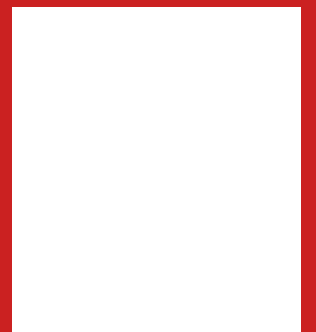


CASE TÉCNICO DE DATA ANALYSIS

MAURÍCIO SILVEIRA CARDOSO

JUNHO DE 2025



SUMÁRIO EXECUTIVO



Esta análise tem como objetivo avaliar a efetividade de uma campanha de cupons por meio de um teste A/B conduzido pelo iFood. Utilizando técnicas de ciência de dados, foi possível identificar diferenças estatisticamente significativas entre os grupos controle e tratado, avaliar a viabilidade financeira da ação e propor melhorias com base em segmentações estratégicas.



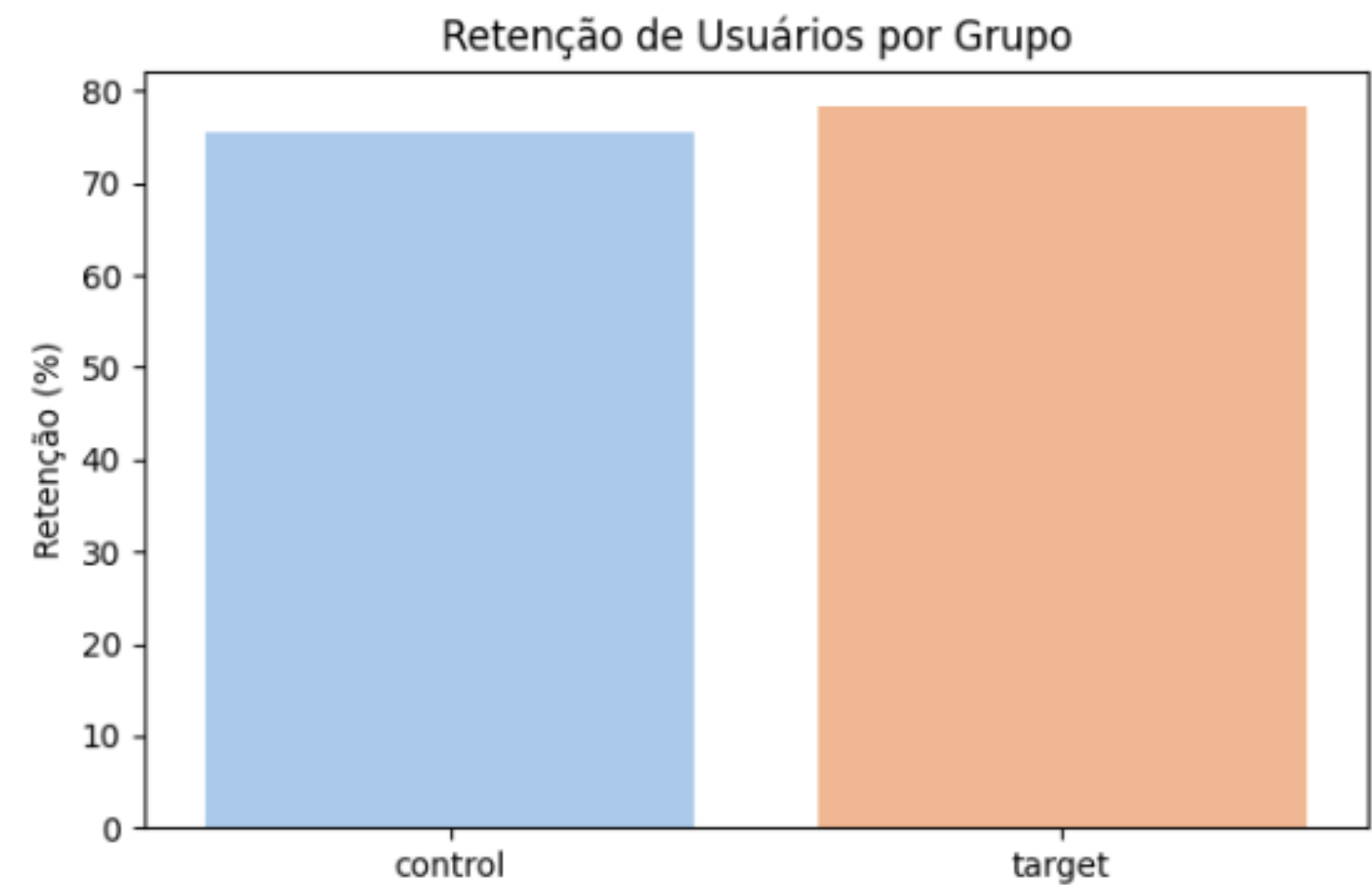
Metodologia

O estudo utilizou dados brutos disponibilizados em arquivos JSON e CSV. Foi aplicado um processo de ETL para limpeza, padronização e integração dos dados. A métrica de sucesso considerada foi a realização de pedidos (retenção). Como a variável de interesse não apresentou distribuição normal, aplicou-se o teste não paramétrico Mann–Whitney U.

Principais Resultados

01

O grupo tratado apresentou uma taxa de retenção significativamente maior.



CASE TÉCNICO
DATA ANALYSIS

■ Principais Resultados

02

A distribuição de ticket médio indicou diferença real entre os grupos, validada estatisticamente.

Grupo	Ticket Médio Estimado (IC-95%)
Controle	R\$ 41,90 – R\$ 43,80
Tratado	R\$ 47,55 – R\$ 49,75

Principais Resultados

03

O valor total gasto por usuários tratados foi maior, indicando potencial positivo na estratégia de cupons.

Métrica	Controle	Tratado	Interpretação Prática
total_pedidos	1.525.576	2.136.745	Mais pedidos no grupo que recebeu cupom
ticket_medio (R\$)	R\$47,90	R\$47,74	Leve queda no valor médio por pedido no grupo com cupom
receita_total (R\$)	R\$ 73 mi	R\$ 102 mi	Ação gerou mais receita bruta no grupo tratado.
usuarios_unicos	360.542	445.924	Mais pessoas foram atingidas no grupo tratado

Análise Financeira

Considerando a diferença média de ticket entre os grupos e um volume de usuários ativos recorrentes, estima-se que a campanha possa trazer retorno financeiro superior ao custo estimado dos cupons, especialmente se direcionada a segmentos mais responsivos.

Receita incremental: R\$ 28,9 mi

Custo dos cupons: R\$ 4,5 mi

ROI estimado: +542%

CASE TÉCNICO
DATA ANALYSIS

■ SEGMENTAÇÕES ESTRATÉGICAS

Usuários com maior frequência de pedidos.

Segmentos com ticket médio elevado.

Regiões geográficas com alta densidade de pedidos e adesão ao cupom.



CASE TÉCNICO
DATA ANALYSIS



Recomendações Finais

Implementar novo teste A/B com diferentes regras de uso e valores dos cupons.

Adotar segmentações inteligentes para distribuição de cupons, otimizando custo-benefício.

Monitorar impacto longitudinalmente, incluindo ciclos de recompra e tempo de vida do cliente.



CASE TÉCNICO
DATA ANALYSIS



OBRIGADO!

Maurício S. Cardoso

Junho de 2025
CASE TÉCNICO IFOOD