

Relatório IAN Store



Thabata T. Rodrigues

PUCPR

2025

OBJETIVO DO PROJETO

Este projeto foi desenvolvido como parte da disciplina **Inteligência Analítica em Negócios**, com o objetivo de aplicar conceitos de análise de dados em um contexto prático. Utilizando o Power BI, realizamos a construção de um dashboard interativo baseado nos dados da empresa fictícia **IAN-Store**.

Durante o desenvolvimento, foram aplicadas técnicas de análise descritiva, diagnóstica e preditiva para gerar insights relevantes, apoiar a tomada de decisões e identificar oportunidades de melhoria para o negócio.

Além disso, o trabalho contemplou a criação de KPIs estratégicos, visualizações interativas e a aplicação de storytelling para comunicar de forma clara as descobertas realizadas.

ANÁLISE DESCRITIVA

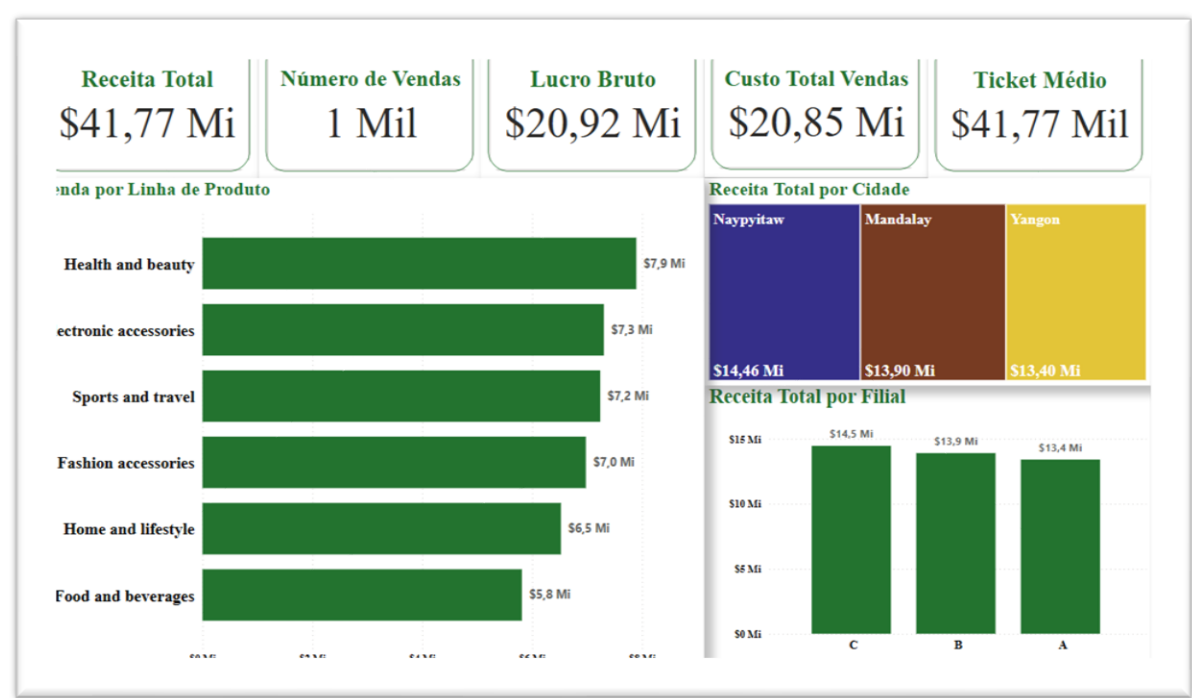
Na primeira etapa do projeto de Business Intelligence, realizamos uma análise descritiva dos dados de vendas da IAN-Store, buscando identificar o cenário atual da empresa a partir dos principais indicadores de desempenho (KPIs) e visualizações estratégicas.

