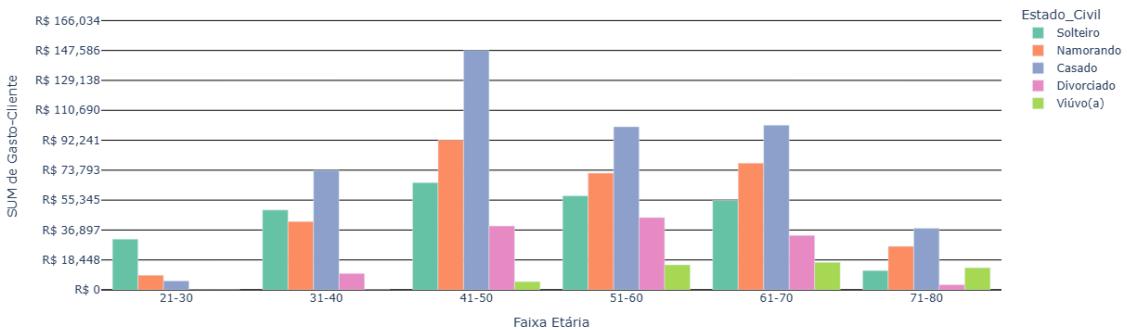


Clientes solteiros abaixo dos 30 anos gastam mais com produtos do iFood do que as outras faixas etárias.



Conclusão: O melhor segmento da campanha foram os clientes casados com idade entre 41 e 50 anos, sem filhos e com graduação completa.

O pior segmento de clientes foi o de viúvos de todas as faixas-etárias, com idade abaixo dos 30 anos em todos os estados-civis, com 2 ou mais crianças e somente com ensino fundamental.

Para maximizar o lucro da próxima campanha, é necessário direcionar as ações ao melhor segmento apresentado e reduzir os investimentos nos outros segmentos, especialmente o mencionado.