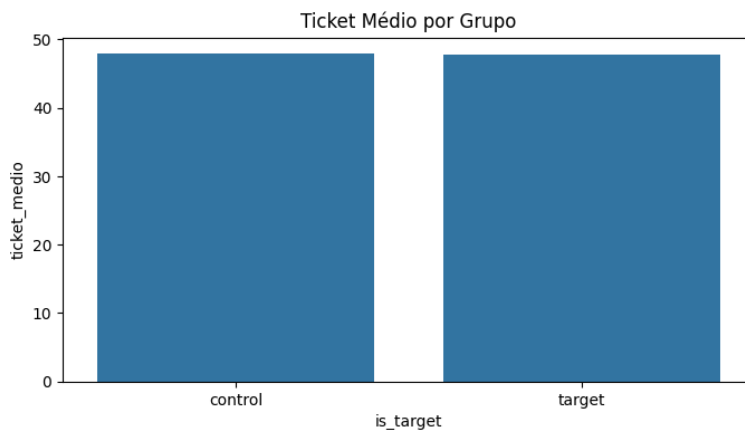


**Legenda:**

Pedidos se concentram no almoço e no jantar.

**Descrição:**

A maioria dos pedidos ocorre entre 11h e 14h e das 19h às 23h, com picos nos horários de almoço e jantar. Esses períodos são ideais para ações promocionais e reforço operacional.

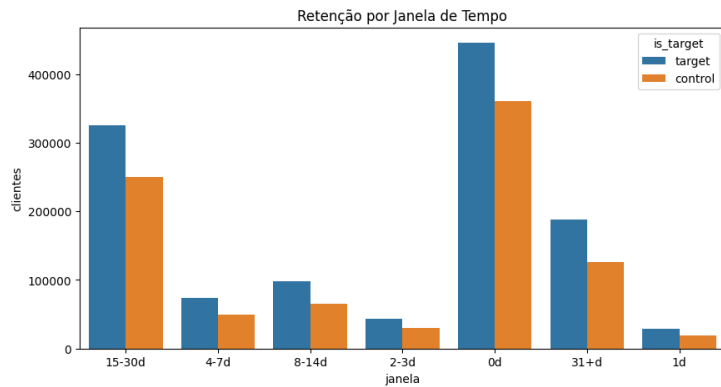


**Legenda:**

Ticket médio semelhante entre os grupos.

**Descrição:**

O valor médio dos pedidos foi praticamente igual nos grupos controle e tratado. Isso mostra que o cupom não reduziu o gasto por pedido, mantendo o nível de receita por transação.

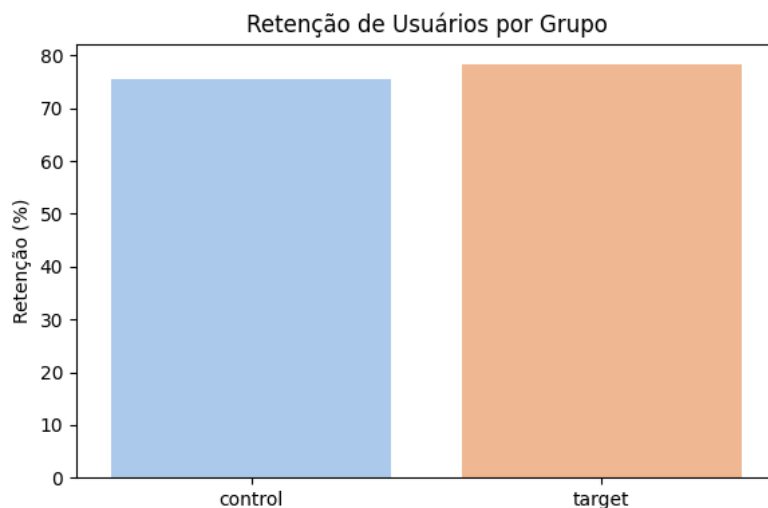


**Legenda:**

Grupo com cupom reteve mais clientes ao longo do tempo.

**Descrição:**

O grupo tratado teve mais usuários retornando em todas as janelas de tempo, com destaque para os períodos de 15 a 30 dias e acima de 31 dias. Isso mostra que o cupom ajudou na fidelização, não apenas na primeira compra.

