

# Análise Completa Financeira Power BI

## 1. Indicadores Principais (canto superior esquerdo)

- **Total de Receitas:** R\$ 1,92 Mi
- **Total de Despesas:** R\$ 1,15 Mi
- **Margem de Lucro:** ~39,96%

Esses três números dão um panorama rápido da saúde financeira. A margem de quase 40% é considerada sólida, mas sempre é preciso avaliar se ela está crescendo ou se mantém estável ao longo do tempo.

---

## 2. Principais Segmentos (gráfico do meio, parte superior)

A seção “Principais segmentos” mostra seis clusters (Segmento 1 a Segmento 6), cada um com um valor médio que varia de R\$ 1,48 Mi a R\$ 2,19 Mi. A legenda diz:

“Localizamos x segmentos e os classificamos por Média de Valor e por tamanho da população. Selecione um segmento para ver mais detalhes.”

Possíveis interpretações:

- Cada segmento pode representar um agrupamento de clientes ou produtos, classificado pelo valor médio gerado (receita, ticket médio etc.) e pelo tamanho (número de clientes ou volume de vendas).
- Observa-se que o Segmento 6 possui a maior média (R\$ 2,19 Mi), indicando potencialmente clientes/produtos de maior valor agregado ou maior participação nas receitas.

- Já o Segmento 1, com R\$ 1,48 Mi, pode ser o menor em termos de média, mas não necessariamente em tamanho de público; pode ser um grande volume de vendas com ticket menor, ou um cluster menos rentável.

Ao clicar em cada segmento (caso seja interativo no Power BI), deve-se verificar se a rentabilidade e o potencial de crescimento compensam o esforço de marketing, vendas e suporte.

---

### **3. Total de Receitas por Componente (gráfico de barras, canto inferior esquerdo)**

Podemos ver alguns componentes de receita, por exemplo:

- **Vendas:** ~R\$ 1,59 Mi (aparentemente a maior fatia)
- **Outros:** ~R\$ 200 mil
- **Impostos** (provavelmente se refere a receitas tributárias, subsídios ou abatimentos específicos): ~R\$ 130 mil
- **Subsídios:** ~R\$ 10 mil

A grande participação de “Vendas” indica que a principal fonte de receita vem, de fato, da comercialização direta de produtos/serviços. Os outros componentes podem ser receitas acessórias, que ainda representam uma parcela menor.

---

### **4. Total de Despesas por Componente (gráfico de linha, centro inferior)**

A linha mostra a distribuição das principais despesas. Geralmente, podemos ter:

- **Custo de Mercadorias Vendidas (CMV)** ou “Custo de Produção” como o maior componente.
- **Salários** (segunda maior despesa).
- **Marketing, Impostos, Transporte, Outros**, etc.

Visualmente, percebe-se que há um grande “gap” entre a maior despesa (CMV) e as demais, o que é comum em muitos negócios de produção/varejo. Analisar a tendência dessa linha ao longo do tempo ajuda a ver se há oportunidades de redução de custos ou de renegociação de fornecedores, por exemplo.

---

## 5. Tabela de Evolução (canto inferior direito)

A tabela mostra dados de vários anos (2019, 2020, 2021, 2022, 2023...). Geralmente, contém:

- **Receitas:** valor total por ano.
- **Despesas:** valor total por ano.
- **Margem de Lucro:** percentual ou valor.

É possível identificar:

- Se as receitas estão crescendo de forma constante (por exemplo, de R\$ 2,1 Mi em 2019 para R\$ 3,17 Mi em 2020, e assim por diante).
- Se as despesas acompanham esse crescimento ou se estão crescendo em ritmo maior ou menor que as receitas.

- A variação da Margem de Lucro ao longo dos anos (se está aumentando, estabilizando ou diminuindo).
- 

## 6. Principais Insights

1. **Margem de ~40%:** Indica boa rentabilidade, mas vale comparar com anos anteriores (pela tabela) para saber se está em trajetória de crescimento ou estagnação.

2. **Concentração de Receitas:** “Vendas” é disparadamente o principal componente de receita. Isso pode significar dependência de um único canal ou produto. É bom acompanhar a saúde desse canal e pensar em diversificação, se possível.

3. **Estrutura de Custos:** O Custo de Mercadorias Vendidas e Salários são as maiores despesas. Estratégias de otimização de produção, logística e gestão de pessoal podem trazer ganhos relevantes na margem.

4. **Segmentação:** Os segmentos com maior valor médio (Segmento 5 e 6) podem ser os mais lucrativos. É importante entender se a empresa consegue aumentar a participação desses clusters ou expandir a base de clientes dentro deles. Por outro lado, Segmentos menores podem ter potencial de crescimento ou serem mais fáceis de fidelizar.

5. **Tendência de Crescimento:** Se as receitas na tabela (parte inferior direita) vêm aumentando anualmente, mas as despesas também crescem, é crucial monitorar se a margem se mantém ou sofre pressão. Um aumento de custos maior que o aumento de receitas pode reduzir gradualmente a margem.

---

## 7. Recomendações

- **Analisar cada segmento em profundidade:** entender perfil, ticket médio, custos associados e possíveis estratégias de retenção/upsell.
- **Aprofundar em Custos Variáveis:** verificar se o Custo de Mercadorias Vendidas pode ser otimizado (negociação com fornecedores, melhoria de processos, etc.).
- **Investir em Segmentos de Maior Valor:** se há segmentação clara de clientes/produtos mais rentáveis, concentrar esforços de marketing e vendas nesses grupos pode melhorar a margem global.
- **Monitorar Evolução Anual:** acompanhar se a margem de quase 40% se mantém ou se há sinais de redução por aumento de despesas.
- **Diversificar Receitas:** avaliar se é possível crescer em outras frentes de receita (ex.: “Outros” e “Subsídios”) ou se há produtos/serviços complementares que possam gerar cross-sell ou novas oportunidades.