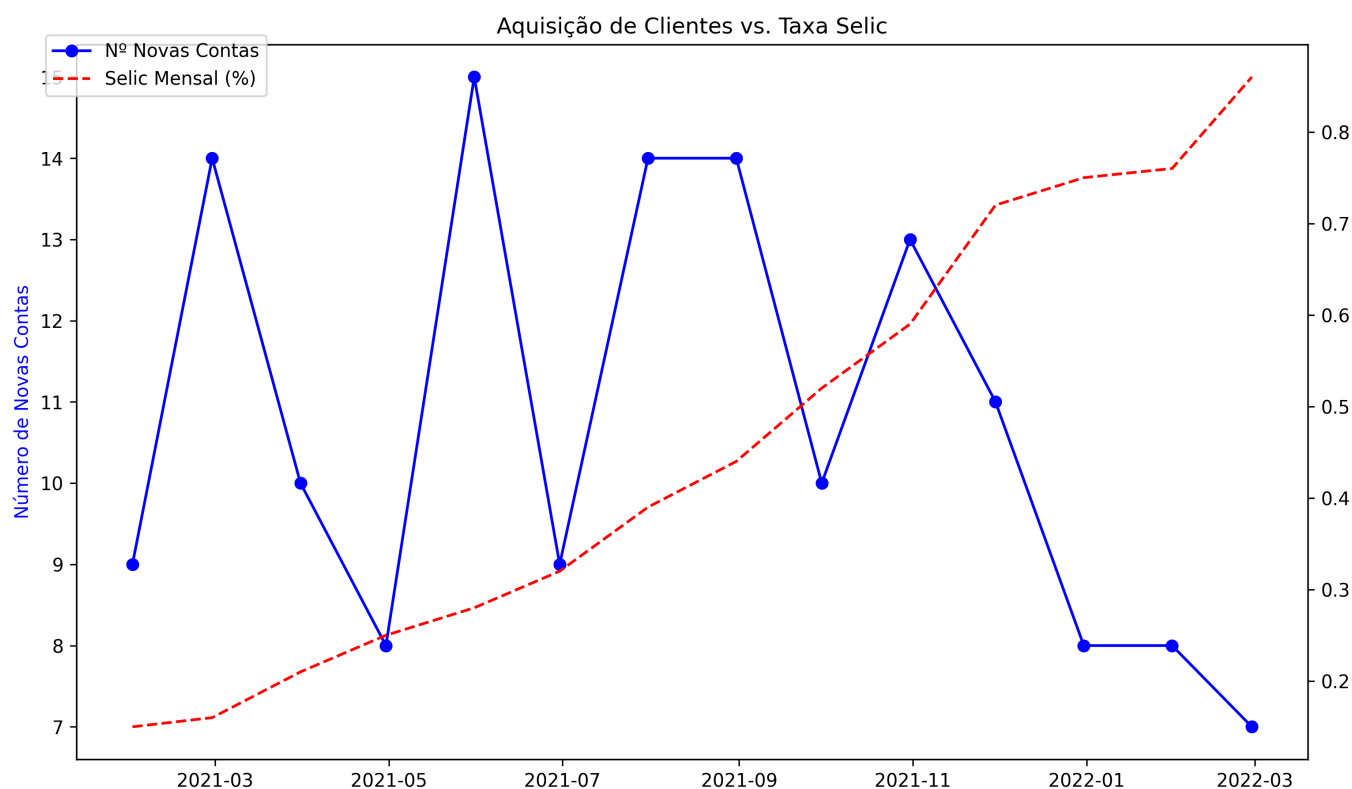
O crescimento da base de clientes ao longo dos anos é um indicador chave para a saúde do negócio. O gráfico a seguir ilustra a evolução anual do número de novas contas abertas. O que significa que a aquisição de clientes está se tornando mais eficaz ao longo do tempo.



Conclusão Parcial: Observa-se uma tendência clara de crescimento na aquisição de novos clientes, indicando uma expansão bem-sucedida da marca. Os últimos anos foram particularmente fortes, sugerindo que as estratégias de marketing ou a oferta de produtos recentes foram eficazes.

3. Aquisição de Clientes vs. Cenário Econômico

Esta análise cruza o número de novos clientes por mês com a taxa de juros básica (Selic). O objetivo é investigar se o ambiente macroeconômico tem uma correlação visível com a decisão dos consumidores de se tornarem clientes do BanVic.



Conclusão Parcial: A análise visual não sugere uma correlação forte e imediata entre a taxa Selic e a aquisição de novos clientes. O número de novas contas parece seguir uma tendência de crescimento própria, relativamente independente das flutuações da taxa de juros no período analisado.

4. Conclusão Final e Recomendações

O BanVic demonstra uma trajetória sólida de crescimento, com uma base de clientes concentrada no Sudeste, mas com presença nacional. A aquisição de novos clientes está em aceleração, aparentemente impulsionada mais por fatores internos (estratégia, produto) do que por condições macroeconômicas externas.

Recomendações:

1. Focar em estratégias de expansão para as regiões Nordeste e Sul, onde já existe uma base de clientes relevante com potencial de crescimento.
2. Desenvolver produtos financeiros direcionados para as faixas etárias de maior concentração na base de clientes para aumentar o engajamento e a rentabilidade.