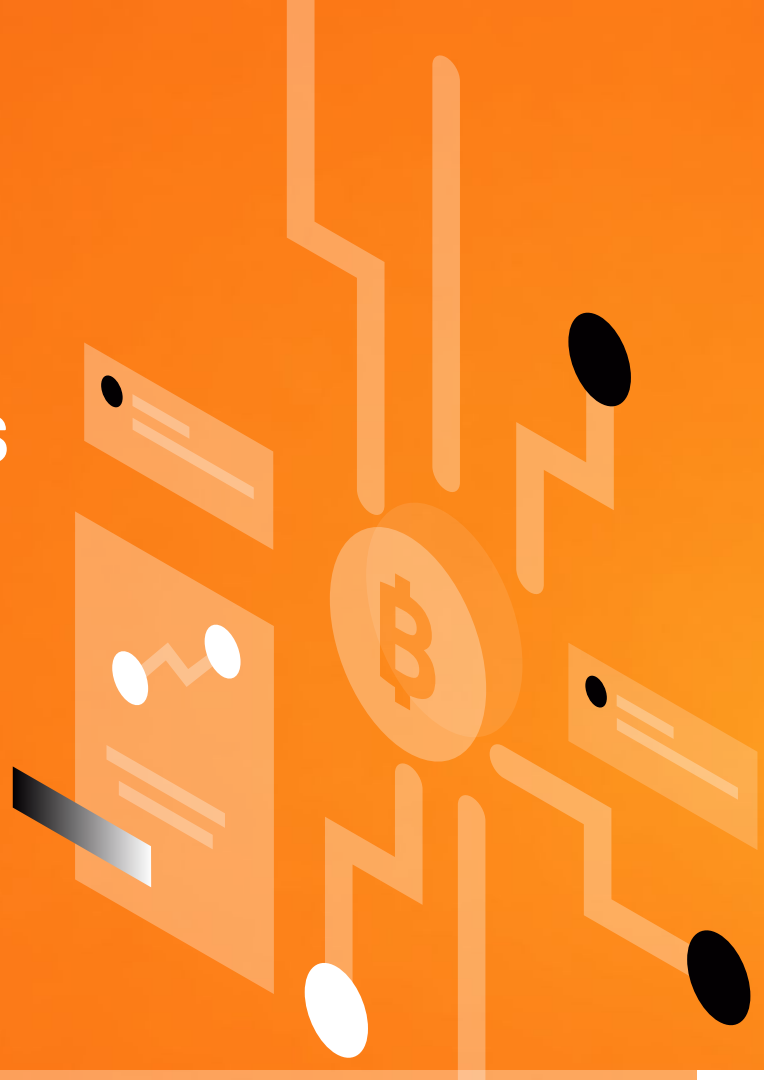


Mapeamento de Dados

- **Dados**



Contextualização:

A Led.Tools é uma operação de e-commerce com:

- Mais de 1.000 vendas por dia
- Presença forte no Mercado Livre
- Operação também na Shopee e Amazon
- Atuação em múltiplas categorias (jardinagem, iluminação, cadeiras, ferramentas, inox)
- Alto volume logístico e grande variedade de SKUs

Esse nível de operação gera uma quantidade massiva de dados diariamente.

Sem mapeamento estruturado, esses dados se tornam apenas registros operacionais.

Com mapeamento, tornam-se inteligência estratégica.

O que é Mapeamento de Dados?

Mapear dados significa:

- Identificar todas as fontes de informação
- Entender quais campos existem
- Padronizar nomenclaturas
- Relacionar dados entre si
- Criar métricas consistentes
- Definir regras de negócio

Não é apenas organizar planilhas.
É estruturar a base da tomada de decisão.



