

seminario2

October 25, 2022

0.1 Trabalho Superstore - Turma 3

Alunos:

Amanda Raquel da Silva Lopes

Gabriel Itiro Kioki Souza

Vander Soares Teixeira

```
[ ]: import warnings
import pandas as pd
import numpy as np
import matplotlib.pyplot as plt
import seaborn as sns
import datetime as dt
import scipy.stats as stats
```

0.2 Base de dados da Superstore

Transformamos a base de dados em DataFrame do pandas e observamos algumas informações sobre os tipos e estatísticas da base de dados.

```
[ ]: Base = pd.read_csv('superstore.csv', encoding= 'unicode_escape')      #Lendo
    ↪ os dados
Base = pd.DataFrame(Base)          #Transformando em DataFrame
```

```
[ ]: Base.info()                  #Informações sobre a base. Verificando os tipos dos dados
```

```
<class 'pandas.core.frame.DataFrame'>
RangeIndex: 51290 entries, 0 to 51289
Data columns (total 24 columns):
#   Column                Non-Null Count  Dtype
---  -
0   Row ID                 51290 non-null  int64
1   Order ID               51290 non-null  object
2   Order Date             51290 non-null  object
3   Ship Date              51290 non-null  object
4   Ship Mode              51290 non-null  object
5   Customer ID            51290 non-null  object
6   Customer Name          51290 non-null  object
7   Segment               51290 non-null  object
```

```

8   City                51290 non-null object
9   State               51290 non-null object
10  Country             51290 non-null object
11  Postal Code         9994 non-null float64
12  Market              51290 non-null object
13  Region              51290 non-null object
14  Product ID          51290 non-null object
15  Category            51290 non-null object
16  Sub-Category        51290 non-null object
17  Product Name        51290 non-null object
18  Sales               51290 non-null float64
19  Quantity            51290 non-null int64
20  Discount            51290 non-null float64
21  Profit              51290 non-null float64
22  Shipping Cost       51290 non-null float64
23  Order Priority      51290 non-null object
dtypes: float64(5), int64(2), object(17)
memory usage: 9.4+ MB

```

```
[ ]: Base.describe() #Descrevendo os dados
```

```

[ ]:
count    Row ID    Postal Code    Sales    Quantity    Discount \
mean    25645.50000  55190.379428    246.490581    3.476545    0.142908
std     14806.29199  32063.693350    487.565361    2.278766    0.212280
min       1.00000    1040.000000     0.444000    1.000000    0.000000
25%    12823.25000  23223.000000     30.758625    2.000000    0.000000
50%    25645.50000  56430.500000     85.053000    3.000000    0.000000
75%    38467.75000  90008.000000    251.053200    5.000000    0.200000
max     51290.00000  99301.000000   22638.480000   14.000000    0.850000

count    Profit    Shipping Cost
mean      28.610982    26.375915
std      174.340972    57.296804
min     -6599.978000     0.000000
25%         0.000000     2.610000
50%         9.240000     7.790000
75%        36.810000    24.450000
max      8399.976000   933.570000

```

0.3 Histograma

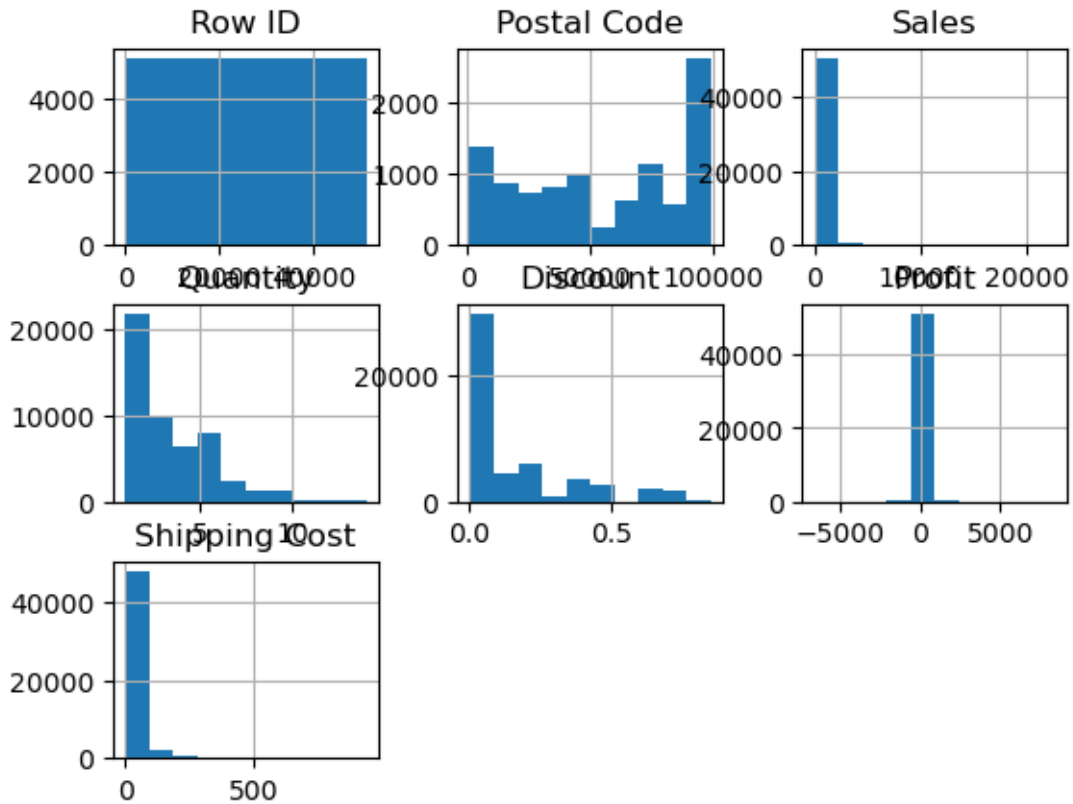
```
[ ]: Base.hist() #Histograma de alguns dados da base
```

```
[ ]: array([[<AxesSubplot: title={'center': 'Row ID'}>,
            <AxesSubplot: title={'center': 'Postal Code'}>],
```

```

<AxesSubplot: title={'center': 'Sales'}>,
[<AxesSubplot: title={'center': 'Quantity'}>,
<AxesSubplot: title={'center': 'Discount'}>,
<AxesSubplot: title={'center': 'Profit'}>],
[<AxesSubplot: title={'center': 'Shipping Cost'}>,
<AxesSubplot: >, <AxesSubplot: >]], dtype=object)