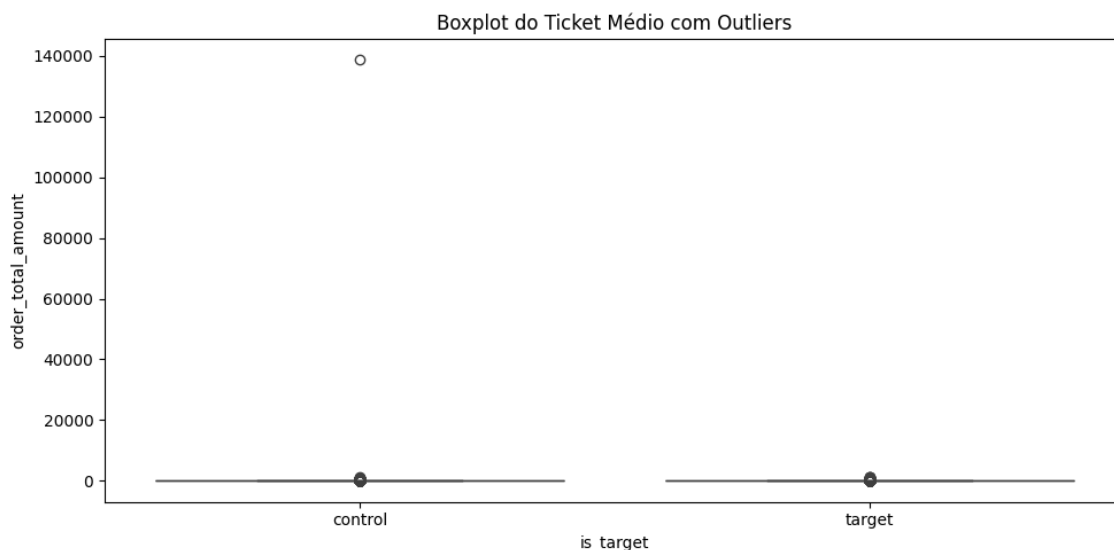


**Legenda:**

Grupo tratado teve maior retenção de usuários.

**Descrição:**

A taxa de usuários que retornaram após o primeiro pedido foi maior no grupo que recebeu o cupom (78%) em comparação ao grupo controle (75%), indicando que a campanha teve impacto positivo na fidelização.

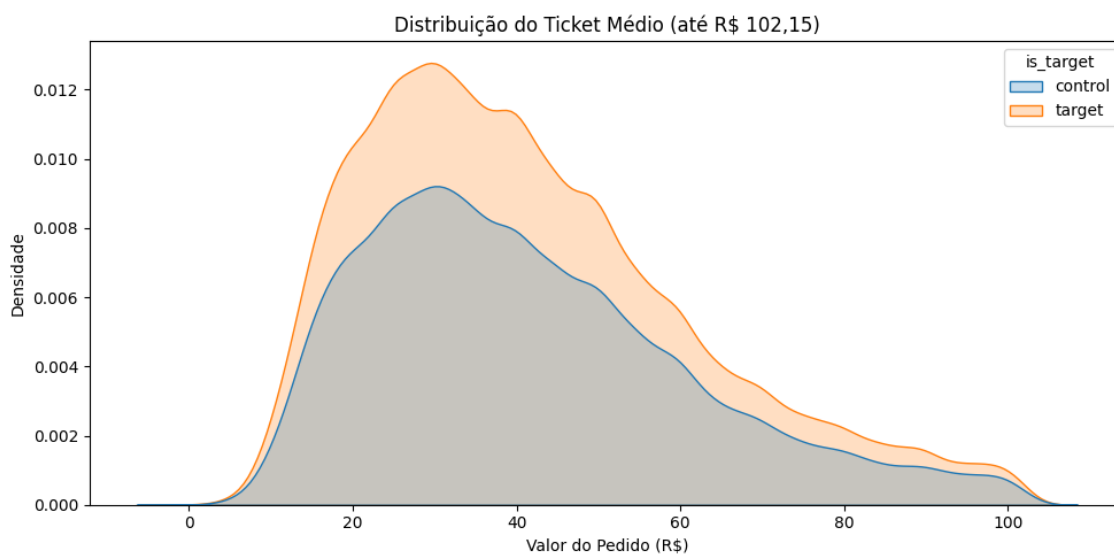


### Legenda:

Distribuição do ticket médio revela presença de outliers extremos.

### Descrição:

O boxplot mostra que ambos os grupos possuem **valores atípicos (outliers)**, com destaque para um pedido no grupo controle acima de R\$ 130 mil. Esses valores distorcem a média e justificam a necessidade de análises complementares com os outliers removidos.

