

Vendas (Supermercados)

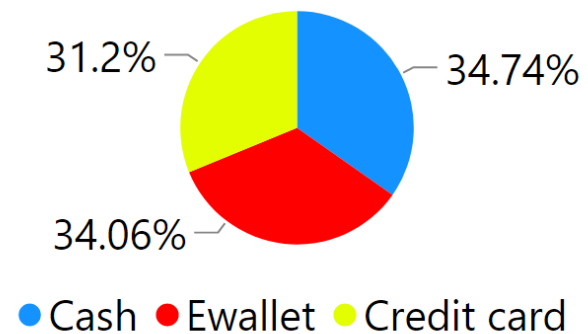
[View in Power BI](#)[↗]

Last data refresh:
6/28/2022 4:01:01 AM UTC

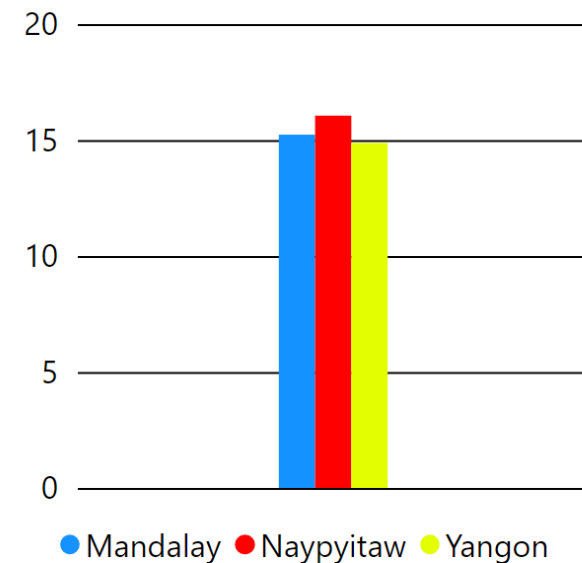
Downloaded at:
6/28/2022 4:48:33 AM UTC



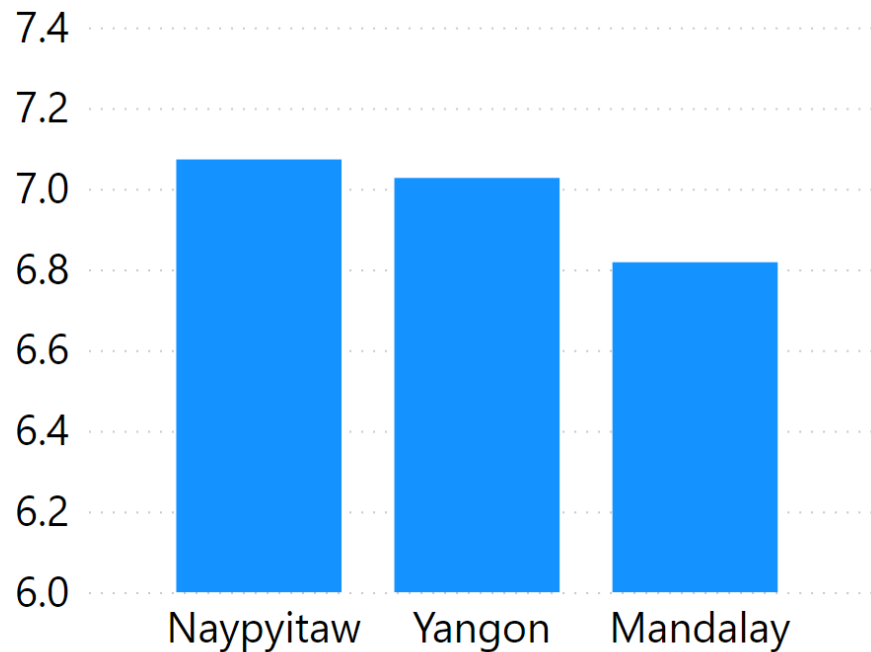