```



```

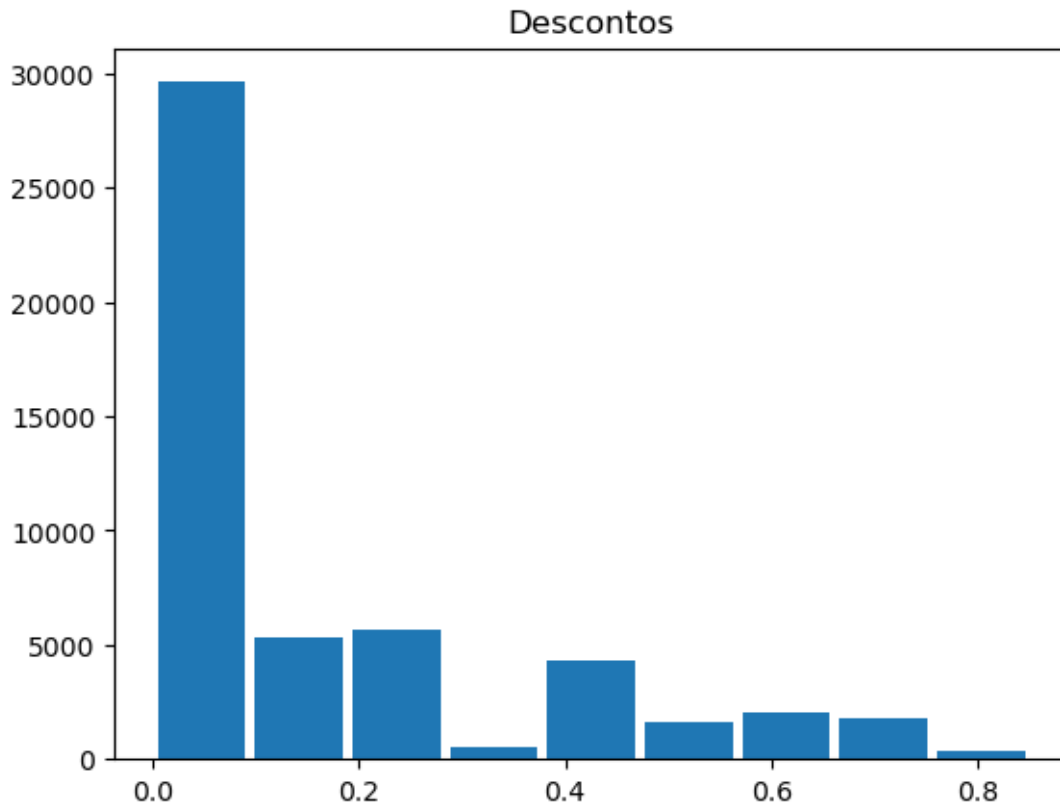
[ ]: plt.title('Descontos')           #Título do histograma sobre as categorias
      plt.hist(Base.Discount,9,rwidth=0.9)      #Criando histograma de categorias