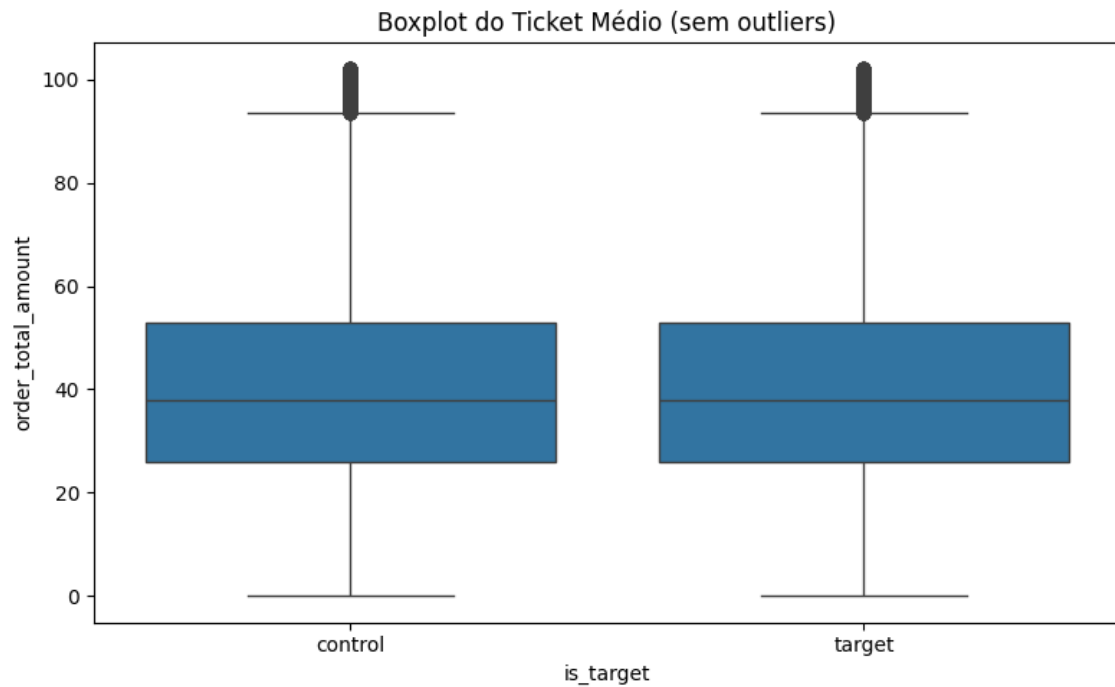


### Legenda:

Grupo tratado concentra mais pedidos em valores entre R\$ 20 e R\$ 60.

### Descrição:

A distribuição do ticket médio, com outliers removidos (até R\$ 102,15), mostra que o grupo tratado teve maior densidade de pedidos entre R\$ 20 e R\$ 60. Isso indica que o cupom incentivou mais compras dentro de uma faixa de valor intermediária, com impacto positivo na frequência sem comprometer o valor do pedido.