Total por Meio de Pagamento



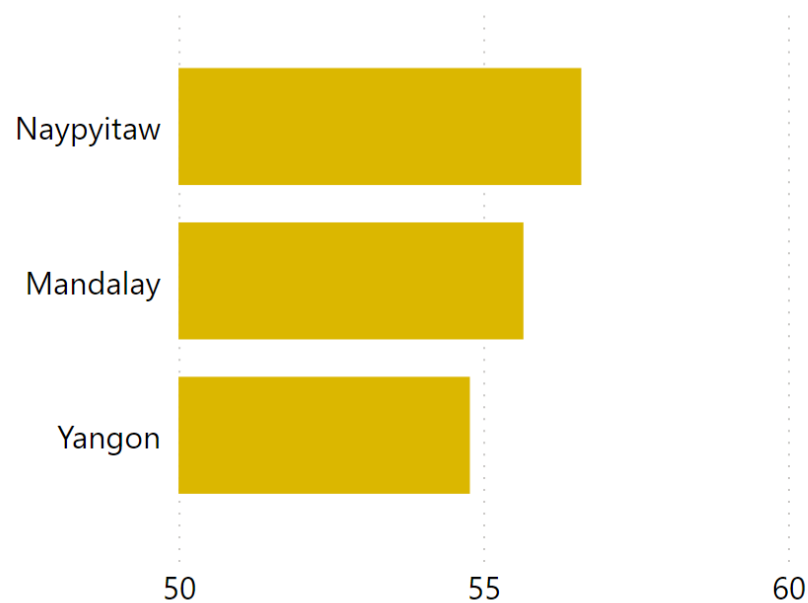
Renda média por Cidade



Avaliação Média por Cidade



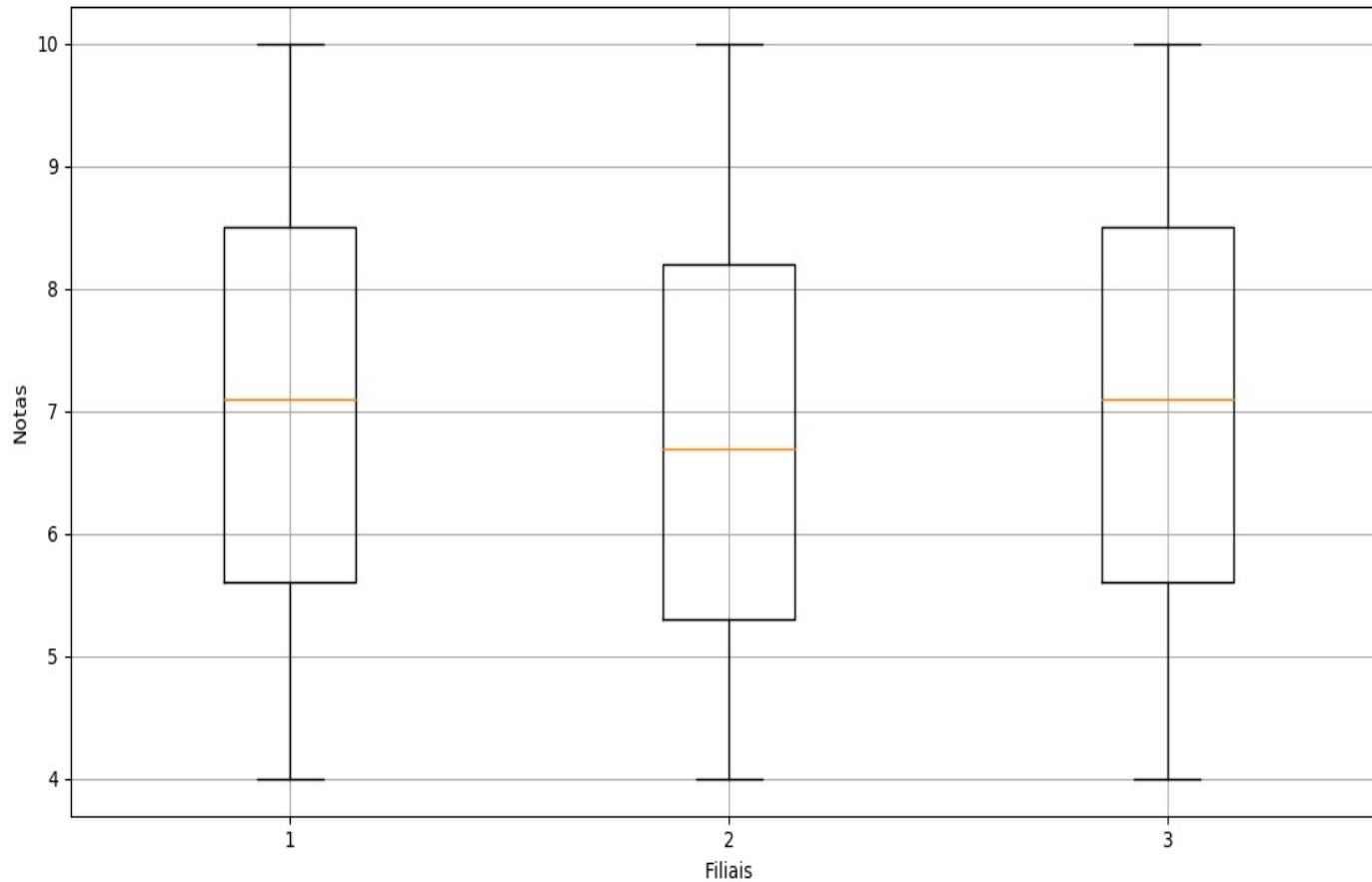
Preço Médio de Produto por Cidade



322.97K

Receita total

Insight 1