```

```

[ ]: (array([29620., 5344., 5625., 563., 4333., 1643., 2058., 1786.,
            318.]),
      array([0.          , 0.09444444, 0.18888889, 0.28333333, 0.37777778,
            0.47222222, 0.56666667, 0.66111111, 0.75555556, 0.85        ]),
      <BarContainer object of 9 artists>)

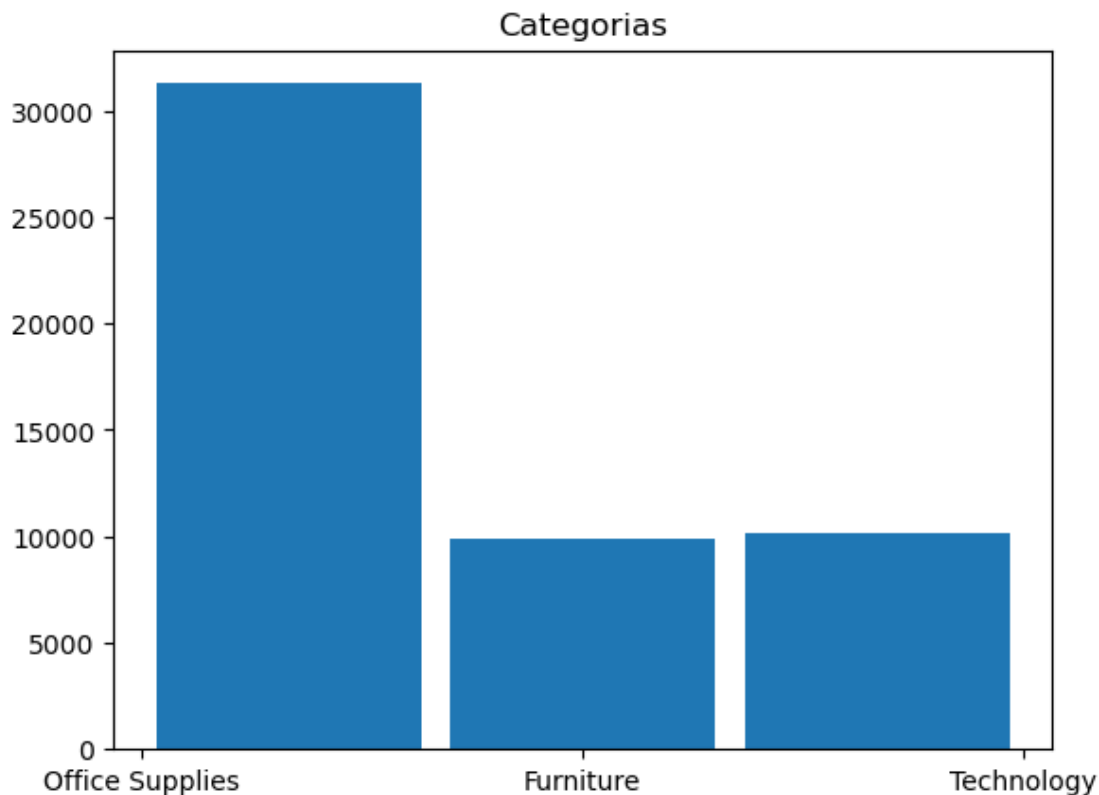
```



Através dos histogramas é possível ver que na maior parte das vendas (mais de 20.000) foi praticado o preço cheio (0% de desconto).

```
[ ]: plt.title('Categorias')           #Título do histograma sobre as categorias
      plt.hist(Base.Category,3,rwidth=0.9)      #Criando histograma de categorias

[ ]: (array([31273., 9876., 10141.]),
      array([0.          , 0.66666667, 1.33333333, 2.          ]),
      <BarContainer object of 3 artists>)
```



Dentre as categorias de produtos vendidos, a maior parte das vendas diziam respeito à categoria de Office Supplies (materiais de escritório – pouco mais de 30.000 vendas) e em seguida as categorias Furniture (móveis) e Technology (tecnologia) que ficaram com número bem próximo (com aproximadamente 10.000 ocorrências cada).

0.4 Observando uma base com um produto para analisar as colunas e a relação entre os dados.

```
[ ]: Base2 = Base[Base['Product Name'] == 'Acme Trimmer, High Speed']
      ↪ #Criando base de apenas um produto para verificar os dados
Base2.head(5)
```

```
[ ]:
      Row ID      Order ID Order Date  Ship Date  Ship Mode \
1      22253      IN-2011-47883  1/1/2011   8/1/2011  Standard Class
4516    18608      ES-2012-4804562  3/11/2012  10/11/2012  Standard Class
6105    44863      KG-2012-3160   8/5/2012   10/5/2012   Second Class
6500    29049      IN-2012-70157  9/6/2012   13-06-2012  Standard Class
7214    5529      MX-2012-126396  11/6/2012  16-06-2012  Standard Class

      Customer ID  Customer Name  Segment  City \
1      JH-15985    Joseph Holt   Consumer  Wagga Wagga
```

