



UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA
CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

KATHERINE ZUNIGA
MARCIO RODRIGUES
MATHEUS PAIVA

ESTUDO DE CASO SOBRE A EMPRESA SEGROB NOTLAD

RIO DAS OSTRAS- RJ

2025

KATHERINE ZUNIGA
MARCIO RODRIGUES
MATHEUS PAIVA

ESTUDO DE CASO SOBRE A EMPRESA SEGROB NOTLAD

Estudo de caso sobre a empresa Segrob Notlad no Curso de Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal Fluminense – Rio das Ostras - RJ como método avaliativo da disciplina Análise Preditiva.

Docente: Dalton Borges.

RIO DAS OSTRAS- RJ

2025

Resumo:

Este estudo de caso tem como foco o desenvolvimento de uma solução preditiva para o varejo de moda rápida, por meio da análise da demanda por camisetas básicas da empresa Segrob Notlad. A pesquisa parte da observação do crescimento expressivo e sustentado nas vendas do produto entre os anos de 2022 e 2024, com o objetivo de construir modelos de previsão capazes de auxiliar o planejamento operacional da marca. Para tanto, foram utilizados dados históricos de vendas diárias, tratados e analisados com base na metodologia CRISP-DM, aplicando técnicas de modelagem preditiva e métricas de avaliação como MAPE, RMSE e MAD. Os resultados apontam para a existência de padrões sazonais semanais e anuais, além da influência de campanhas promocionais no comportamento de consumo. A abordagem adotada permite não apenas prever com maior precisão a demanda futura, mas também gerar insumos estratégicos que fortalecem a tomada de decisão em um mercado altamente dinâmico como o *fast fashion*.

Palavras-chave: *Fast Fashion*. Demanda. Análise Preditiva. Séries Temporais

SUMÁRIO

1 - Introdução.....	5
2 - Objetivo.....	6
3 - Metodologia.....	6
4 - Estudo de Caso.....	8
4.1 - Entendimento do Negócio.....	8
4.2 - Entendimento dos Dados.....	9
4.2.1 - Gráfico de Nível.....	9
4.2.2 - Autocorrelação.....	10
4.2.3 - Média Quarter.....	12
4.2.4 - Registro Diário de Vendas.....	13
4.2.5 - Gráfico de Tendências.....	14
4.2.6 - Histograma Sazonalidade Temporal.....	15
4.3 - Entendimento Geral dos Dados de Vendas.....	17
4.4 - Previsão de vendas para Dezembro de 2024.....	17
5. Referências.....	19

1 - Introdução

Diante das rápidas transformações no comportamento do consumidor e da crescente competitividade no setor de moda, compreender a atuação de marcas consolidadas no mercado torna-se essencial para a elaboração de estratégias que aliam inovação, eficiência operacional e adaptação às dinâmicas do varejo. Inserida nesse cenário, a Segrob Notlad se destaca como uma marca brasileira de *fast fashion* cuja trajetória é marcada pela combinação entre ousadia, agilidade e espírito urbano.

Fundada no Rio de Janeiro, a empresa rapidamente consolidou sua presença nacional por meio de um portfólio focado em design versátil, preços acessíveis e campanhas publicitárias com forte apelo junto ao público jovem e conectado. Atualmente, conta com mais de 80 lojas no Brasil, além de presença internacional por meio de lojas conceito em pontos estratégicos da América do Sul e Europa.

A origem da marca está diretamente ligada à história de vida de seu fundador, Segrob Notlad, cuja trajetória entre o leste europeu e o Brasil influenciou diretamente a identidade da empresa, resultando em uma fusão entre estética minimalista e diversidade cultural. Ao longo de sua evolução, a marca passou a integrar de forma estratégica tecnologias de inteligência de mercado e automação de processos em sua cadeia de suprimentos, posicionando-se como referência em adaptação aos ciclos da moda e às exigências do consumidor contemporâneo.

Em sua fase mais recente, iniciada em 2025, a empresa reforça seu compromisso com a inovação ao incorporar soluções de inteligência artificial para previsão de demanda e apoio à tomada de decisões. Este movimento sinaliza uma transição para uma atuação ainda mais orientada por dados, destacando a análise preditiva como uma ferramenta central em sua busca por eficiência, assertividade e competitividade em um mercado em constante transformação.

2 - Objetivo

Este estudo de caso faz parte do movimento constante da Segrob Notlad em busca de inovação e melhorias no seu processo de decisão. O principal objetivo é entender e antecipar a demanda de um dos produtos mais importantes da marca: a camiseta básica. A partir da análise dos dados históricos de vendas, busca-se construir modelos de previsão que auxiliem o planejamento operacional e aumentem a agilidade da empresa para lidar com as mudanças e desafios do setor de *fast fashion*.

O objetivo geral deste trabalho é desenvolver uma previsão confiável da demanda diária de camisetas básicas, de modo a apoiar a tomada de decisão nas áreas de produção, logística e abastecimento. Para alcançar esse propósito, serão realizadas análises sobre o comportamento histórico de vendas, com a identificação de padrões sazonais, tendências de crescimento ou queda, e eventuais eventos atípicos que possam impactar o consumo.

A escolha desse enfoque justifica-se pela importância estratégica de prever corretamente a demanda. Antecipar as necessidades de produção permite à Segrob Notlad otimizar seus processos logísticos, reduzir estoques excessivos, minimizar perdas e melhorar o atendimento ao cliente final, fatores essenciais para manter a competitividade no mercado de *fast fashion*, que se caracteriza por alta volatilidade e forte pressão por agilidade e adaptação contínua.

