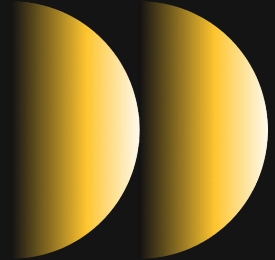


## Enunciado del Proyecto final

easyMoney



easyMoney: Haz  
realidad tus sueños  
sin complicaciones



# easyMoney: Haz realidad tus sueños sin complicaciones

Bienvenidos al proyecto final del Máster de Data Science: el caso easyMoney. Durante 4 meses nos meteremos en la piel de Bob para trabajar como Data Scientist en una compañía comercializadora de productos financieros.

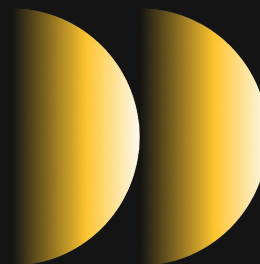
La intención de esta práctica es que se enfrenten a un escenario mucho más cercano a la realidad de la profesión, en el que los requerimientos están poco (o nada) definidos, y debemos hacer uso de nuestra creatividad para proporcionar soluciones en un área de marketing analítico y desarrollo de negocio desde la analítica avanzada.

Esta práctica será también una oportunidad para que trabajen en equipo y aprendan con esto otra parte importante de la profesión: trabajar con código de otros. En la siguiente slide tienen un ligero contexto sobre la compañía, y en los siguientes una serie de e-mails que les situarán en escena. Esperamos que les guste!





# Contexto





# Contexto

easyMoney nació hace casi 4 años de la imaginación de Carol Denver, una profesional consolidada de la banca de inversión que tras más de 10 años trabajando para grandes firmas decidió lanzar su propio proyecto empresarial: una plataforma multi-canal de comercialización de productos financieros (ahorro, inversión, financiación) con una interfaz amigable en la que los clientes pudiesen encontrar soluciones a sus necesidades financieras y contratarlas de manera sencilla.

Su primer producto, la cuenta hucha easyMoney (acumula dinero en tu hucha sin esfuerzo y de forma automática con el redondeo de tus compras) fue un gran éxito, sobre él han ido ampliando la oferta de productos con soluciones de inversión, tarjetas, etc.

Al no disponer de ficha bancaria, easyMoney se alió en su lanzamiento con easyBanking S.A., entidad supervisada por el Banco de España que actúa como factoría de producto, aunque como único proveedor ejerce gran poder en la estrategia comercial de easyMoney, lo que está generando tensión en la relación entre las compañías.



# Contexto

Por otro lado, gracias a los contactos y el espíritu incansable de Carol, easyMoney acometió hasta 2 rondas de financiación que le permitieron en su primer año invertir en captación de clientes, superando con creces las cifras de negocio objetivo del plan de lanzamiento y alcanzando una plantilla de casi 100 personas y una facturación de varios millones de euros.

Tras estos 4 años de actividad, easyMoney se enfrenta a algunos retos que ponen en riesgo su continuidad: la incorporación sucesiva de productos a su oferta debido a la presión de sus socios de easyBanking le ha hecho alejarse de la visión inicial de ofrecer productos sencillos que respondan a las necesidades del cliente; además, el dinero obtenido en las rondas casi se ha agotado, sin obtener aún el esperado EBITDA positivo que les permita comenzar a caminar solos, y su principal inversor, Lion Global Management, le exige obtener rentabilidad de la base actual de clientes antes de seguir invirtiendo.



# Contexto

Por otro lado, la rotación del equipo de IT y la falta de inversión en tecnología está empezando a generar problemas en todas las áreas de la empresa, que se quejan de no disponer de los medios de trabajo adecuados; además, las tensiones internas en la empresa están frenando el espíritu ágil que caracterizó los primeros desarrollos.

En este contexto, y tras la salida de uno de los miembros del equipo de Marketing destinado a la captación, la dirección de easyMoney ha decidido cubrir esa vacante con la incorporación de un Data Scientist, que le ayude en esta nueva etapa a obtener una mejor rentabilidad de la cartera actual de clientes.