4516	MP-17470	Mark Packer	Home Office	Leeds
6105	RP-9270	Rachel Payne	Corporate	Bishkek
6500	ML-18040	Michelle Lonsdale	Corporate	Kota Kinabalu
7214	CC-12430	Chuck Clark	Home Office	La Ceiba

	State	...	Product ID	Category	Sub-Category	\
1	New South Wales	...	OFF-SU-10000618	Office Supplies	Supplies	
4516	England	...	OFF-SU-10001879	Office Supplies	Supplies	
6105	Bishkek	...	OFF-ACM-10003978	Office Supplies	Supplies	
6500	Sabah	...	OFF-SU-10000618	Office Supplies	Supplies	
7214	Atlántida	...	OFF-SU-10002983	Office Supplies	Supplies	

	Product Name	Sales	Quantity	Discount	Profit	\
1	Acme Trimmer, High Speed	120.366	3	0.1	36.036	
4516	Acme Trimmer, High Speed	44.580	1	0.0	12.900	
6105	Acme Trimmer, High Speed	89.160	2	0.0	25.800	
6500	Acme Trimmer, High Speed	312.060	7	0.0	115.290	
7214	Acme Trimmer, High Speed	17.832	1	0.4	-8.628	

	Shipping Cost	Order Priority
1	9.72	Medium
4516	3.59	Low
6105	28.42	Critical
6500	48.63	High
7214	1.40	Medium

[5 rows x 24 columns]

Ao filtrar um produto específico (“Acme Trimmer, High Speed”), percebemos que a numeração do “ID do Produto” poderia variar, mesmo o nome do produto sendo o mesmo e que o preço do produto poderia estar associado ao ID ao invés do nome.

```
[ ]: Base2['Price'] = (Base2['Sales']/(1-Base2['Discount'])) / Base2['Quantity']
      ↪ #Dividindo o sales pela quantity
Base2['Price Discount'] = Base2['Sales'] / Base2['Quantity']
Base2.head(5)
      ↪ price para identificar o preço e comparar algumas informações
```

	Row ID	Order ID	Order Date	Ship Date	Ship Mode	\
1	22253	IN-2011-47883	1/1/2011	8/1/2011	Standard Class	
4516	18608	ES-2012-4804562	3/11/2012	10/11/2012	Standard Class	
6105	44863	KG-2012-3160	8/5/2012	10/5/2012	Second Class	
6500	29049	IN-2012-70157	9/6/2012	13-06-2012	Standard Class	
7214	5529	MX-2012-126396	11/6/2012	16-06-2012	Standard Class	

	Customer ID	Customer Name	Segment	City	\
1	JH-15985	Joseph Holt	Consumer	Wagga Wagga	

4516	MP-17470	Mark Packer	Home Office	Leeds
6105	RP-9270	Rachel Payne	Corporate	Bishkek
6500	ML-18040	Michelle Lonsdale	Corporate	Kota Kinabalu
7214	CC-12430	Chuck Clark	Home Office	La Ceiba

	State	...	Sub-Category	Product Name	Sales	\
1	New South Wales	...	Supplies	Acme Trimmer, High Speed	120.366	
4516	England	...	Supplies	Acme Trimmer, High Speed	44.580	
6105	Bishkek	...	Supplies	Acme Trimmer, High Speed	89.160	
6500	Sabah	...	Supplies	Acme Trimmer, High Speed	312.060	
7214	Atlántida	...	Supplies	Acme Trimmer, High Speed	17.832	

	Quantity	Discount	Profit	Shipping	Cost	Order	Priority	Price	\
1	3	0.1	36.036		9.72		Medium	44.58	
4516	1	0.0	12.900		3.59		Low	44.58	
6105	2	0.0	25.800		28.42		Critical	44.58	
6500	7	0.0	115.290		48.63		High	44.58	
7214	1	0.4	-8.628		1.40		Medium	29.72	

	Price	Discount
1		40.122
4516		44.580
6105		44.580
6500		44.580
7214		17.832

[5 rows x 26 columns]

```
[ ]: Base2 = Base2.iloc[:,  
    ↳ [0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,24,25,20,21,22,23]]  
    ↳ #Reorganizando as colunas
```

Ainda tentando compreender um pouco mais sobre a base apresentada, ao criar a coluna de preço, foi possível observar que os preços (sem desconto) deste produto eram em sua maior parte no valor de 44.58 com uma linha mais barata (outlier no valor de 29.72).

```
[ ]: Base2.groupby('Market')['Profit'].sum() #Soma de lucro dos mercados  
    ↳ referente ao produto mencionado acima(apenas um produto)
```

```
[ ]: Market  
APAC      394.29  
Africa    25.80  
EMEA      90.30  
EU        87.93  
LATAM     15.92  
Name: Profit, dtype: float64
```