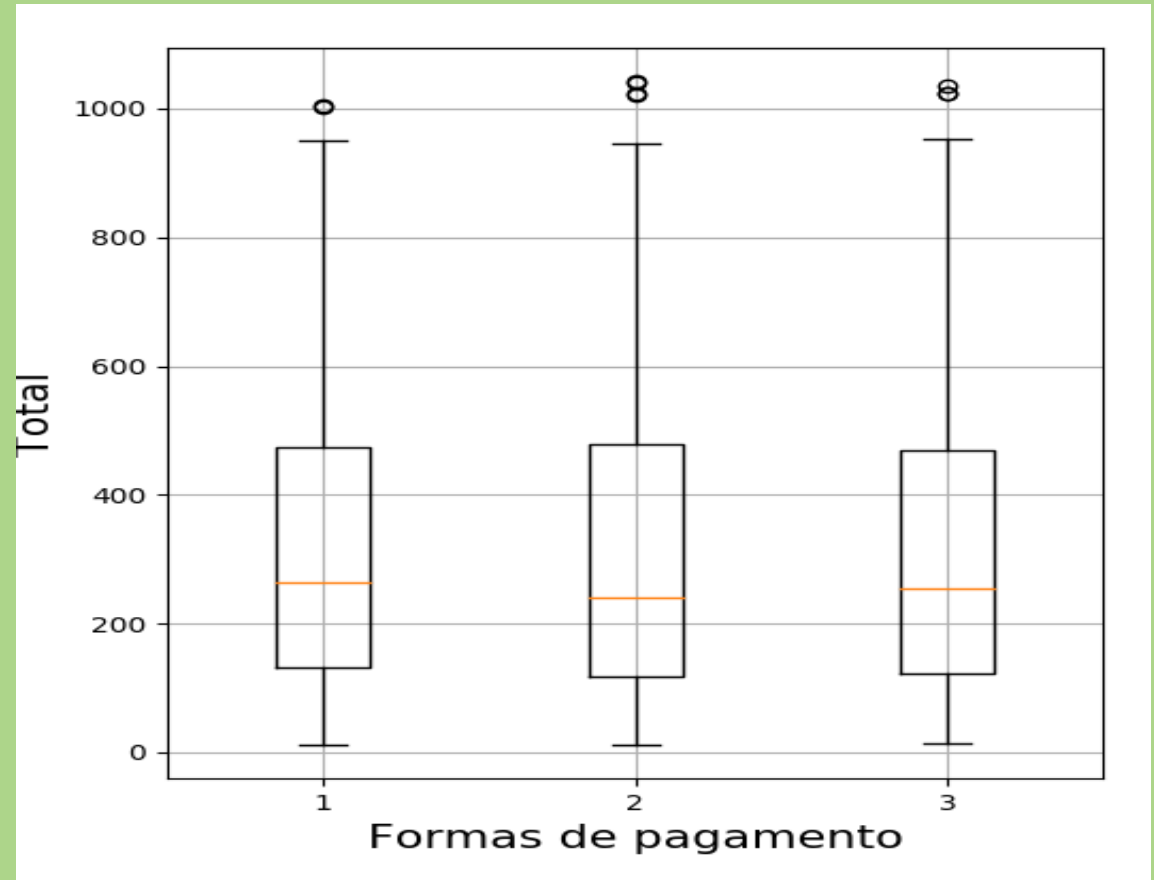
As filiais apresentaram avaliações diferentes sobre a experiência dos usuários.

Uma Razão F calculada (para amostras de 30 elementos) é maior que a Razão F tabelada (3.101) considerando intervalo de confiança de 95%.

