

Relatório de Análise: Composição do Valor de Venda por Marketplace

1. Introdução

Este relatório apresenta uma análise exploratória de dados referentes a vendas em diferentes marketplaces. A análise foi solicitada para identificar padrões de distribuição do valor total das vendas por plataforma, com base em um conjunto de dados contendo 6 marketplaces e seus respectivos valores de venda. O objetivo é destacar insights sobre a concentração de vendas e a participação de cada marketplace no total.

2. Resumo Estatístico

Estrutura do Dataset

- **Tamanho:** 6 linhas (1 venda por marketplace)
- **Colunas:**
 - nomeMarketPlace (categórica, 6 valores únicos)
 - valor_venda (numérica, tipo float64)

Estatísticas Relevantes

- **Média de valor de venda:** R\$ 259.702,17
- **Desvio padrão:** R\$ 85.814,18 (alta dispersão em relação à média)
- **Mínimo/Máximo:** R\$ 176.318,00 / R\$ 413.293,00
- **Mediana:** R\$ 241.873,50

Observa-se uma variação significativa entre os valores de venda, com diferença de aproximadamente **134%** entre o menor e o maior valor. A média é maior que a mediana, indicando possível influência de valores extremos.

3. Análise dos Gráficos

Gráfico 1: Composição do Valor de Venda por Marketplace

Descrição O gráfico de setores ilustra a participação proporcional de cada marketplace no total das vendas.

Composição do valor da venda por marketplace

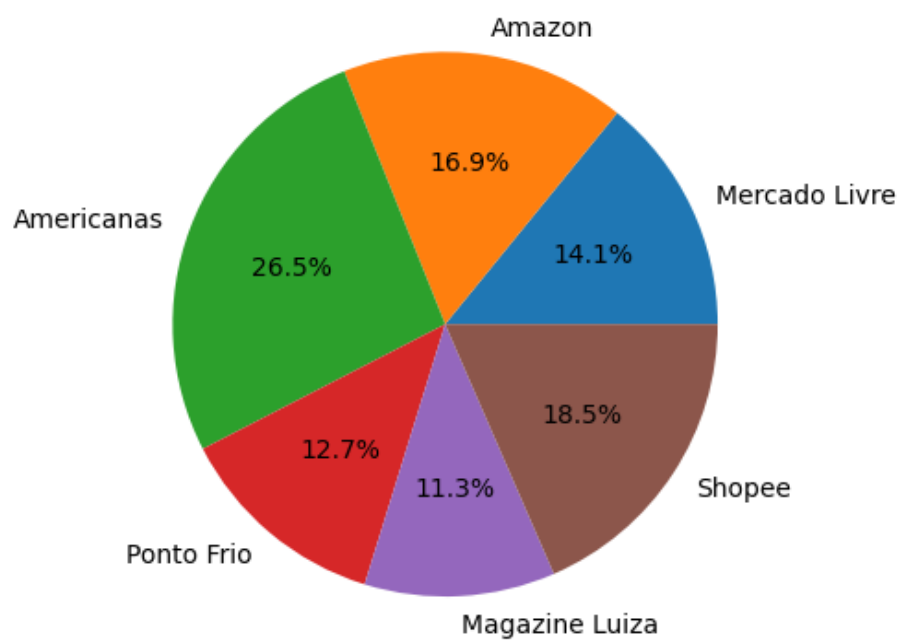


Figure 1: Gráfico de setores mostrando a composição do valor da venda por marketplace

Insights Principais

1. **Americanas lidera com 26,5%**, sendo o marketplace com maior contribuição para o total.
2. **Shopee (18,5%) e Amazon (16,9%)** seguem em segundo e terceiro lugares, respectivamente.
3. **Mercado Livre (14,1%) e Ponto Frio (12,7%)** ocupam as posições intermediárias.
4. **Magazine Luiza (11,3%)** tem a menor participação.

Observações Contextuais

- **Concentração de vendas:** Americanas e Shopee juntos representam **45%** do total, indicando que a maior parte das vendas está concentrada em apenas dois marketplaces.
 - **Distribuição desigual:** A participação do top 3 (Americanas, Shopee, Amazon) soma **61,9%**, enquanto os três últimos (Mercado Livre, Ponto Frio, Magazine Luiza) somam **38,1%**.
-

4. Observações Gerais

- **Americanas é o marketplace mais relevante** na base de dados, com participação mais de 2x maior que a de Shopee.
 - A diferença entre o maior valor de venda (Americanas) e o menor (Magazine Luiza) é de **134%**, reforçando a dispersão dos dados.
 - Marketplaces como **Ponto Frio e Magazine Luiza** apresentam participação similar, mas abaixo da média geral.
 - A análise sugere que estratégias de otimização devem priorizar os marketplaces com maior volume, mas também considerar o potencial de crescimento em plataformas com participação mais baixa.
-

5. Conclusão

- **Americanas é o marketplace dominante**, seguido de perto por Shopee.

- A concentração de vendas nos três primeiros marketplaces (61,9%) sugere oportunidades para estratégias focadas em plataformas de alta performance.
- A alta variabilidade nos valores de venda (R\$ 176.318,00 a R\$ 413.293,00) indica a necessidade de investigar fatores como categorias de produtos, políticas de preços ou eficiência logística.
- **Recomendação:** Analisar dados de vendas por categoria de produto e verificar se a amostra reflete tendências recentes (ex.: sazonalidade).