

Pergunta 1**2,67 pts**

Quantas instâncias (linhas) e características (colunas) existem, respectivamente, no dataset?

☒ (200, 5).☐ (5, 200).☐ (7, 500).☐ (500, 7).**Pergunta 2****2,67 pts**

Quantas variáveis do tipo “string” estão presentes no dataset?

☐ 3.☐ 4.☐ 2.☒ 1.**Pergunta 3****2,67 pts**

Qual é a idade (age) média dos consumidores?

☐ 64,28 anos.☐ 57,87 anos.

☐ 50,20 anos.

☒ 38,85 anos.

Pergunta 4

2,67 pts

Qual é o desvio padrão para os salários anuais (Annual Income (K\$)) dos consumidores em K\$?

☒ 26,26 K\$.

☐ 13,86 K\$.

☐ 38,85 K\$.

☐ 60,56 K\$.

Pergunta 5

2,67 pts

Marque a opção que apresenta a afirmação CORRETA sobre possíveis outliers para a variável salário anual (Annual Income K\$).

☐ Pelo boxplot é possível identificar um possível outlier, que corresponde ao salário anual de 45 K\$.

☒ Pelo boxplot é possível identificar um possível outlier, que corresponde ao salário anual de 137 K\$.

☐ Não é possível identificar um possível outlier para os salários anuais dos consumidores, pois não existem dados suficientes.

☐ Possíveis outliers não podem ser identificados através das técnicas de análises gráficas.

Pergunta 6**2,67 pts**

Marque a afirmação CORRETA acerca da distribuição salarial anual (Annual Income K\$) e o sexo (Genre) dos consumidores, presentes no dataset Mall_Customers.csv.

- ☐ Homens (male) e mulheres (female) recebem, em média, os mesmos salários anuais.
- ☒ Os homens (male) ganham, em média, menos que as mulheres (female).
- ☐ Os homens (male) ganham, em média, mais que as mulheres (female).
- ☐ Nada pode ser afirmado, pois os dados são insuficientes para esse tipo de análise.

Pergunta 7**2,67 pts**

A variável “Spending Score (1-100)” indica o quanto o consumidor é “lucrativo” para o shopping. Assim, quanto mais próximo de 100, mais “lucrativo” é o consumidor. Analisando a relação entre o sexo (Genre), o salário anual (Annual Income) e o “Spending Score”, marque a opção CORRETA.

- ☐ Apesar de terem maiores salários (Annual Income), os homens (male) são menos “lucrativos” (Spending Score) para o shopping.
- ☐ Essas variáveis não podem ser analisadas em conjunto, pois os clientes não foram segmentados.
- ☐ Homens (male) e mulheres (female) são poucos “lucrativos” para os shoppings, pois possuem baixos salários anuais.
- ☐ Os dados mostram que o salário anual (Annual Income K\$) é o único fator que influencia o “Spending Score”, pois quem ganha mais gasta mais.

Pergunta 8**2,67 pts**

Mesmo com o coeficiente de “Pearson” não sendo muito alto, ainda é possível identificar algum tipo de relacionamento linear. Comparando o coeficiente de correlação de “Pearson” entre as variáveis idade (“Age”) e a pontuação de consumo (“Spending Score”), é CORRETO afirmar:

- ☐ O coeficiente de correlação de “Pearson” positivo indica que as duas variáveis possuem um relacionamento de “causalidade”.
- ☐ Quando a variável “Age” aumenta, a variável “Spending Score” também aumenta.
- ☐ Um coeficiente de correlação de “Pearson” negativo indica que, se uma variável aumenta, a outra tende a aumentar em uma mesma proporção.
- ☐ Mesmo possuindo um valor, em módulo inferior a 0,5, é possível dizer que possuem um relacionamento negativo.