– Principais Fontes de Dados



— Plataformas de venda

- Pedidos
- Comissão
- Taxas
- Frete
- Reputação
- Devoluções



Logística

- Prazo médio de envio
- Ocorrências de transporte



— Financeiro

- Custo de importação
- Custo unitário
- Impostos
- Margem



Atendimento

- Reclamações
- Motivo de devolução
- Tempo de resposta



Problemas que o Mapeamento Resolve



Sem mapeamento:

- Produto vende muito, mas não se sabe se dá lucro
- Estoque fica parado sem diagnóstico
- Decisões são baseadas apenas em faturamento
- Dificuldade em escalar operação
- Falta previsibilidade



— Com mapeamento:

- Visão real de margem por SKU
- Identificação de produtos problemáticos
- Controle de estoque baseado em dados
- Diagnóstico de devoluções
- Planejamento estratégico baseado em métricas



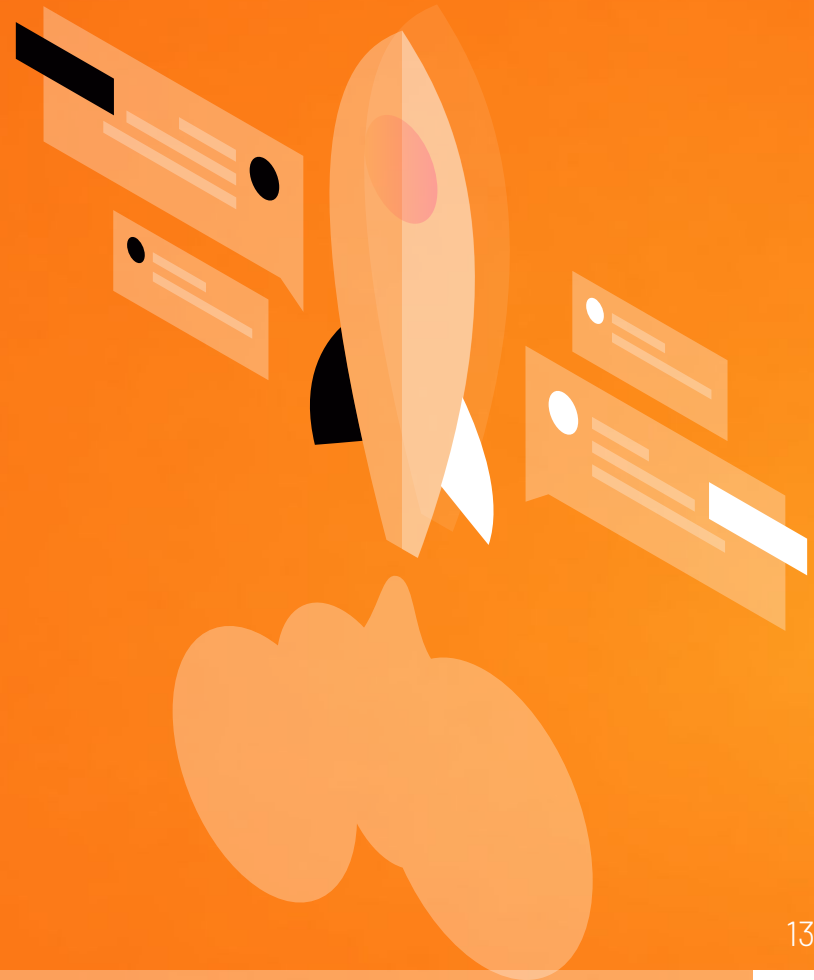
CRISP-DM

Framework para Estruturação do
Projeto de Dados



— CRISP-DM significa:

- Cross Industry Standard Process for Data Mining
- É o modelo mais utilizado no mundo para estruturar projetos de análise de dados.
- Ele evita análises desconectadas da realidade do negócio.