Entre os KPIs destacados, a **Receita Total** alcançou **\$41,77 milhões**, oriunda de aproximadamente **1.000 vendas** realizadas. O **Lucro Bruto** foi de **\$20,92 milhões**, enquanto o **Custo Total das Vendas** ficou em **\$20,85 milhões**, evidenciando uma margem bruta próxima de 50%. Além disso, o **Ticket Médio** atingiu **\$41,77 mil**, mostrando que cada transação individual possui um alto valor agregado.

A análise da **Receita por Linha de Produto** revelou que o segmento de **Health and Beauty** liderou com **\$7,9 milhões**, seguido por **Electronic Accessories** (**\$7,3 milhões**) e **Sports and Travel** (**\$7,2 milhões**). Em contrapartida, o segmento de **Food and Beverages** apresentou a menor receita, com **\$5,8 milhões**, sinalizando uma possível oportunidade para estratégias de fortalecimento ou ajuste do portfólio de produtos.

Em relação à **distribuição geográfica**, a cidade de **Naypyitaw** gerou a maior receita, somando **\$14,46 milhões**, seguida por **Mandalay** (**\$13,90 milhões**) e **Yangon** (**\$13,40 milhões**). Essa informação destaca Naypyitaw

como mercado prioritário para investimentos e campanhas específicas. Quando analisamos a **Receita por Filial**, observamos que a **Filial C** foi a que mais faturou, com **\$15 milhões**, seguida pelas filiais **A (\$13,4 milhões)** e **B (\$12,3 milhões)**. Este desempenho sugere que a Filial C pode servir como referência para a aplicação de boas práticas em outras unidades.



ANÁLISE DIAGNÓSTICA

Na análise diagnóstica realizada, buscamos entender as causas que influenciaram os resultados apresentados nas KPIs. Observamos que a forma de pagamento impacta diretamente o número de vendas, com destaque para o **Ewallet** (345 vendas) e **Cash** (344 vendas), ambos superando o uso de **Credit Card** (311 vendas). Esse comportamento indica uma preferência dos clientes por métodos de pagamento mais rápidos ou acessíveis, o que sugere oportunidades para criar promoções específicas e incentivar ainda mais o uso dessas modalidades.

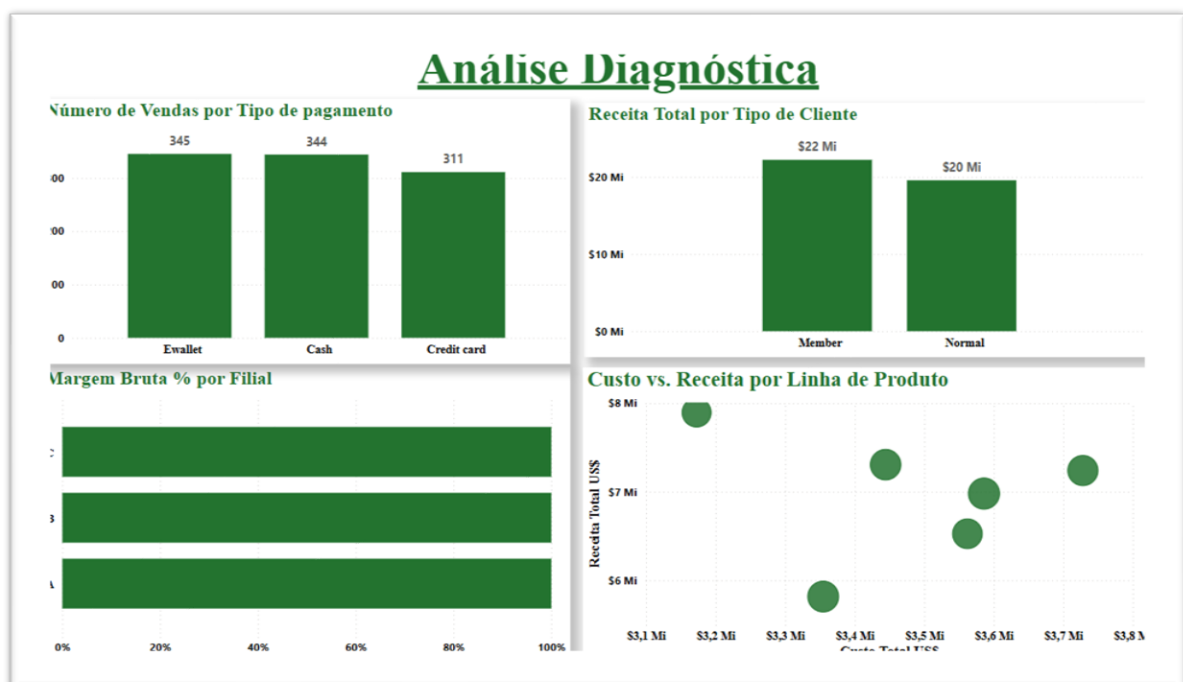
No comparativo de receita total por tipo de cliente, constatou-se que os **clientes do tipo "Member"** geraram **US\$ 22 milhões**, superando os **clientes "Normal"** que contribuíram com **US\$ 20 milhões**. Essa diferença evidencia o sucesso de programas de fidelidade, onde membros ativos representam maior faturamento. A estratégia de incentivo à adesão e

