

Devido a minha facilidade com manipulação de dados utilizando banco de dados e linguagem SQL optei pela criação de um banco de dados onde poderia trabalhar de forma mais eficiente os dados.

Link do github contendo os códigos para manipulação dos dados:

<https://github.com/esteniocouto/teste.git>

1. Calcule para cada produto a variação de venda nos 2 últimos meses mais recentes

	DESCRICAO	QTD_Venda_OUT	QTD_Venda_NOV	variacao	variacao_percentual
►	LAVA ROUPAS PO OMO CX 800G LAVAG PERFT	1038	2120	1082	104.24
	LAVA ROUPAS PO OMO CX 800G LAVAG PERFT	2486	2081	-405	-16.29
	LAVA ROUPAS PO BRILHANTE CX 800G LIMP	0	2076	2076	207600.00
	LAVA ROUPAS PO OMO SCH 2,4KG LAVAG PERFT	1256	1735	479	38.14
	LAVA ROUPAS PO OMO CX 800G LAVAG PERFT	1318	1724	406	30.80
	LAVA ROUPAS PO OMO CX 3,2KG LAVAG PERFT	535	1537	1002	187.29
	LAVA ROUPAS PO OMO CX 3,2KG LAVAG PERFT	580	1286	706	121.72
	LAVA ROUPAS PO OMO CX 800G LAVAG PERFT	664	1282	618	93.07
	CR DENT CLOSE UP TRIPLE 70G MENTA	1246	1131	-115	-9.23
	LAVA ROUPAS PO OMO CX 800G LAVAG PERFT	912	1099	187	20.50
	LAVA ROUPAS PO BRILHANTE CX 800G LIMP	0	1090	1090	109000.00
	LAVA ROUPAS PO BRILHANTE CX 800G LIMP	0	1088	1088	108800.00
	DESOD AERO REXONA MASC ACTIVE 200ML	805	1079	274	34.04
	LAVA ROUPAS PO BRILHANTE CX 800G LIMP	0	1027	1027	102700.00

2. Identifique quais filiais concentram 80% da Variação total: Aumento de Venda e Diminuição de venda.

	loja	variacao_total	porcentagem_variacao
►	50 - ST MESTRE DARMAS	11288	69.31
	30 - LEM - BA	-3875	-23.79

Media por loja

	loja	variacao_total	porcentagem_variacao
►	15 - GOIANIA	1678	10.30
	13 - LUZIANIA	254	1.56
	16 - SANTO ANTONIO	-986	-6.05
	12 - GAMA	1386	8.51
	1 - CEILANDIA	1439	8.84
	18 - AGUAS LINDAS	1978	12.15
	25 - NOVO GAMA	-721	-4.43
	26 - CESAR LATTES	2953	18.13
	19 - CALDAS NOVAS	1336	8.20
	21 - CEILANDIA SUL	2182	13.40
	30 - LEM - BA	-3875	-23.79
	27 - PLANALTINA	-2898	-17.79
	32 - CEILANDIA CENTRO	3194	19.61
	28 - AGUAS CLARAS	-2189	-13.44
	29 - GUARA II	432	2.65
	39 - GOIANESIA	2565	15.75
	33 - PLANALTINA DF	-3174	-19.49
	4 - SOBRADINHO	-3023	-18.56
	38 - VICENTE PIRES R-04	1531	9.40
	37 - VICENTE PIRES R-12	1198	7.36
	7 - SIA	714	4.38
	40 - GURUPI	-848	-5.21
	47 - APARECIDA GO	-133	-0.82
	42 - J. BOTÂNICO	-1190	-7.31
	8 - TAGUATINGA SUL	1195	7.34
	50 - ST MESTRE DARMAS	11288	69.31

- 3. Considerando apenas as filiais identificadas na análise anterior, priorize agora a nível de departamento, os departamentos que representam 80% da variação total encontrada para as respectivas filiais priorizadas.**

	loja	DEPARTAMENTO	variacao_total	variacao_percentual
►	30 - LEM - BA	SECA SALGADA	-2543	65.6258
	50 - ST MESTRE DARMAS	PERFUMARIA	7150	63.3416
	50 - ST MESTRE DARMAS	LIMPEZA	1863	16.5043
	50 - ST MESTRE DARMAS	SAUDAVEIS	1	0.0089

4. Considerando apenas os departamentos priorizados na análise anterior, priorize agora a nível de seção, as seções que representam 80% da variação total para as respectivos departamentos priorizados.