CRISP-DM

As 6 Etapas aplicadas à Led.Tools



Business Understanding

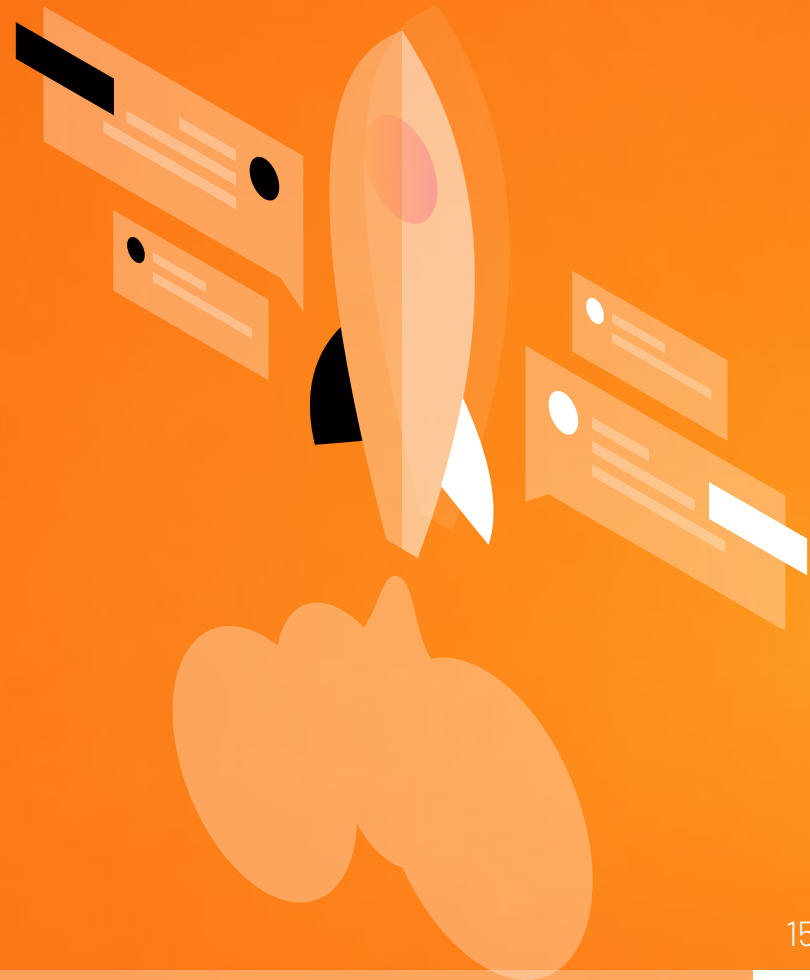
Definir claramente:

- Qual problema queremos resolver?
- Qual decisão será tomada?
- Qual impacto esperado?

Exemplo na Led.Tools:

- Reduzir devoluções?
- Aumentar margem?
- Melhorar giro de estoque?

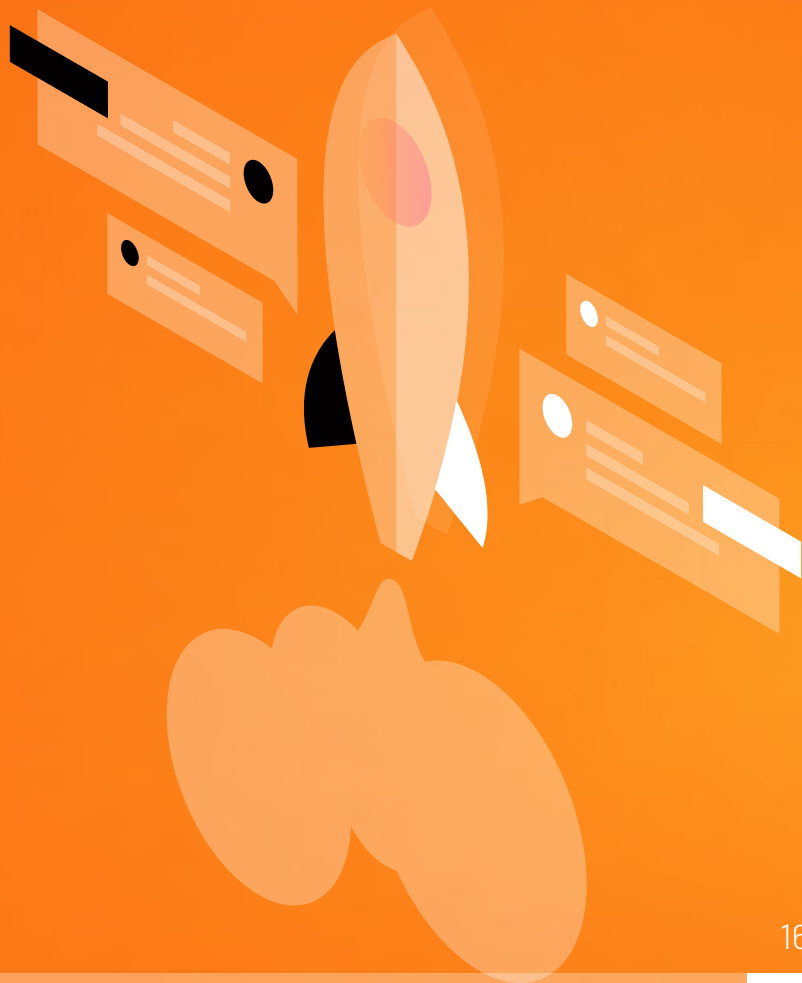
Sem essa etapa, a análise perde direção.