E ao analisar a soma dos lucros por região, constatamos que APAC dava o maior lucro (em valor

absoluto) para o referido item e o mercado LATAM dava menor.

```
[ ]: Base_prod = Base.groupby('Product Name').sum()           #Agrupando e somando os
      ↪ dados
Base_prod = Base_prod[Base_prod['Profit'] < 0]                #Pegando somente os
      ↪ produtos com lucro abaixo de zero
Base_prod = Base_prod['Profit']                               #Ajustando o dataframe
Base_prod.round().sort_values()                               #Arredondando e
      ↪ organizando os valores
```

```
[ ]: Product Name
Cubify CubeX 3D Printer Double Head Print                  -8880.0
Lexmark MX611dhe Monochrome Laser Printer                  -4590.0
Motorola Smart Phone, Cordless                             -4447.0
Cubify CubeX 3D Printer Triple Head Print                  -3840.0
Bevis Round Table, Adjustable Height                       -3650.0
...
SanDisk Cruzer 8 GB USB Flash Drive                        -1.0
Rubber Band Ball                                           -0.0
Acco PRESSTEX Data Binder with Storage Hooks, Dark Blue, 9 1/2" X 11" -0.0
Premier Electric Letter Opener                             -0.0
Stiletto Ruler, Serrated                                   -0.0
Name: Profit, Length: 676, dtype: float64
```

Acima agrupamos todos os produtos da base principal que geram prejuízo e que possivelmente podem ser retirados do mercado para reduzir o número de produtos a venda com o intuito de gerar maior lucratividade.

```
[ ]: Base.groupby('Market')['Profit'].sum()                  #Soma do lucro de mercado de todos
      ↪ os produtos
```

```
[ ]: Market
APAC      436000.04900
Africa    88871.63100
Canada    17817.39000
EMEA      43897.97100
EU         372829.74150
LATAM     221643.48708
US         286397.02170
Name: Profit, dtype: float64
```

Acima agrupamos os lucros de cada mercado e podemos perceber que o mercado com maior lucro é o APAC.

```
[ ]: Base_cat = Base.groupby(['Sub-Category'])['Profit'].sum().sort_values()
      ↪ #Agrupando todos as subcategorias baseados no lucro
Base_cat
      ↪ #identificando que Tables gera prejuízo
```



```
[ ]: Sub-Category
Tables      -64083.38870
Fasteners   11525.42410
Labels      15010.51200
Supplies    22583.26310
Envelopes   29601.11630
Furnishings 46967.42550
Art          57953.91090
Machines    58867.87300
Paper        59207.68270
Binders      72449.84600
Storage     108461.48980
Accessories 129626.30620
Chairs       140396.26750
Appliances  141680.58940
Bookcases   161924.41950
Phones      216717.00580
Copiers     258567.54818
Name: Profit, dtype: float64
```

Acima agrupamos por sub-categoria as lucratividades. Foi possível perceber que a sub-categoria tables gera prejuízo.

Com base na informação acima, agrupamos todos os produtos que fazem parte da sub-categoria tables e podemos perceber que alguns geram prejuízo e outros não. Portanto entendemos que um possível plano ação seria não retirar todos os produtos desta categoria, pois pode haver uma relação de vendas entre cadeiras e mesas.

```
[ ]: Base_tables = Base[Base['Sub-Category'] == 'Tables']
#Base_tables['Percent Profit'] = (Base_tables['Profit']*100)/
↳Base_tables['Sales']
Base_tables = Base_tables.groupby('Product Name')['Profit'].sum()
Base_tables.sort_values()
Base_tables
```

```
[ ]: Product Name
Anderson Hickey Conga Table Tops & Accessories
-17.5145
BPI Conference Tables
-795.9725
Balt Solid Wood Rectangular Table
-216.2545
Balt Solid Wood Round Tables
-1201.0581
Balt Split Level Computer Training Table
-357.9750
...
Riverside Furniture Oval Coffee Table, Oval End Table, End Table with Drawer
```

```

-1147.4000
Riverside Furniture Stanwyck Manor Table Series
-415.9325
SAFCO PlanMaster Boards, 60w x 37-1/2d, White Melamine
54.7164
SAFCO PlanMaster Heigh-Adjustable Drafting Table Base, 43w x 30d x 30-37h, Black
608.0430
Safco Drafting Table
34.0704
Name: Profit, Length: 170, dtype: float64

```

Separando a subcategoria tables por mercado, podemos perceber que nem todos eles geram prejuízo. Dessa forma entendemos que um possível plano de ação seria manter a atuação nos mercados em que há lucratividade na venda das mesas.

```

[ ]: Base_cat2 = Base[Base['Sub-Category'] == 'Tables']
Base_cat2 = Base_cat2.groupby(['Market', 'Category', 'Sub-Category']).sum()
Base_cat2

```

```

[ ]:

```

			Row ID	Postal Code	Sales	Quantity \
Market	Category	Sub-Category				
APAC	Furniture	Tables	4843183	0.0	225098.8119	684
Africa	Furniture	Tables	1718373	0.0	34532.5950	87
Canada	Furniture	Tables	93328	0.0	849.3600	2
EMEA	Furniture	Tables	2117440	0.0	39333.9210	102
EU	Furniture	Tables	1347181	0.0	105381.3765	339
LATAM	Furniture	Tables	956228	0.0	144880.3280	628
US	Furniture	Tables	11556088	18607828.0	206965.5320	1241

			Discount	Profit	Shipping Cost
Market	Category	Sub-Category			
APAC	Furniture	Tables	63.12	-20128.7481	24572.59
Africa	Furniture	Tables	4.90	4010.6850	3032.47
Canada	Furniture	Tables	0.00	300.1800	162.17
EMEA	Furniture	Tables	7.40	2764.2510	5339.08
EU	Furniture	Tables	33.45	-20998.4235	8974.28
LATAM	Furniture	Tables	58.10	-12305.8520	15466.82
US	Furniture	Tables	83.35	-17725.4811	22314.05

0.5 Produtos

```

[ ]: base_lucro = Base.groupby(['Product Name']).sum()
print('Total de produtos: ', base_lucro['Profit'].count())           #Total de_
    ↳ produtos
print('Total de lucro: ', base_lucro['Profit'].sum())                 #Total de_
    ↳ lucro

```

Total de produtos: 3788
Total de lucro: 1467457.29128

Observamos 3788 produtos gerando lucro de 1467457.29128 antes da remoção dos produtos que geram prejuízo.

```
[ ]: base_preju = base_lucro[base_lucro['Profit'] > 0]
print(base_preju['Profit'].count())           #Total de produtos restantes
print(base_preju['Profit'].sum())             #Total de lucro sem os
↳ produtos que geram prejuízo
```

3107
1715300.6956200001

Observamos 3107 produtos gerando lucro de 1715300.6956200001 após remoção dos produtos que geram prejuízo. Os produtos que estavam gerando prejuízo representavam 18% de todos, e sua remoção resultou em um aumento de ~17% do lucro em valor absoluto.

```
[ ]: Base_tables.sum()
```

```
[ ]: -64083.3887
```

Obtemos o prejuízo da Subcategoria tables antes da remoção das mesas que geram prejuízo.

```
[ ]: Base_tables_lucro = Base_tables[Base_tables > 0]           #Pegando somente os
↳ produtos que possuem lucro maior que zero
Base_tables_lucro.sum()
```

```
[ ]: 28034.0424
```

Subcategoria tables após remoção das mesas que geram prejuízo. Ao analisar isoladamente a categoria “Tables”, ao remover os produtos que geravam prejuízo, houve um aumento de ~144% do lucro em valor absoluto.

```
[ ]: # Agrupar por Product ID e retirar os produtos que geram prejuízo.
base_lucro_id = Base.groupby(['Product ID']).sum()
print('Total de produtos por ID: ', base_lucro_id['Profit'].count())      ↳
↳ #Total de produtos
print('Total de lucro por ID: ', base_lucro_id['Profit'].sum())           ↳
↳ #Total de lucro
```

Total de produtos por ID: 10292
Total de lucro por ID: 1467457.29128

Obtemos o prejuízo de todos os produtos antes da remoção dos produtos que geram prejuízo.

```
[ ]: base_preju_id = base_lucro_id[base_lucro_id['Profit'] > 0]
print(base_preju_id['Profit'].count())           #Total de produtos
↳ restantes
print(base_preju_id['Profit'].sum())
```