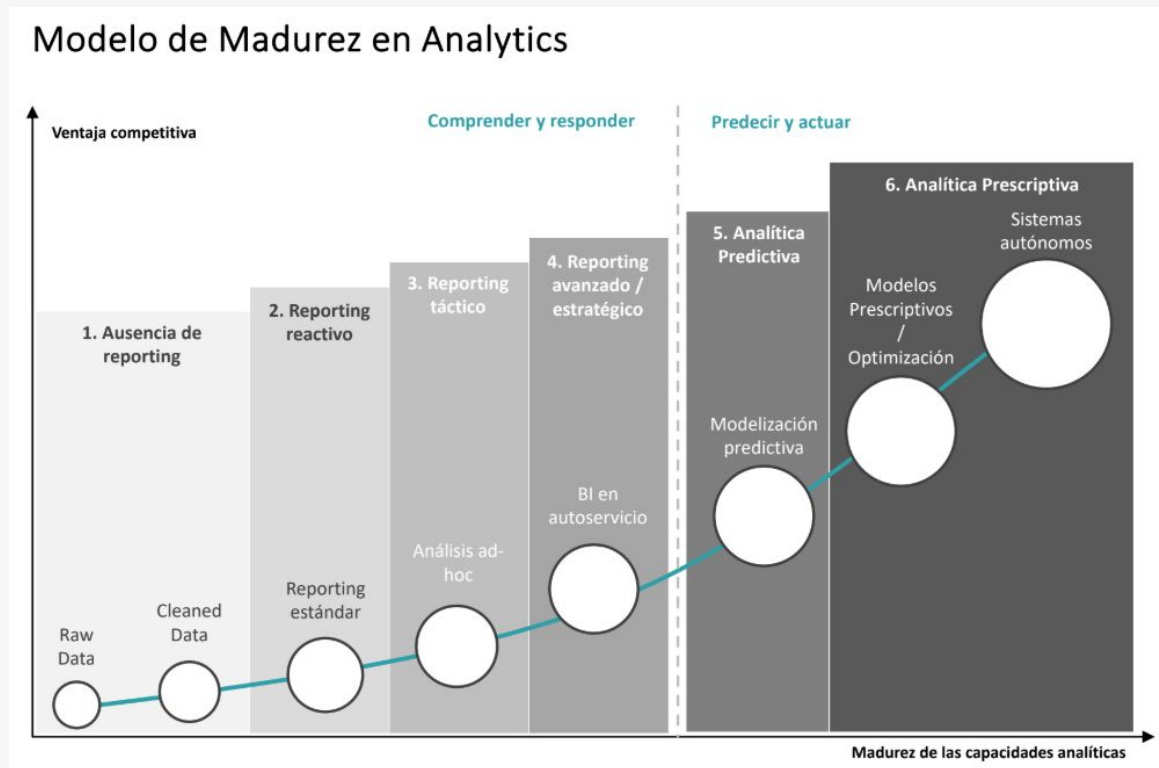
# Contexto





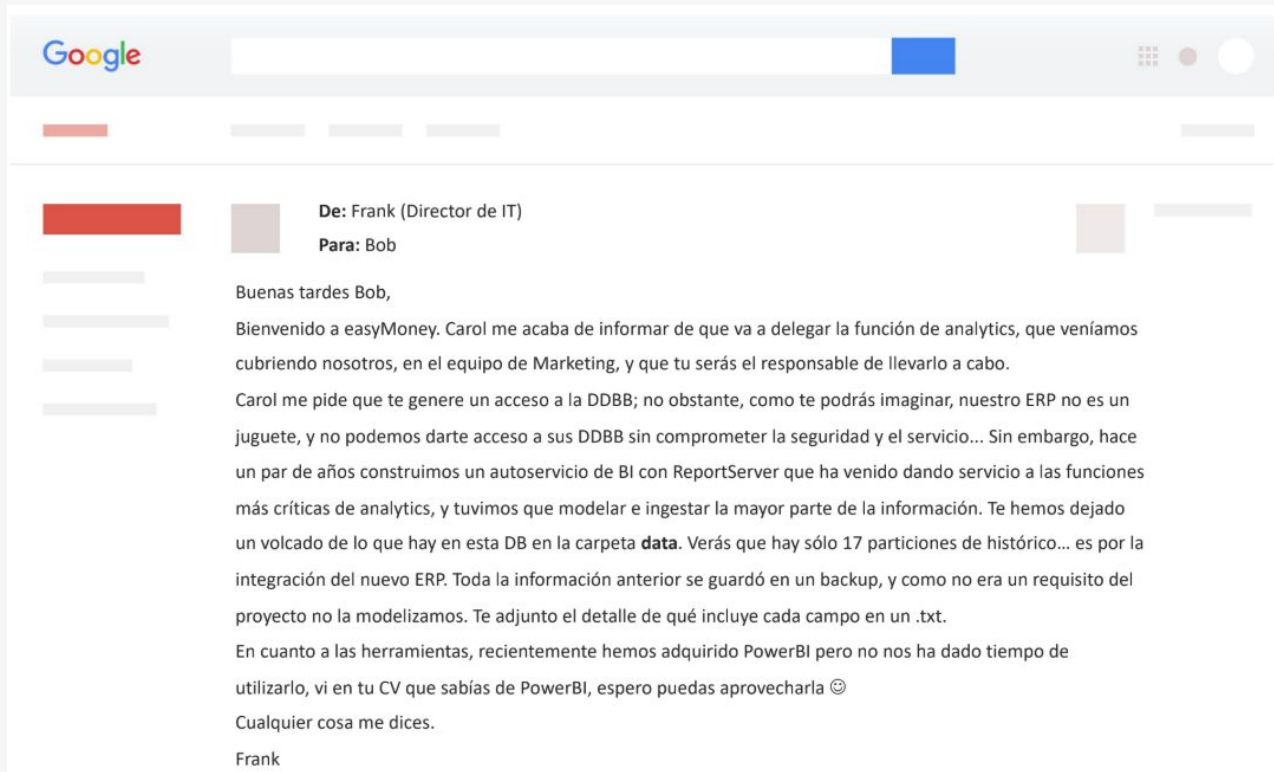


# Contexto



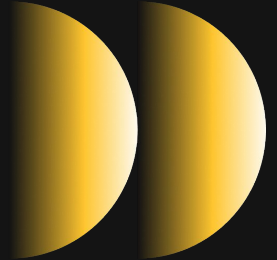


# Contexto



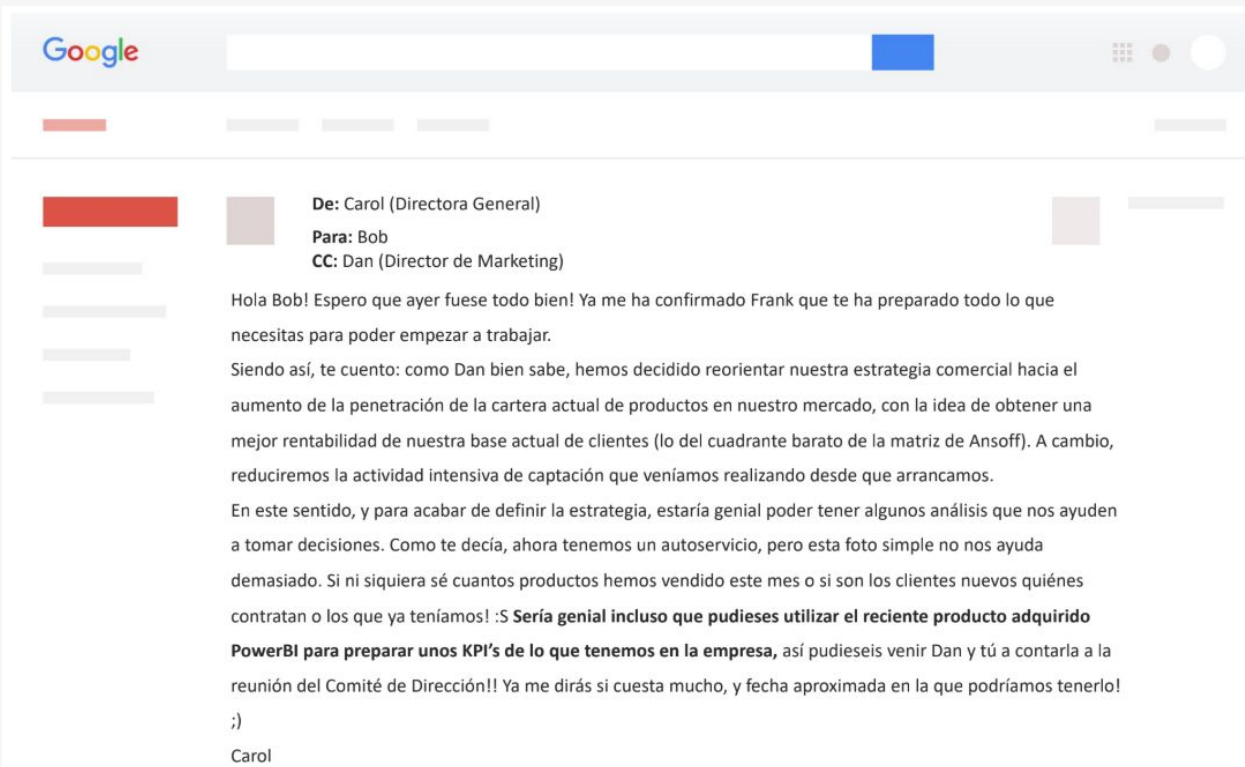


# Tarea 1: Análisis





# Tarea 1





# Tarea 1

## Tarea 1. POWERBI

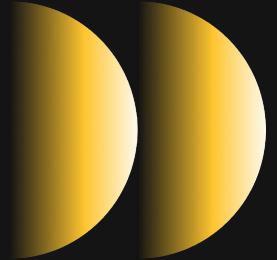
Construye un dashboard en Power BI que ayude al área comercial a explorar los datos de VENTAS a través deL seguimiento de KPIs, evolutivos y análisis Deep Dive para profundizar en el conocimiento de cliente. Se deberá realizar el data cleaning y la construcción de las tablas del modelo en un notebook de Python.