— Data Understanding

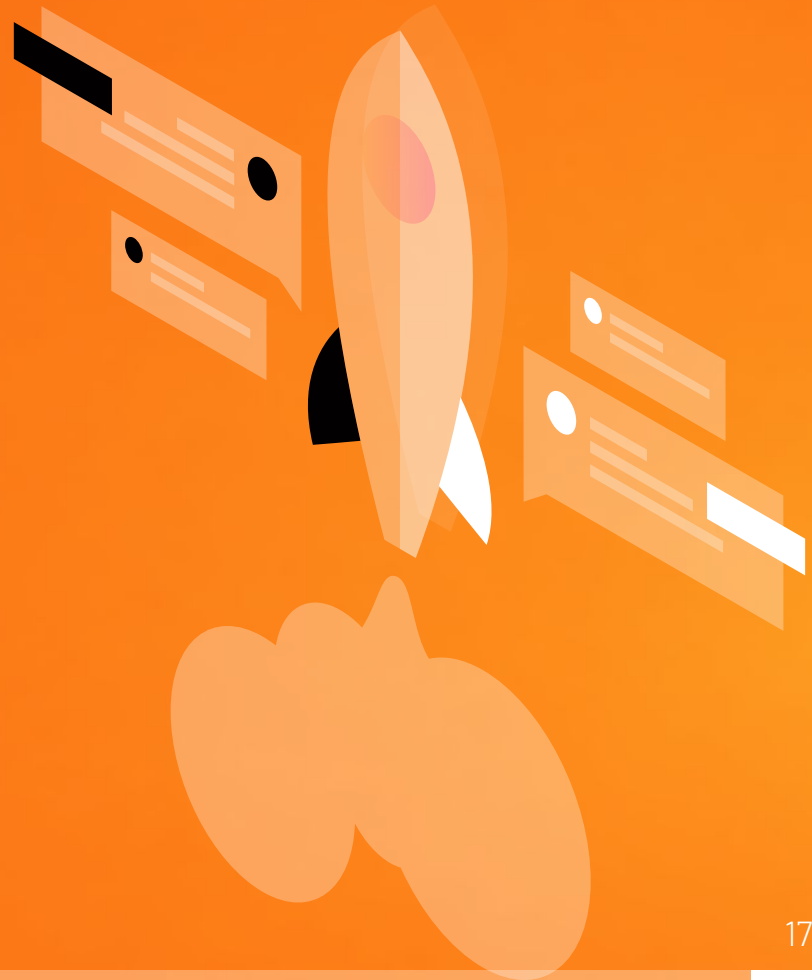
- Quais dados existem?
- Quais são confiáveis?
- Quais estão incompletos?
- Há inconsistências?

Aqui entra o mapeamento inicial.



