

bip.

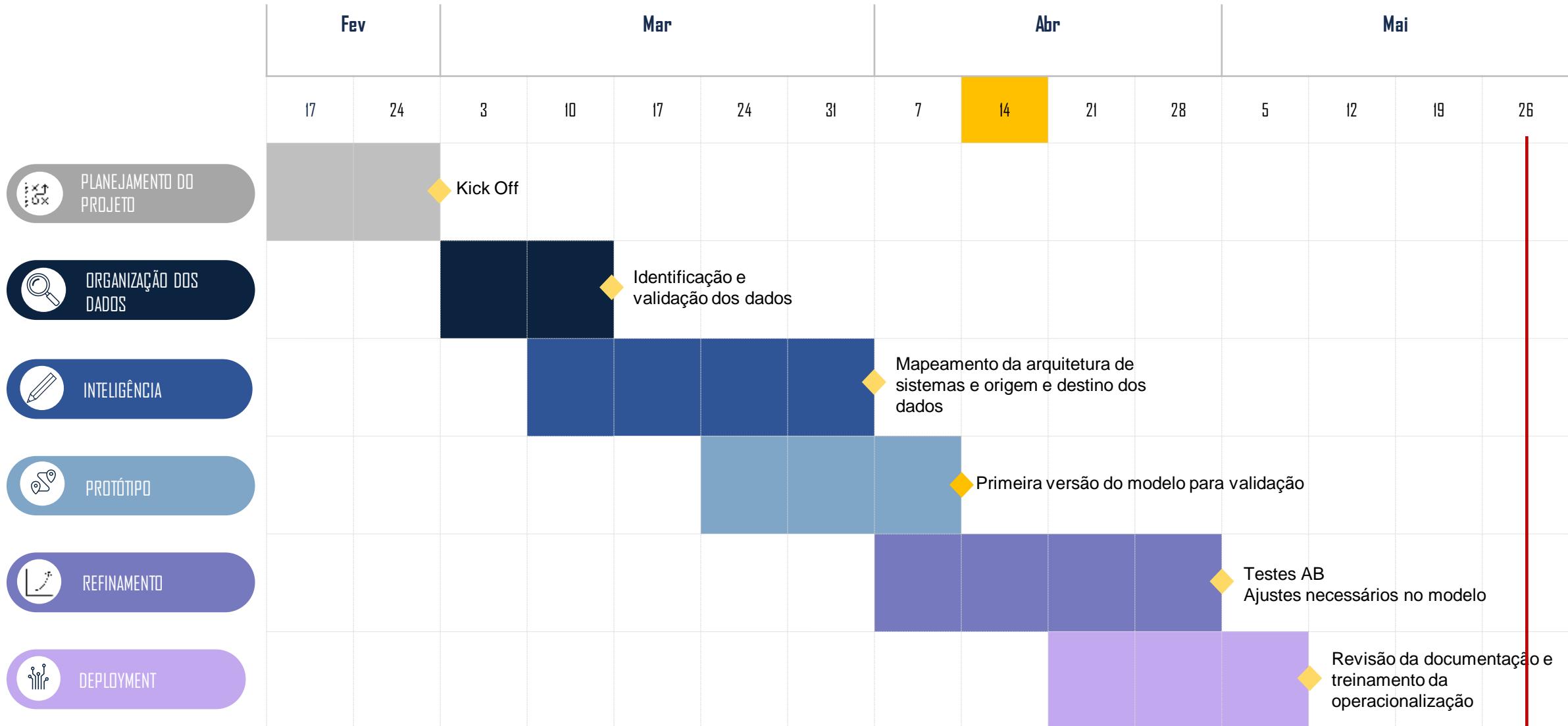


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 12/06/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Conclusão da anexação dos dados de campanhas. Ainda analisando relação estatística do pilar de campanhas.
- Conclusão do modelo para entendimento de períodos semanais, mensais, quinzenais e quarter.
- Evolução da visualização para entendimento do impacto acumulado entre períodos.
- Alteração da quantidade vendida para mix de produtos.

Pontos de Atenção

- Padronização dos dados em um template para o algoritmo entender os dados de campanhas.
- Alimentação do modelo com dados históricos para criação dos pilares de digital, brand e delivery.

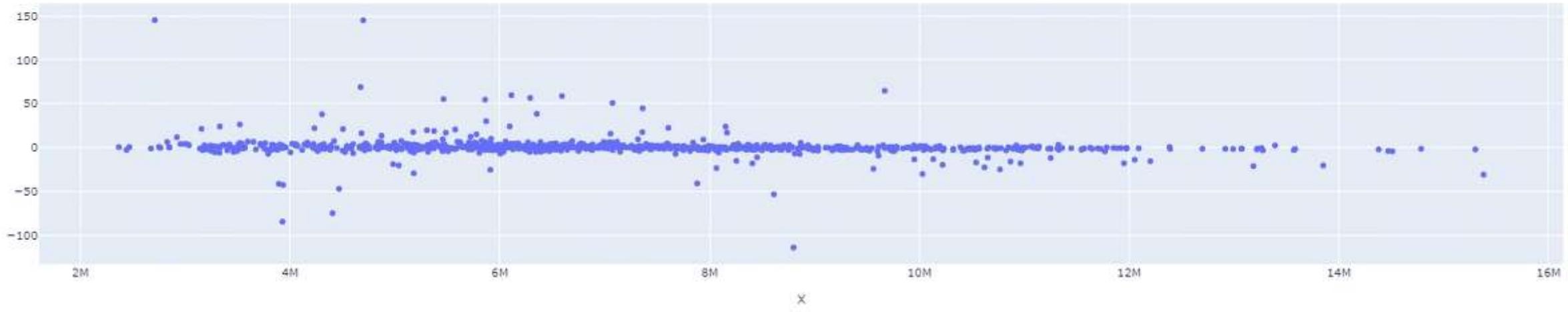
Próximos Passos

- Conclusão da documentação do projeto Alavancas
- Finalização dos estudos estatísticos do pilar de campanhas
- Finalização do pilar de novas lojas e novos produtos.
- Finalização do processo de visualização e treinamento do modelo para a visualização acumulada entre períodos.
- Conclusão da Golden Bridge por segmento.

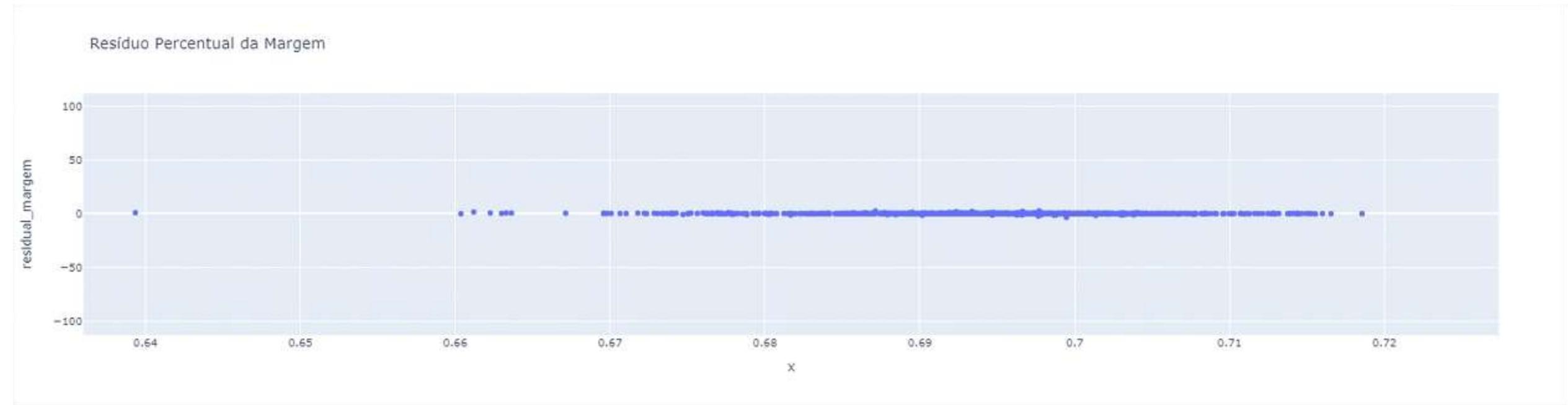


Detalhamento de Campanhas | Erro percentual net sale

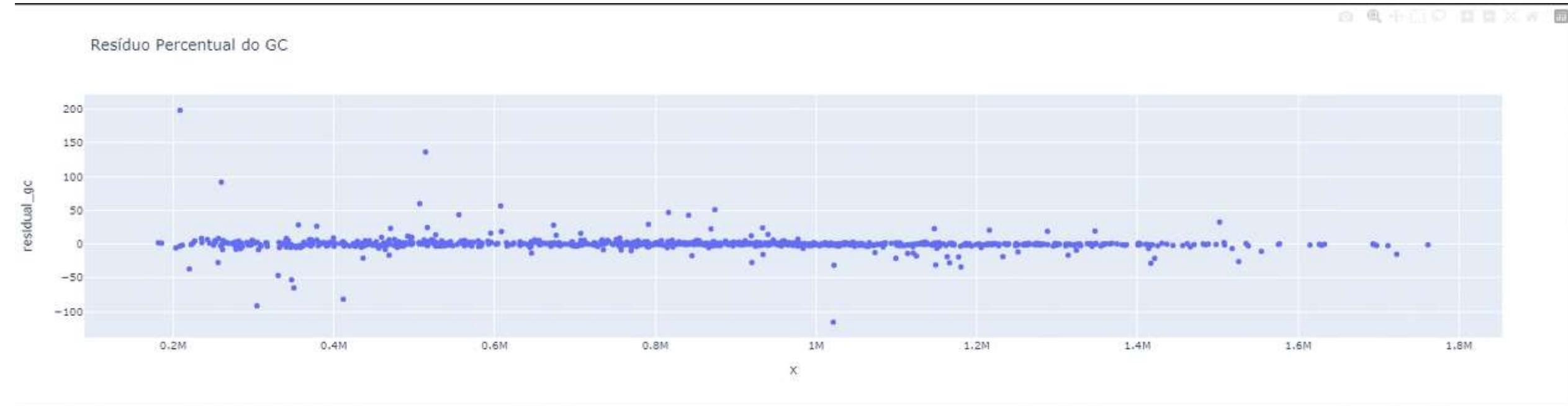
Résíduo Percentual do Net Sale



Detalhamento de Campanhas | Erro percentual Margem



Detalhamento de Campanhas | Erro percentual GC



Detalhamento de Campanhas | Filtros para seleção de grupo de lojas

Select the period:

Monthly

Select the stores:

Choose an option

Select the cities:

Choose an option

Select the states:

Choose an option

Select the regions:

Choose an option

Select the regional:

Choose an option

Select the strategic regions:

Choose an option

Select the status:

Choose an option

Select the stores:

AAB ✕ AAH ✕ AAC ✕ AAM ✕ ABC ✕

Select the cities:

ALVORADA ✕ ANANINDEUA ✕ APARECIDA DE G... ✕ AMPARO ✕

Select the states:

AM ✕ DF ✕ GO ✕ BA ✕ MG ✕

Select the regions:

NORDESTE ✕ SUDESTE ✕ nnn ✕

Select the regional:

