

Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Gestão da Tecnologia da Informação

Tainá Dias da Silva

Inteligência Analítica em Negócios
Relatório de análise

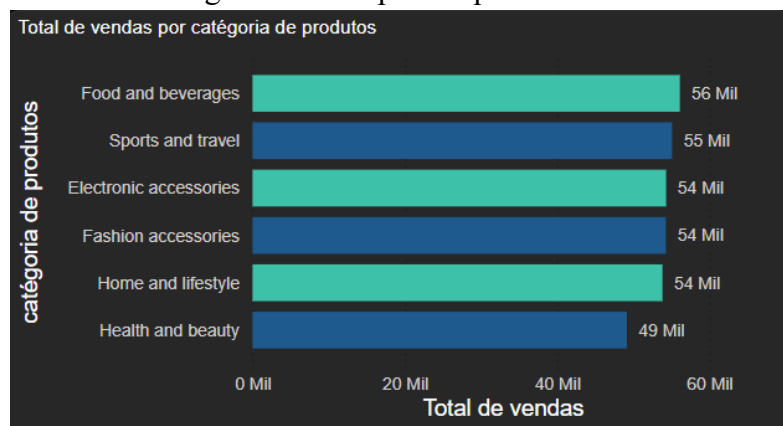
São José Dos Pinhais

2025

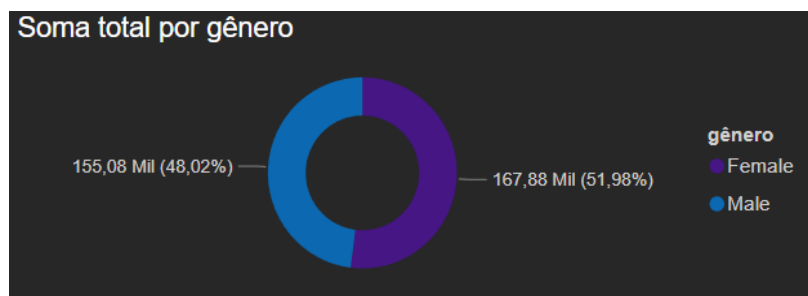
RESUMO DOS INSIGHTS

A análise dos dados revela padrões importantes que impactam diretamente o desempenho das vendas. Identificamos tendências relevantes no comportamento de vendas. Esses insights oferecem oportunidades para criar estratégias que visam o crescimento das vendas. Os principais insights obtidos na análise foram:

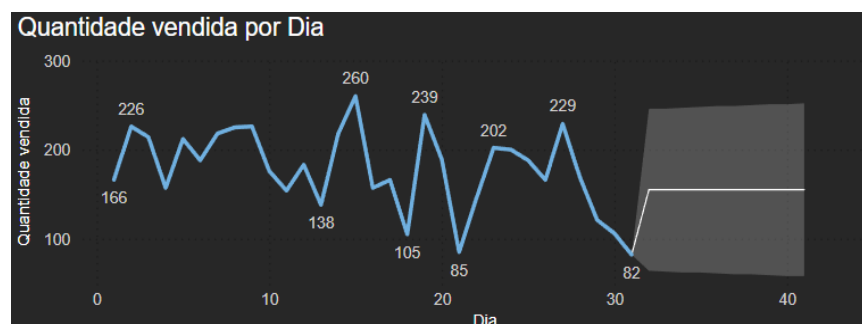
- **Categoria de produtos menos vendidos:** Com base nos dados obtidos, a categoria Health and beauty tem o menor valor de vendas comparado as outras categorias.
- **Categoria de produtos mais vendidos:** Ao contrário da categoria Health and beauty, a food and beverages está no topo em questão de vendas.



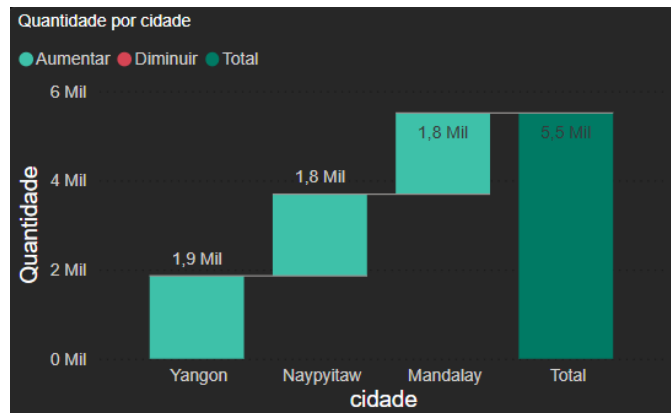
- **Lucro por gênero:** As mulheres representam 51,98% do total de lucros obtidos das vendas. Essa tendencia reforça a necessidade de criar estratégias para o publico masculino.



- **Maior volume de compras por dia:** A análise preditiva, baseada em vendas passadas, mostra que a maior quantidade de produtos vendidos ocorre no dia 15 de todos os meses.



- **Ticket médio:** Foi calculado que o valor médio gasto por compra é \$322,97, o que representa oportunidade para ampliar as vendas.
- **Oportunidade geográfica:** O desempenho comercial nas cidades de Yangon, Naypyitaw e Mandalay apresentam um volume de vendas semelhantes. Entretanto, apesar das vendas equilibradas nesses pontos, há oportunidades de criar estratégias comerciais para cada cidade.



PLANO DE AÇÃO

A partir dos insights identificados no resumo, é possível estruturar um plano de ação estratégico. Com base nesses resultados, foram propostas soluções para maximizar oportunidades e melhorar alguns pontos:

- **Categoria de produtos mais e menos vendidos:** Com base na análise, foi possível identificar quais categorias têm uma maior receita no mercado e quais apresentam baixo desempenho. Essa informação nos permite elaborar estratégias, como reforçar a divulgação dos produtos menos vendidos e analisar quais as diferenças entre essa categoria e a mais vendida.
- **Estratégias para público masculino:** As mulheres representam a maior parte do lucro obtido da empresa, gastando mais que os homens, a porcentagem está em 51,98%, enquanto dos homens está em 48,02%. Essa diferença sugere a oportunidade de fortalecer as ações voltadas para o público feminino, entretanto, é necessário focar e investir no público masculino através de campanhas de marketing e adicionar mais produtos voltados aos homens.
- **Pico de vendas:** O pico de vendas no dia 15 pode estar relacionado aos vales oferecidos pelas empresas nesse período, enquanto nos dias 21 e 31 as vendas caem, possivelmente devido à falta de orçamento. Para combater isso, podem ser implementadas promoções ou ofertas especiais para estimular compras nesse período.
- **Oportunidade geográfica:** Embora o desempenho nas três cidades seja semelhante, há uma oportunidade de melhorar a atuação em cada uma delas. A estratégia pode incluir a análise de preferência por categoria de produtos e como impulsionar ainda mais o volume de vendas.
- **Gasto por compra:** Foi identificado que o ticket médio é de \$325.10. Esse dado mostra que podemos criar cupons de ofertas para determinados valores, por exemplo: compras mínimas de \$200 oferecem um desconto de 5%.

TAINÁ DIAS DA SILVA

Inteligência Analítica em Negócios

Relatório de análise

Trabalho apresentado a PUCPR como atividade
somativa de inteligência analítica em negócios.

Professor Orientador: Mauricio Antonio Ferste

SÃO JOSÉ DOS PINHAIS

2025