3 - Metodologia

A metodologia adotada para a condução deste estudo de caso baseia-se no modelo CRISP-DM (*Cross-Industry Standard Process for Data Mining*), amplamente reconhecido como uma referência na estruturação de projetos de análise de dados. O CRISP-DM organiza o desenvolvimento do projeto em etapas sequenciais e iterativas, proporcionando um fluxo lógico que facilita a compreensão dos objetivos de negócio, o tratamento dos dados e a construção de soluções analíticas eficazes.

O trabalho inicia-se com a fase de entendimento do negócio, na qual são analisadas as necessidades estratégicas da Segrob Notlad, especialmente no que se refere à antecipação da demanda por camisetas básicas. Nesta etapa, são definidos os objetivos de previsão e as métricas que serão utilizadas para a avaliação do desempenho dos modelos, alinhando as expectativas de análise com a realidade operacional da empresa.

Em seguida, é realizada a fase de entendimento dos dados, que consiste na coleta, organização e exploração preliminar do conjunto histórico de vendas. Nessa etapa, busca-se identificar padrões relevantes, possíveis inconsistências, comportamentos sazonais e tendências gerais, além de realizar o tratamento de dados ausentes ou incorretos.

A fase de preparação dos dados sucede o entendimento inicial, envolvendo a limpeza, transformação e formatação dos dados de forma adequada para a modelagem. Esse processo inclui a criação de variáveis derivadas, normalização de valores e a divisão dos dados em conjuntos de treinamento e teste, respeitando as características temporais da série.

A fase de modelagem contempla a aplicação de técnicas de previsão apropriadas, considerando a natureza da série temporal analisada. Serão testados diferentes modelos preditivos, com o objetivo de encontrar aquele que apresentar melhor desempenho nas previsões diárias de demanda. A avaliação dos modelos será baseada nas métricas previamente definidas: o erro percentual absoluto médio (MAPE), a raiz do erro quadrático médio (RMSE) e a média das diferenças absolutas (MAD).

Após a modelagem, é realizada a fase de avaliação, que busca validar a qualidade das previsões geradas e confirmar se os resultados atendem aos objetivos estabelecidos no início do projeto. Caso necessário, ajustes nos modelos ou no tratamento dos dados serão realizados de forma a melhorar a acurácia das previsões.

Por fim, será feita a fase de implantação, que, no contexto deste estudo, refere-se à apresentação dos resultados obtidos, à análise crítica das soluções propostas e às recomendações de possíveis aplicações práticas dentro do planejamento da Segrob Notlad. Todo o processo é concebido de maneira flexível, permitindo revisões e aprimoramentos à medida que novos dados ou demandas estratégicas surgirem, em consonância com o dinamismo do ambiente corporativo da empresa.

4 - Estudo de Caso

O estudo de caso é uma abordagem metodológica que permite investigar, com profundidade e contextualização, situações reais enfrentadas por empresas, organizações ou setores específicos. Ao focar em um único objeto de análise, como um produto, processo ou decisão empresarial, esse tipo de estudo busca compreender os fatores que influenciam determinada realidade, identificar padrões de comportamento e propor soluções baseadas em dados concretos. Diferente de análises puramente teóricas ou generalistas, o estudo de caso utiliza informações reais e circunstâncias específicas, o que o torna uma ferramenta valiosa para gerar diagnósticos detalhados e embasamento prático para a tomada de decisões estratégicas.

4.1 - Entendimento do Negócio

A Segrob Notlad atua no mercado de *fast fashion*, um setor conhecido pela alta dinamicidade, pela exigência de respostas rápidas às mudanças de comportamento do consumidor e pela intensa pressão por inovação constante. Dentro desse cenário, a empresa construiu sua estratégia combinando inteligência de mercado, automação da cadeia de suprimentos e forte presença no ambiente digital e físico. O foco é atender de forma eficiente um público jovem e urbano, que valoriza tanto o acesso rápido a novidades quanto uma boa relação custo-benefício.

O produto central deste estudo é a camiseta básica, um dos itens mais relevantes dentro do portfólio desta empresa. Por seu perfil atemporal e sua alta rotatividade, a camiseta básica representa um componente fundamental para a geração de receita e para a manutenção do fluxo operacional de lojas e centros de distribuição. Ter previsibilidade de sua demanda é essencial para otimizar a produção, controlar estoques e assegurar a disponibilidade contínua desse item, minimizando perdas por excesso ou falta de produtos nas lojas.

A empresa, ciente da importância estratégica da camiseta básica, busca com este estudo de caso aumentar sua capacidade de planejamento a partir da análise crítica dos dados de vendas históricos. A utilização de técnicas de análise preditiva visa não apenas antecipar o volume necessário para um período específico, mas também fortalecer sua estrutura de tomada de decisão frente a eventos sazonais, variações no comportamento do consumidor e mudanças de mercado.

O ambiente em que a Segrob Notlad está inserida é caracterizado por forte influência de datas comerciais, campanhas promocionais, variações climáticas e eventos sociais e

culturais. Além disso, o próprio ciclo da moda, ainda que em um produto básico, pode impactar picos ou quedas de demanda em determinados períodos. Outro fator relevante é a operação multicanal da empresa, integrando lojas físicas e estratégias digitais, o que exige ainda mais precisão na previsão de demanda para garantir uma resposta eficiente em todos os pontos de venda.