SAO1 ✕ RSOU ✕

Select the strategic regions:

BA - SALVADOR ✕ AM - MANAUS ✕ BA INTERIOR SUL ✕ ALTO TIETE ✕ BELO HORIZONT... ✕

Select the status:

LIC ✕ OPCO ✕

Select the type of store:

FC ✕ FS ✕ IS ✕ MS ✕



Detalhamento de Campanhas | Modelagem de e aplicação de dados de campanha

B	C	E	F	G	H	
DATA I	DATA F	PPN	LOTI	TIPO PROMO	O PROMO DE	NOME
0 12/1	31/01	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	1 McOferta Média McChicken Nuggets + Chicken Mc...
0 17/1	17/01	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	McFritas Média R\$0,99
0 17/1	17/01	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	Sundae Chocolate R\$0,99
0 18/1	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	Delivery - ifood	2x1 McFlurry Ovomaltine Rocks (McExperiência)
0 18/1	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	HIDE	2x1 Pão de Queijo (McExperiência)
0 25/1	31/01	APP		TWITTER	LUDMILLA	2x1 McFritas Média
DETALHAMENTO DE CAMPANHAS						
0 1/2	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	HIDE	2x1 McFlurry Ovomaltine Rocks (McExperiência)
0 1/2	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	HIDE	2x1 Pão de Queijo (McExperiência)
0 8/2	23/02	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	McChicken JR R\$0,99
0 14/2	26/02	APP	44312	WELCOME OFFER	BOG	Vale Sundae
0 14/2	28/02	APP	44323	BOG	BOG	Vale McFritas Média
0 10/2	24/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Quinta é dia de 2 Tortas com 14% OFF
0 11/2	25/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Sexta é dia de 3 Sundae com 20% OFF
0 12/2	26/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Sábado é dia de 5 Tortas com 20% OFF
0 13/2	27/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Domingo é dia de 4 Sundae com 24% OFF
0 23/2	20/03	APP	44327	SIGNOS	SIGNOS	Chicken McNuggets 8 unidades R\$9,90
0 23/2	20/03	APP	44328	SIGNOS	HIDE	1 McOferta Média McChicken Nuggets + 1 Bebida 300ml R\$10,90
0 23/2	04/04	APP	44360	PAID MÍDIA	HIDE	Chicken Jr + Bebida 300ml R\$6,00
0 23/2	04/04	APP	44361	PAID MÍDIA	HIDE	Chicken McNuggets 8 unidades R\$9,90
0 23/2	04/04	APP	44362	PAID MÍDIA	HIDE	1 McOferta Média Cheddar McMelt R\$24,90
0 23/2	04/04	APP	44363	PAID MÍDIA	HIDE	1 McOferta Média Big Tasty R\$32,90
0 25/2	01/03	APP	44389	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFritas R\$13,90
0 25/2	01/03	APP	44390	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega Chicken McNuggets R\$24,90
0 25/2	01/03	APP	44391	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFlurry M&M's R\$16,90
0 25/2	01/03	APP	44392	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFlurry Ovomaltine Rocks R\$16,90
0 25/2	01/03	APP	44416	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFlurry Kit Kat R\$16,90
0 23/2	11/05	APP	4393	Shareables	Massive	4 Big Mac + 2 Cheeseburger + 4 Bebidas 500ml + 2 L...
0 23/2	11/05	APP	44394	Shareables	Massive	9 McFritas Médias R\$49,95
0 23/2	11/05	APP	44395	Shareables	Massive	4 Cheeseburger + 5 McChicken R\$77,00
0 23/2	11/05	APP	44396	Shareables	Massive	3 McFritas Cheddar Bacon + 4 Big Mac + 2 Cheesebu...
0 23/2	11/05	APP	44397	Shareables	Massive	8 Cheeseburger + 2 Mega McFritas + 1 Mega Chick...



	DATA INICIO	DATA FIM	TIPO PROMO	NOME	ID
0	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	Big Mac + Bebida 500ml R\$15,90	6001a8ca49922c206f85ad5
1	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	McOferta Média Big Mac + Chicken McNuggets 4 u...	6001a9f92b0e920751843bb
2	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	Chicken McNuggets 10 unidades R\$9,90	6001aaef749922c206f85ad8
3	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	McFritas Grande R\$5,90	6001abeacddec2067ca467a
4	2021-01-22	2021-01-31	MEQUIZICES	2 Cheeseburger + 1 McFritas Média + 1 Bebida 5...	600822f3a787fb0db5255eaa
-	-	-	-	-	-
2860	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIGEO	Top Sundae R\$5,90	646ba4a3a7cf0902a3b54849
2861	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIGEO	1 Torta R\$5,50	646ba53eecd6d02a94a4cd
2862	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIGEO	1 McFritas Média R\$6,90	646ba682ecdc6d02a94a4ad2
2863	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIGEO	Combo Pequeno Quarterão R\$20,90	646ba74ccedc6d02a94a4ad4
2864	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIGEO	McNuggets 6 + McFritas média + Bebida 300ml R\$...	646ba79da7cf0902a3b5484b

2855 rows × 5 columns

Detalhamento de Campanhas | Captura de dados diretamente do metabase

FACT_PLU

```

filters = [
    # loja
    { "loj_code": "ACLT" },
    { "loj_code": "BRASIL" }, { "loj_code": "LIMA", "loj_franca": true },
    { "loj_estado_brasil": "SP", "loj_pais": "BR" },
    { "loj_municipio_brasil": "NORTH" },
    { "loj_municipio_brasil": "SOUTH" },
    { "loj_municipio_brasil": "CENTRAL" },
    { "loj_municipio_brasil": "EAST" },
    { "loj_municipio_brasil": "WEST" },
    { "loj_municipio_brasil": "MID" },
    { "loj_type_loj_brasil": "LOJ" },
    { "loj_type_loj_brasil": "LOJ2" },
    { "d_date": ["2022-10-01", "2022-12-31"] }
]

df_product = gtc_product_info_table_by_filters(filters, session_id)
df_product

```

	plus_p_familia_brasil	dim_segment_segment	calendarlo_d_date	mean cost_plu_unit	sum sum_plu_unit_price	sum sum_plu_unit_sold	sum sum_plu_val_tot	sum sum_plu_cost_total	mean media_plu_unit_price	mean media_plu_unit_sold	sum sum_plu_net_sale
0	2 X RS 14.90	Balcão	2022-10-01	1.465454	3538.05	826.0	551.566150	1254.594387	8.056887	1.665612	5878.633850
1	2 X RS 14.90	Balcão	2022-10-02	1.445709	3889.15	461.0	532.072450	697.930890	8.009685	1.812598	3257.57550
2	2 X RS 14.90	Balcão	2022-10-03	1.488923	1344.75	303.0	207.407775	480.897863	7.949505	1.728489	2138.442225
3	2 X RS 14.90	Balcão	2022-10-04	1.621115	1472.65	329.0	214.389375	532.285062	7.759794	1.666667	2376.010625
4	2 X RS 14.90	Balcão	2022-10-05	1.404516	1330.35	296.0	206.747400	445.371984	7.932883	1.640069	2103.852600
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
30680	VANILLA LATE	NGK	2022-12-26	1.480192	37.50	5.0	1.200000	7.400962	7.500000	1.000000	36.300000
30681	VANILLA LATE	NGK	2022-12-28	1.289762	38.90	5.0	3.460000	8.420633	7.850000	1.000000	35.440000
30682	VANILLA LATE	NGK	2022-12-29	2.216402	16.40	2.0	0.520000	4.432804	8.200000	1.000000	15.880000
30683	VANILLA LATE	NGK	2022-12-30	2.101449	47.80	6.0	1.520000	11.999982	8.060000	1.000000	46.280000
30684	VANILLA LATE	NGK	2022-12-31	1.805234	31.40	4.0	2.110000	6.932398	7.986667	1.000000	29.290000

30685 rows × 11 columns

DIM_DATE

d_sk_dim_date	gc_cost	gc_cost_item_affordability	gc_cost_item_coupon	gc_cost_item_dessert	gc_cost_item_family	gc_cost_item_others	gc_count	gc_count
0	13941	32.730000	0.0	0	32.540001	0.0	0.899941	24
1	13941	2933.050049	454.0	273	267.070007	172.5	205.48675	266
2	13941	3011.836079	303.0	273	369.540009	289.0	59.968750	332
3	13941	2905.149902	842.5	278	316.210011	292.5	88.037500	438
4	13941	3995.449951	673.5	243	272.220001	153.5	52.062500	445
-	-	-	-	-	-	-	-	-
819776	15916	4215.448770	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	414
819777	15916	1221.976562	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	88
819778	15916	3516.329103	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	281
819779	15916	91.520061	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	7
819780	15916	3361.771484	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	352

859137 rows × 9 columns

DIM_STOR

loj_id	loj_loj_name	loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	
0	NAT	10. AMÉRICA, CIMA DO BRASIL	10. AMÉRICA, CIMA DO BRASIL, SUL	10. AMÉRICA, CIMA DO BRASIL, SUL, SUL	ALFAMAR	ALFAMAR, ALFAMAR, ALFAMAR	ALFAMAR, ALFAMAR, ALFAMAR, ALFAMAR	ALFAMAR, ALFAMAR, ALFAMAR, ALFAMAR, ALFAMAR	NAT	0	NAT	NAT
1	NAT	2010.01.01.00.00.00	2010.01.01.00.00.00, REPÚBLICA, 01	2010.01.01.00.00.00, REPÚBLICA, 01, REPÚBLICA, 01	NAT	REPÚBLICA, 01	REPÚBLICA, 01, REPÚBLICA, 01	REPÚBLICA, 01, REPÚBLICA, 01, REPÚBLICA, 01	NAT	0	NAT	NAT
2	NAT	2006.01.01.00.00.00	2006.01.01.00.00.00, NAT	2006.01.01.00.00.00, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
3	NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
4	NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
400	NAT	2010.01.01.00.00.00	2010.01.01.00.00.00, FRIGORÍFERO MCDONALD'S, 01	2010.01.01.00.00.00, FRIGORÍFERO MCDONALD'S, 01, FRIGORÍFERO MCDONALD'S, 01	NAT	FRIGORÍFERO MCDONALD'S, 01	FRIGORÍFERO MCDONALD'S, 01, FRIGORÍFERO MCDONALD'S, 01	FRIGORÍFERO MCDONALD'S, 01, FRIGORÍFERO MCDONALD'S, 01, FRIGORÍFERO MCDONALD'S, 01	NAT	0	NAT	NAT
401	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
402	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
403	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
404	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
405	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
406	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
407	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
408	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
409	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
410	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
411	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT
412	NAT	2011.01.01.00.00.00	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT	2011.01.01.00.00.00, NAT, NAT	NAT	NAT	NAT, NAT	NAT, NAT	NAT	0	NAT	NAT

610 rows × 13 columns



Detalhamento de Campanhas | Times de Brand, Digital e Delivery

Mar	Abr	Mai	Jun
31 7 14	21 28 14/04 Reunião remarcada	5 12 19 26 18/05 Reunião remarcada	2 9 2/06 Reunião realizada com time de Brand 24/05 Reunião realizada com time de Digital 22/05 Reunião realizada com time de Delivery
BRAND	DIGITAL	DELIVERY	