7359

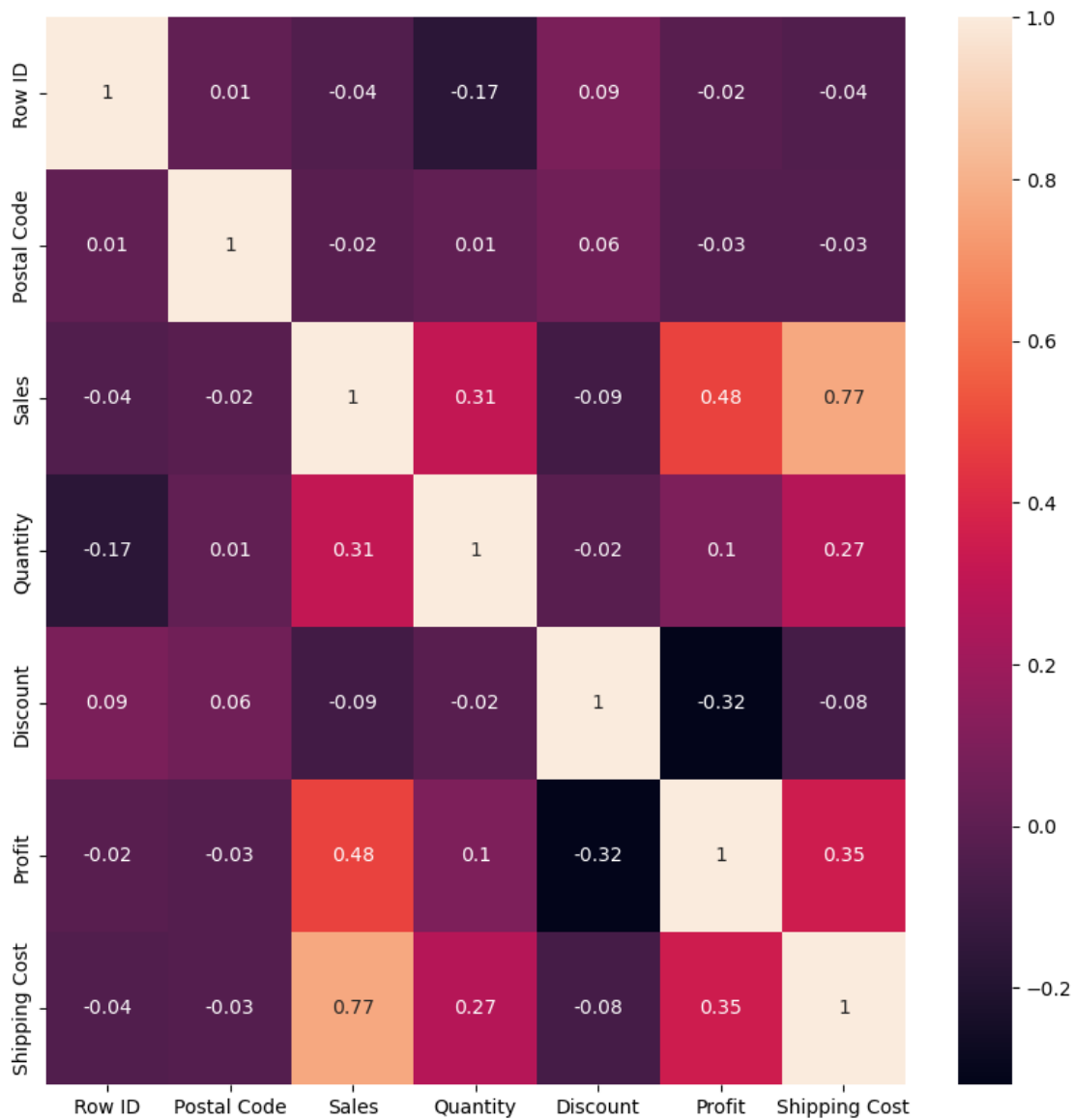
2011754.99976

Total de produtos após remoção dos produtos que geram prejuízo. Ao remover os produtos que geravam prejuízo, houve um aumento de ~37% do lucro em valor absoluto.

0.6 Gráfico de correlação da base principal

```
[ ]: plt.figure(figsize=(10,10)) #Criando imagem e definindo tamanho
     sns.heatmap(Base.corr().round(2), annot = True)
```

```
[ ]: <AxesSubplot: >
```



De acordo com a matriz de correlação verificamos que existe uma alta correlação negativa entre o lucro em percentual (Percent Profit) e os percentuais de descontos concedidos (Discount), ou seja, grandes descontos estão correlacionados a baixas margens de lucro e vice versa.

Dentro da consultoria do analista de negócios seria interessante analisar se diminuir os descontos na expectativa de aumentar a margem de lucro geraria algum estremecimento comercial com os clientes.

0.7 ANOVA

```
[ ]: Base_anova = Base_price.filter(['Market', 'Percent_Profit', 'Profit', 'Category', 'Sub-Category'])
Base_anova['Sub-Category'].unique()

[ ]: array(['Storage', 'Supplies', 'Paper', 'Furnishings', 'Copiers',
          'Bookcases', 'Appliances', 'Art', 'Accessories', 'Binders',
          'Labels', 'Envelopes', 'Chairs', 'Machines', 'Tables', 'Phones',
          'Fasteners'], dtype=object)

[ ]: Africa = Base_anova[Base_anova['Market'] == 'Africa']
Africa_p = list(Africa['Profit'])
Africa = list(Africa['Percent Profit'])
Apac = Base_anova[Base_anova['Market'] == 'APAC']
Apac_p = list(Apac['Profit'])
Apac = list(Apac['Percent Profit'])
Emea = Base_anova[Base_anova['Market'] == 'EMEA']
Emea_p = list(Emea['Profit'])
Emea = list(Emea['Percent Profit'])
Eu = Base_anova[Base_anova['Market'] == 'EU']
Eu_p = list(Eu['Profit'])
Eu = list(Eu['Percent Profit'])
Us = Base_anova[Base_anova['Market'] == 'US']
Us_p = list(Us['Profit'])
Us = list(Us['Percent Profit'])
Latam = Base_anova[Base_anova['Market'] == 'LATAM']
Latam_p = list(Latam['Profit'])
Latam = list(Latam['Percent Profit'])
Canada = Base_anova[Base_anova['Market'] == 'Canada']
Canada_p = list(Canada['Profit'])
Canada = list(Canada['Percent Profit'])

[ ]: stats.f_oneway(Africa, Apac, Eu, Us, Latam, Canada)

[ ]: F_onewayResult(statistic=281.9435206193925, pvalue=3.852411147223649e-298)
```

