

Inteligência de Mercado

DESAFIO



FELIPE MARCONDES

Desafio Driva: Inteligência de Mercado na Prática

O objetivo é analisar os dados de vendas de um comerciante de feira, transformando-os em insights e estratégias para otimizar a operação e aumentar o faturamento.

Links úteis :

- Portfólio : <https://felpmarcondes.wixsite.com/portfolio>
- LinkedIn : <https://www.linkedin.com/in/lipemarcondes>



DRIVA

INTELIGÊNCIA
DE MERCADO

DADOS E PREPARAÇÃO

Preparação e Análise Exploratória Inicial dos Dados

- **Carga e Inspeção dos Dados:** Importação dos arquivos vendas.csv e produtos.csv para o Power BI, seguida de uma análise exploratória inicial para entendimento da estrutura, identificação de tipos de dados e qualidade geral das informações.
- **Tratamento e Validação:** Correção e ajuste dos tipos de dados conforme o Dicionário de Dados (ex: DATA para Data, VALOR_VENDA para Número Decimal, FAIXA_HORARIO para Hora), garantindo a consistência para as análises.
- **Engenharia de Atributo Chave:** Criação da coluna calculada Quantidade Vendida (kg) na tabela de vendas (via $\text{VALOR_VENDA} / \text{PREÇO_KG}$), crucial para análises de volume.
- **Modelagem Relacional:** Estabelecimento do relacionamento entre as tabelas vendas e produtos através do ID_PRODUTO, permitindo análises integradas e abrangentes.



RESULTADO DO DASHBOARD



RESPONDENDO OS DESAFIOS

1. Como está a evolução do meu faturamento em geral (todos os produtos)
2. Qual foi o meu melhor dia em vendas?
3. Qual foi o dia em que eu mais vendi Bananas?
4. Qual produto eu vendo em maior quantidade (kg)?
5. Quais estratégias você sugeriria para um faturamento maior.



1. Como está a evolução do meu faturamento em geral ?

ANÁLISE DE FATURAMENTO

- **Faturamento Mensal:** Agosto: R\$ 54,5 mil (34,0%) Mês de maior faturamento, Setembro: R\$ 53,0 mil (33,0%) e Outubro: R\$ 52,9 mil (33,0%).
- **Tendência Observada:** Identificou-se um leve declínio progressivo no faturamento total ao longo do trimestre. De agosto para setembro, houve uma redução de aproximadamente 2,75%, e de setembro para outubro, uma queda adicional de cerca de 0,19%. No total do período (agosto a outubro), a diminuição acumulada foi de aproximadamente 2,94%.
- **Conclusão e Resposta :** O faturamento mensal, embora com valores próximos, apresentou uma sutil tendência de queda quantificada em cerca de 2,94% de agosto a outubro. Agosto foi o mês de melhor desempenho. O padrão de vendas diário é consistente, com horários de pico e de baixa bem definidos.



2. Qual foi o meu melhor dia em vendas?

O DIA DE OURO

Analisando o desempenho de vendas diário, o dia 26 de outubro de 2021 se destacou como o período de maior faturamento, atingindo um valor expressivo de **R\$ 2.365,34**.

- **Faturamento do Dia:** Aproximadamente R\$ 2 Mil (valor arredondado do total de R\$ 2.365,34).
- **Ticket Médio por Pedido:** R\$ 19,23, indicando o valor médio gasto por pedido neste dia.
- **Quantidade de Pedidos:** 123 pedidos, demonstrando um volume significativo de transações.

Conclusão: O dia 26 de outubro não só representa o pico de faturamento, mas também evidencia um dia com bom volume de pedidos e um ticket médio consolidado, servindo como referência de alta performance para o negócio.



Ranking - Dia de Vendas		
Mês	Dia	Total de Vend...
outubro	26	R\$ 2.365,34
agosto	15	R\$ 2.222,69
outubro	28	R\$ 2.222,08
outubro	29	R\$ 2.196,56
outubro	9	R\$ 2.159,19
outubro	27	R\$ 2.116,06
setembro	3	R\$ 2.109,47

3. Qual foi o dia em que eu mais vendi Bananas?

PRODUTO – BANANA

Desempenho da Banana em Destaque:

- O dia de maior faturamento para o produto Banana foi **28 de outubro de 2021**, com vendas que totalizaram **R\$ 291,72** neste dia específico.
- Nesta data de pico para a Banana, foram registrados **14 pedidos** que incluíram o produto, apresentando um **Ticket Médio por Pedido de R\$ 20,84**.
- No ranking geral de volume, a Banana figura como o **6º produto mais vendido em quantidade (KG)** durante o período analisado.



