

Desafio 2 – Processo Seletivo

Refera

Título: Relatório da Análise da Base de Dados Analisada no Processo Seletivo, Refera.

Autor: Thiago José Freire Chalaça

Contato: thiagochalacao@gmail.com; + 55 (81) 9 8710-2451; <http://www.linkedin.com/in/thiagochalaca>.

OBESERVAÇÕES INICIAIS:

- Ferramenta BI: Power BI
- Base de dados: A mesma realizada no desafio 1 [SQL]
- Para criação dos indicadores, foi utilizado linguagem DAX
- Os dados são de uma empresa não identificada, porém usei um Design para o relatório me baseando na Refera, para a entrega ficar no padrão da empresa.
- O objetivo de relatório em texto é descrever como foi a linha de raciocínio para o desenvolvimento do Dashboard
- Muito obrigado, e espero que gostem do resultado!!

1. MENU

Na primeira página do relatório trago interatividade do usuário com o Dashboard, na qual é possível flutuar entre as paginas segurando Ctrl e clicando com o botão esquerdo do mouse em cima do ícone.

- O primeiro ícone representa o Menu
- O segundo ícone representa Dash Pessoas&Negócios
- O terceiro ícone representa Dash Performance&Negócio
- O quarto ícone representa Dash Performance&Matrizes

Importante ressaltar a importância de uma entrega com boa visualização, objetiva, com qualidade e com a identidade da empresa. Trouxe a preocupação de utilizar uma paleta de cores no Design ligado com a identidade da Refera.



Seja bem vindo

DESAFIO TÉCNICO 2

FERRAMENTA BI

ANÁLISE DE DADOS

Obs: para navegar entre as paginas, segure Ctrl e clique no icone com botão esquerdo do mouse.



2. Dashboard Pessoas&Negócio

2.1. Estrutura da Empresa:

- **Escritório:**
 - ✓ Contamos com 8 escritórios distribuídos estrategicamente.
- **Funcionários:**
 - ✓ Uma equipe robusta de 47 colaboradores, sustentando as operações.
- **Fornecedores:**
 - ✓ Mantemos parcerias com 29 fornecedores confiáveis.
- **Clientes:**
 - ✓ Atendemos uma base diversificada de 90 clientes.
- **Categorias de Produtos:**
 - ✓ Oferecemos uma variedade de 8 categorias distintas.
- **Produtos:**
 - ✓ Um portfólio consistente de 77 produtos.

2.2. Visão dos Produtos:

- **Catálogo de Produtos:**
 - ✓ Apresentamos um catálogo detalhado com informações sobre categoria, subcategoria e produtos específicos.

2.3. Análise de Vendas:

- **Gráfico de Barras Verticais:**
 - ✓ Destacamos o indicador de volume de vendas, permitindo um drill down por localidade.
 - ✓ Identificamos que o continente Europeu lidera as vendas, com aproximadamente 34 mil itens vendidos.
 - ✓ América do Norte segue com 11 mil itens vendidos, e a América do Sul contribuiu com 7 mil itens vendidos.

- ✓ Drill Down na Europa revelou a Alemanha como líder, com 14 mil itens vendidos.
- ✓ Nos EUA, na América do Norte, alcançamos 6,7 mil itens vendidos, enquanto Brasil e Venezuela se destacaram na América do Sul, ambos com cerca de 3 mil itens vendidos.

2.4. Mapa Global de Clientes:

- **Localização dos Clientes:**

- ✓ Apresentamos a distribuição geográfica dos clientes em um mapa global.
- ✓ A Europa se destaca com um volume significativo de clientes, correlacionando-se com o alto volume de vendas na região.

2.5. Detalhes dos Produtos Vendidos:

- **Roupas:**

- ✓ Segmentamos o setor de roupas em categorias como roupas masculinas, femininas, esportivas, de banho, infantis e para bebês.

- **Sapatos:**

- ✓ Exploramos o setor de sapatos, abrangendo tanto calçados masculinos quanto femininos.

Essa análise profunda fornece insights cruciais sobre o desempenho da empresa, identificando áreas de destaque e oportunidades para otimização. As informações detalhadas sobre vendas por localidade, distribuição geográfica de clientes e detalhes específicos dos produtos são fundamentais para orientar decisões estratégicas futuras. Essa página do Dashboard servirá como um guia valioso durante nossa reunião de negócios, proporcionando uma compreensão abrangente do panorama atual da empresa.