31/03

- Reunião com o time de Digital/Brand realizada, avançando com o entendimento das classificações dos pilares Preço, Campanhas, Lançamentos, Ações CRM e Ações Delivery, Ações Digital
- Foi solicitado a inclusão de um novo pilar (Novas Lojas)
- Marcar nova agenda com time de Digital/Brand para detalhamento do preenchimento do template

14/04

- Reunião remarcada

28/04

- Reunião com time de Brand, Digital e Delivery sobre detalhamento dos dados de campanhas e apresentação do formulário para cadastro de campanhas
- Foi sinalizado risco de retrabalho no cadastro das campanhas no formulário, pois já são sinalizadas parcialmente via digiGo (Cupons) e AppsFlyer (mensuração do inbound)
- Marcar nova discussão com o time de Brand, Digital e Delivery para avaliação das regras de Campanhas

05/05

- Alinhamento com Lutti (McD) e Garbuio, Michael (Bip), sobre as dificuldades de obtenção dos dados de campanhas e destaque para preenchimento do formulário para construção das correlações dos pilares envolvidos no Alavancas

18/05

- Reunião com Delivery remarcada

22/05

- Reunião com time de Delivery, apresentando no detalhe o projeto do Alavancas e a utilização do formulário de Campanhas. Macro visão das rotinas e processos do time sobre criação e acompanhamento das campanhas (McD e Ifood)
- Estão de acordo com o cadastro das campanhas via formulário (piloto)
- Boa maturidade de métricas e gestão dos dados

24/05

- Reunião com time de Digital, apresentando no detalhe o projeto do Alavancas e a utilização do formulário de Campanhas. Macro visão das rotinas e processos do time sobre criação e acompanhamento das campanhas (Cupom, Delivery, MOP)
- Preocupação com esforço operacional na utilização do formulário. Time repassou Excel com base de cupons para avaliação de utilidade para o projeto (Data início e fim da Campanha mas sem dados de PLU)

02/06

- Reunião com time de Brand, apresentando no detalhe o projeto do Alavancas e a utilização do formulário de Campanhas. Macro visão das rotinas e processos do time sobre criação e acompanhamento das campanhas (OOH, TV e Digital)
- Dados detalhados das campanhas são fornecidos semestralmente pela agência Galeria, gerando lentidão na tomada de decisão de investimento em campanhas/alavancagem dos resultados
- Dificuldade na identificação de alavancagem por Campanhas de Brand (vínculo de PLU ou Produto não é uma obrigatoriedade)

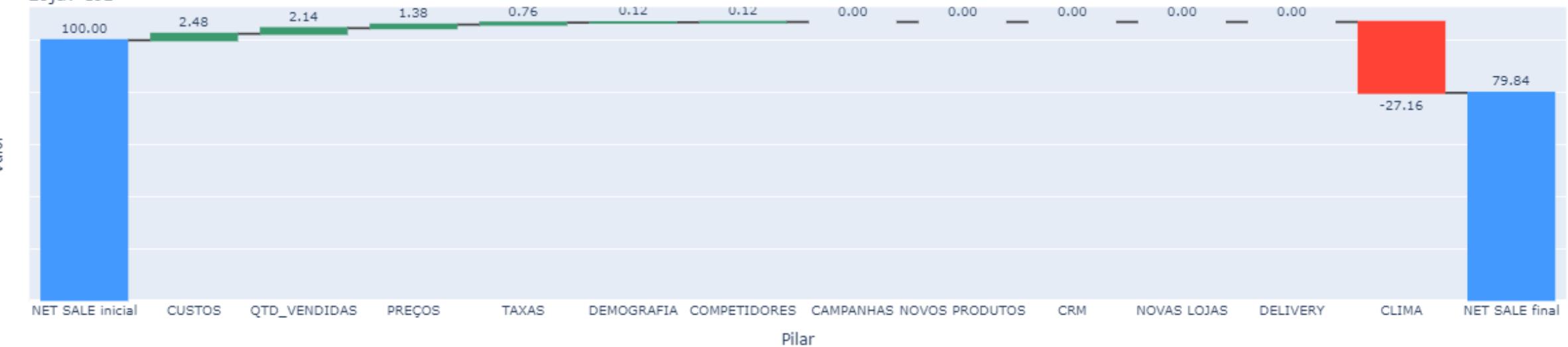


Golden Bridge – todos os pilares

Golden Bridge entre 2022-10-02 e 2022-11-15

Net Sale Bruto: 50.99k e 39.87k

Loja: CJD



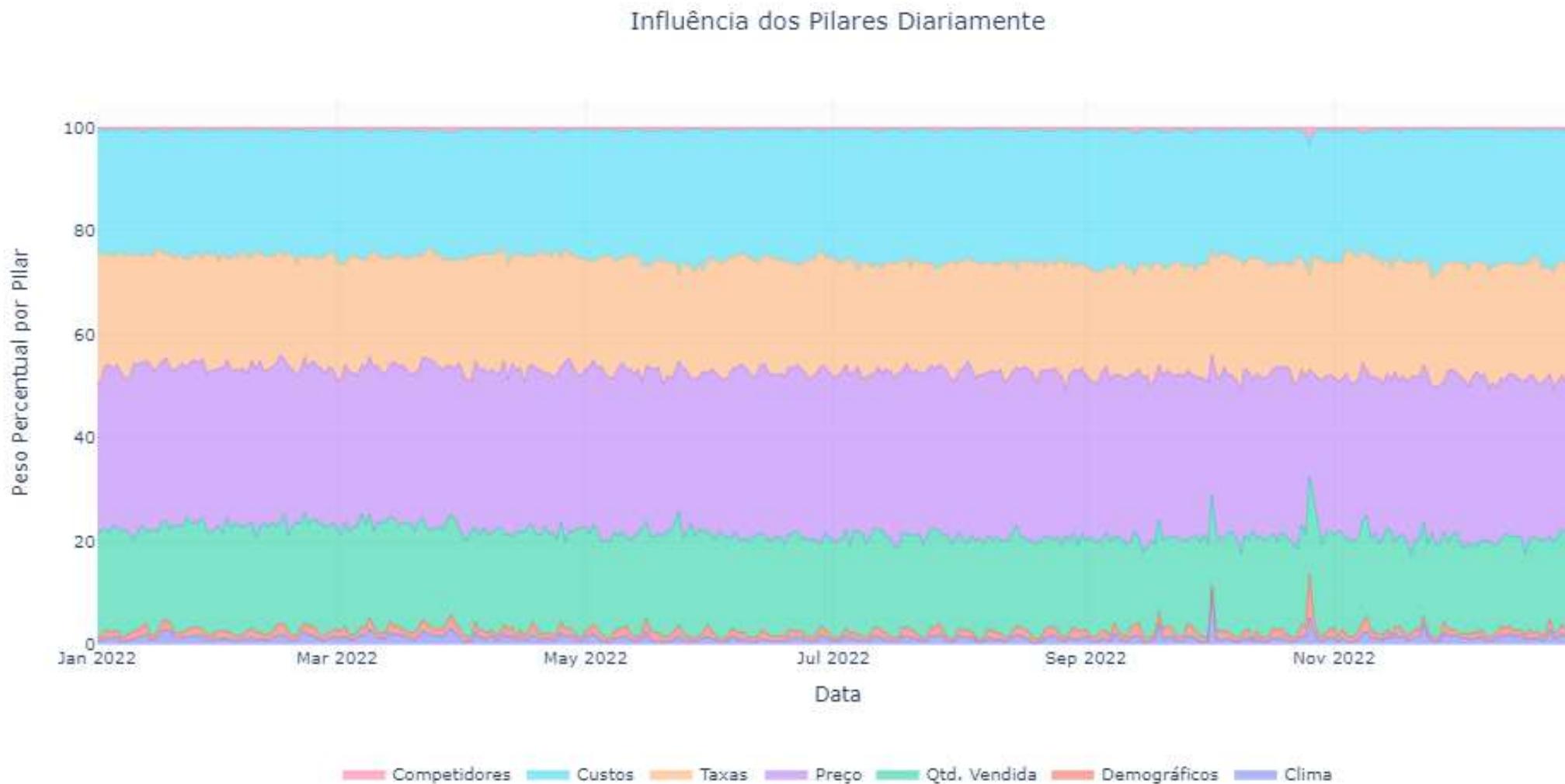
Golden Bridge – Tabelas por Pilar

# report_qtd_vendidas ...						
	PRODUTO_plus_p_familia_brasil	PRODUTO_sum_plu_unit_sold_2022-10-02	PRODUTO_sum_plu_unit_sold_2022-11-15	Difference	Difference %	
18	MOLHO CBO	29.0	3.0	-26.0	-89.655172	
1	3 X 3	23.0	8.0	-15.0	-65.217391	
10	FIGURINHAS COPA	118.0	59.0	-59.0	-50.000000	
30	TIRO EXTRA	68.0	44.0	-24.0	-35.294118	
12	HAMBURGER	28.0	19.0	-9.0	-32.142857	
5	CDD	10.0	7.0	-3.0	-30.000000	
2	ADD-ON FOOD	51.0	36.0	-15.0	-29.411765	
29	SUNDAE	126.0	89.0	-37.0	-29.365079	
16	MCFLURRY	266.0	191.0	-75.0	-28.195489	
24	PREMIUM	407.0	293.0	-114.0	-28.009828	
27	SHAKE	140.0	103.0	-37.0	-26.428571	
32	TORTAS	91.0	69.0	-22.0	-24.175824	
31	TOP SUNDAE	96.0	79.0	-17.0	-17.708333	
11	FRIES	1400.0	1174.0	-226.0	-16.142857	
28	SUCO	372.0	312.0	-60.0	-16.129032	
15	MCPISTA	21.0	18.0	-3.0	-14.285714	
9	FAMILY BOX	200.0	172.0	-28.0	-14.000000	
20	MOLHOS	84.0	76.0	-8.0	-9.523810	
23	PPS	53.0	48.0	-5.0	-9.433962	
6	CHEESEBURGER	57.0	52.0	-5.0	-8.771930	
25	PROTEINA	27.0	25.0	-2.0	-7.407407	
26	REFRI	785.0	729.0	-56.0	-7.133758	
8	DANONINHO	84.0	79.0	-5.0	-5.952381	
14	MCCOLOSSO	24.0	23.0	-1.0	-4.166667	
21	NUGGETS	81.0	82.0	1.0	1.234568	
7	CLASSIC	703.0	715.0	12.0	1.706970	
33	TOY	140.0	144.0	4.0	2.857143	
13	LOWER CLASSIC	153.0	158.0	5.0	3.267974	
17	MCNUGGETS W/ 4	17.0	20.0	3.0	17.647059	
4	CASQUINHAS	84.0	113.0	29.0	34.523810	
0	2 X R\$ 19.90	147.0	0.0	0.0	0.000000	
3	AGUA	8.0	0.0	0.0	0.000000	
19	MOLHO TASTY	43.0	0.0	0.0	0.000000	
22	OUTROS	1.0	0.0	0.0	0.000000	
34	QUEIJO QUENTE	0.0	4.0	0.0	0.000000	