Ranking - Dia de Vendas

Mês	Dia	Total de Vend...
outubro	28	R\$ 291,72
outubro	27	R\$ 246,24
agosto	16	R\$ 236,85
agosto	15	R\$ 235,26
outubro	26	R\$ 234,26
agosto	6	R\$ 220,84
agosto	12	R\$ 219,38



4. Qual produto eu vendo em maior quantidade (kg)?

PRODUTO MAIS VENDIDO EM QUANTIDADE (KG):

A análise do volume de vendas por quilograma (KG) demonstra claramente que a **Laranja é o produto líder**, com um total de **8,01 Mil KG** vendidos no período.

- **Faturamento Total Gerado (Laranja):** R\$ 15 Mil
- **Total de "Pedidos" Envolvendo Laranja:** 914
- **Ticket Médio por "Pedido" (com Laranja):** R\$ 16,65

Conclusão: A Laranja não apenas domina as vendas em termos de volume (KG), sendo o item mais comercializado nesse critério, como também impulsiona o faturamento com um número expressivo de "pedidos" e um ticket médio consistente, consolidando sua importância para o negócio.



5. Quais estratégias você sugeriria para um faturamento maior?

SUGESTÃO DE ESTRATÉGIAS

1. Otimizar o Desempenho por Faixa Horária:

- **Insight Chave:** Foram observados picos de faturamento às 07:00 (aprox. R\$ 21 mil) e entre 13:00-14:00 (R\$ 31 mil), com uma queda expressiva entre 08:00-10:00 (aprox. R\$ 11-12 mil).
- **Ação Estratégica Proposta:** Reforçar o estoque e o atendimento nos **horários de pico**. Para os períodos de menor movimento (08:00-10:00), sugere-se a criação de ofertas atrativas, como o "Kit Café da Manhã Saudável" ou descontos progressivos em frutas selecionadas, visando estimular o fluxo de clientes.

2. Potencializar Produtos Campeões e Reverter Tendências Negativas:

- **Insight Chave:** Os produtos **Uva (12,32%)**, **Tangerina (12,13%)** e **Carambola (12,10%)** lideram o faturamento, somando juntos mais de **36% da receita total**. A Laranja, líder em volume (KG), também figura entre os top 5 em faturamento (9,49%). Produtos como Caju, Abacate e Mamão têm a menor participação no faturamento.
- **Ação Estratégica Proposta:** Para otimizar o portfólio, a estratégia é dar máximo destaque e garantir o estoque dos produtos líderes em faturamento e volume, **como Uva, Tangerina, Carambola e Laranja**. Para os produtos de menor faturamento e volume, como **Caju, Abacate e Mamão**, recomenda-se uma análise de custo-benefício para definir sua permanência no mix ou a substituição por alternativas de maior potencial de retorno.