O desafio proposto se insere diretamente na estratégia de fortalecer o uso de inteligência de dados como diferencial competitivo, permitindo à Segrob Notlad uma atuação ainda mais ágil e assertiva no mercado. A previsão de demanda para a camiseta básica, portanto, representa não apenas uma ação tática de curto prazo, mas também uma evolução no modo como a empresa utiliza dados para sustentar seu crescimento e eficiência operacional em um ambiente de alta volatilidade.

4.2 - Entendimento dos Dados

4.2.1 - Gráfico de Nível

Apresenta a evolução das vendas diárias de camisetas básicas masculinas da marca Segrob Notlad entre janeiro de 2022 e novembro de 2024. A linha azul representa o volume diário de vendas, enquanto a linha vermelha tracejada indica o nível médio histórico de vendas, calculado em 214,16 unidades por dia.

Ao longo do tempo, observa-se uma mudança progressiva no comportamento da demanda (Figura 1):

ANO	
2022	A maior parte das vendas diárias encontra-se abaixo da média histórica . Isso sugere um período inicial de maturação da operação, com menor volume de comercialização.
2023	Começa a haver uma recuperação e estabilização das vendas, com a curva oscilando em torno do nível médio. Isso pode estar associado a estratégias de expansão da marca ou maior aceitação do produto no mercado.
2024	Nota-se um crescimento contínuo e sustentado nas vendas , com a maioria dos pontos acima da média histórica . Esse padrão evidencia uma mudança de nível na série temporal, indicando que o comportamento da demanda está se consolidando em patamares mais altos.

FIGURA 1 - COMPORTAMENTO DE DEMANDA - FONTE: AUTORES,2025.

Além disso, o gráfico exibe picos regulares de venda, que podem estar relacionados a eventos promocionais, sazonalidade comercial ou datas comemorativas específicas (como *Black Friday* e Natal). Esses picos, visivelmente acima da média, reforçam a importância de ações estratégicas planejadas.

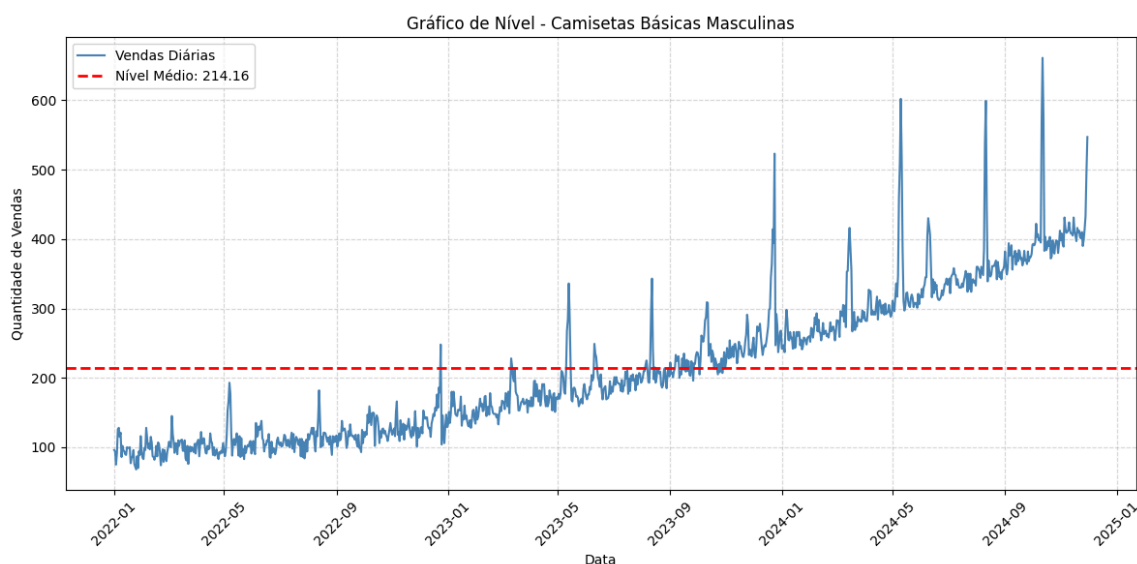


FIGURA 2 - GRÁFICO DE NÍVEL - FONTE: AUTORES,2025.

A curva de nível serve como uma ferramenta de referência para avaliação de desempenho. Sua aplicação permite identificar mudanças de comportamento na demanda ao longo do tempo, determinar períodos que exigem reforço logístico ou operacional (como os de pico), subsidiar a construção de modelos preditivos baseados em mudanças estruturais de patamar, fundamentais para o planejamento de estoques e produção.

Com isso, o gráfico de nível confirma que a Segrob Notlad vem apresentando crescimento consistente nas vendas de camisetas básicas, com indicações claras de que a média histórica utilizada pode em breve tornar-se obsoleta diante do novo patamar de desempenho observado.

4.2.2 - Autocorrelação

Apresenta as médias mensais de vendas de camisetas básicas masculinas no período de Janeiro de 2022 a Novembro de 2024. Esse tipo de análise permite avaliar quanto os valores de uma série temporal estão relacionados com seus próprios valores defasados no tempo (lags), sendo uma ferramenta fundamental para identificar padrões sazonais e

dependência temporal.

