

ANÁLISE DOS DADOS DE VENDAS E CLIENTES

Nesse relatório faz-se uma análise sobre os negócios de uma empresa do setor de vestuário durante o período de agosto de 2014 a abril de 2018. Serão abordadas comparações ano a ano das vendas totais e lucro e insights sobre vendedores e clientes.

Partindo de 2014, podemos perceber que temos dados incompletos, isto é, ela se inicia para mais da metade do ano. Enquanto para o departamento *Clothing* (roupas) observa-se vendas entre agosto e dezembro, não podemos dizer o mesmo para o *Shoes* (calçados) com vendas apenas em julho e novembro. Tendo em vista, especificamente, esse ano, não se pode dizer que existe uma associação clara de vendas entre os produtos desses dois departamentos, dado que os pontos mais altos de vendas não são os mesmos.

Em 2015, os negócios dessa companhia alavancam de forma considerável. É possível visualizar um aumento de vendas e lucro bruto em todos os meses quando comparado aos meses que tiveram vendas em 2014. Fazendo uma comparação dos mesmos meses que tiveram vendas em 2014 com os de 2015, houve uma variação de vendas totais e lucro bruto, respectivamente, correspondente a 1280% e 1637%. Esses valores estão associados à expansão de dois escritórios localizados em Paris e Seattle, em que os dois juntos são responsáveis por 29,2% das vendas totais e 27,5% do lucro bruto da companhia.

O ano de 2016 apresentou crescimento sob tanto o ponto de vista de vendas totais quanto de lucro bruto comparando com os dados de 2015. Tratando especificamente de departamento *Shoes*, é importante atentar que as vendas totais do escritório Lund em março e outubro foram responsáveis por 25,7% de todas as vendas do ano. No departamento *Clothing* tem-se um ponto alto de venda em julho, onde o escritório em Stockholm foi o responsável pela maior proporção de vendas. Em relação meses com maiores vendas, percebe-se que correspondem a meses de transições de estações o que pode influenciar esses resultados.

Mesmo comparando os anos que possui informações completas, 2015 e 2016, em 2017 tem-se o maior lucro bruto e vendas da companhia, apesar de não possuir a maior variação desses valores de um ano para o outro. Novamente, destaque-se do escritório em Lund, que em julho foi responsável por cerca de 15,6% do faturamento total.

Em 2018, apenas contrastando contra os meses de janeiro, fevereiro, março e abril de 2017, observa-se um decrescimento na variação de lucro bruto e vendas totais em relação a 2017. Apesar disso, destaca-se que o mês de abril, apesar de ter menos dias disponíveis, apresentou vendas e lucro superior a abril/2017.

Considerando os anos com dados completos – 2015, 2016 e 2017 - é possível visualizar que em julho existiu um ponto alto de vendas e lucro para o departamento *Clothing*. Adicionalmente, não foi possível indicar esse padrão para o segmento de calçados, indicando uma ausência de sazonalidade para esse setor.

Atentando a todos os anos, pode-se dizer que o destaque de vendas é o *Sales Representative* (representante de vendas) Rob Carsson. Em 2016 foi o responsável pelo maior número de vendas e ainda esteve sempre como um dos melhores vendedores em 2015, 2017 e 2018.

Em relação aos países onde os produtos que são vendidos, têm-se que a Alemanha foi o país que teve o maior valor em compras em três anos: 2014, 2016 e 2017. Na Alemanha está localizado o cliente Grunewald, que é ao mesmo tempo o maior comprador em dólares e o cliente com maior ticket médio na maioria dos anos. Referenciando a isso, tem-se que para esse cliente destaca-se a categoria de *Womens wear*, onde o ticket médio em 2017 foi de aproximadamente \$110.000.

Quando se atenta às categorias dos produtos, em todos os anos a categoria *Womens wear* (vestuário feminino), foi responsável pelo maior valor de compras dos clientes assistidos pela empresa. Em segundo lugar, tem-se que a categoria *Mens Footwear* (calçados masculinos) que apresentou o segundo melhor resultado nos anos de 2016 e 2017.

Por fim, os fretes realizados pela One Lines correspondem à maior porcentagem do total de fretes realizado por pedidos, em todos os anos. Porém, observa-se que a Ship for U opera somente na Europa e a Freight Express opera apenas na América do Norte. Uma vez que o tempo médio de frete não varia muito de acordo com o transportador, podemos ter uma oportunidade para negociação para que os transportadores especializados em determinadas regiões tenham uma participação maior, possivelmente reduzindo custos com frete. A One Liners pode seguir atendendo áreas como a América Latina, EMEA e Oceania.

Ressalta-se aqui que as comparações realizadas de ano a ano são feitas diante a expectativa que os valores apresentados correspondem aos valores reais da moeda, tendo em vista que caso sejam valores nominais, as análises podem ser equivocadas e influenciarem tomadas de decisões erradas. Uma descrição mais acurada desse processo de negócio deveria considerar a inflação e a taxa de câmbio de cada moeda ano a ano, dado que foram realizadas diversas vendas a diferentes países.