Anova do mercado por percentual de lucro mostra que existe diferença na média de percentual de lucro.

```
[ ]: stats.f_oneway(Africa_p,Apac_p,Emea_p,Us_p,Latam_p,Canada_p)
```

```
[ ]: F_onewayResult(statistic=28.07818874959562, pvalue=1.0834601137634787e-33)
```

Anova do mercado por lucro mostra que existe diferença na média de lucro.

0.7.1 ANOVA subcategoria Tables

```
[ ]: an_tables = Base_anova[Base_anova['Sub-Category'] == 'Tables']
```

```
Africa = an_tables[an_tables['Market'] == 'Africa']
Africa_p = list(Africa['Profit'])
Africa = list(Africa['Percent Profit'])
Apac = an_tables[an_tables['Market'] == 'APAC']
Apac_p = list(Apac['Profit'])
Apac = list(Apac['Percent Profit'])
Emea = an_tables[an_tables['Market'] == 'EMEA']
Emea_p = list(Emea['Profit'])
Emea = list(Emea['Percent Profit'])
Eu = an_tables[an_tables['Market'] == 'EU']
Eu_p = list(Eu['Profit'])
Eu = list(Eu['Percent Profit'])
Us = an_tables[an_tables['Market'] == 'US']
Us_p = list(Us['Profit'])
Us = list(Us['Percent Profit'])
Latam = an_tables[an_tables['Market'] == 'LATAM']
Latam_p = list(Latam['Profit'])
Latam = list(Latam['Percent Profit'])
Canada = an_tables[an_tables['Market'] == 'Canada']
Canada_p = list(Canada['Profit'])
Canada = list(Canada['Percent Profit'])
```

```
[ ]: stats.f_oneway(Africa,Apac,Emea,Us,Latam,Canada)
```

```
[ ]: F_onewayResult(statistic=4.272692732627731, pvalue=0.0002981402101853585)
```

Anova da subcategoria tables por percentual de lucro mostra que existe diferença de média no percentual de lucro por mercado.

```
[ ]: stats.f_oneway(Africa_p,Apac_p,Emea_p,Us_p,Latam_p,Canada_p)
```

```
[ ]: F_onewayResult(statistic=4.962231385839162, pvalue=5.2580933208190995e-05)
```

Anova da subcategoria tables por lucro mostra que existe diferença de média no lucro por mercado.

Então analisando as ANOVAs podemos identificar que há diferença de lucro e percentual de lucro entre os mercados por mais que os mercados vendam produtos iguais. Além disso podemos perceber também que há diferença quando a ANOVA é realizada apenas para a subcategoria tables o que pode significar que para cada mercado há uma forma de atuação diferenciada nesta subcategoria.

0.8 Conclusão

Após análise exploratória dos dados, pudemos identificar oportunidades de redução na oferta de produtos e oportunidade de direcionar o foco das vendas em determinados mercados.

Na parte de mercado, numa visão geral identificamos que APAC é o mercado mais lucrativo enquanto que o Canadá é o menos lucrativo. Entendemos que retirar as vendas do Canadá não é uma boa opção, pois apesar de ter um retorno menor, ainda é um mercado lucrativo de acordo com os dados. Um dos pontos que podemos destacar é que para aperfeiçoar as vendas por mercado seria necessário entender o perfil dos clientes para ofertar produtos que são mais rentáveis e que estejam alinhados com as tendências da região.

Ao olhar as subcategorias de produtos, identificamos que apenas a subcategoria “Tables” gerava um prejuízo. Como analistas, entendemos que retirar a subcategoria inteira como forma de potencializar o lucro não seja a melhor opção, pois pode haver outros produtos que sejam comprados em conjunto com as Mesas. Portanto, uma das alternativas trabalhadas foi a de retirar as mesas e demais produtos que de fato geravam prejuízos ao invés de retirar a oferta da subcategoria por completo.

Embora as análises e alternativas levantadas sejam baseadas apenas nos dados históricos, uma das formas de aperfeiçoar as análises seria consultar um analista de negócio com o intuito de entender se tais alternativas são coerentes com o planejamento estratégico da empresa e com a inteligência comercial, pois existe diversos pontos que devem ser levados em consideração para a tomada de decisão, como por exemplo as tendências de mercado, a concorrência e demais fatores externos.