

OpenBanking - Case

Análise Exploratória
nov/2021
Patricia C. Gusordi

Sobre esta apresentação

- **Objetivo:** conhecer a base de dados compartilhada conosco via OpenBanking, buscando extrair dela insights para nosso negócio
- **Objetivo desta apresentação:** compartilhar os principais achados desta análise

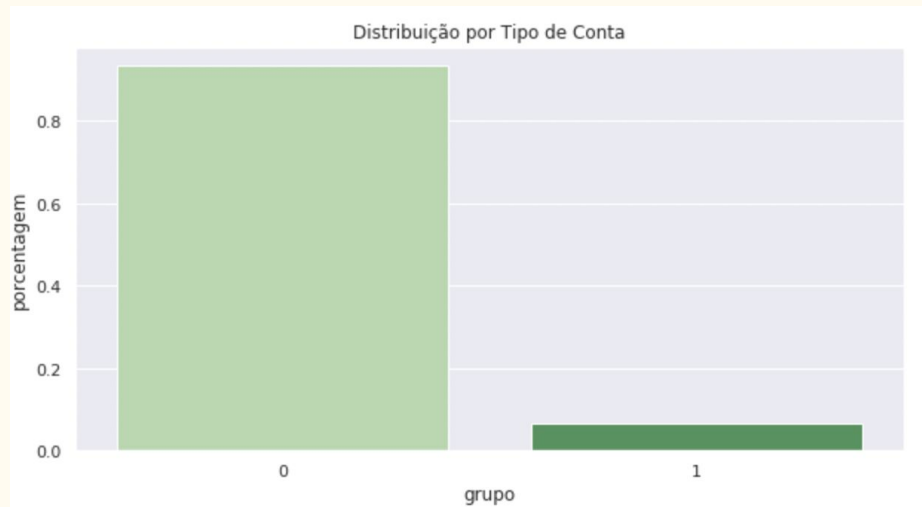
Sobre a Análise

- Análise Completa [[link](#)]
- A amostra é composta por 9900 observações e 12 variáveis.

Metodologia

Realizou-se uma análise exploratória para compreender como as variáveis se distribuem sozinhas e depois como elas se distribuem com outras variáveis. Buscamos encontrar correlações que trouxessem insights para o negócio e orientassem tomadas de decisões levando em consideração aos KPIs da área.

Insights



Grupo 0: Contas Poupanças

Grupo 1: Conta Salário, Corrente e Platinum

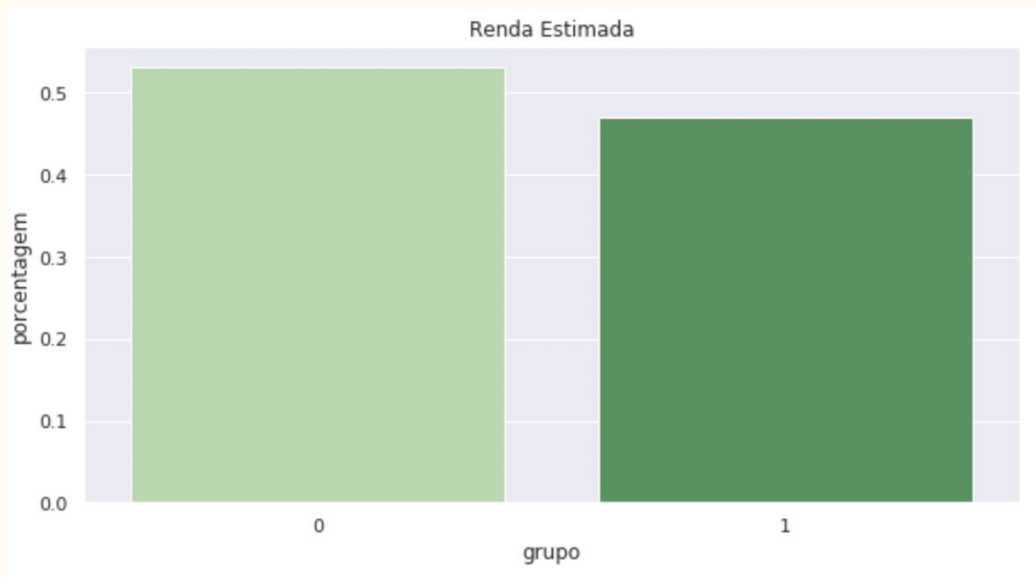
Insights

93% das contas da amostra são contas Poupanças cujo o saldo em conta cujo o valor médio é superior aos demais tipos de contas.