No gráfico, podemos observar que as primeiras defasagens (lags 1 a 5) apresentam valores de autocorrelação altos e positivos (acima de 0,6), indicando que as vendas de um mês estão fortemente correlacionadas com os meses imediatamente anteriores. A partir do lag 6, a autocorrelação vai diminuindo progressivamente, sugerindo uma perda gradual de memória da série ao longo do tempo. A curva cruza a linha de significância estatística (faixa azul claro) por volta do lag 10 a 11, momento em que os valores deixam de ser significativamente diferentes de zero. Isso indica que, após cerca de 10 meses, a influência das vendas passadas sobre as atuais se torna desprezível. A presença de autocorrelação significativa nos primeiros meses reforça a existência de padrões estruturais e possíveis tendências, que devem ser considerados na construção de modelos preditivos.

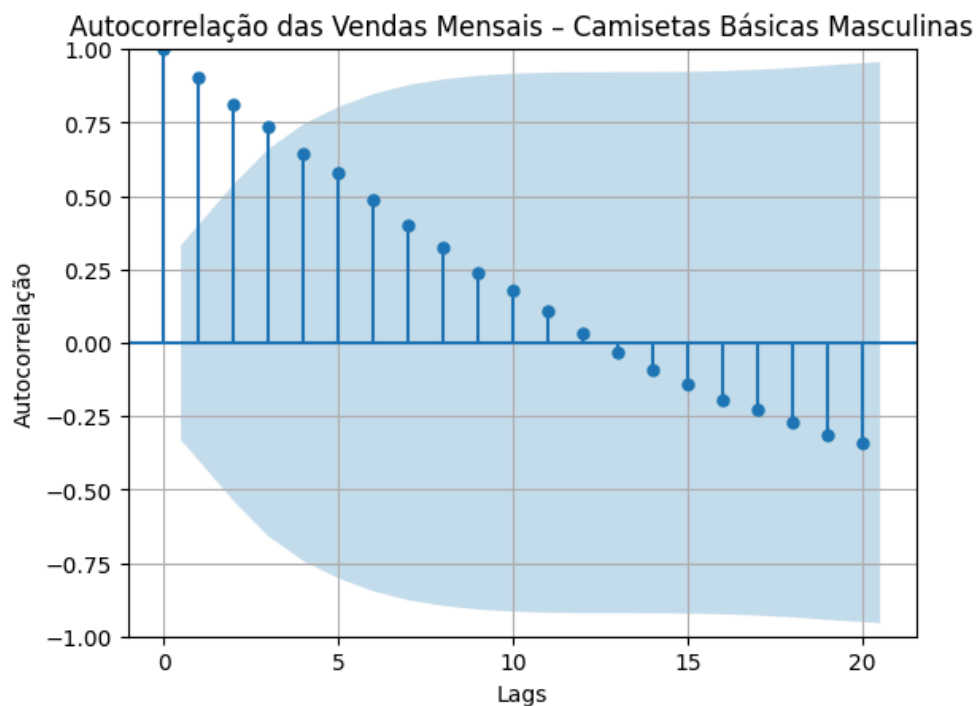


FIGURA 3 - AUTOCORRELAÇÃO - FONTE: AUTORES,2025.

A análise de autocorrelação confirma que as vendas mensais seguem uma estrutura temporal dependente, ou seja, os valores atuais são influenciados por períodos anteriores, especialmente nos primeiros 6 a 8 meses. Isso é consistente com comportamentos típicos de negócios de moda rápida, em que decisões de produção e marketing têm efeitos duradouros, mas não permanentes. A compreensão desses padrões é essencial para o desenvolvimento de modelos de previsão mais robustos, ou modelos baseados em janelas de tempo.

4.2.3 - Média Quarter

Exibe a evolução da média trimestral de vendas de camisetas básicas masculinas da marca Segrob Notlad, com base nos dados compreendidos entre o primeiro trimestre de 2022 (Q1/2022) e o terceiro trimestre de 2024 (Q3/2024). A análise foi realizada a partir do agrupamento dos dados de vendas por trimestres civis e cálculo da média de unidades vendidas em cada período. A linha do gráfico mostra uma tendência de crescimento contínuo e acentuado da demanda ao longo do tempo:

- No início da série (Q1/2022), a média trimestral de vendas era inferior a 120 unidades por dia.
- A partir de Q3/2022, observa-se uma trajetória de alta constante, sem quedas ou estabilizações significativas.
- Em Q3/2023 há um salto mais expressivo, possivelmente relacionado a ações promocionais ou expansão da marca.
- O último ponto do gráfico, Q3/2024, apresenta uma média superior a 400 unidades diárias, representando um crescimento de mais de 250% em relação ao início da série.