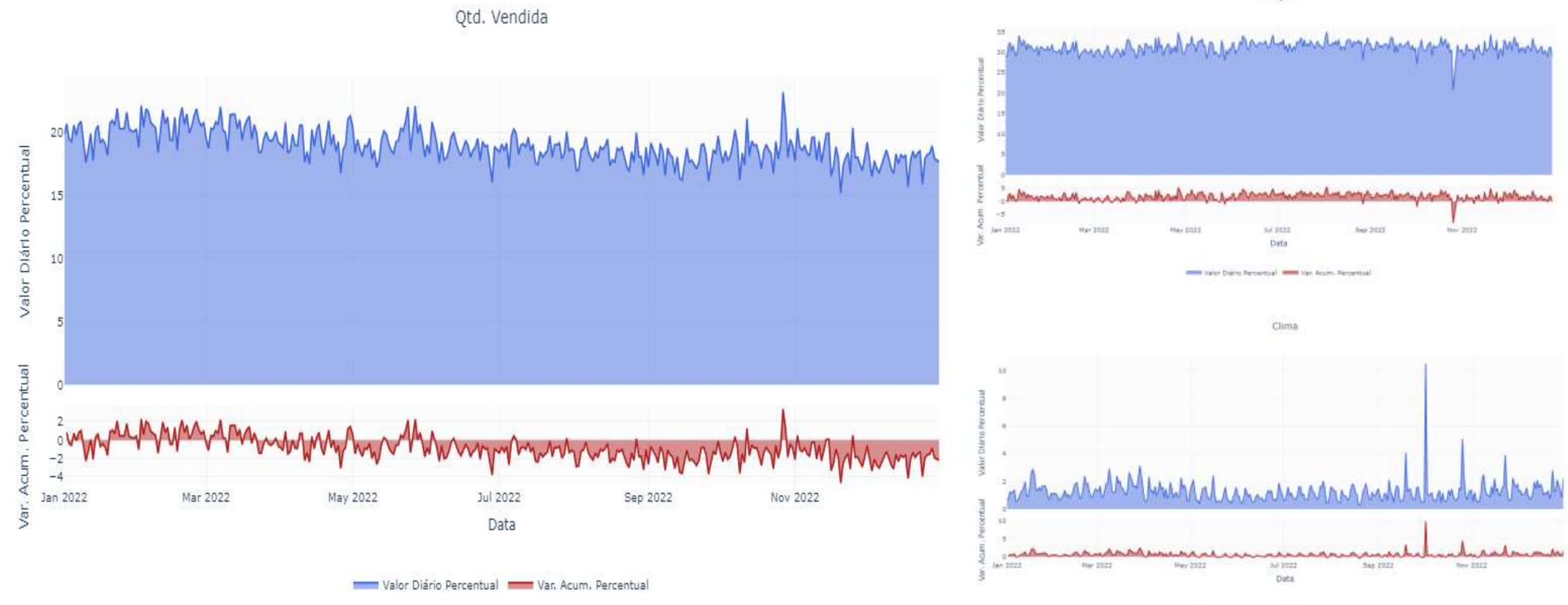
# report_qtd_vendidas ...						
	PRODUTO_plus_p_familia_brasil	PRODUTO_sum_plu_unit_price_2022-10-02	PRODUTO_sum_plu_unit_price_2022-11-15	Difference	Difference %	
18	MOLHO CBO	44.50	40.00	-4.50	-10.11200	
1	3 X 3	137.70	23.00	-113.70	-82.718049	
10	FIGURINHAS COPA	118.00	104.00	-14.00	-12.181562	
30	TIRO EXTRA	68.00	68.00	0.00	0.000000	
12	HAMBURGER	28.00	27.00	-1.00	-3.571429	
5	CDD	3486.00	4762.25	-1276.25	-36.521113	
2	ADD-ON FOOD	44.50	40.00	-4.50	-10.11200	
29	SUNDAE	126.00	89.00	-37.00	-29.365079	
16	MCFLURRY	266.00	191.00	-75.00	-28.195489	
24	PREMIUM	407.00	293.00	-114.00	-28.009828	
27	SHAKE	140.00	103.00	-37.00	-26.428571	
32	TORTAS	91.00	69.00	-22.00	-24.175824	
31	TOP SUNDAE	96.00	79.00	-17.00	-17.708333	
11	FRIES	1400.00	1174.00	-226.00	-16.142857	
28	SUCO	372.00	312.00	-60.00	-16.129032	
15	MCPISTA	21.00	18.00	-3.00	-14.285714	
9	FAMILY BOX	200.00	172.00	-28.00	-14.000000	
20	MOLHOS	84.00	76.00	-8.00	-9.523810	
23	PPS	53.00	48.00	-5.00	-9.433962	
6	CHEESEBURGER	57.00	52.00	-5.00	-8.771930	
25	PROTEINA	27.00	25.00	-2.00	-7.407407	
26	REFRI	785.00	729.00	-56.00	-7.133758	
8	DANONINHO	84.00	79.00	-5.00	-5.952381	
14	MCCOLOSSO	24.00	23.00	-1.00	-4.166667	
21	NUGGETS	81.00	82.00	1.00	1.234568	
7	CLASSIC	703.00	715.00	12.00	1.706970	
33	TOY	140.00	144.00	4.00	2.857143	
13	LOWER CLASSIC	153.00	158.00	5.00	3.267974	
17	MCNUGGETS W/ 4	17.00	20.00	3.00	17.647059	
4	CASQUINHAS	84.00	113.00	29.00	34.523810	
0	2 X R\$ 19.90	147.00	0.00	0.00	0.000000	
3	AGUA	8.00	0.00	0.00	0.000000	
19	MOLHO TASTY	43.00	0.00	0.00	0.000000	
22	OUTROS	1.00	0.00	0.00	0.000000	
34	QUEIJO QUENTE	0.00	4.00	0.00	0.000000	



Golden Bridge – %Share de influência dos pilares



Golden Bridge – %Share de influência dos pilares



Exemplo Golden Bridge

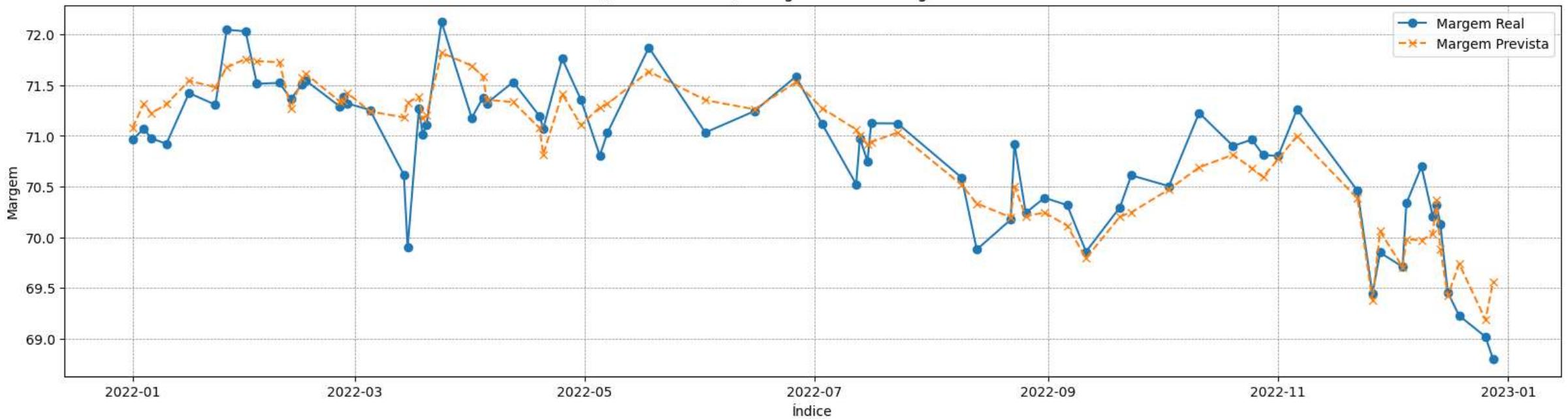
Gráfico Cascata - 2022-01-28 a 2022-01-29



Gráfico de Valores Reais vs. Valores Previstos

Loja BDT em 2022

(Dados de Teste) - Margem Real vs Margem Prevista



Resultados da Previsão de Margem

- MSE: 0.0001
- RMSE: 0.0032
- MAE: 0.0023
- MAPE: 0.0032
- R2: 0.7938
- Resíduos mínimos e máximos: -0.72, 1.43
- Resíduos percentuais mínimos e máximos:
-1.03, 2.0

Análise das Alavancas

- Seleção de recursos classificados como "alavancas"
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Alavancas - Variáveis com impacto positivo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	alavanca	6.475550e-05	media_plu_unit_price_calculado	3490	Delivery	REFRI PROMO MEDIA
34	alavanca	4.437560e-05	media_plu_unit_net_sale	569636	Delivery	FANTAGALC DLV
43	alavanca	4.246287e-05	imposto_medio_por_item_vendido	61109	NGK	FL OVOCA BL
65	alavanca	4.099702e-05	media_plu_unit_net_sale	91084	Delivery	TRIPLO CB ALC
93	alavanca	3.825593e-05	media_plu_unit_net_sale	84604	McCafé	AGUA GARRAFA 500ML ALC
...
32214	alavanca	7.110588e-08	sum_plu_unit_price	61394	Delivery	BR2 MIRABEL
32216	alavanca	3.980165e-08	sum_plu_unit_price	601224	Balcão	CHIMELTBCM PR
32217	alavanca	3.762720e-08	media_gc_net_sale	82773	Mop	CHEEDDAR PRMOP
32283	alavanca	2.245689e-08	media_gc_net_sale	73160	Delivery	MGFLMMCH PRBL
32295	alavanca	2.172442e-09	sum_plu_net_sale_calculado	572828	Delivery	COCA LATA ME

Análise dos Ofensores

- Seleção de recursos classificados como “ofensores”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Ofensores - Variáveis com impacto negativo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	ofensor	-5.491102e-05	media_plu_unit_sold	60706	NGK	MCL CB PR CF
44	ofensor	-4.606582e-05	media_plu_unit_net_sale	76338	Drive-Thru	MEGA NUGG ALC
99	ofensor	-4.572123e-05	cost_plu_unit	61822	Drive-Thru	QUART M PR CF
132	ofensor	-4.506787e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601099	Drive-Thru	MEGA NUG PRG
154	ofensor	-4.346204e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601100	Delivery	MEGA NUG PRM
...
36531	ofensor	-1.276848e-08	cost_plu_unit	63261	Drive-Thru	CHICKJR PRCP
36533	ofensor	-9.957821e-09	media_plu_unit_net_sale	68071	Mop	BIGM MOP PRCF
36534	ofensor	-8.916935e-09	sum_plu_unit_price	65080	Balcão	BR2 SHURI PR
36535	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	77907	Drive-Thru	BAT CHED PRCP
36547	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	64056	Drive-Thru	BIG MAC PRCP



Análise dos Neutros

- Seleção de recursos classificados como “neutro”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Neutros - Variáveis sem impacto no modelo - Loja BDT em 2022

Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
36559	neutro	0.0	media_plu_unit_net_sale	600805	Delivery FL OVO CA BL
36570	neutro	0.0	media_plu_unit_net_sale	600718	Delivery DU BARB PRPD
36581	neutro	0.0	sum_plu_net_sale_calculado	85217	NGK BIG MAC PRCP
36592	neutro	0.0	media_plu_unit_price_calculado	67194	NGK FANTG Z M PRCP
36603	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	81600	Delivery SUNDCABL DLV
...
37772	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	91282	NGK FANTGUA Z M ALC
37774	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	91320	Delivery COCA PR DLV
37776	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88563	Delivery FANTAGPRCPDLV
37778	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88783	Delivery COCAS DLV
37780	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88836	Mop FIGURIN PRMOP



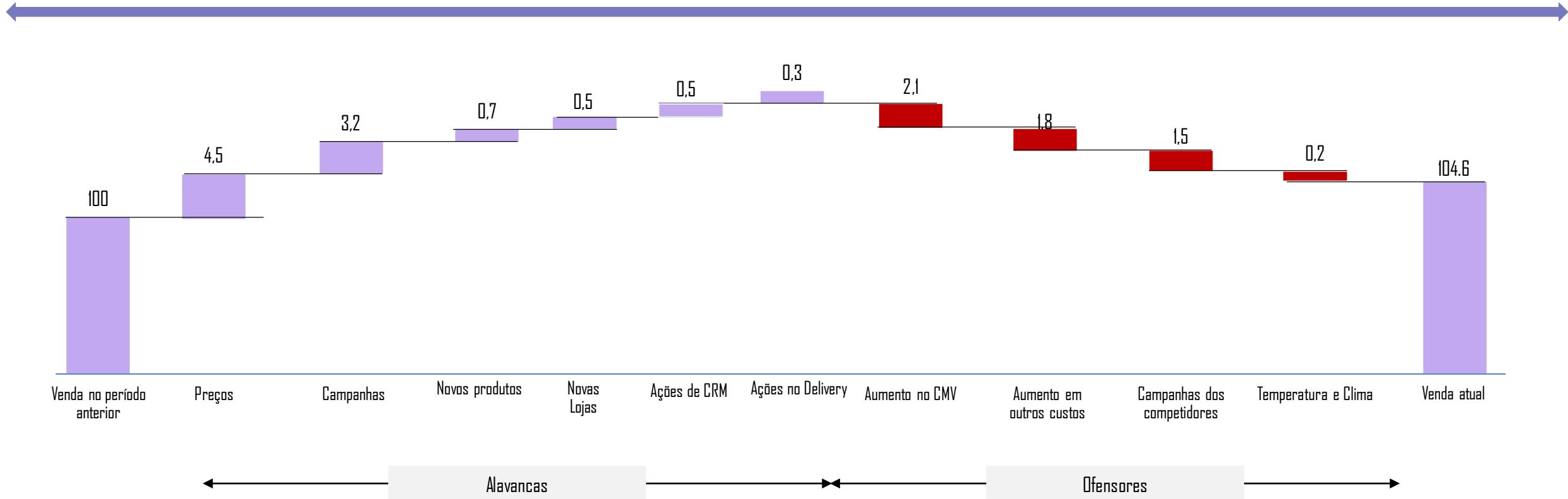
Expansão de Insights de Negócios: Criação de Variáveis Compostas a partir de Variáveis Puras (Booking)

fact_plu_agrupado_day				
PURA	Descrição	Cognitivo	Descrição das variáveis compostas	Fórmula
p_sk_dim_product s_sk_dim_store s_sk_dim_segment d_sk_dim_date count_items_gt sum_plu_unit_sold sum_plu_unit_price media_plu_unit_price media_plu_unit_sold	segmento (o dia está separado por segmentos) data número de produtos vendidos Somatória da quantidade de PLUs vendidas naquele dia Somatória dos valores unitários das PLUs vendidas naquele dia Média PLU (CARREGADA)	media_plu_price_calculado	média unitária do preço da PLU	sum_plu_unit_price / sum_plu_unit_sold
sum_plu_gross_sale	Venda bruta do PLU naquele dia Fórmula = media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price	sum_plu_gross_sale_calculado	Somatória de preços (gross_sale) da PLU, já que é a quantidade vendida multiplicado pelo valor unitário Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price
sum_plu_net_sale	Venda líquida do PLU naquele dia Fórmula = sum_plu_gross_sale - sum_plu_val_tax	sum_plu_net_sale_calculado	Somatória do valor líquido (net_sale) da PLU, já que o valor líquido é a somatória de preços menos as taxas. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_gross_sale_calculado - sum_plu_val_tax
sum_plu_val_icms sum_plu_val_cofins sum_plu_val_icms_apurado sum_plu_val_pis	valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax	margem_plu	valor líquido - custo total O net_sale não engloba os custos, assim para chegar na margem, é necessário tirar o custo	(sum_plu_net_sale_calculado - sum_plu_cost_total_calculado) / sum_plu_net_sale_calculado
sum_plu_val_tax	Soma dos impostos de icms,cofins,pix	imposto_medio_por_item_vendido	valor da somatória dos impostos para aquele PLU de forma unitária	sum_plu_val_tax / sum_plu_unit_sold
gc_count_items_validated gc_net_sale gc_gross_sale media_gc_net_sale	número de itens validados no dia Referência é o GC net_sale, não todos os produtos pertencem automaticamente ao GC, exigenet_sale que exige produto validado Referência é GC - o valor líquido dividido de gc_net_sale apurado dia			
sum_plu_cost_total	Somatória dos custos de produtos (não inclui taxes) Fórmula = sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit	sum_plu_cost_total_calculado	Somatória dos custos da PLU. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit
cost_plu_unit	custo unitário daquela PLU naquele dia	media_plu_net_sale	diferença líquida entre valor médio do produto e o custo atrelado	media_plu_unit_price_calculado - imposto_medio_por_item_vendido



Alavancas de venda e margem | Novo modelo de pilares

Modelo de alavancas e ofensores nas vendas e margem



Regras das Alavancas

Preços

Pedidos de venda com PLUs/Produtos com alteração de preço de venda

Campanhas

ver detalhamento das regras

Novos produtos

PLU sem cadastro de campanha com data de criação dentro de determinado período

Novas Lojas

Pedidos de venda atrelado a novas lojas com período de abertura menor que maturação

Ações CRM

Pedidos de venda impulsionados por push notification sem cupom

Ações Delivery

Pedidos de venda do segmento Delivery sem campanha dedicada e sem utilização de cupom



Alavancas de venda e margem | Detalhamento de Campanhas



Formulario – Integração dos dados de campanhas – Tela de Login

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:8501'. The main content area has a dark background with white text. At the top, it says 'Integração de dados - Campanha'. Below that, a heading 'Faça o login' is followed by two input fields: 'Nome de usuário' and 'Senha'. A 'Login' button is located at the bottom left of the form area.

Integração de dados - Campanha

Faça o login

Nome de usuário

Senha

Login

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Extração dos dados da Metabase para preenchimento do formulario

The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost:8501` in the address bar. The page title is "Integração de dados - Campanha". On the left, there is a sidebar with the text "Bem-vindo(a), michael.mattioli@mail-bip.com!". The main content area contains the following text:

Esse sistema tem o objetivo de gerar um CSV para integrar e identificar as campanhas no Metabase, de modo a padronizar a seleção dos dados e integrar os dados da maneira correta.

Para entender como preencher, acesse a documentação [link].

- Capturando dados necessários do Metabase - tempo médio de 3 minutos
- Running `get_data_from_metabase()`.

A "Login" button is located at the bottom of the sidebar.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A radio button group 'Tem PLU atrelada?' with 'Sim' selected.
- A radio button group 'Tem CUPOM atrelado?' with 'Sim' selected.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' (2023/04/14) and 'Data de fim da campanha' (2023/04/14).

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

A equipe conseguirá selecionar os produtos com os dados atualizados do metabase

The screenshot shows a user interface for campaign management. At the top, there are two date inputs: "Data de início da campanha" (2023/04/14) and "Data de fim da campanha" (2023/04/14). Below these is a dropdown menu labeled "Seleção de PLUs" with the placeholder "Choose an option". A note below the dropdown says "Seleção de PLUs separado por vírgula. Exemplo: 1,2,3,4,5,...". Further down, there's a section titled "Seleção de produtos - (sem restrição = todos selecionados)". A red box highlights three items: "MCFISH X", "MCITÁLIA X", and "BIG MAC X". Below this, under the heading "CLUB GRILL", are several product names, each preceded by a red arrow pointing left: "CLUB GRILL CX", "CLUB GRILL GRANDE PR CI", "CLUB GRILL ME", "CLUB GRM PR CX", "CLUB HOUSE ALC 2X1", and "CLUB HOUSE ALC 2X1 CX".

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Validação dos dados selecionados

Construir dados

	nome campanha	data inicio	data fim	segmento atuante	tem_cupom	tem_plu
0	Nova Casquinha de doce de leite	2023-04-14	2023-04-14	<input type="checkbox"/> Delivery <input type="checkbox"/> Drive-Thru <input type="checkbox"/> Cold Kiosk <input type="checkbox"/> Balcão	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	p_product_code	p_long_description
0	79	MCFISH
1	79	MCFISH
2	100,076	BIG MAC
3	63,852	MCITÁLIA
4	63,852	MCITÁLIA

	s_cidade_brasil	s_estado_brasil
0	AMERICANA	SP
1	FORTALEZA	CE
2	APARECIDA DE GO	GO
3	GOIANIA	GO
4	ANAPOLIS	GO
5	ALEXANIA	GO
6	CALDAS NOVAS	GO
7	MANAUS	AM
8	JUAZEIRO DO NO	CE
9	CRATO	CE



Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Campos que podem ser utilizados para integração de dados

Campos que podem ser utilizados para integração de dados:

- nome de identificação da campanha
- Tem PLU atrelada? (Sim/Não)
- Tem CUPOM atrelado? (Sim/Não)
- Data de inicio da campanha
- Data de fim da campanha
- Seleção de PLUs (multi-seleção)
- Seleção de PLUs separado por vírgula (campo de texto)
- Seleção de segmentos (multi-seleção)
- Seleção de cidades (multi-seleção)
- Seleção de estados (multi-seleção)
- Seleção tipo de loja (multi-seleção)
- Retira loja(s) específicas (multi-seleção e campo de texto separado por vírgula)



Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

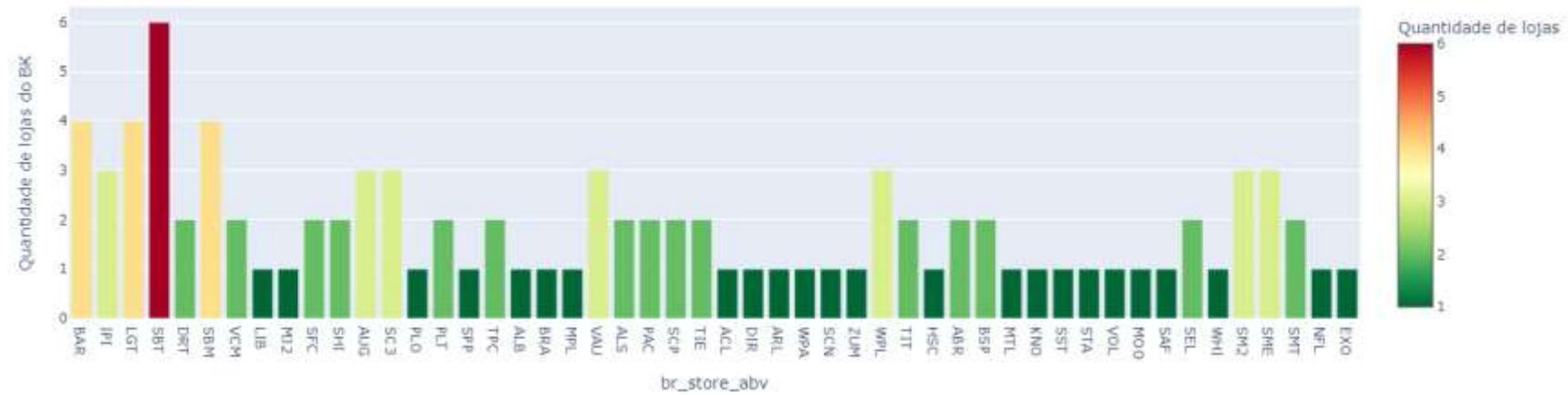
	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

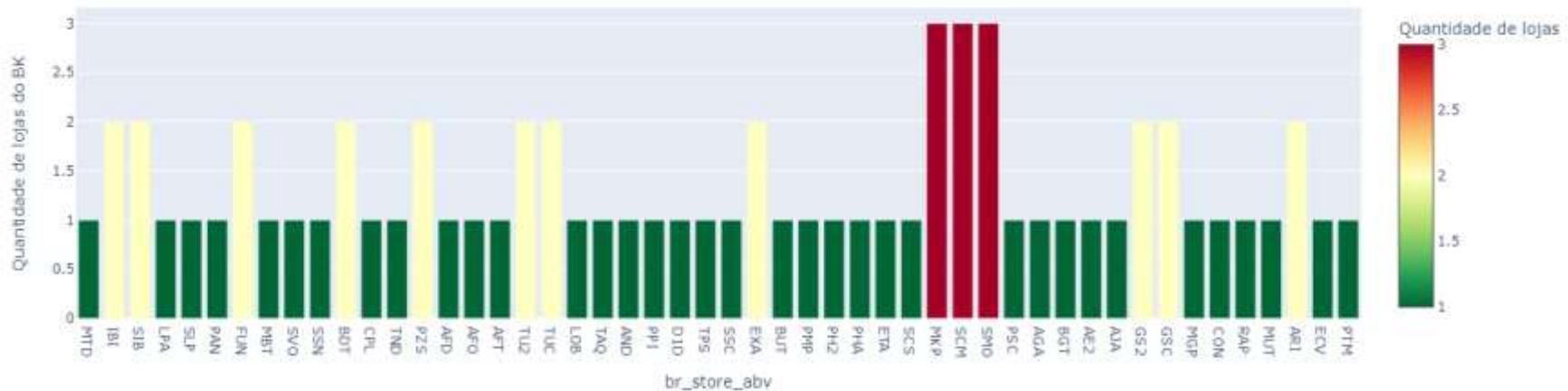
Detalhamento de proximidade com concorrentes – Burger King

Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)

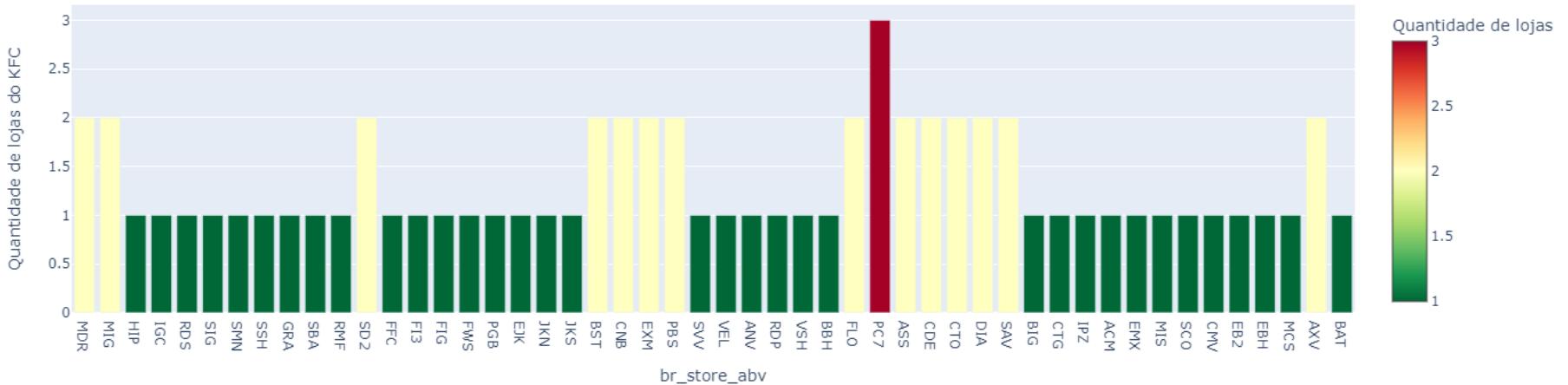


Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



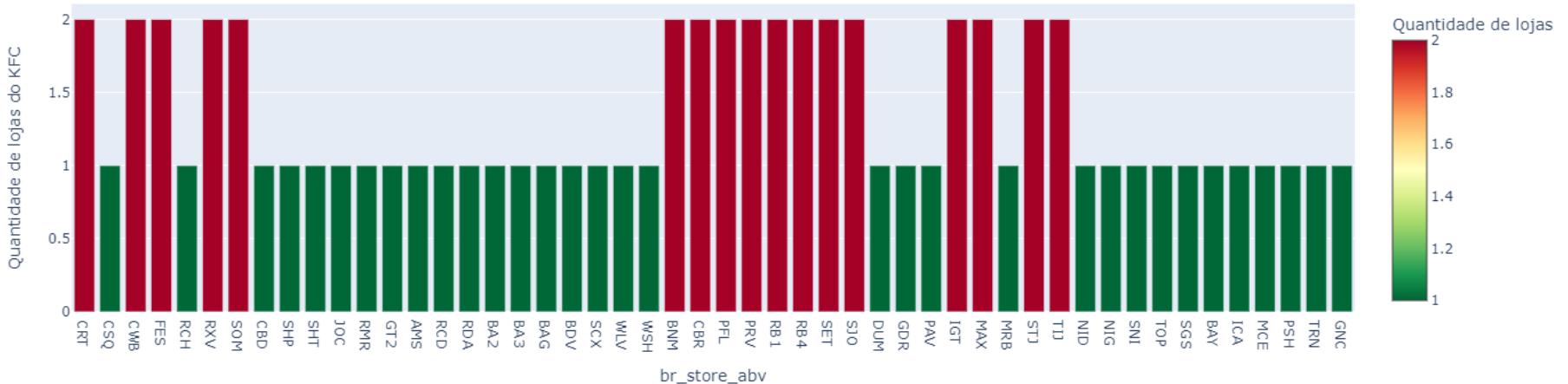
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

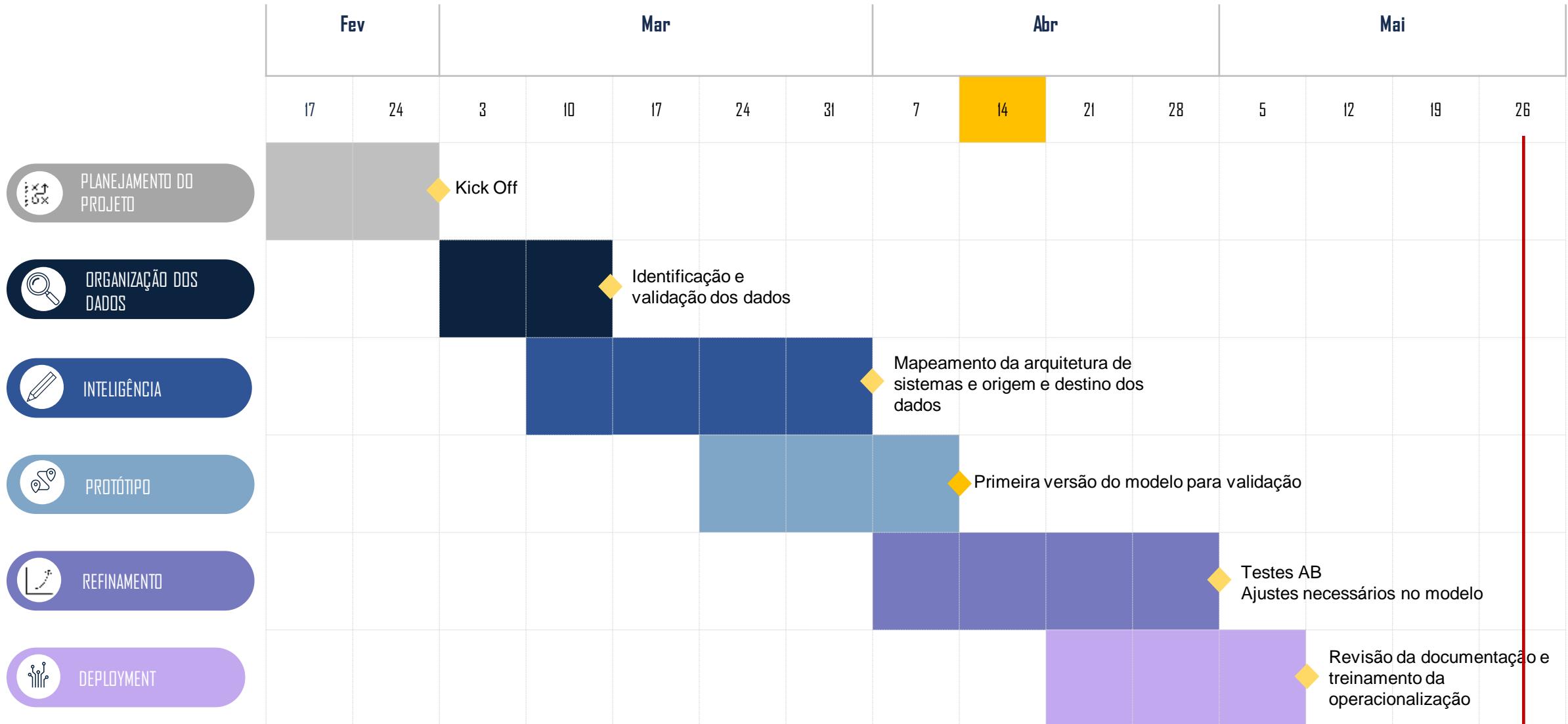


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 05/06/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Seleção dos grupos de lojas como opção para a análise da golden bridge. Podendo selecionar o estado, região estratégica, tipo de lojas, etc.
- Modelagem para entendimento e viabilidade das informações de campanhas (dados do time de digital).
- Evolução do modelo para entendimento de períodos semanais, mensais, quinzenais e quarter.
- Reunião com time de Brand sobre gestão dos dados de campanhas

Pontos de Atenção

- As informações de Campanhas estão dispersas entre as áreas envolvidas (Montagem de padrão para implementação no modelo)

Próximos Passos

- Conclusão da documentação do projeto Alavancas
- Avaliação da viabilidade dos dados de campanha com testes
- Finalização do processo de visualização e treinamento do modelo para períodos semanais, mensais, quinzenais e quarter.