2.6. Análise de Vendas - Liderança na Europa:

A análise aprofundada do indicador de volume de vendas revela que a Europa se destaca como líder em quantidade de vendas, apresentando aproximadamente 34 mil itens vendidos. Essa liderança pode ser atribuída a diversos fatores estratégicos e tendências identificadas:

- **Demanda do Mercado:**

- ✓ A Europa, como um mercado historicamente forte para o setor de vestuário, demonstra uma demanda robusta por nossos produtos. A compreensão profunda das preferências e estilos europeus contribui para o sucesso das vendas na região.

- **Efetividade da Estratégia de Marketing:**

- ✓ Estratégias de marketing personalizadas e alinhadas com as tendências locais têm sido implementadas com eficácia na Europa. Campanhas específicas e parcerias estratégicas podem ter impulsionado o reconhecimento da marca, resultando em um aumento nas vendas.

- **Parcerias Locais e Distribuição Eficiente:**

- ✓ Parcerias sólidas com varejistas locais e uma cadeia de distribuição eficiente podem ter contribuído para a presença significativa de nossos produtos nos mercados europeus. Isso destaca a importância de adaptação às características únicas de cada mercado.

- **Economia Estável:**

- ✓ A estabilidade econômica em muitos países europeus pode ter impactado positivamente o poder de compra dos consumidores, influenciando as decisões de compra e contribuindo para o aumento das vendas.

- **Inovação e Adaptação:**

✓ A constante inovação em produtos, combinada com a capacidade de adaptação às últimas tendências da moda, pode ter consolidado nossa posição como uma escolha preferida entre os consumidores europeus.

- **Estratégias de Preço Competitivas:**

✓ Ofertas de preços competitivos em relação à qualidade dos produtos podem ter desempenhado um papel crucial. A análise cuidadosa da sensibilidade de preços na região pode ter permitido uma abordagem eficaz para atrair e reter clientes.

- **Culturalmente Relevante:**

✓ A compreensão e incorporação da cultura local em nossos produtos e estratégias de marketing podem ter fortalecido a conexão emocional com os consumidores europeus, influenciando positivamente suas decisões de compra.

Ao combinar esses fatores, a liderança nas vendas na Europa reflete não apenas uma resposta eficaz às demandas do mercado, mas também a capacidade da empresa de se adaptar, inovar e estabelecer conexões sólidas com os consumidores. Esta análise fornece insights valiosos para a continuidade do sucesso e desenvolvimento de estratégias direcionadas em outros mercados.



Todos



Todos



Todos



refera

ESCRITÓRIO

5

FUNCIONÁRIOS

47

FORNECEDORES

29

CLIENTES

90

CATEGORIAS

8

PRODUTOS

77



VOLUME DE VENDAS X LOCALIDADE & CLIENTE

34 Mil



Europe

11 Mil



North America

7 Mil



South America

MAPA GLOBAL CLIENTE X LOCALIDADE



CATÁLOGO DE PRODUTOS

☐ Clothing

☐ Babywear

☐ Bath Clothes

☐ Childrens wear

☐ Mens Clothes

☐ Sportwear

☐ Womens wear

☐ Shoes

☐ Mens Footwear

Danske Treshoe

Davenport

Fuji Boots

Total

3. Dashboard Performance&Negócio

A análise detalhada dos indicadores e gráficos no Dashboard de Performance&Negócio fornece insights significativos sobre a evolução da empresa no cenário de vestuário ao longo do tempo. Vamos explorar esses resultados e suas possíveis razões:

3.1. Indicadores Quantitativos:

- **Faturamento Bruto (\$71,8 Mi):**
 - ✓ Representa o montante total das vendas antes de deduções. Esse número substancial sugere uma sólida atividade de vendas e uma presença robusta no mercado.
- **Faturamento Líquido (\$70,2 Mi):**
 - ✓ A diferença entre o faturamento bruto e os custos totais e descontos totais. O valor indica a saúde financeira da empresa após despesas essenciais.
- **Custo Total (\$1,4 Mi):**
 - ✓ O custo total está em consonância com o faturamento, refletindo a eficiência operacional da empresa em controlar os custos.
- **Ticket Médio (\$33 Mil):**
 - ✓ Indica o valor médio gasto por cliente em uma transação. O ticket médio está em uma faixa saudável, sugerindo um equilíbrio entre preços e qualidade dos produtos.
- **Margem de Lucro (97,9%):**
 - ✓ Uma margem de lucro robusta indica a eficácia da empresa em gerar lucro líquido a partir das vendas.
- **Volume de Vendas (52 Mil Itens):**
 - ✓ O volume expressivo de vendas destaca a forte presença no mercado de vestuário.

