

# Relatório de Índice de Engajamento

## Autores:

Bruno da Silva Ribeiro - 24025958

Guilherme Melo da Costa - 24025906

Kuan Rocha Dias - 24026492

Gabriel Debastiani Davanço - 24025899

Ricardo Liyudi Tetsuya - 24026553

## Introdução

Este relatório mensura o engajamento de usuários da PicMoney em julho, com base em dados de uso do aplicativo ao longo do período. São avaliados: DAU (usuários ativos diários), WAU (usuários ativos semanais), MAU (usuários ativos mensais), taxa de retenção, taxa de churn, tempo médio na aplicação e sessões por usuário. Em conjunto, esses indicadores permitem compreender alcance, frequência e intensidade de uso, além de sinalizar gargalos de retenção e oportunidades para crescimento sustentável.

## 1. Visão Geral do Desempenho

**Período analisado:** 01/07 a 31/07

**Transações:** 100.000

**Usuários:** 4.813

**Dias analisados:** 31

## 2. DAU — Daily Active Users (Usuários Ativos Diários)

**O que é:** A métrica de Usuários Ativos Diários (DAU) representa o número de usuários únicos que interagiram com o aplicativo de alguma forma em um único dia. Uma “interação” pode variar desde a abertura do aplicativo até a realização de uma transação ou o uso de um recurso específico. É um termômetro da pulsação diária do seu produto.

**Para que serve:** O DAU é fundamental para medir o alcance diário e a formação de hábitos de uso. Ele oferece um feedback quase instantâneo sobre o impacto de campanhas de marketing, notificações push, ou alterações na experiência do usuário (UX). Um DAU crescente sugere que as iniciativas para atrair e reter usuários no curto prazo estão funcionando.

**DAU:** 2.158

**Fórmula:** COUNT(DISTINCT usuário)

## 3. WAU — Weekly Active Users (Usuários Ativos Semanais)

**O que é:** O WAU corresponde ao número de usuários únicos que interagiram com o aplicativo ao longo de um período de sete dias. Esta métrica suaviza as flutuações diárias do DAU, oferecendo uma visão mais estável do engajamento.

**Para que serve:** O WAU é ideal para entender o engajamento recorrente em uma base semanal, sendo particularmente útil para produtos ou funcionalidades que não são de uso diário. Ele ajuda a avaliar a saúde do的习惯 semanal e a eficácia de estratégias de médio prazo, como calendários de ofertas ou campanhas semanais.

**WAU:** 4.385

**Fórmula:** COUNT(DISTINCT usuário) na janela de 7 dias

## 4. MAU — Monthly Active Users (Usuários Ativos Mensais)

**O que é:** O MAU é o número de usuários únicos que interagiram com o aplicativo durante um período de 30 dias. É a métrica que oferece a visão mais ampla da base de usuários ativos.

**Para que serve:** O MAU é um indicador chave da saúde geral e do alcance da sua marca. Ele serve como denominador para diversas outras métricas importantes, como a taxa de “stickiness” (DAU/MAU), que mede a frequência com que os usuários retornam. O MAU é essencial para o planejamento estratégico de longo prazo e para entender a penetração do produto no mercado.

**MAU:** 4.813

**Fórmula:** COUNT(DISTINCT usuário) no mês

## 5. Taxa de Retenção

**O que é:** A Taxa de Retenção é a porcentagem de usuários de uma coorte específica (por exemplo, usuários que se cadastraram em um determinado mês) que continuam a usar o aplicativo após um certo período de tempo (e.g., 1 dia, 7 dias, 30 dias). É o oposto da Taxa de Churn.

**Para que serve:** Esta é uma das métricas mais críticas para a sustentabilidade de um negócio. Uma alta taxa de retenção indica que o produto entrega valor de forma consistente, resultando em um alto Lifetime Value (LTV) do cliente. A análise da retenção é crucial para avaliar a eficácia do processo de onboarding e a “aderência” (stickiness) das funcionalidades do produto.

**Usuários base:** 4.513

**Usuários que voltaram:** 2.085

**Taxa de retenção:** 84,99%

**Fórmula:**  $(\text{Retornaram} / \text{Iniciais}) \times 100$

## 6. Taxa de Churn

**O que é:** A Taxa de Churn representa a porcentagem de usuários que deixaram de usar o aplicativo em um determinado período. É a medida da “evasão” de clientes.

