

## SEMANTIX- DESAFIO DATA-SCIENCE

Nome: Gisele de Fátima Lima Camargo tel.: (15) [988023977-gisele.lima.camargo@gmail.com](mailto:gisele.lima.camargo@gmail.com)

## Questões

1. Qual profissão tem mais tendência a fazer um empréstimo? De qual tipo?

R: Os trabalhadores braçais (blue-collar) têm tendência a fazer empréstimos pessoais.

Adicionando, os gerentes foram os que mais aderiram aos 'term deposit', que foi o objetivo principal da campanha.

2. Fazendo uma relação entre número de contatos e sucesso da campanha quais são os pontos relevantes a serem observados?

R: Para um número de contatos da lista, 45211 (Moro et al., 2014), o sucesso da adesão da campanha foi baixo (um pouco mais de 11%, considerando o objetivo principal da campanha). Em minha opinião, a redução do número de contatos, porém, direcionando esses contatos aos clientes que têm maior tendência à aderir a um 'term deposit' deve ser considerado.

3. Baseando-se nos resultados de adesão desta campanha qual o número médio e o máximo de ligações que você indica para otimizar a adesão?

R: Levando em consideração o mesmo cenário econômico e os critérios aplicados a esse estudo (Moro et al., 2014), eu consideraria uma média de 3000 ligações/ano e no máximo 4000 ligações/ano.

4. O resultado da campanha anterior tem relevância na campanha atual?

R: sim, é possível fazer uma previsão dos potenciais investidores.

5. Qual o fator determinante para que o banco exija um seguro de crédito?

R: cenário sócio- econômico desfavorável.

6. Quais são as características mais proeminentes de um cliente que possua empréstimo imobiliário?

R: Segundo dados coletados (Moro et al., 2014), 'trabalhadores braçais', na maioria das vezes casados e com grau de instrução entre primário e secundário.

## Bibliografia

MORO, S.; CORTEZ, P.; RITA, P. A data-driven approach to predict the success of bank telemarketing. **Decision Support Systems**, v. 62, p. 22-31, Jun 2014. ISSN 0167-9236. Available at: < <Go to ISI>://WOS:000336825900003 >.