3. Elevar o Ticket Médio por "Pedido":

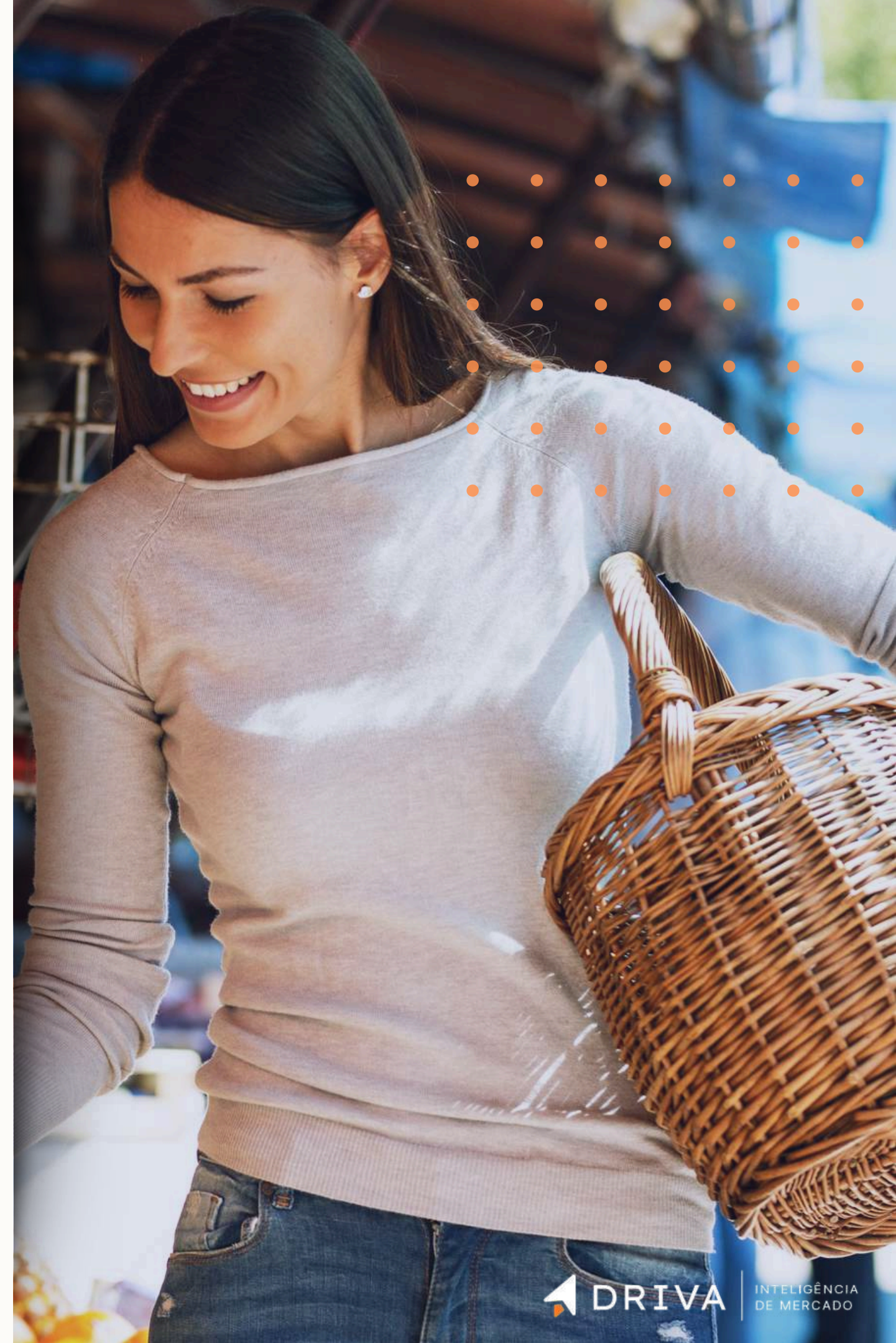
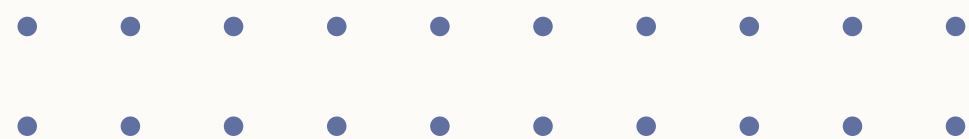
- **Insight Chave:** O Ticket Médio por Pedido atual gira em torno de R\$ 16-20, sendo que no melhor dia de vendas geral (26/out) atingiu **R\$ 19,23**.
- **Ação Estratégica Proposta:** Incentivar o aumento do valor gasto por compra através da criação de "cestas temáticas" ou "kits semanais" com variedade de produtos. Implementar ofertas do tipo "Leve Mais Por Menos" (ex: "Compre 3 tipos de frutas e ganhe X% de desconto no item de menor valor" ou "A cada R\$ Y em compras, adicione um item Z por R\$ W").

4. Implementar Ações Estratégicas para Períodos de Baixa Identificados:

- **Insight Chave:** Foi observada uma queda consistente no faturamento no dia 30 de cada mês.
- **Ação Estratégica Proposta:** Lançar campanhas como "Virada do Mês" ou "Feira Renovada" nos últimos dias do mês (ex: dias 28 a 30). Estas campanhas podem incluir ofertas especiais em produtos de alto giro ou combos promocionais para incentivar as vendas e mitigar essa queda recorrente no faturamento.

Impacto ESPERADO

As estratégias propostas, focadas em otimizar o desempenho por horário, potencializar produtos campeões, elevar o ticket médio e atuar em períodos de baixa, têm o objetivo de não apenas reverter a leve queda observada, mas também de impulsionar ativamente o faturamento e a eficiência operacional da barraca.