Data Preparation

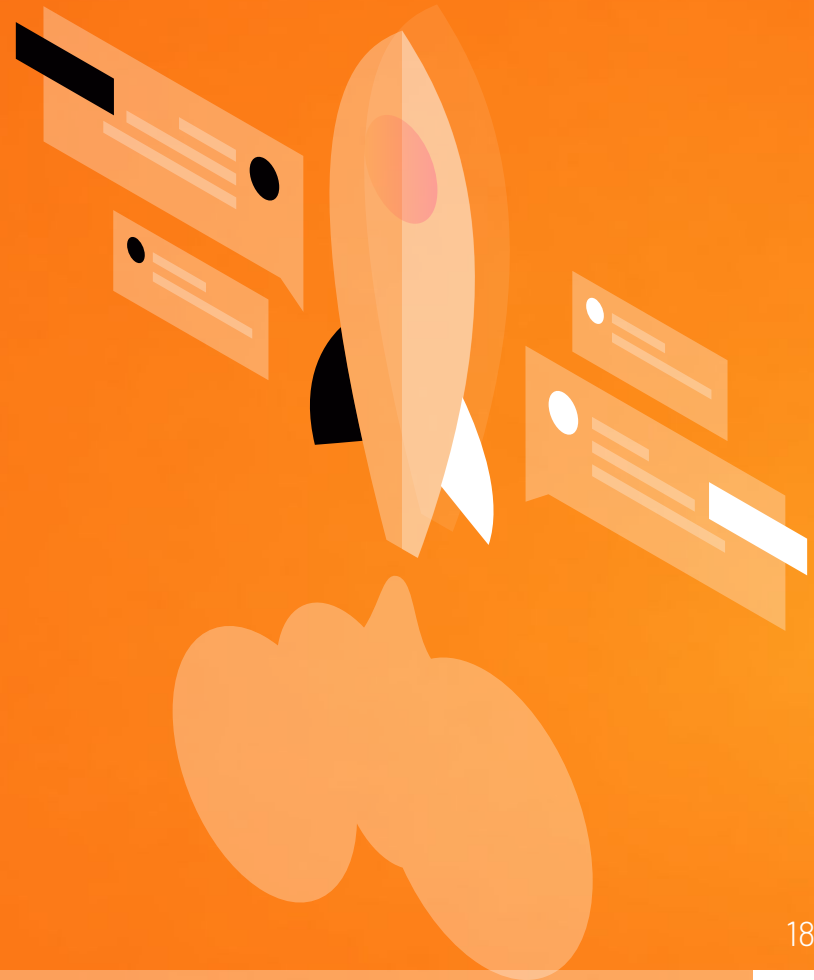
- Limpeza
- Padronização
- Criação de métricas
- Cruzamento de bases



Modeling

Pode envolver:

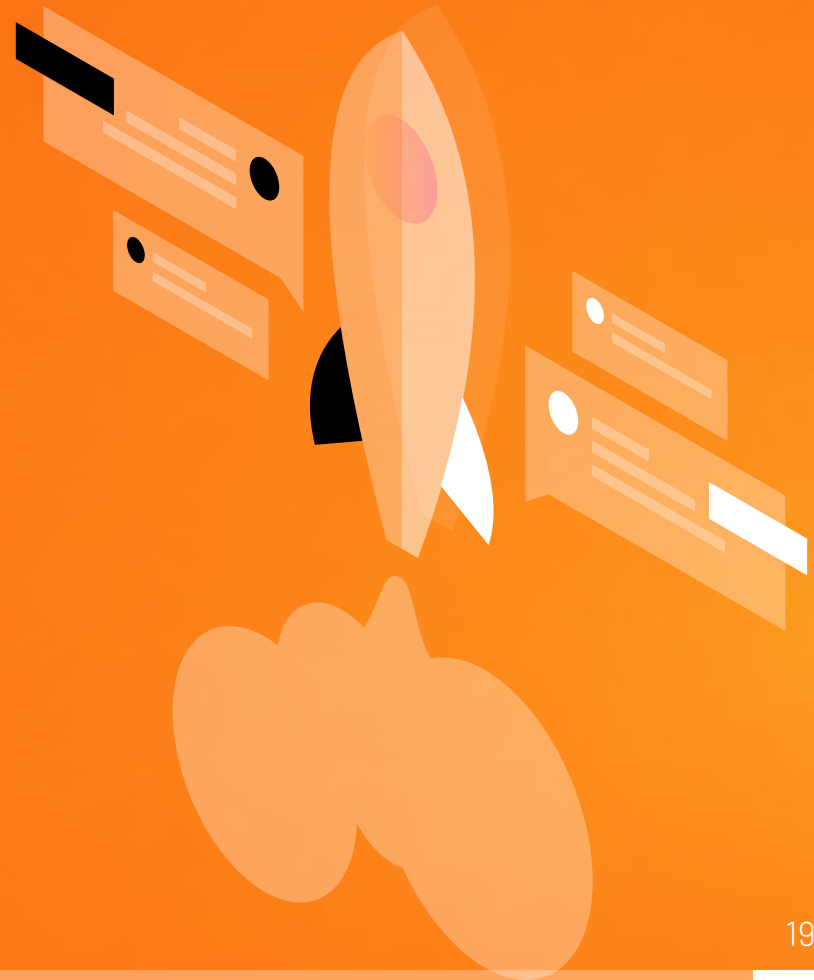
- Curva ABC
- Ranking por margem
- Análise por categoria
- Classificação de produtos por risco de devolução
- Previsão de estoque