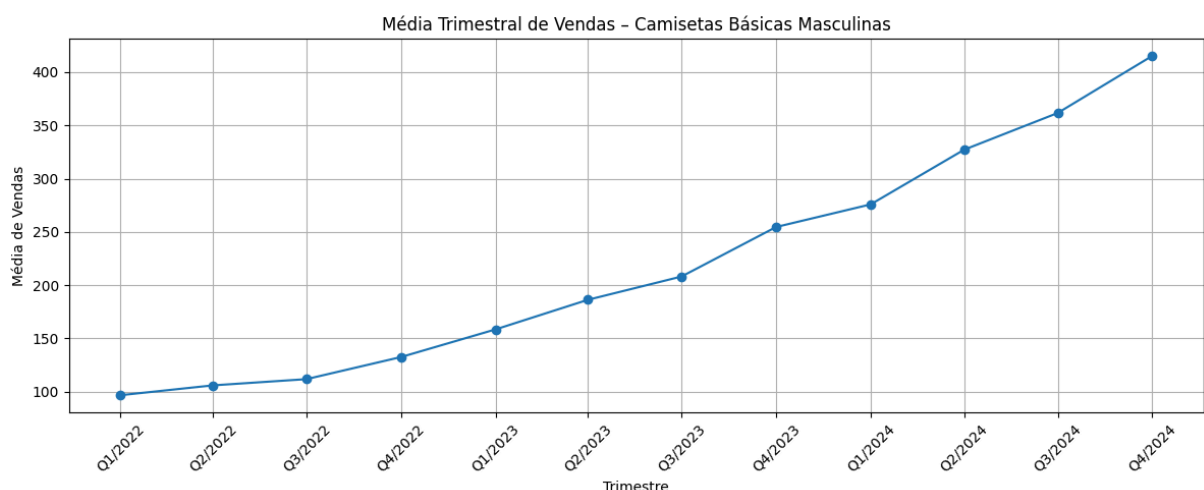


FIGURA 4 - GRÁFICO DE MÉDIA QUARTER - FONTE: AUTORES,2025.

Este gráfico evidencia uma clara mudança de patamar na operação comercial da empresa. O comportamento crescente e estável da curva indica que o produto em análise apresenta forte aceitação no mercado e potencial de escalabilidade. Do ponto de vista analítico, a evolução trimestral:

- Confirma a validação do produto ao longo do tempo.
- Reforça a necessidade de ajustar modelos preditivos para acomodar uma tendência de alta acentuada.
- Serve como base para projeções futuras mais agressivas de produção e logística.

A análise trimestral suaviza variações diárias e mensais, permitindo visualizar com mais clareza a tendência estrutural de crescimento da demanda. Trata-se, portanto, de uma métrica importante para planejamento estratégico e previsão de longo prazo.

4.2.4 - Registro Diário de Vendas

Apresenta o registro diário das vendas de camisetas básicas masculinas da marca Segrob Notlad, no período de janeiro de 2022 a novembro de 2024. O gráfico permite observar de forma clara o comportamento da demanda ao longo do tempo. No início da série, os volumes de venda diários são mais baixos, oscilando majoritariamente entre 80 e 150 unidades. Com o passar dos meses, especialmente a partir de 2023, nota-se uma tendência consistente de crescimento. Esse aumento se intensifica ao longo de 2024, quando os registros diários frequentemente ultrapassam 300 unidades, chegando, em alguns casos, a ultrapassar a marca de 600 unidades em um único dia.

Além da tendência geral de crescimento, o gráfico também evidencia a presença de picos regulares e espaçados, que podem estar relacionados a eventos promocionais, campanhas de liquidação, datas comemorativas ou ações de marketing da marca — o que é típico do setor de *fast fashion*. A progressão contínua da linha de vendas, com redução gradual dos dias de baixa performance, sugere um processo de consolidação de mercado, fidelização de clientes e possível ampliação da rede de distribuição.

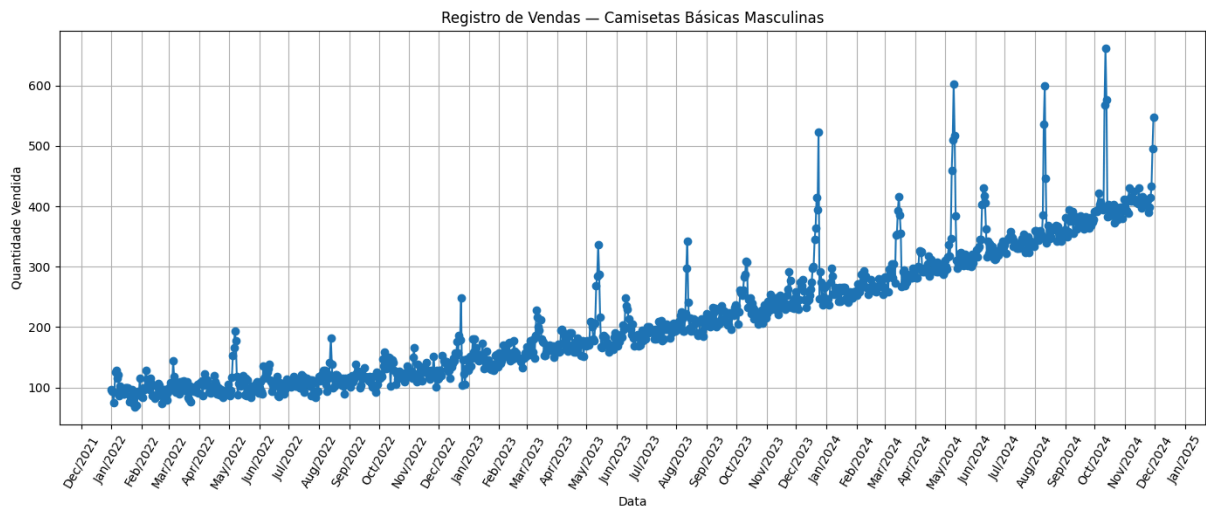


FIGURA 5 - GRÁFICO DE LINHA - FONTE: AUTORES,2025.

Em termos analíticos, o gráfico mostra que o padrão de vendas da empresa não é apenas aleatório ou sazonal, mas estruturado, com sinais claros de expansão. Essa leitura visual corrobora os dados anteriores de média trimestral e autocorrelação, reforçando que a empresa não só cresce, como cresce de forma consistente e sustentada ao longo do tempo.