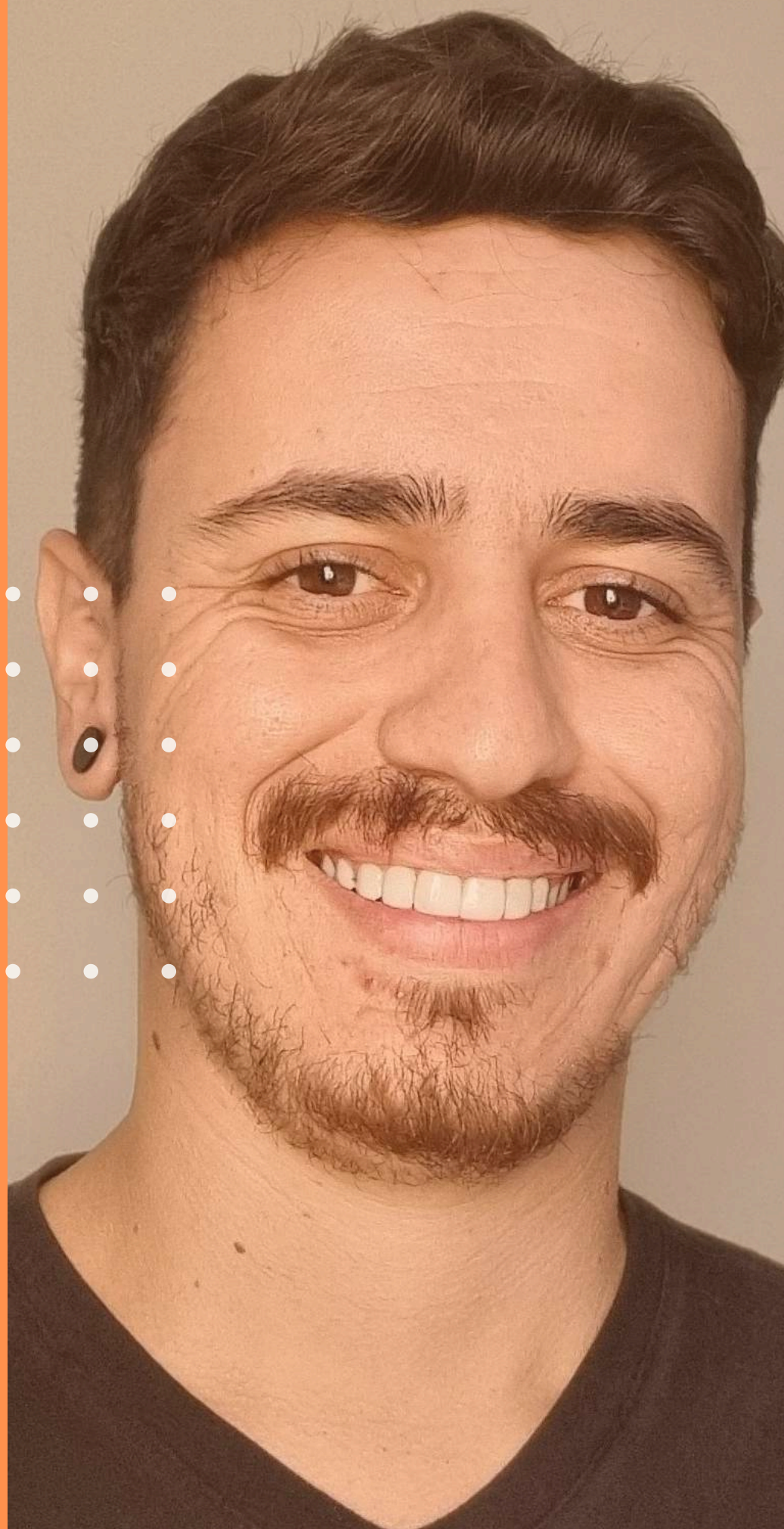


Insights e DADOS

Insight : A análise dos dados de vendas da barraca (agosto a outubro de 2021) revelou padrões importantes sobre a evolução do faturamento, os dias de melhor performance, o desempenho de produtos chave como a Banana e a Laranja, e os horários de maior e menor movimento. Identificamos que, embora haja uma leve tendência de queda no faturamento geral, existem oportunidades claras para otimização.

Poder dos Dados : Este estudo demonstra como a coleta e análise de dados, mesmo em um contexto de feira, podem fornecer uma visão clara do negócio, permitindo decisões mais estratégicas e menos baseadas em intuição.





Agradeço imensamente à Driva pela oportunidade de participar deste desafio e aplicar meus conhecimentos em um case prático e estimulante. Coloco-me à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Obrigado!



Email

felipe.kisla@gmail.com



Site

<https://felpmarcondes.wixsite.com/portfolio>



Fone

(41) 98732-3167