	loja	DEPARTAMENTO	SECAO	variacao_total	variacao_percentual
▶	50 - ST MESTRE DARMAS	PERFUMARIA	HIGIENE	5042	70.5175
	50 - ST MESTRE DARMAS	PERFUMARIA	BELEZA	2108	29.4825

	loja	DEPARTAMENTO	SECAO	variacao_total	variacao_percentual
▶	50 - ST MESTRE DARMAS	LIMPEZA	CUIDADOS COM A ROUPA	1395	74.8792
	50 - ST MESTRE DARMAS	LIMPEZA	CUIDADOS COM A CASA	6	0.3221

	loja	DEPARTAMENTO	SECAO	variacao_total	variacao_percentual
▶	50 - ST MESTRE DARMAS	SAUDAVEIS	ORGANICO	1	100.0000

	loja	DEPARTAMENTO	SECAO	variacao_total	variacao_percentual
▶	30 - LEM - BA	SECA SALGADA	CONSERVA E ENLATADO	-3701	145.5368

5. Agora priorize as categorias que representam 80% da variação.

	loja	DEPARTAMENTO	CATEGORIA	variacao_total	variacao_percentual
▶	30 - LEM - BA	SECA SALGADA	MILHO VERDE	-3533	138.9304

	loja	DEPARTAMENTO	CATEGORIA	variacao_total	variacao_percentual
▶	50 - ST MESTRE DARMAS	PERFUMARIA	CUIDADOS COM O CABELO	2108	29.4825
	50 - ST MESTRE DARMAS	PERFUMARIA	BANHO	1941	27.1469
	50 - ST MESTRE DARMAS	PERFUMARIA	HIGIENE BUCAL	1257	17.5804

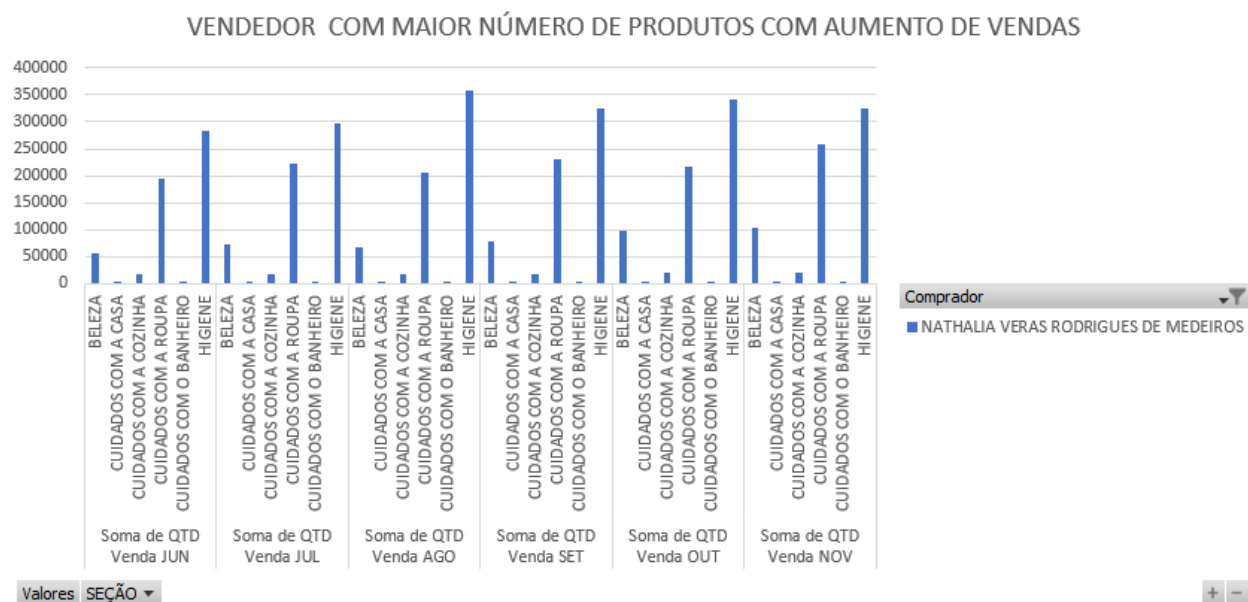
	loja	DEPARTAMENTO	CATEGORIA	variacao_total	variacao_percentual
▶	50 - ST MESTRE DARMAS	LIMPEZA	SABAO PARA ROUPAS	1146	61.5137
	50 - ST MESTRE DARMAS	LIMPEZA	SAPONACEO	321	17.2303
	50 - ST MESTRE DARMAS	LIMPEZA	LIMPADOR	6	0.3221

	loja	DEPARTAMENTO	CATEGORIA	variacao_total	variacao_percentual
▶	50 - ST MESTRE DARMAS	SAUDAVEIS	SECA DOCE	1	100.0000