### #TIP

Antes de nada entender qué quiere el área comercial (Carol) y en qué debemos centrar el análisis para definir bien qué se visualizará en cada pantalla del dashboard. No pretender analizar todos los datos que tenemos disponibles si no solo los que aportan valor en el análisis de las ventas.



# Tarea 2: Propensión



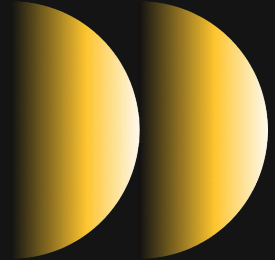


# Tarea 2





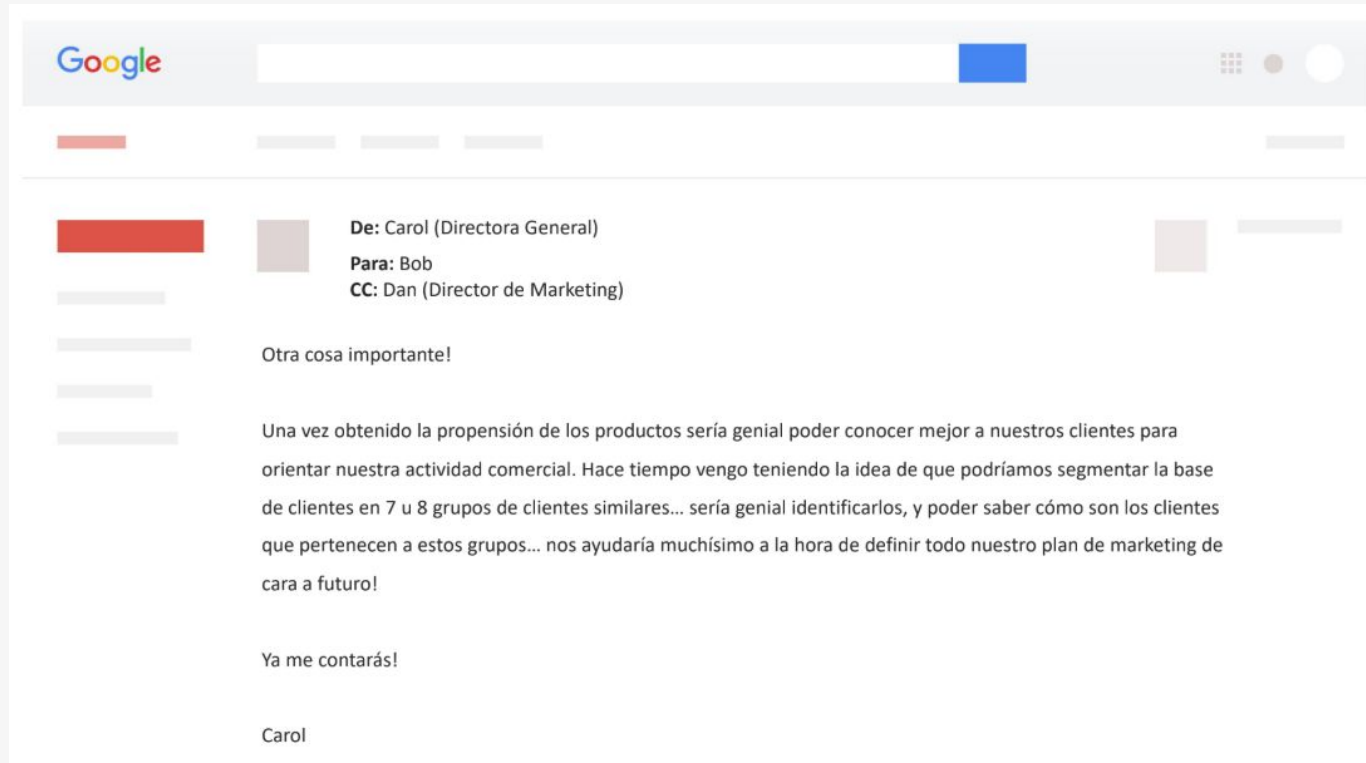
# Tarea 3: Segmentación





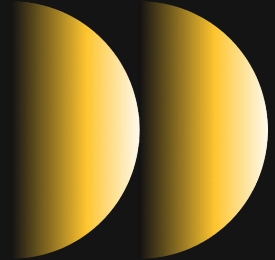


