

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO
CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO

CONTABILIDADE E FINANÇAS
INDICADORES DE CRESCIMENTO E RETENÇÃO DE USUÁRIOS

Lucas Kenichi Soares Abe - 24026179

Pedro Dimitry Zyrianoff - 24026165

Gabriel Henrique Coelho Marussi - 24026609

Arthur Rodrigues Ferreira - 24026567

Felipe Oluwaseun Santos Ojo - 24026245

4NACOMP

2025

Sumário

1. Introdução e Objetivo
2. Visão Geral do Desempenho e Metodologia
3. Resultados Detalhados dos Indicadores de Engajamento
 - 3.1. Usuários Ativos Diários (DAU)
 - 3.2. Usuários Ativos Semanais (WAU)
 - 3.3. Usuários Ativos Mensais (MAU)
 - 3.4. Taxa de Retenção de Usuários
 - 3.5. Taxa de Parada de Utilização (Churn)
 - 3.6. Engajamento por Sessão
4. Resumo Executivo e Conclusão

1. Introdução e Objetivo

Este relatório, parte do trabalho acadêmico de Contabilidade e Finanças, tem como finalidade primordial fornecer uma **compreensão aprofundada do comportamento dos usuários** do aplicativo PicMoney. O estudo utiliza um conjunto de Indicadores-Chave de Desempenho (KPIs) específicos para o contexto digital.

Objetivo Central: Monitorar e otimizar continuamente o crescimento, a retenção e o engajamento no aplicativo. Ao aplicar os índices estabelecidos aos dados brutos de uso de Julho de 2025, o intuito é permitir que a empresa planeje e execute ações estratégicas que otimizem sua proposta de valor e garantam um crescimento sustentável.

2. Visão Geral do Desempenho e Metodologia

Descrição da Base	Detalhe
Transações no período	100.000 transações únicas
Usuários únicos (MAU)	4.813
Dias analisados	31
Metodologia de Cálculo	Processamento e tratamento das bases de transações utilizando Python, com foco em rastreabilidade e precisão dos resultados.

3. Resultados Detalhados dos Indicadores de Engajamento

Os resultados a seguir foram obtidos através da aplicação das fórmulas aos dados de Julho de 2025:

3.1. Usuários Ativos Diários (DAU)

- **Definição:** Quantidade de usuários únicos que realizaram ao menos uma transação no dia.
- **Fórmula:** DAU = COUNT(DISTINCT usuário por dia)
- **Cálculo:** Total de usuários únicos em cada dia / Número de dias = 100.000 / 31
- **Resultado:** DAU médio diário = 2.158,03

3.2. Usuários Ativos Semanais (WAU)

- **Definição:** Usuários únicos que realizaram ao menos uma transação por semana (7 dias).
- **Fórmula:** WAU = COUNT(DISTINCT usuário por semana)
- **Resultado:** WAU médio semanal = 4.385,20

3.3. Usuários Ativos Mensais (MAU)

- **Definição:** Total de usuários únicos com pelo menos uma transação durante o mês.
- **Fórmula:** MAU = COUNT(DISTINCT usuário no mês)
- **Resultado:** MAU (mês) = 4.813

3.4. Taxa de Retenção de Usuários

- **Definição:** Percentual de usuários que retornam ao aplicativo após um ciclo de 30 dias.
- **Fórmula:** Retenção(30d) = (Usuários que retornaram / Usuários base) x 100
- **Resultado:** Taxa de Retenção = 46,20%

3.5. Taxa de Parada de Utilização (Churn)

- **Definição:** Percentual de usuários que ficaram inativos por 14 dias ou mais.
- **Fórmula:** Churn = (Usuários inativos / Total de usuários) x 100
- **Resultado:** Taxa de Churn = 1,27%

3.6. Engajamento por Sessão

- **Definição (Tempo):** Duração média de cada sessão de uso (intervalos \ 4h).
 - **Resultado (Tempo Médio):** 0h 24min
- **Definição (Sessões):** Média de vezes que um usuário utiliza o aplicativo no período.
 - **Fórmula (Sessões/Usuário):** Total de sessões / Total de usuários
 - **Resultado (Sessões por Usuário):** 17,04

4. Resumo Executivo e Conclusão

Indicador de Performance	Valor Calculado
MAU (Usuários Únicos no Mês)	4.813
DAU (Média Diária)	2.158,03
WAU (Média Semanal)	4.385,20
Retenção (30d)	46,20%
Churn	1,27%
Sessões por Usuário (Média Mensal)	
Sessões por Usuário (Média Mensal)	17,04
Tempo Médio por Sessão	0h 24min

Conclusão Analítica: O período de Julho de 2025 demonstrou um **nível de engajamento e retenção extremamente favorável** para o PicMoney. A combinação de uma **baixa taxa de Churn (1,27%)** com uma **alta média de 17,04 sessões mensais por usuário** indica uma forte aderência à aplicação e uma base estável. Esses índices sugerem que a empresa deve agora focar em estratégias que maximizem o valor por usuário (como *cross-selling* ou novos serviços), aproveitando o alto índice de fidelidade e uso frequente já estabelecido.