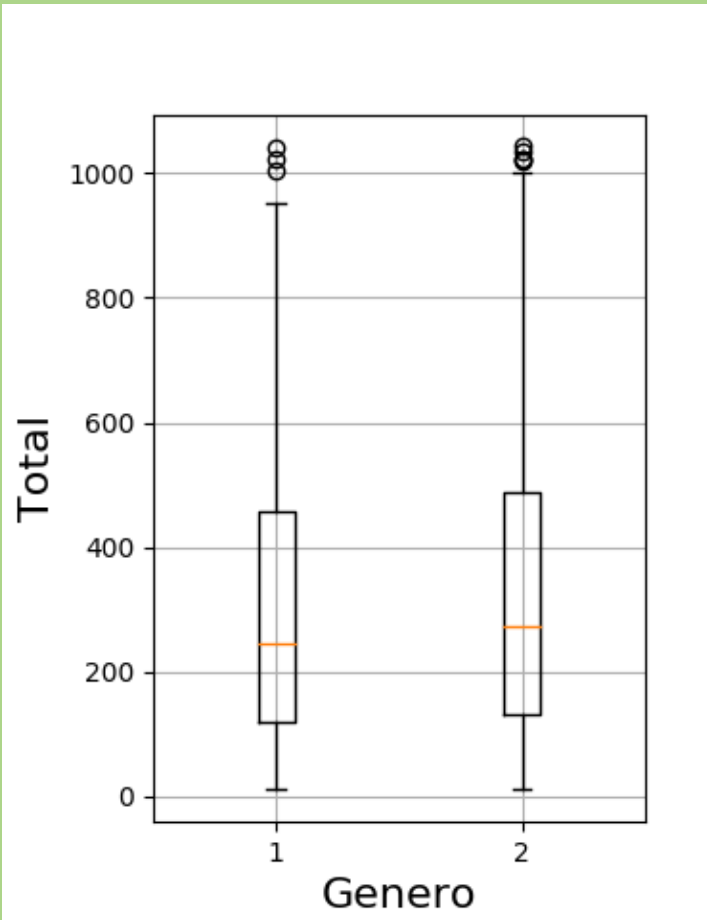
Insight 2

O valor total da compra não influencia na forma de pagamento pelo cliente.

Uma Razão F calculada (para amostras de 30 elementos) é menor que a Razão F tabelada (3.101) para intervalo de confiança de 95%.



Insight 3



Tanto homens como mulheres gastam o mesmo valor total nas compras.

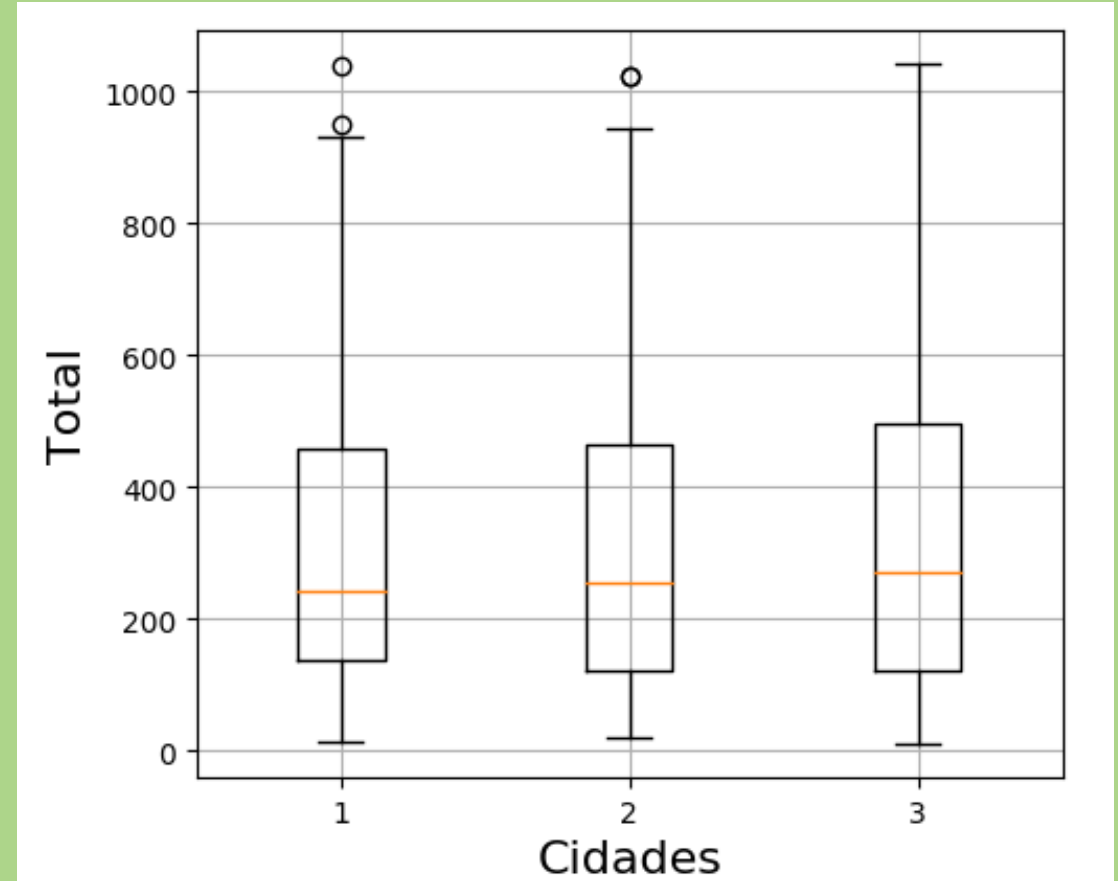
Uma Razão F calculada (para amostras de 50 elementos) é menor que a Razão F tabelada (3.935) para intervalo de confiança de 95%.