Detalhamento de Campanhas | Filtros para seleção de grupo de lojas

Select the period:

Monthly

Select the stores:

Choose an option

Select the cities:

Choose an option

Select the states:

Choose an option

Select the regions:

Choose an option

Select the regional:

Choose an option

Select the strategic regions:

Choose an option

Select the status:

Choose an option

Select the stores:

AAB ✕ AAH ✕ AAC ✕ AAM ✕ ABC ✕

Select the cities:

ALVORADA ✕ ANANINDEUA ✕ APARECIDA DE G... ✕ AMPARO ✕

Select the states:

AM ✕ DF ✕ GO ✕ BA ✕ MG ✕

Select the regions:

NORDESTE ✕ SUDESTE ✕ nan ✕

Select the regional:

SAO1 ✕ RSOU ✕

Select the strategic regions:

BA - SALVADOR ✕ AM - MANAUS ✕ BA INTERIOR SUL ✕ ALTO TIETE ✕ BELO HORIZONT... ✕

Select the status:

UC ✕ OPCO ✕

Select the type of store:

FC ✕ FS ✕ IS ✕ MS ✕



Detalhamento de Campanhas | Modelagem de e aplicação de dados de campanha

B	C	E	F	G	H	
DATA	DATA	PPN	LOTI	TIPO PROMO	O PROMO DE	NOME
0 12/1	31/01	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	1 McOferta Média McChicken Nuggets + Chicken Mc...
0 17/1	17/01	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	McFritas Média R\$0,99
0 17/1	17/01	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	Sundae Chocolate R\$0,99
0 18/1	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	Delivery - ifood	2x1 McFlurry Ovomaltine Rocks (McExperiência)
0 18/1	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	HIDE	2x1 Pão de Queijo (McExperiência)
0 25/1	31/01	APP		TWITTER	LUDMILLA	2x1 McFritas Média
DETALHAMENTO DE CAMPANHAS						
0 1/2	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	HIDE	2x1 McFlurry Ovomaltine Rocks (McExperiência)
0 1/2	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	HIDE	2x1 Pão de Queijo (McExperiência)
0 8/2	23/02	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	McChicken JR R\$0,99
0 14/2	26/02	APP	44312	WELCOME OFFER	BOG	Vale Sundae
0 14/2	28/02	APP	44323	BOG	BOG	Vale McFritas Média
0 10/2	24/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Quinta é dia de 2 Tortas com 14% OFF
0 11/2	25/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Sexta é dia de 3 Sundae com 20% OFF
0 12/2	26/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Sábado é dia de 5 Tortas com 20% OFF
0 13/2	27/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Domingo é dia de 4 Sundae com 24% OFF
0 23/2	20/03	APP	44327	SIGNOS	SIGNOS	Chicken McNuggets 8 unidades R\$9,90
0 23/2	20/03	APP	44328	SIGNOS	HIDE	1 McOferta Média McChicken Nuggets + 1 Bebida 300ml R\$10,90
0 23/2	04/04	APP	44360	PAID MÍDIA	HIDE	Chicken Jr + Bebida 300ml R\$8,00
0 23/2	04/04	APP	44361	PAID MÍDIA	HIDE	Chicken McNuggets 8 unidades R\$9,90
0 23/2	04/04	APP	44362	PAID MÍDIA	HIDE	1 McOferta Média Cheddar McMelt R\$24,90
0 23/2	04/04	APP	44363	PAID MÍDIA	HIDE	1 McOferta Média Big Tasty R\$32,90
0 25/2	01/03	APP	44389	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFritas R\$13,90
0 25/2	01/03	APP	44390	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega Chicken McNuggets R\$24,90
0 25/2	01/03	APP	44391	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFlurry M&M's R\$16,90
0 25/2	01/03	APP	44392	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFlurry Ovomaltine Rocks R\$16,90
0 25/2	01/03	APP	44416	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFlurry Kit Kat R\$16,90
0 23/2	11/05	APP	4393	Shareables	Massive	4 Big Mac + 2 Cheeseburger + 4 Bebidas 500ml + 2 L...
0 23/2	11/05	APP	44394	Shareables	Massive	9 McFritas Médias R\$49,95
0 23/2	11/05	APP	44395	Shareables	Massive	4 Cheeseburger + 5 McChicken R\$77,00
0 23/2	11/05	APP	44396	Shareables	Massive	3 McFritas Cheddar Bacon + 4 Big Mac + 2 Cheesebu...
0 23/2	11/05	APP	44397	Shareables	Massive	8 Cheeseburger + 2 Mega McFritas + 1 Mega Chick...



df_Final				
✓ 08	DATA INICIO	DATA FIM	TIPO PROMO	NOME
0	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	Big Mac + Bebida 500ml R\$15,90
1	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	McOferta Média Big Mac + Chicken McNuggets 4 u...
2	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	Chicken McNuggets 10 unidades R\$9,90
3	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	McFritas Grande R\$5,90
4	2021-01-22	2021-01-31	MEQUIZES	2 Cheeseburger + 1 McFritas Média + 1 Bebida 5...
-	-	-	-	-
2860	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIZEO	Top Sundae R\$5,90
2861	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIZEO	1 Torta R\$5,50
2862	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIZEO	1 McFritas Média R\$6,90
2863	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIZEO	Combo Pequeno Quarterão R\$20,90
2864	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIZEO	McNuggets 6 + McFritas média + Bebida 300ml R\$...

2855 rows × 5 columns

Detalhamento de Campanhas | Captura de dados diretamente do metabase

FACT_PLU

```
filters = [
    # 'loja_store_id': ['ACLT'],
    # 'loja_state_brasil': ['BAHIA', 'CEARA', 'GOIAS', 'PARAIBA'],
    # 'loja_estado_brasil': ['SP', 'PR'],
    # 'loja_municipio_brasil': ['NORTO'],
    # 'loja_municipio_brasil': ['SANTO'],
    # 'loja_municipio_brasil': ['SANTO', 'SANTO'],
    # 'loja_municipio_brasil': ['SANTO', 'SANTO'],
    # 'loja_municipio_brasil': ['SANTO'],
    # 'loja_municipio_brasil': ['SANTO'],
    # 'loja_type_store_brasil': ['MKT', 'LS'],
    # 'd_date': ['2022-10-01', '2022-12-31'],
}

df_product = gtc_product_info_table_by_filters(filters, session_id)
df_product
```

	plus_p_familia_brasil	dim_segment_segment	calendario_d_date	mean cost_plu_unit	sum sum_plu_unit_price	sum sum_plu_unit_sold	sum sum_plu_val_tot	sum sum_plu_cost_total	mean media_plu_unit_price	mean media_plu_unit_sold	sum sum_plu_net_sale
0	2 X RS 14.90	Balcão	2022-10-01	1.465454	3538.05	826.0	551.566150	1254.594387	8.056887	1.665612	5878.633850
1	2 X RS 14.90	Balcão	2022-10-02	1.445799	3889.15	461.0	532.072450	697.930890	8.009685	1.812598	3257.57550
2	2 X RS 14.90	Balcão	2022-10-03	1.488923	1344.75	300.0	207.407775	480.897863	7.949505	1.728489	2138.442225
3	2 X RS 14.90	Balcão	2022-10-04	1.621115	1472.65	329.0	214.389375	532.285062	7.759794	1.666667	2376.010625
4	2 X RS 14.90	Balcão	2022-10-05	1.404516	1330.35	296.0	206.747400	445.371984	7.932883	1.640069	2103.852600
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
30680	VANILLA LATE	NGK	2022-12-26	1.480192	37.50	5.0	1.200000	7.400962	7.500000	1.000000	36.300000
30681	VANILLA LATE	NGK	2022-12-28	1.289762	38.90	5.0	3.460000	8.420633	7.850000	1.000000	35.440000
30682	VANILLA LATE	NGK	2022-12-29	2.216402	16.40	2.0	0.520000	4.432804	8.200000	1.000000	15.880000
30683	VANILLA LATE	NGK	2022-12-30	2.101449	47.80	6.0	1.520000	11.999982	8.060000	1.000000	46.280000
30684	VANILLA LATE	NGK	2022-12-31	1.805234	31.40	4.0	2.110000	6.932398	7.986667	1.000000	29.290000

30685 rows × 11 columns

DIM_DATE

d_sk_dim_date	gc_cost	gc_cost_item_affordability	gc_cost_item_coupon	gc_cost_item_desert	gc_cost_item_family	gc_cost_item_others	gc_coupon	gc_coupon
0	13941	32.730000	0.0	0	32.540001	0.0	0.089941	24
1	13941	2933.050049	454.0	273	267.070007	172.5	20.548675	266
2	13941	3011.830079	301.0	273	369.540009	289.0	59.966750	332
3	13941	2905.149002	842.5	278	316.210011	292.5	88.037500	438
4	13941	3995.449951	673.5	243	272.220001	153.5	52.062500	445
-	-	-	-	-	-	-	-	-
819776	15916	4215.448770	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	414
819777	15916	1221.976562	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	88
819778	15916	3516.329103	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	281
819779	15916	91.520061	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	7
819780	15916	3361.771484	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	352

859.17 rows + 27 columns

6

DIM_STOR

id_loj	loj_loj_name	loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name	loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_loj_name
0	NAT	10 ANOS CIMA DOIS	10 ANOS CIMA DOIS	ALFAMAR	ALFAMAR	ALFAMAR	ALFAMAR	ALFAMAR	ALFAMAR	ALFAMAR	ALFAMAR
1	NAT	2010-01-01 00:00:00	2010-01-01 00:00:00	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA
2	NAT	2011-01-01 00:00:00	2011-01-01 00:00:00	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA
3	NAT	2006-01-01 00:00:00	2006-01-01 00:00:00	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA
4	NAT	---	---	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA	BRASILIA
400	NAT	2010-01-01 00:00:00	2010-01-01 00:00:00	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES
401	NAT	2011-01-01 00:00:00	2011-01-01 00:00:00	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES
402	NAT	2010-01-01 00:00:00	2010-01-01 00:00:00	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES
403	NAT	2010-01-01 00:00:00	2010-01-01 00:00:00	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES
404	NAT	2011-01-01 00:00:00	2011-01-01 00:00:00	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES
405	NAT	2010-01-01 00:00:00	2010-01-01 00:00:00	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES
406	NAT	2011-01-01 00:00:00	2011-01-01 00:00:00	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES
410	NAT	2010-01-01 00:00:00	2010-01-01 00:00:00	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES
411	NAT	2011-01-01 00:00:00	2011-01-01 00:00:00	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES
412	NAT	2010-01-01 00:00:00	2010-01-01 00:00:00	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES	BRASILIA MCGONALVES



Detalhamento de Campanhas | Times de Brand, Digital e Delivery

Mar	Abr	Mai	Jun
31 7 14	21 28 14/04 Reunião remarcada	5 12 19 26 18/05 Reunião remarcada	2 9 2/06 Reunião realizada com time de Brand 24/05 Reunião realizada com time de Digital 22/05 Reunião realizada com time de Delivery
BRAND	DIGITAL	DELIVERY	