Com base nas análises anteriores, prossiga com a suas ações a partir das afirmações a seguir:

1. O comprador que teve o maior número de produtos com Aumento de Vendas afirma que não precisa mais olhar os números de venda daqui para frente, pois o resultado já é satisfatório.

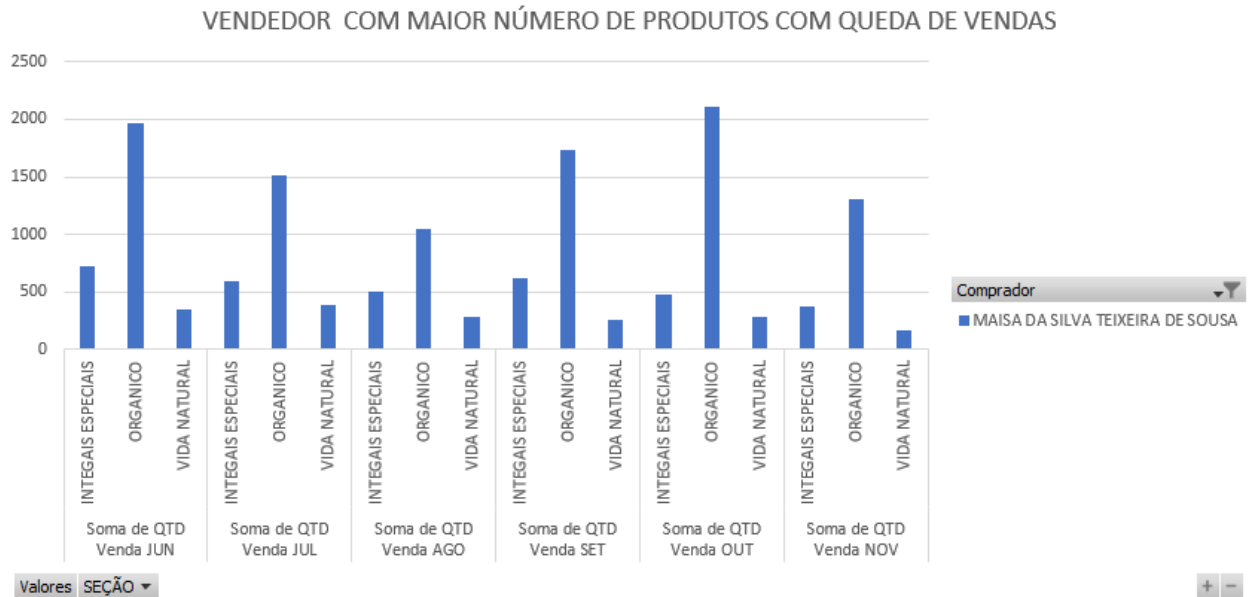
Demonstraria para ela mediante gráficos que apesar de ser a que mais obteve aumento de vendas nos últimos meses, esses aumentos são sustentados em sua maior parte por dois segmentos: cuidados com a roupa e higiene. E que no caso dos outros segmentos não obtiveram crescimentos relevantes ao longo do período avaliado, o que pode demonstrar um Negligenciamento dos outros segmentos de sua responsabilidade.



2. O comprador que teve o maior número de produtos com Queda de Venda não dedica tempo durante a rotina de trabalho para que você possa apresentar os números e traçar melhorias.

Aborde a situação estrategicamente para envolver o comprador de forma eficaz.

Realizar de relatórios claros e gráficos visuais por e-mail, destacando as principais áreas de declínio nas vendas. Solicitando reuniões para demonstrar como uma ação rápida pode impactar positivamente os resultados.



3. Mesmo após a execução do primeiro plano de ação, o comprador que teve o maior número de produtos com Queda de Venda não conseguiu melhorar a quantidade vendida nas primeiras 2 semanas.

Isso indica que talvez seja necessário revisar a estratégia, identificar possíveis obstáculos e ajustar o plano de forma mais eficaz.