manutenção dos benefícios para membros pode ser decisiva para aumentar ainda mais as receitas.

Analisando a margem bruta por filial, a **Filial C** apresentou o melhor desempenho, com a maior margem bruta percentual, seguida pela **Filial B** e **Filial A**. Esse resultado aponta para uma gestão mais eficiente da Filial C em controle de custos e precificação, servindo como referência para a otimização de processos nas demais unidades.

Por fim, o cruzamento entre custo e receita por linha de produto revelou que a linha **Health and Beauty** apresenta o melhor desempenho, com a maior receita (~US\$ 8 milhões) e um dos menores custos (~US\$ 3,1 milhões). Em contrapartida, produtos como **Food and Beverages** e **Home and Lifestyle** apresentaram custos elevados em relação à receita, exigindo atenção para possíveis renegociações com fornecedores ou ajustes estratégicos no mix de produtos.

Esses diagnósticos indicam caminhos importantes para a melhoria contínua da performance da IAN-Store, destacando a necessidade de otimizar canais de pagamento, fortalecer o relacionamento com clientes cadastrados, replicar boas práticas de gestão entre filiais e reavaliar produtos com margens mais baixas.



ANÁLISE PREDITIVA DA RECEITA TOTAL



Com base na análise do gráfico de linhas que apresenta a Receita Total ao longo dos meses, observa-se uma tendência clara de queda nos valores de receita. Nos primeiros meses (janeiro a março), houve uma receita elevada, variando entre **US\$ 7,6 milhões** e **US\$ 12 milhões**. No entanto, a partir de abril, houve uma queda brusca para **US\$ 0,9 milhão**, e nos meses seguintes, a receita se manteve em patamares baixos, entre **US\$ 1,1 milhão** e **US\$ 1,8 milhão**.

Esse comportamento indica que, ao longo do período analisado, as vendas vêm diminuindo gradativamente, com tendência de estabilização em níveis inferiores ao observado no início do ano. A previsão, caso o cenário atual se mantenha, é de continuidade da redução ou manutenção em baixos patamares de receita. Esse padrão sinaliza a necessidade de ações corretivas imediatas por parte da gestão para evitar maiores perdas e buscar a recuperação da performance financeira.

Conclusão da Atividade

A análise realizada evidenciou uma queda significativa nas receitas ao longo do tempo, sugerindo a urgência de medidas estratégicas. Com isso, concluímos esta etapa da análise diagnóstica e preditiva, reforçando a importância de um plano de ação focado na reversão da tendência de queda e na retomada do crescimento sustentável.