**Para que serve:** O churn é um indicador vital da perda de base de usuários e, consequentemente, de receita. Monitorar o churn é essencial para identificar problemas na experiência do usuário ou no valor percebido do produto. Uma análise aprofundada do churn pode revelar os principais motivos pelos quais os usuários estão abandonando o aplicativo, permitindo a implementação de ações corretivas.

**Usuários inativos ( $\geq 14d$ ):** 61

**Total de usuários:** 4.813

**Taxa de churn:** 1,27%

**Fórmula:**  $(\text{Inativos} \geq 14d / \text{Total}) \times 100$

## 7. Tempo Médio na Aplicação

**O que é:** Esta métrica calcula o tempo médio que os usuários passam ativamente no aplicativo, seja por sessão ou por dia.

**Para que serve:** O tempo médio na aplicação é um forte indicador da profundidade e da qualidade da interação do usuário. Um tempo de sessão mais longo pode indicar que os usuários estão explorando os recursos, consumindo conteúdo e encontrando valor. No entanto, é importante contextualizar essa métrica: um tempo menor pode ser positivo se significar que os usuários estão completando suas tarefas de forma mais rápida e eficiente.

**Tempo Médio:** 146,18 min

**Fórmula:**  $\Sigma(\text{duração}) / \text{Total sessões}$

## 8. Sessões por Usuário

**O que é:** A métrica de Sessões por Usuário mede a frequência com que um usuário médio abre e interage com o aplicativo em um determinado período (dia, semana ou mês).

**Para que serve:** Este indicador, quando analisado em conjunto com a duração da sessão, oferece uma visão completa do comportamento do usuário, combinando frequência e profundidade. Um número elevado de sessões por usuário pode ser um sinal de alto engajamento e de que o aplicativo se tornou um hábito. É uma métrica útil para avaliar o impacto de notificações e outras estratégias de reengajamento.

**Total de sessões:** 82.001

**Total de usuários:** 4.813

**Média de sessões por usuário:** 18,04

**Fórmula:**  $\text{Total sessões} / \text{Total usuários}$

# Resumo Executivo

Este relatório apresenta uma análise detalhada do engajamento dos usuários do aplicativo PicMoney durante o mês de julho. O desempenho é notavelmente forte, refletindo um alto valor percebido, satisfação e um hábito de uso consolidado entre os usuários. A base de usuários se mantém robusta, com altas taxas de atividade diária, semanal e mensal. A **Taxa de Retenção de 84,99%** é um indicador de excelência, demonstrando a forte capacidade do PicMoney em fidelizar seus usuários. A baixa taxa de churn de 1,27% reforça a lealdade da base. O **Tempo Médio na Aplicação de 146,18 minutos** e a média de **18,04 sessões por usuário** são evidências da profundidade do engajamento e da frequência com que o aplicativo é utilizado, indicando que o PicMoney se tornou uma ferramenta essencial na rotina dos usuários.

Índice	Valor
Usuários Ativos Diários (DAU)	2.158
Usuários Ativos Semanais (WAU)	4.385
Usuários Ativos Mensais (MAU)	4.813
Taxa de Retenção	84,99%
Taxa de Churn	1,27%
Tempo Médio na Aplicação	146,18 min
Sessões por Usuário	18,04

## Conclusão

Os resultados apresentados neste relatório são extremamente positivos e demonstram o sucesso do PicMoney em criar um produto de alto valor e forte aderência. A taxa de retenção de 84,99% e o baixíssimo churn de 1,27% são indicadores de classe mundial que atestam a fidelização da base de usuários. O engajamento é profundo, evidenciado pelo tempo médio de 146,18 minutos na aplicação e a alta frequência de 18,04 sessões por usuário.

Para sustentar este desempenho, é crucial manter o foco na excelência da experiência do usuário e na entrega contínua de valor. Sugere-se aprofundar a análise de coorte para entender o que impulsiona a retenção de 84,99% e replicar essas estratégias. Além disso, a alta frequência de uso abre oportunidades para a introdução de novos recursos que se integrem ainda mais à rotina diária dos usuários. O PicMoney está em uma posição de liderança em engajamento, e o próximo passo é capitalizar essa base sólida para impulsionar o crescimento e a monetização.