Evaluation

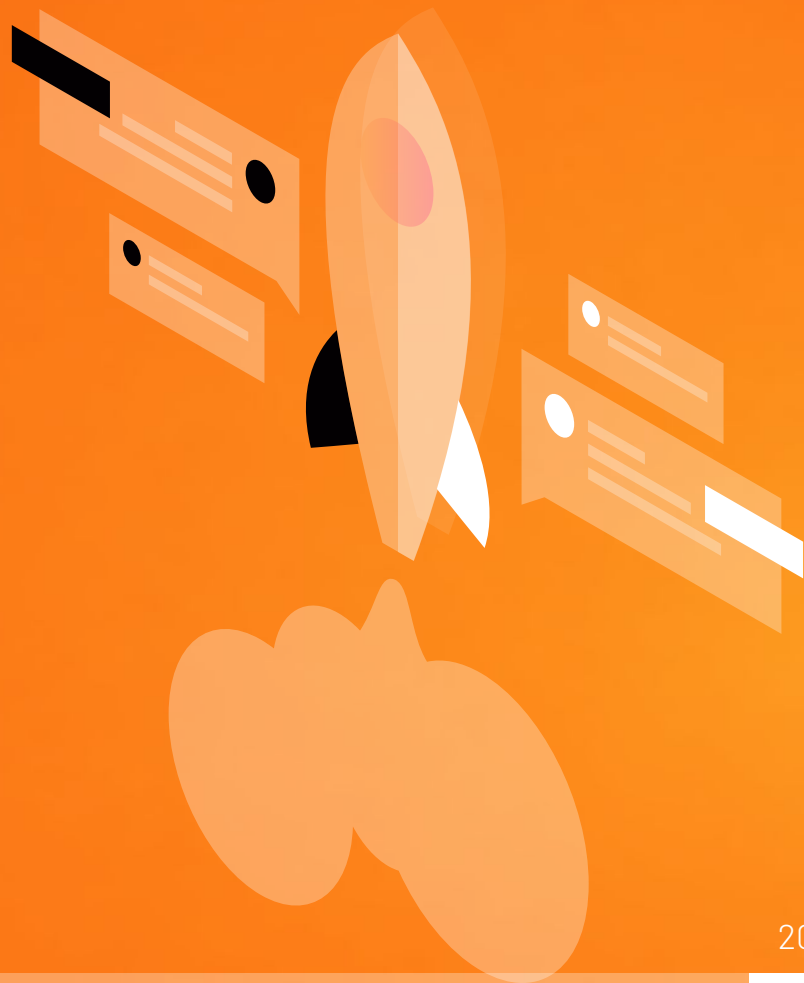
- A análise responde ao problema?
- O resultado é confiável?
- A decisão faz sentido operacional?

Evita decisões precipitadas.



Deployment

- Scripts automatizados
- Relatórios semanais
- Dashboard executivo
- Alertas automáticos
- Rotina de monitoramento



— **Conclusão:**

Os próximos passos.



— Conclusão:

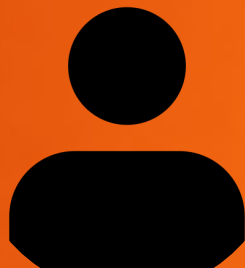
O mapeamento de dados:

- Estrutura a inteligência da empresa
- Reduz risco operacional
- Melhora tomada de decisão
- Sustenta crescimento escalável

O CRISP-DM:

- Dá método
- Evita retrabalho
- Alinha análise ao negócio
- Garante maturidade analítica

— TEAM PRESENTATION



Samuel Barbosa

Auxiliar de E-commerce

Não confie. Verifique!