Há aqui um potencial em atrair novos clientes ofertando rendimentos maiores do que a taxa da poupança.

Observa-se também que parte destes clientes não possuem cartão de crédito, sendo uma oportunidade de negócio a oferta de cartões, quando analisado o score médio entre estes dois grupos não comprovamos que os possuidores de cartão de crédito possuem score médio maior.

Insights



Grupo 0: $<40k \sim 60K$

Grupo 1: $>60K \sim >120K$ & Estimativa Desconhecida

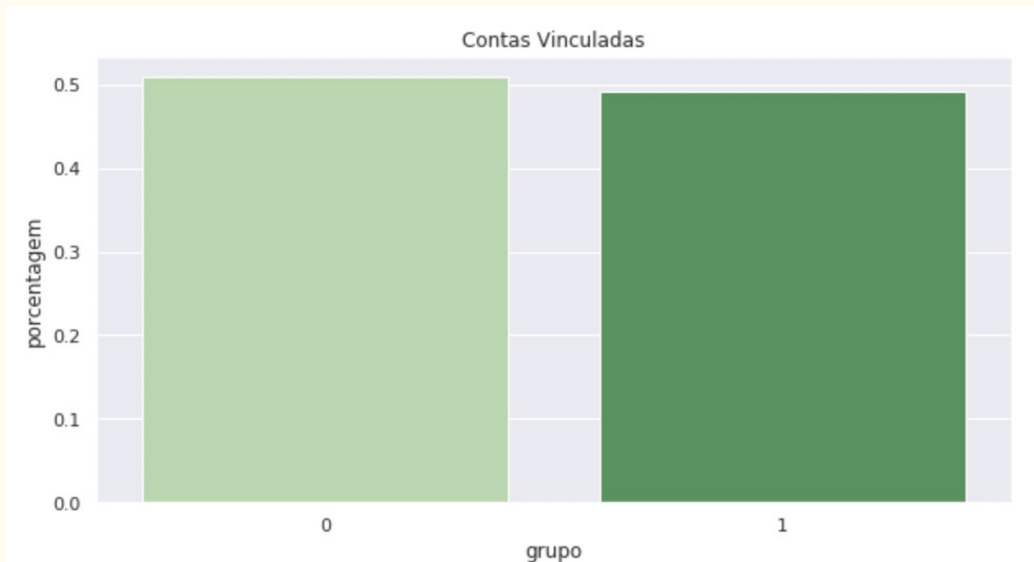
Insights

53% da amostra tem uma renda estimada variando entre 0k - 60k.

Comparando o grupo0 (renda entre 0k-60k) com grupo1 (renda superior a 60k ou desconhecida) observamos que:

- não há evidências que o grupo0 seja cliente do banco a mais tempo do que do grupo1.
- não há evidências que o grupo0 tenha um score_credit médio maior do que do grupo1.
- a média de saldo em conta é maior no grupo0 do que no grupo1

Insights



Grupo 0: uma conta vinculada

Grupo 1: a partir de 2 contas vinculadas

Insights

51% da amostra possui apenas uma conta, enquanto 49 possui duas ou mais contas vinculadas.

Observa-se que a média de tempo com o banco para as pessoas que possuem a partir de duas contas (grupo1) é maior do que para quem tem apenas uma conta.

Uma oportunidade para fidelizar futuros clientes pode ser ofertar contas vinculadas a sua conta principal.