4.2.5 - Gráfico de Tendências

Apresenta a tendência mensal das vendas de camisetas básicas masculinas da marca Segrob Notlad, no período de janeiro de 2022 a novembro de 2024. O gráfico foi construído com base na soma das vendas realizadas a cada mês, o que permite suavizar variações diárias e destacar a evolução geral da demanda ao longo do tempo. A curva resultante mostra um padrão de crescimento nítido e contínuo, com poucos sinais de retração ou estagnação.

No início da série, os volumes mensais se concentram abaixo de 4.000 unidades, caracterizando um estágio inicial da operação. A partir do segundo semestre de 2022, nota-se um movimento ascendente consistente, que se intensifica ao longo de 2023 e se consolida em 2024 com volumes superiores a 12.000 unidades mensais. Esse padrão indica não apenas crescimento de vendas, mas também o fortalecimento da marca no mercado, possivelmente impulsionado por estratégias bem-sucedidas de marketing, expansão de canais de venda e fidelização do público-alvo.

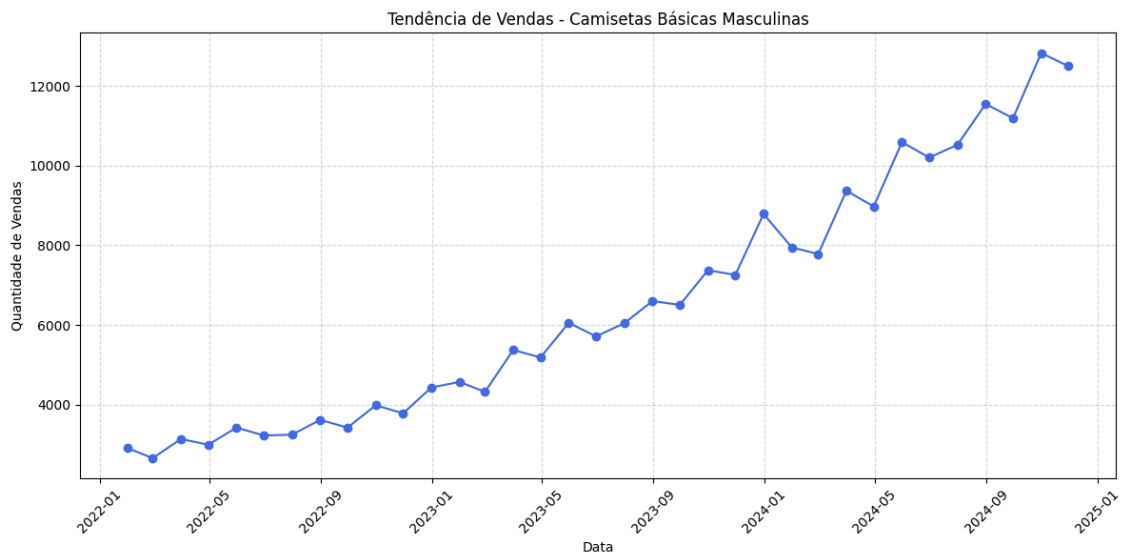


FIGURA 6 - GRÁFICO DE TENDÊNCIAS - FONTE: AUTORES,2025.

Além disso, a regularidade da curva ao longo dos trimestres reforça a hipótese de uma demanda crescente e sustentada, o que é um indicativo importante para o planejamento de estoques, logística e produção. A análise da tendência permite prever, com base em dados históricos, a continuidade desse crescimento para períodos futuros, portanto, sendo uma ferramenta essencial para decisões estratégicas no contexto do *fast fashion*.

4.2.6 - Histograma Sazonalidade Temporal

Apresenta a distribuição total de vendas de camisetas básicas masculinas ao longo dos dias da semana, evidenciando a existência de um padrão sazonal semanal. A análise dos dados entre Janeiro de 2022 e Novembro de 2024 revela que as vendas tendem a aumentar progressivamente de segunda-feira até sábado, com pico máximo aos sábados, e leve queda no domingo. Já o outro histograma de sazonalidade temporal (Figura 8) apresenta a distribuição da média diária de vendas nos dias da semana, reforçando a tendência observada na Figura 7. Mesmo ao considerar a média, os sábados continuam se destacando como o dia com maior desempenho, o que confirma uma consistência na alta demanda nesse dia. Esse comportamento sugere que o consumidor da marca está mais ativo comercialmente nos fins de semana, o que pode estar associado a maior disponibilidade de tempo para compras, seja em lojas físicas ou online, e a campanhas promocionais pontuais.

Apesar da diferença entre os dias não ser abrupta, a constância do crescimento ao

longo da semana e o destaque dos finais de semana apontam para uma oportunidade estratégica de reforço de ações de marketing, estoques e atendimento nessas datas. O padrão identificado é coerente com o perfil de consumo do público jovem e urbano da marca, e pode ser utilizado como insumo em modelos de previsão de demanda que levem em consideração a variável "dia da semana" como fator explicativo.

