

Estudo de Caso: Splashtastic

Análise de Vendas em
Rede de Farmácias



Priscila Ramos
Analista de Dados

Cenário

Você acaba de iniciar um trabalho como analista de dados em uma rede de farmácias com 38 lojas no sudoeste dos EUA. Seu primeiro desafio é avaliar o desempenho de um produto chamado **Splashtastic**, um item de banho de espuma que está sob avaliação para possível descontinuidade.


A liderança deseja saber: *Qual porcentagem das vendas diárias de cada loja vem desse produto?*


Objetivo do projeto: Analisar dados reais de vendas e apresentar insights que apoiem decisões estratégicas da empresa.


Objetivo da análise

- 🎯 A empresa quer entender o peso do produto *Splashtastic* nas vendas diárias de cada loja.
- 🎯 Questão principal: *“Qual porcentagem das vendas diárias de cada loja vem do produto Splashtastic?”*
- 🎯 Essa análise orientará a decisão estratégica sobre manter ou descontinuar o produto nas lojas da rede.

Fontes e ferramentas

 Os dados foram obtidos diretamente do banco interno da empresa e representam as médias diárias de vendas em 38 lojas no sudoeste dos EUA.


 A base inclui dados como número de clientes, vendas do Splashtastic em unidades e em dólares, e vendas totais.

 Para esta análise, utilizei uma planilha eletrônica, adequada para conjuntos pequenos e cálculos rápidos.


Processamento

Durante a limpeza dos dados, foi identificado dois campos vazios na linha 16. Para manter consistência no estudo, o valor ausente foi preenchido com a média dos valores disponíveis na coluna, conforme prática comum em análises exploratórias com dados limitados.

Análise

 A partir da planilha, foi criada a *coluna F* com o cálculo da *participação percentual* do produto Splashtastic em relação às vendas totais de cada loja.

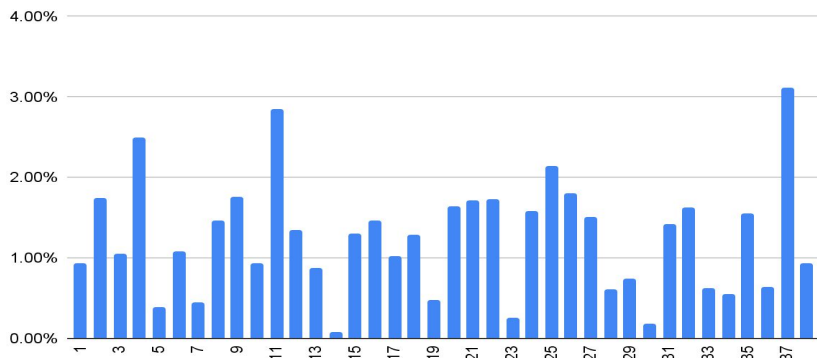
Cálculo aplicado (linha 2): `=D2/E2` → Resultado formatado como porcentagem

 Esse indicador permite identificar quais lojas têm maior dependência deste item e quais apresentam vendas pouco expressivas.

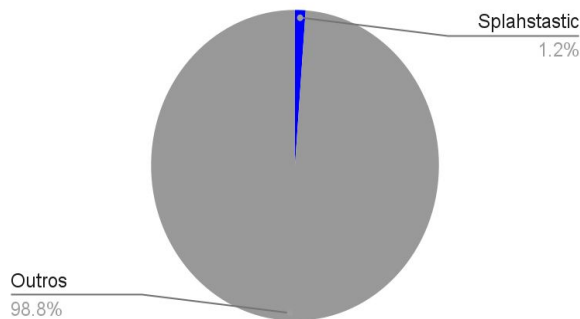
Compartilhamento:

Para facilitar a interpretação dos dados, foram criados dois gráficos:

Porcentagem do Splashtastic por loja



Proporção do Splashtastic nas vendas



Um *gráfico de colunas* mostra a porcentagem de vendas do Splashtastic em cada loja, destacando variações e padrões relevantes.

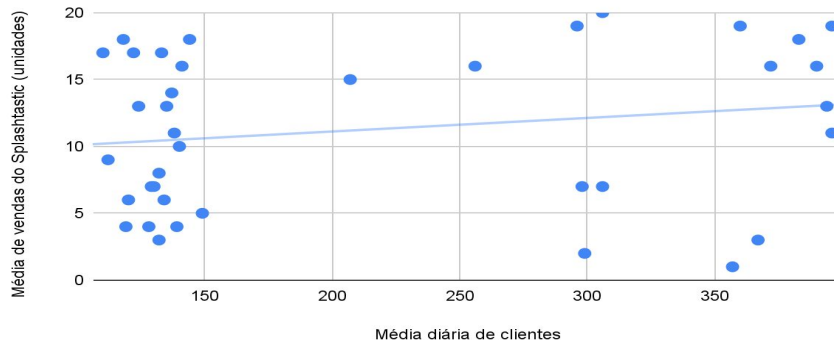
Um *gráfico de pizza* representa a proporção total do produto nas vendas gerais da rede, revelando seu peso no desempenho da empresa.

Análise Complementar

Foi criado um *gráfico de dispersão* para investigar a relação entre o fluxo de clientes nas lojas e o desempenho do produto Splashtastic (em unidades). O objetivo é entender se há correlação positiva — ou seja, se mais clientes significam mais vendas do produto — ou se o desempenho independe do volume de visitantes.

Essa análise complementa os insights anteriores e pode apoiar estratégias de reposicionamento regional ou campanhas segmentadas.

Correlação entre número de clientes e vendas do Splashtastic



Ação

Com base nos resultados da análise — especialmente os gráficos de participação percentual e correlação com o fluxo de clientes — recomenda-se:

- ✅ Manter o produto Splashtastic nas lojas onde ele tem alta representatividade nas vendas
- 🔧 Testar novas abordagens (como reposicionamento ou campanhas locais) nas lojas com desempenho abaixo da média
- 📊 Monitorar os indicadores após ação, para avaliar impacto e ajustar estratégias

Essa proposta busca otimizar recursos, manter boa margem de vendas e alinhar a oferta ao perfil de cada loja.

Conclusão

- ✓ A análise dos dados demonstrou que o desempenho do Splashtastic varia significativamente entre as lojas, sendo relevante em algumas unidades e discreto em outras. Gráficos percentuais e o cruzamento com o fluxo de clientes reforçaram essa diferença e permitiram identificar padrões úteis para decisão.
- ✓ Diante disso, recomenda-se uma abordagem direcionada, com manutenção do produto nas lojas de boa performance e estratégias específicas nas demais. O estudo evidencia como decisões baseadas em dados tornam a operação mais eficiente e adaptada ao perfil de cada loja.