Pergunta 9

2,67 pts

Após separar o dataset entre homens (male) e mulheres (female), e aplicar, novamente, a análise de correlação de “Pearson” entre as variáveis idade (“Age”) e pontuação de consumo (“Spending Score”), é CORRETO afirmar:

- ☐ Para os homens (male) existe um menor grau de relacionamento linear entre as variáveis idade e pontuação de consumo.
- ☐ A diferença de sexo não apresenta interferência no coeficiente de “Pearson” existente entre as variáveis idade e pontuação de consumo.
- ☐ O coeficiente de correlação de “Pearson” entre as variáveis idade e pontuação de consumo são iguais para ambos os sexos.
- ☐ Nada pode ser dito sobre o coeficiente de correlação de “Pearson”, uma vez que ele é negativo.

Pergunta 10

2,67 pts

Sobre o algoritmo K-means presente no arquivo **desafio_bootcamp_TPD.ipynb**, é CORRETO dizer:

- ☐ O K-means é o único algoritmo não-supervisionado existente para a segmentação de clientes.
- ☐ A K-means é um algoritmo supervisionado, utilizado para prever o comportamento do cliente.
- ☐ O K-means não é indicado para problemas que envolvam mais de duas variáveis.
- ☐ Foram gerados cinco clusters (grupos).

Pergunta 11

2,67 pts

Marque a afirmativa CORRETA sobre o K-means presente no arquivo **desafio_bootcamp_TPD.ipynb**.

- ☐ Não é possível realizar a divisão em clusters.
- ☐ Todos os clusters apresentam a mesma quantidade de clientes.
- ☐ Clientes que estão em um mesmo cluster (grupo) possuem características similares de salário anual e pontuação de consumo.
- ☐ A clusterização só deve ser empregada para a análise de correlação.

Pergunta 12

2,67 pts

Marque a opção INCORRETA sobre a utilização do K-means para a segmentação de clientes.

- ☐ A segmentação auxilia em identificar grupos de clientes e oferecer produtos e serviços de forma mais assertiva.
- ☐ Com mais de duas dimensões (duas variáveis), torna-se impossível realizar a clusterização de clientes.

- ☐ Através dos grupos é possível identificar, por exemplo, padrões de consumo através de gênero e idade.
- ☐ Algoritmos como K-means e hierárquicos, por exemplo, representam uma poderosa ferramenta para estratégias de marketing e avaliação de cenários.

Pergunta 13**2,67 pts**

Modifique o código do K-means presente no arquivo, para a geração de três grupos, utilizando as mesmas variáveis “Spending Score” e “Annual Income” para o processo de clusterização. Analisando esses três clusters, é CORRETO afirmar:

- ☐ Não ocorreu alteração nos clusters.
- ☐ Alterar a quantidade de clusters não influencia nas análises a serem realizadas.
- ☐ A identificação das particularidades dos clientes torna-se ainda mais complexa, pois os grupos (clusters) são maiores.
- ☐ Com uma menor quantidade de clusters, temos que as distâncias entre as amostras e o centroide do cluster não é alterada.

Pergunta 14**2,67 pts**

Sobre o processo de clusterização, é INCORRETO afirmar:

- ☐ O processo de clusterização pode envolver algoritmos não-supervisionados.
- ☐ Através do processo de clusterização é possível acompanhar o comportamento dos clientes e aumentar a fidelização.
- ☐ A utilização de métodos de segmentação não pode ser empregada para visualizar estratégias de curto prazo.
- ☐ Diferentes ramos de negócio podem empregar a clusterização como forma de conhecer melhor as características dos clientes.

Pergunta 15

2,62 pts

Analisando, novamente, a clusterização dos clientes em cinco grupos, através das variáveis “Spending Score” e “Annual Income”, é INCORRETO afirmar:

- ☐ As características dos cinco grupos (clusters) obtidos são idênticas.
- ☐ É possível ver que existem clientes que ganham menores salários anual e possuem altos “Spending Score”.
- ☐ Com esses clientes em cinco grupos (clusters) diferentes, é possível gerar, por exemplo, campanhas que foquem em clientes que ganham muito e possuem baixo “score” (“Spending Score”).
- ☐ Existem clientes que pertencem ao cluster que ganham maiores salários e possuem altos “Spending Score”.