3.2. Gráfico de Barras Horizontais - Share Percentual por Categoria:

- As roupas para mulheres lideram com 40,5%, indicando uma demanda significativa. O produto "Minnki Palsii" se destaca como o mais vendido nessa categoria.

3.3. Gráfico de Barras Verticais - Volume de Vendas por Tempo:

- Queda significativa em 2018 sugere uma possível redução de demanda ou outros fatores externos que impactaram as vendas. Anos anteriores mostram um crescimento constante.

3.4. Gráfico de Linha - Faturamento Bruto por Tempo:

- O pico em 2017 destaca um ano excepcional, com o primeiro e terceiro trimestre impulsionando o faturamento. A queda em 2018 pode estar relacionada à diminuição no volume de vendas.

3.5. Análise dos Resultados ao Longo do Tempo:

- **Variação Anual nas Vendas:**

- ✓ O crescimento consistente até 2017 sugere uma demanda contínua. A queda em 2018 pode exigir uma análise mais detalhada para identificar as causas, como mudanças no mercado, concorrência ou flutuações econômicas.

- **Impacto nos Trimestres de 2017:**

- ✓ O destaque no primeiro e terceiro trimestre sugere a necessidade de entender as condições de mercado e estratégias específicas adotadas nesses períodos.

- **Desempenho do Produto:**

- ✓ A análise do produto "Minnki Palsii" pode revelar elementos que contribuem para seu sucesso e oferecer insights sobre estratégias de marketing e preferências do cliente.

- **Efeito nas Margens de Lucro:**

- ✓ A alta margem de lucro indica eficiência operacional, mas uma análise mais profunda pode avaliar a sustentabilidade dessa margem em diferentes condições de mercado.
- **Fatores Externos:**
- ✓ Mudanças nas tendências de moda, eventos econômicos ou concorrência intensificada podem ter influenciado os resultados.

Em resumo, essa análise detalhada sugere que o desempenho da empresa no mercado de vestuário é robusto, mas a compreensão dos fatores que contribuíram para a queda em 2018 é crucial para ajustar estratégias e manter a trajetória de sucesso. A continuidade da análise detalhada, incluindo feedback dos clientes e monitoramento de tendências de mercado, será essencial para orientar decisões futuras.



