

Insight sobre os dados

Os dados são compostos por duas listas, onde contam um identificador (classificado como CPF), uma classificação, conforme a atitude do cliente (como promotora, Neutro ou Detratora), e os valores gastos em quatro períodos distintos, aos quais não são mencionados maiores detalhes, como duração ou localização, mas que se subentende que os mesmos sejam de um grupamento coeso.

Estatisticamente, verificamos os seguintes dados dentro da lista de dados

| | Período 1 | Período 2 | Período 3 | Período 4 |
|---------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Mínima | R\$ 43,00 | R\$ 23,00 | R\$ 11,00 | R\$ 10,00 |
| Média | R\$ 58,29 | R\$ 30,48 | R\$ 37,70 | R\$ 17,78 |
| Máxima | R\$ 79,00 | R\$ 42,00 | R\$ 67,00 | R\$ 60,00 |
| Moda | R\$ 50,00 | R\$ 30,00 | R\$ 14,00 | R\$ 20,00 |
| Mediana | R\$ 58,00 | R\$ 30,00 | 4R\$ 14,00 | R\$ 19,00 |
| Totais | R\$ 6995,00 | R\$ 3657,00 | R\$ 4524,00 | R\$ 2254,00 |

Tabela1 – relações entre valores de venda por período

| | Promotores | Neutro | Detratores |
|---------|------------|-----------|------------|
| Mínima | R\$ 10,00 | R\$ 10,00 | R\$ 14,00 |
| Média | R\$ 30,06 | R\$ 35,97 | R\$ 42,91 |
| Máxima | R\$ 60,00 | R\$ 70,00 | R\$ 79,00 |
| Moda | R\$ 20,00 | R\$ 13,00 | R\$ 18,00 |
| Mediana | R\$ 30,00 | R\$ 33,00 | R\$ 41,50 |

Tabela2 – relações entre valores de venda por classificação

O que notamos, inicialmente é que, nesse conjunto de dados e levando em consideração o cenário acima descrito, que, nos intervalos números 1 e 3, houve as seguintes ocorrências:

- Maior volume de compras no aplicativo;
- Os detratores foram, em ampla maioria os que mais gastaram em média nesses dias, em detrimento aos outros grupos;
- A distância das médias parece mais proporcional no primeiro dia, ao contrário do terceiro onde a diferença entre os promotores é bem maior;
- De maneira análoga, nos intervalos números 2 e 4, houve as seguintes ocorrências:
 - Menor volume de compras no aplicativo, em comparação com o período anterior;
 - Os promotores foram, em ampla maioria os que mais gastaram em média nesses dias, em detrimento aos outros grupos;
 - A margem da média entre neutros e detratores no dia dois ficaram muito próximas, ao contrário do cenário restante;
 - Os neutros foram os que gastaram menos nesses dias

Importante salientar que, de início, acreditamos que os conjuntos de números representantes de CPF nesse ensaio não sejam reais, mesmo porque haveria a necessidade de mais dados para a comprovação de tal situação, como por exemplo datas de nascimento.