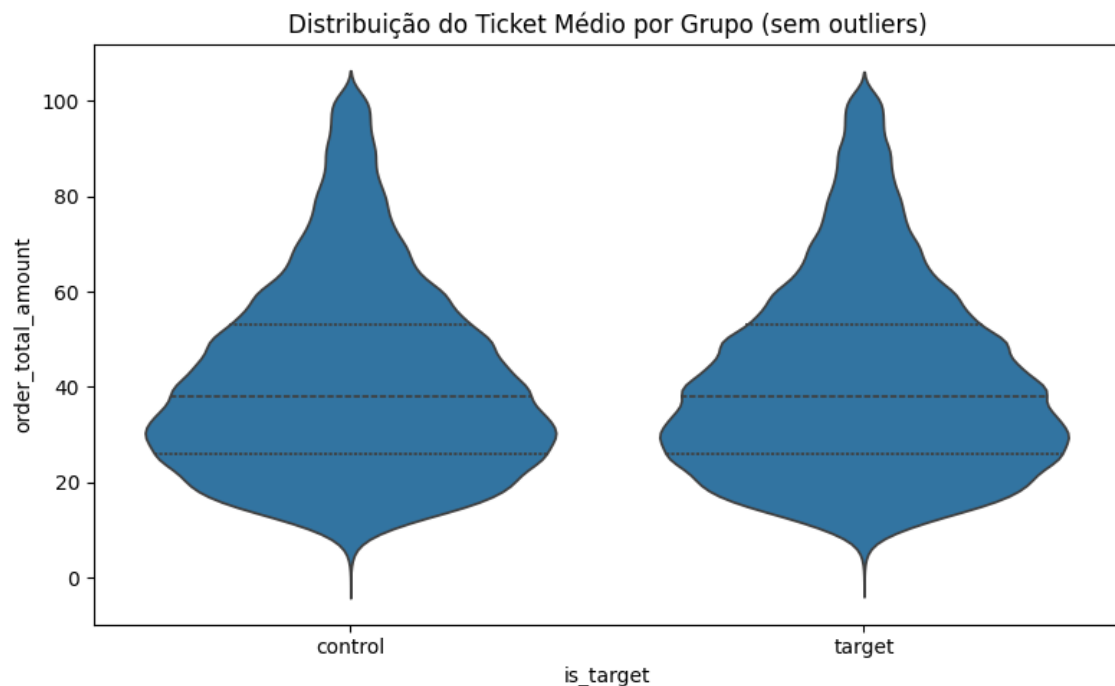


**Legenda:**

Distribuição do ticket médio é semelhante entre os grupos.

**Descrição:**

Com os outliers removidos, os boxplots mostram que a mediana e a dispersão dos valores de pedido são muito próximas entre os grupos controle e tratado. Isso reforça que o cupom não reduziu o valor típico gasto por pedido, mantendo estabilidade mesmo com maior volume de transações.

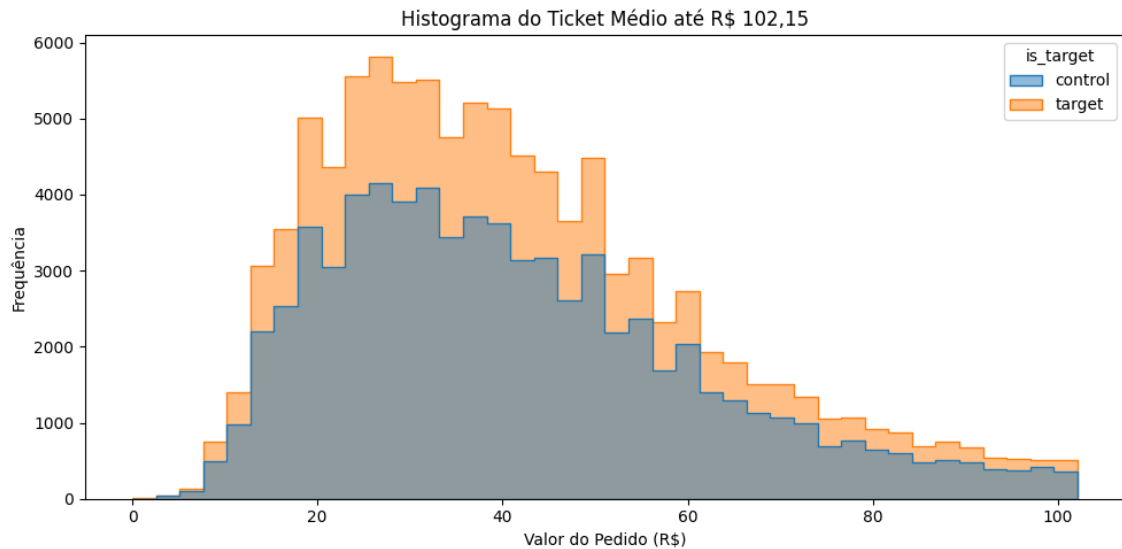


**Legenda:**

Distribuição do ticket médio é semelhante entre os grupos.

**Descrição:**

Com os outliers removidos, os boxplots mostram que a mediana e a dispersão dos valores de pedido são muito próximas entre os grupos controle e tratado. Isso reforça que o cupom não reduziu o valor típico gasto por pedido, mantendo estabilidade mesmo com maior volume de transações.

**Legenda:**

Grupo tratado fez mais pedidos em diversas faixas de valor.

**Descrição:**

O histograma mostra que o grupo com cupom (target) teve maior frequência de pedidos em quase todas as faixas de valor até R\$ 102, especialmente entre R\$ 20 e R\$ 60. Isso sugere que a campanha incentivou um maior volume de compras, mantendo a distribuição de gastos estável.