Todos



Todos



Todos



refera



FATURAMENTO
BRUTO

\$71,8 Mi

FATURAMENTO
LÍQUIDO

\$70,2 Mi

CUSTO
TOTAL

\$1,4 Mi

TICKET
MÉDIO

\$33 Mil

MARGEM DE
LUCRO

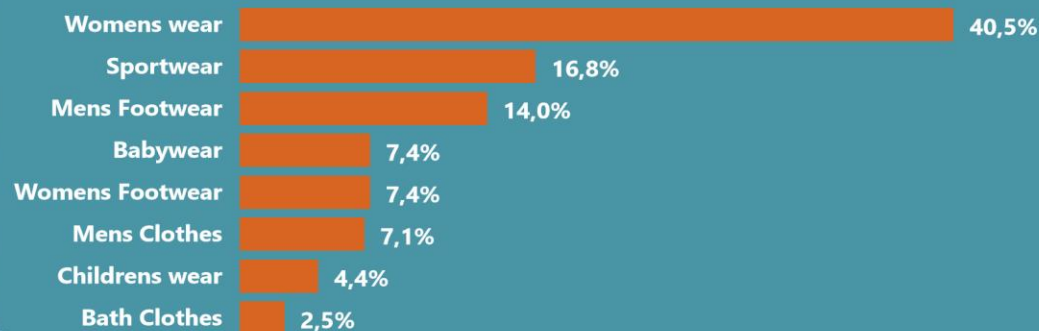
97,9%

VOLUME DE
VENDAS

52 Mil

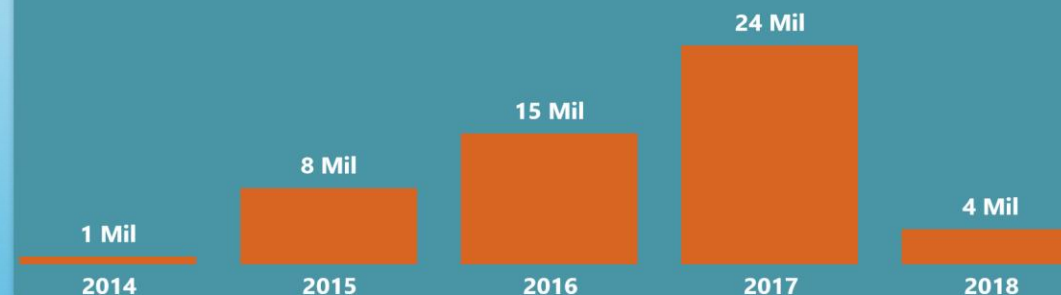
% SHARE

FATURAMENTO BRUTO X CATEGORIA & PRODUTOS



VOLUME DE VENDA X TEMPO

(ANO, TRIMESTRE E MÊS)



FATURAMENTO BRUTO X TEMPO

(ANO, TRIMESTRE E MÊS)



4. Dashboard Performance&Matrizes

Detalhamento em Tabelas

4.1. Matriz de Indicadores Quantitativos ao Longo do Tempo:

- Esta matriz oferece uma visão detalhada dos indicadores quantitativos (faturamento bruto, faturamento líquido, custo total, ticket médio, margem de lucro, volume de vendas) ao longo dos anos (2014-2018), trimestres e meses. Os números precisos permitem uma análise minuciosa do desempenho da empresa em diferentes períodos.

4.2. Matriz de Indicadores de Inteligência Temporal:

- **Faturamento Bruto Acumulativo (YTD):**
 - ✓ Apresenta o faturamento bruto acumulado ao longo do ano. Permite avaliar o desempenho contínuo em relação às metas anuais.
- **Faturamento Bruto Comparado com o Ano Anterior (LY):**
 - ✓ Mostra o desempenho do faturamento bruto em comparação com o mesmo período do ano anterior. Identifica tendências de crescimento ou decréscimo.
- **% Share do Faturamento Bruto Ano Anterior (LY):**
 - ✓ Expressa o percentual de crescimento ou decréscimo do faturamento bruto em relação ao ano anterior. Fornece insights sobre a saúde financeira e a expansão da empresa.

4.3. Análise dos Crescimentos e Decréscimos:

- ✓ O crescimento impressionante de 2184% de 2014 para 2015 sugere uma expansão significativa.
- ✓ O crescimento moderado de 114% de 2015 para 2016 e 70% de 2016 para 2017 indica uma continuidade positiva.

- ✓ A queda de -39% de 2017 para 2018 requer uma investigação mais profunda para entender os fatores que contribuíram para esse declínio.

4.4. Matriz de Performance dos Produtos:

- Esta matriz oferece uma análise detalhada do desempenho dos produtos, destacando o faturamento bruto e o % share de acordo com o faturamento. A segmentação por ano permite identificar tendências específicas para cada produto ao longo do tempo.

4.5. Análise Detalhada:

- Aprofundar o desempenho do Minnki Palsii em relação ao seu % share e faturamento bruto ao longo dos anos pode fornecer insights sobre a consistência desse produto no mercado.
- Analisar a performance de outras categorias e produtos em relação ao faturamento pode ajudar a identificar áreas de oportunidade ou ajustes estratégicos necessários.

4.6. Conclusões e Próximos Passos:

- A análise dessas matrizes permite uma compreensão mais aprofundada do desempenho da empresa em diferentes aspectos ao longo do tempo. Os resultados indicam períodos de crescimento expressivo, seguidos por uma queda em 2018. A investigação mais detalhada é crucial para entender os motivos dessa queda e orientar estratégias futuras. A análise contínua desses indicadores fornecerá insights valiosos para a tomada de decisões e o sucesso contínuo da empresa.