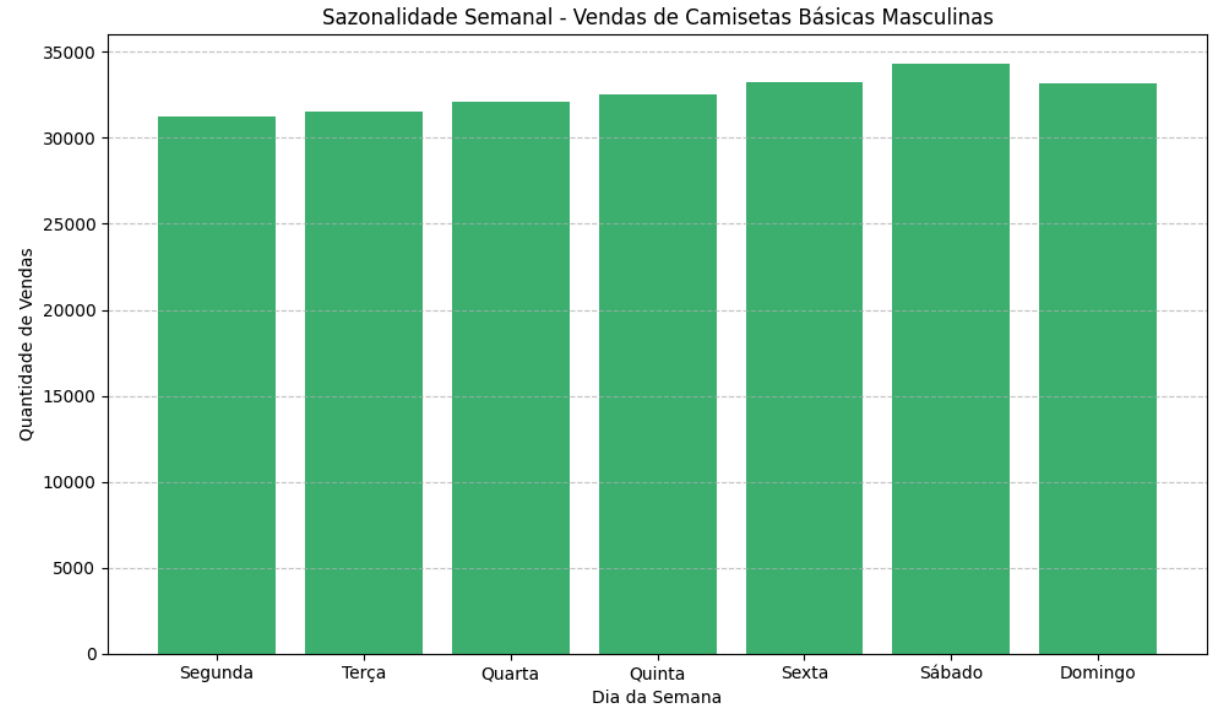
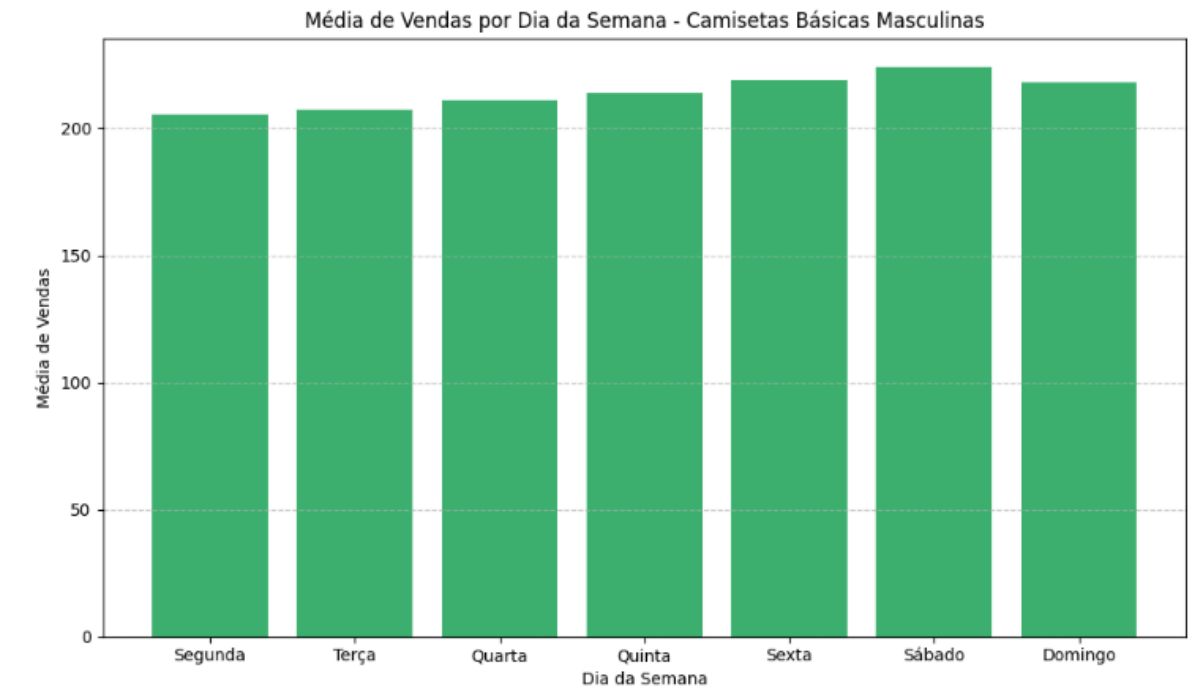


FIGURA 7 - SAZONALIDADE TEMPORAL TOTAL - FONTE: AUTORES,2025.



4.3 - Entendimento Geral dos Dados de Vendas

A análise gráfica e de dados das vendas diárias de camisetas básicas masculinas da Segrob Notlad entre 2022 e 2024 revela uma forte tendência de crescimento, acompanhada por sazonalidades bem definidas e picos regulares de venda. Verificou-se que os meses de maio e dezembro se destacam por picos de demanda, possivelmente associados ao Dia das Mães, mudança brusca de tempo em várias regiões do país e festas de fim de ano. O comportamento semanal também é significativo: as vendas são mais altas aos sábados, evidenciando maior atividade do consumidor no fim de semana, mostrando uma possível força da loja física nas vendas.