# Tarea 3



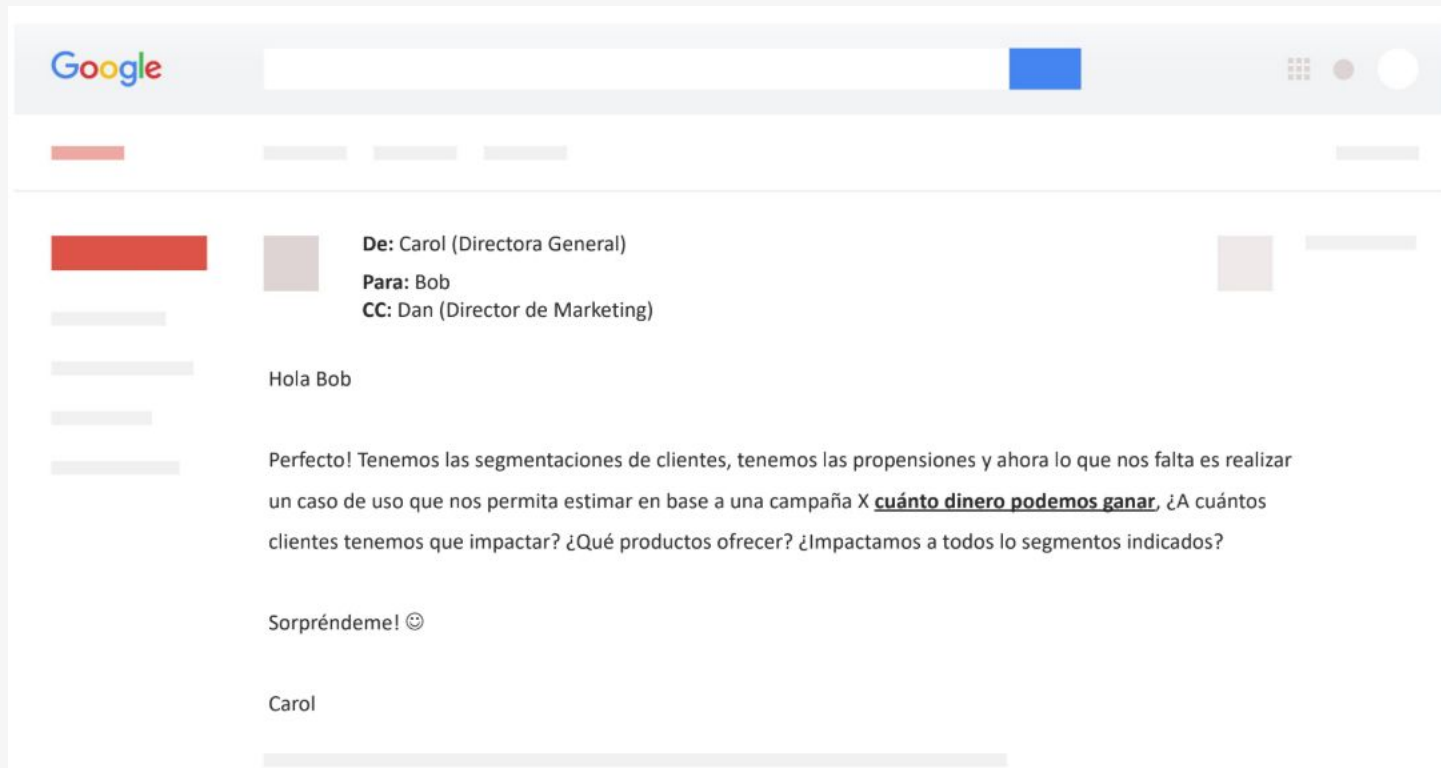


# Tarea 4: Caso de uso



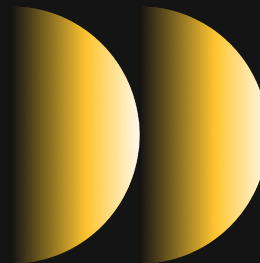


# Tarea 4





# Algunas reglas





# Algunas reglas

- El proyecto se realizará en grupos de 4 personas
- Se valorará el desarrollo técnico de las tareas, pero también la **creatividad** en la propuesta, la orientación a negocio y la comunicación de resultados
- Cualquier consulta sobre el evaluable se realizará en slack en los grupos al efecto