Insight 4

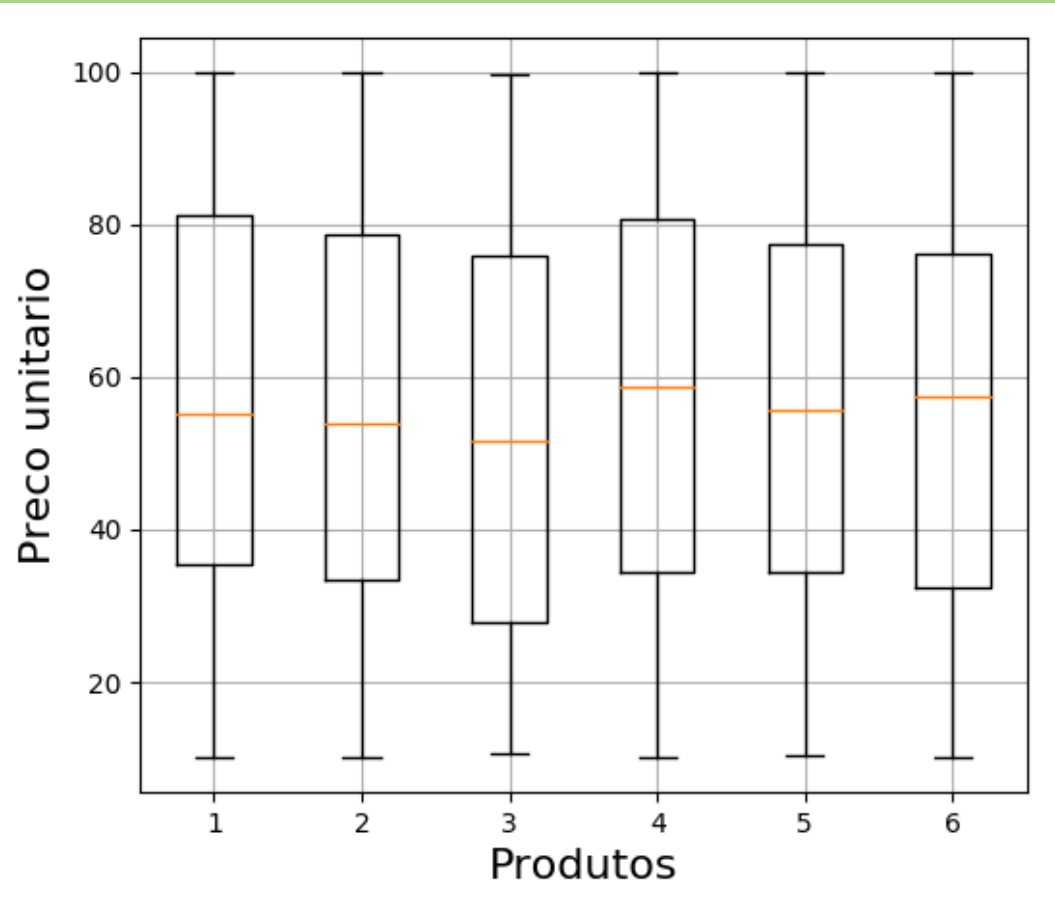
O valor total das compras são os mesmos entre as cidades.

Uma Razão F calculada (para amostras de 30 elementos) é menor que a Razão F tabelada (3.101) para intervalo de confiança de 95%.

Isso quer dizer que as pessoas geralmente gastam o mesmo valor nas compras, independente da cidade em que estejam.



Insight 5



O preço unitário dos produtos são os mesmos entre os setores.

Uma Razão F calculada (para amostras de 20 elementos) é menor que a Razão F tabelada (2.294) para intervalo de confiança de 95%.

Não existe muita diferença de preço unitário entre os setores.

Insight 6

O preço unitário dos produtos são diferentes entre as cidades.

Uma Razão F calculada (para amostras de 30 elementos) é maior que a Razão F tabelada (3.101) para intervalo de confiança de 95%.