A autocorrelação mostra que há persistência no comportamento de consumo, com padrão sazonal próximo de 12 meses. Além disso, a presença de picos de venda recorrentes, com intervalos regulares, sugere que ações promocionais mensais podem ter impacto direto sobre as vendas, já que esses aumentos não se explicam por sazonalidades anuais nem por comportamento de dias da semana.

O aumento expressivo das vendas ao longo de 2024 pode ser atribuído a fatores como o fortalecimento da fidelização de clientes e o crescimento do interesse por peças básicas e versáteis, alinhadas ao conceito de praticidade do *fast fashion*, que se conecta bem com o público da marca.

Em resumo, a interpretação dos gráficos traz um entendimento do comportamento da demanda: trata-se de uma série com crescimento sustentado, forte influência de datas sazonais e resposta de possíveis campanhas promocionais recorrentes.

4.4 - Previsão de vendas para Dezembro de 2024

A Tabela 1 apresenta os resultados da previsão diária de vendas de camisetas básicas masculinas para o mês de dezembro de 2024, obtida por meio do modelo Prophet, treinado com os dados históricos entre Janeiro de 2022 e Novembro de 2024. Os valores indicam a estimativa do volume de vendas esperado para cada dia do mês, considerando a tendência e a sazonalidade semanal observadas no comportamento do consumidor.

Verifica-se uma variação cíclica nas previsões, com volumes mais baixos no início da semana e picos concentrados aos sábados. Esse padrão reforça o comportamento de compra

identificado nos dados históricos, em que os fins de semana se destacam como os períodos de maior atividade comercial.

DATA	VENDAS (UN)
01/12/2024	429
02/12/2024	417
03/12/2024	420
04/12/2024	426
05/12/2024	430
06/12/2024	437
07/12/2024	445
08/12/2024	443
09/12/2024	432
10/12/2024	436
11/12/2024	443
12/12/2024	448
13/12/2024	455
14/12/2024	464
15/12/2024	461
16/12/2024	451
17/12/2024	455
18/12/2024	460
19/12/2024	464
20/12/2024	471
21/12/2024	477
22/12/2024	473
23/12/2024	461
24/12/2024	463
25/12/2024	466
26/12/2024	468
27/12/2024	472
28/12/2024	477
29/12/2024	471
30/12/2024	456
31/12/2024	456

TABELA 1 - PREVISÃO DE VENDAS PARA DEZEMBRO/2024 - FONTE: AUTORES,2025.

Além da tabela, a Figura 9 ilustra graficamente a distribuição diária dessas previsões, facilitando a visualização das oscilações e tendências ao longo do mês. Essa representação gráfica reforça a consistência do padrão semanal e evidencia os dias com maior potencial de vendas, fornecendo subsídios importantes para o planejamento de estoque, logística e ações promocionais específicas para o período.

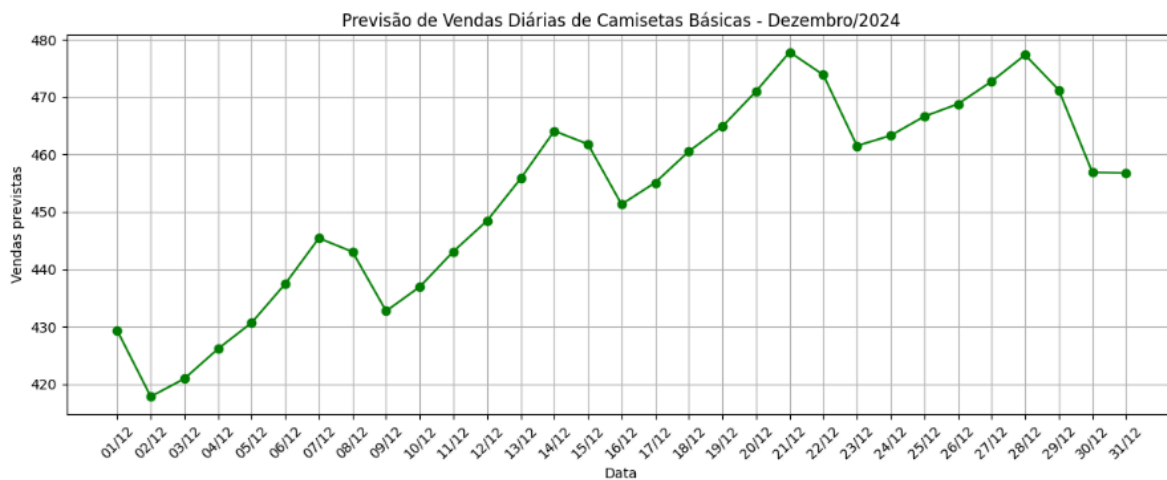


FIGURA 9 - MODELO DE PREVISÃO DE VENDAS DE DEZEMBRO/2024 - FONTE: AUTORES,2025.

5. Referências

MORETTIN, Pedro A.; TOLOI, Clélia M. Análise de séries temporais: modelos lineares univariados. 1a ed. São Paulo, Editora Blucher, 2021, 475 p.

Site Pessoal | Dalton Borges. Disponível em: <https://www.daltonborges.com.br/>. Acesso em 26 abr. 2025.