Todos



Todos



Todos



refera

INDICADORES GLOBAIS

Ano	Faturamento bruto	Faturamento liquido	Custo total	Desconto total	Valor frete	Ticket medio	Margem de lucro	Volume de venda	Numero de vendas
2014	\$419.547,2	\$405.695,2	\$13.303,1	\$548,85	\$647,44	\$11.654	96,7%	836	36
2015	\$9.582.296,8	\$9.371.877,3	\$197.533,9	\$12.885,62	\$6.634,46	\$27.694	97,8%	8470	346
2016	\$20.512.273,9	\$20.089.768,4	\$399.144,0	\$23.361,51	\$11.184,56	\$34.944	97,9%	14523	587
2017	\$34.931.020,6	\$34.187.105,4	\$687.738,1	\$56.177,14	\$20.660,34	\$33.555	97,9%	24349	1041
2018	\$6.331.092,1	\$6.193.738,0	\$122.577,6	\$14.776,56	\$2.810,34	\$39.081	97,8%	3879	162
Total	\$71.776.230,7	\$70.248.184,3	\$1.420.296,7	\$107.749,69	\$41.937,14	\$33.046	97,9%	52057	2172

INDICADORES DE INTELIGÊNCIA TEMPORAL

Ano	Faturamento bruto YTD	Faturamento bruto LY	% Faturamento bruto LY
2014	\$419.547,20		
2015	\$9.582.296,78	\$419.547,20	2184%
2016	\$20.512.273,91	\$9.582.296,78	114%
2017	\$34.931.020,63	\$20.512.273,91	70%
2018	\$6.331.092,14	\$10.457.335,49	-39%
Total	\$6.331.092,14	\$40.971.453,38	75%

INDICADORES DE PERFORMANCE DOS PRODUTOS

Categoria	Faturamento bruto	%Share faturamento
Womens wear	\$29.046.164,6	40,5%
Sportwear	\$12.029.442,8	16,8%
Mens Footwear	\$10.053.091,2	14,0%
Babywear	\$5.294.005,7	7,4%
Womens Footwear	\$5.286.519,7	7,4%
Mens Clothes	\$5.060.824,7	7,1%
Childrens wear	\$3.189.057,0	4,4%
Bath Clothes	\$1.817.124,8	2,5%
Total	\$71.776.230,7	100,0%

5. Conclusão da Análise Global:

A análise abrangente dos três dashboards revela uma visão detalhada e multifacetada do desempenho da empresa no setor de vestuário ao longo dos anos. Aqui estão as principais conclusões e insights derivados dessa análise:

5.1. Destaque para o Dashboard Estratégico:

- O primeiro dashboard fornece uma visão estrutural sólida da empresa, destacando indicadores essenciais relacionados a escritório, funcionários, fornecedores, clientes e produtos. A concentração de vendas na Europa destaca a importância dessa região para o desempenho global.

5.2. Dashboard de Performance&Negócio:

- A análise quantitativa, gráficos e indicadores destacam um crescimento significativo nos primeiros anos, seguido por uma queda em 2018. A liderança de vendas na Europa, particularmente em roupas para mulheres, destaca a importância de estratégias de marketing e adaptação cultural.

5.3. Dashboard de Detalhamento em Tabelas:

- As matrizes de indicadores quantitativos ao longo do tempo fornecem uma compreensão detalhada do desempenho anual, trimestral e mensal. A análise temporal revela períodos de crescimento consistente, mas a queda em 2018 sugere a necessidade de uma investigação mais profunda.
- A inteligência temporal destaca um crescimento notável nos primeiros anos, mas a queda de -39% em 2018 exige uma avaliação minuciosa dos fatores subjacentes. A análise de performance dos produtos destaca a importância de entender o papel de produtos específicos, como o "Minnki Palsii", em diferentes momentos.

5.4. Próximos Passos Recomendados:

- Investigar a queda de -39% em 2018 no faturamento bruto, considerando fatores econômicos, mudanças nas preferências do consumidor ou estratégias de concorrência.

- Analisar mais detalhadamente a performance dos produtos, especialmente o "Minnki Palsii", para entender a consistência e a influência no faturamento global.
- Incorporar feedbacks dos clientes e monitorar tendências de mercado para adaptar estratégias de produtos e marketing.
- Avaliar a eficácia das estratégias de marketing, especialmente na Europa, para manter e expandir a base de clientes.
- Implementar práticas de análise preditiva para antecipar mudanças no mercado e tomar decisões proativas.

Em resumo, essa análise abrangente não apenas destaca os sucessos e desafios da empresa no passado, mas também fornece uma base sólida para ajustar estratégias futuras, impulsionando o crescimento sustentável e a resiliência no mercado de vestuário. A continuidade da análise e adaptação estratégica será essencial para enfrentar os desafios dinâmicos do setor.