31/03

- Reunião com o time de Digital/Brand realizada, avançando com o entendimento das classificações dos pilares Preço, Campanhas, Lançamentos, Ações CRM e Ações Delivery, Ações Digital
- Foi solicitado a inclusão de um novo pilar (Novas Lojas)
- Marcar nova agenda com time de Digital/Brand para detalhamento do preenchimento do template

14/04

- Reunião remarcada

28/04

- Reunião com time de Brand, Digital e Delivery sobre detalhamento dos dados de campanhas e apresentação do formulário para cadastro de campanhas
- Foi sinalizado risco de retrabalho no cadastro das campanhas no formulário, pois já são sinalizadas parcialmente via digiGo (Cupons) e AppsFlyer (mensuração do inbound)
- Marcar nova discussão com o time de Brand, Digital e Delivery para avaliação das regras de Campanhas

05/05

- Alinhamento com Lutti (McD) e Garbuio, Michael (Bip), sobre as dificuldades de obtenção dos dados de campanhas e destaque para preenchimento do formulário para construção das correlações dos pilares envolvidos no Alavancas

18/05

- Reunião com Delivery remarcada

22/05

- Reunião com time de Delivery, apresentando no detalhe o projeto do Alavancas e a utilização do formulário de Campanhas. Macro visão das rotinas e processos do time sobre criação e acompanhamento das campanhas (McD e Ifood)
- Estão de acordo com o cadastro das campanhas via formulário (piloto)
- Boa maturidade de métricas e gestão dos dados

24/05

- Reunião com time de Digital, apresentando no detalhe o projeto do Alavancas e a utilização do formulário de Campanhas. Macro visão das rotinas e processos do time sobre criação e acompanhamento das campanhas (Cupom, Delivery, MOP)
- Preocupação com esforço operacional na utilização do formulário. Time repassou Excel com base de cupons para avaliação de utilidade para o projeto (Data início e fim da Campanha mas sem dados de PLU)

02/06

- Reunião com time de Brand, apresentando no detalhe o projeto do Alavancas e a utilização do formulário de Campanhas. Macro visão das rotinas e processos do time sobre criação e acompanhamento das campanhas (OOH, TV e Digital)
- Dados detalhados das campanhas são fornecidos semestralmente pela agência Galeria, gerando lentidão na tomada de decisão de investimento em campanhas/alavancagem dos resultados
- Dificuldade na identificação de alavancagem por Campanhas de Brand (vínculo de PLU ou Produto não é uma obrigatoriedade)

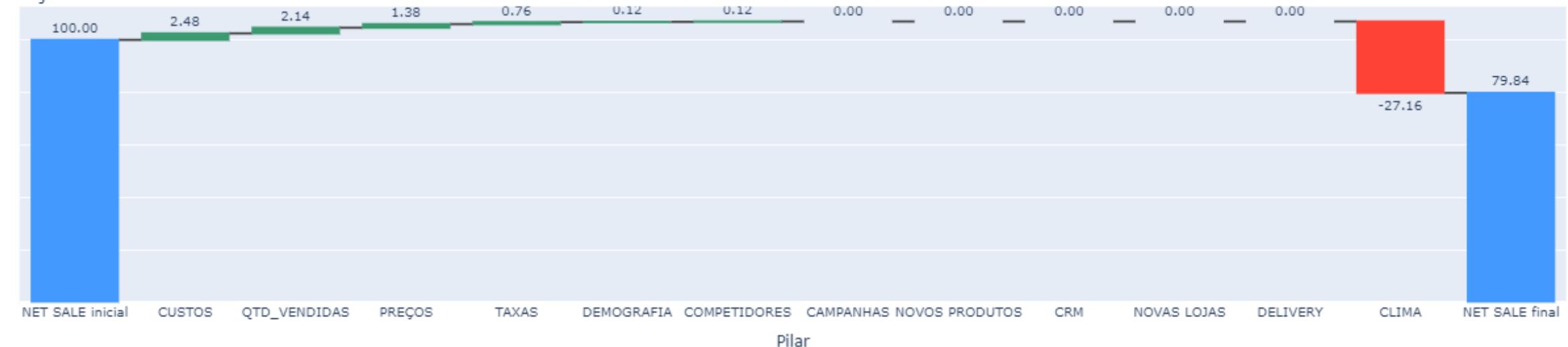


Golden Bridge – todos os pilares

Golden Bridge entre 2022-10-02 e 2022-11-15

Net Sale Bruto: 50.99k e 39.87k

Loja: CJD



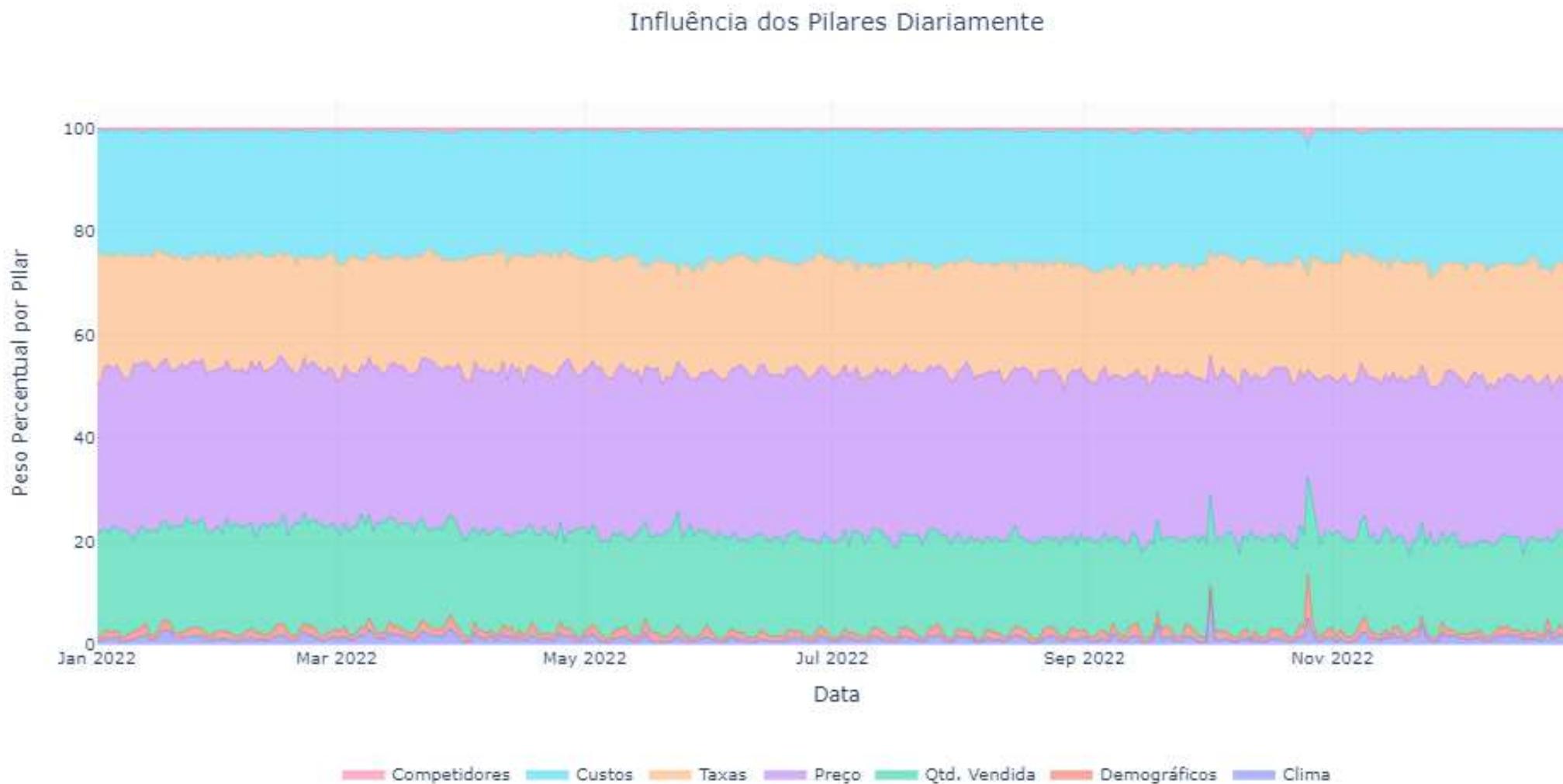
Golden Bridge – Tabelas por Pilar

# report_qtd_vendidas ...						
	PRODUTO_plus_p_familia_brasil	PRODUTO_sum_plu_unit_sold_2022-10-02	PRODUTO_sum_plu_unit_sold_2022-11-15	Difference	Difference %	
18	MOLHO CBO	29.0	3.0	-26.0	-89.655172	
1	3 X 3	23.0	8.0	-15.0	-65.217391	
10	FIGURINHAS COPA	118.0	59.0	-59.0	-50.000000	
30	TIRO EXTRA	68.0	44.0	-24.0	-35.294118	
12	HAMBURGER	28.0	19.0	-9.0	-32.142857	
5	CDD	10.0	7.0	-3.0	-30.000000	
2	ADD-ON FOOD	51.0	36.0	-15.0	-29.411765	
29	SUNDAE	126.0	89.0	-37.0	-29.365079	
16	MCFLURRY	266.0	191.0	-75.0	-28.195489	
24	PREMIUM	407.0	293.0	-114.0	-28.009828	
27	SHAKE	140.0	103.0	-37.0	-26.428571	
32	TORTAS	91.0	69.0	-22.0	-24.175824	
31	TOP SUNDAE	96.0	79.0	-17.0	-17.708333	
11	FRIES	1400.0	1174.0	-226.0	-16.142857	
28	SUCO	372.0	312.0	-60.0	-16.129032	
15	MCPISTA	21.0	18.0	-3.0	-14.285714	
9	FAMILY BOX	200.0	172.0	-28.0	-14.000000	
20	MOLHOS	84.0	76.0	-8.0	-9.523810	
23	PPS	53.0	48.0	-5.0	-9.433962	
6	CHEESEBURGER	57.0	52.0	-5.0	-8.771930	
25	PROTEINA	27.0	25.0	-2.0	-7.407407	
26	REFRI	785.0	729.0	-56.0	-7.133758	
8	DANONINHO	84.0	79.0	-5.0	-5.952381	
14	MCCOLOSSO	24.0	23.0	-1.0	-4.166667	
21	NUGGETS	81.0	82.0	1.0	1.234568	
7	CLASSIC	703.0	715.0	12.0	1.706970	
33	TOY	140.0	144.0	4.0	2.857143	
13	LOWER CLASSIC	153.0	158.0	5.0	3.267974	
17	MCNUGGETS W/ 4	17.0	20.0	3.0	17.647059	
4	CASQUINHAS	84.0	113.0	29.0	34.523810	
0	2 X R\$ 19.90	147.0	0.0	0.0	0.000000	
3	AGUA	8.0	0.0	0.0	0.000000	
19	MOLHO TASTY	43.0	0.0	0.0	0.000000	
22	OUTROS	1.0	0.0	0.0	0.000000	
34	QUEIJO QUENTE	0.0	4.0	0.0	0.000000	

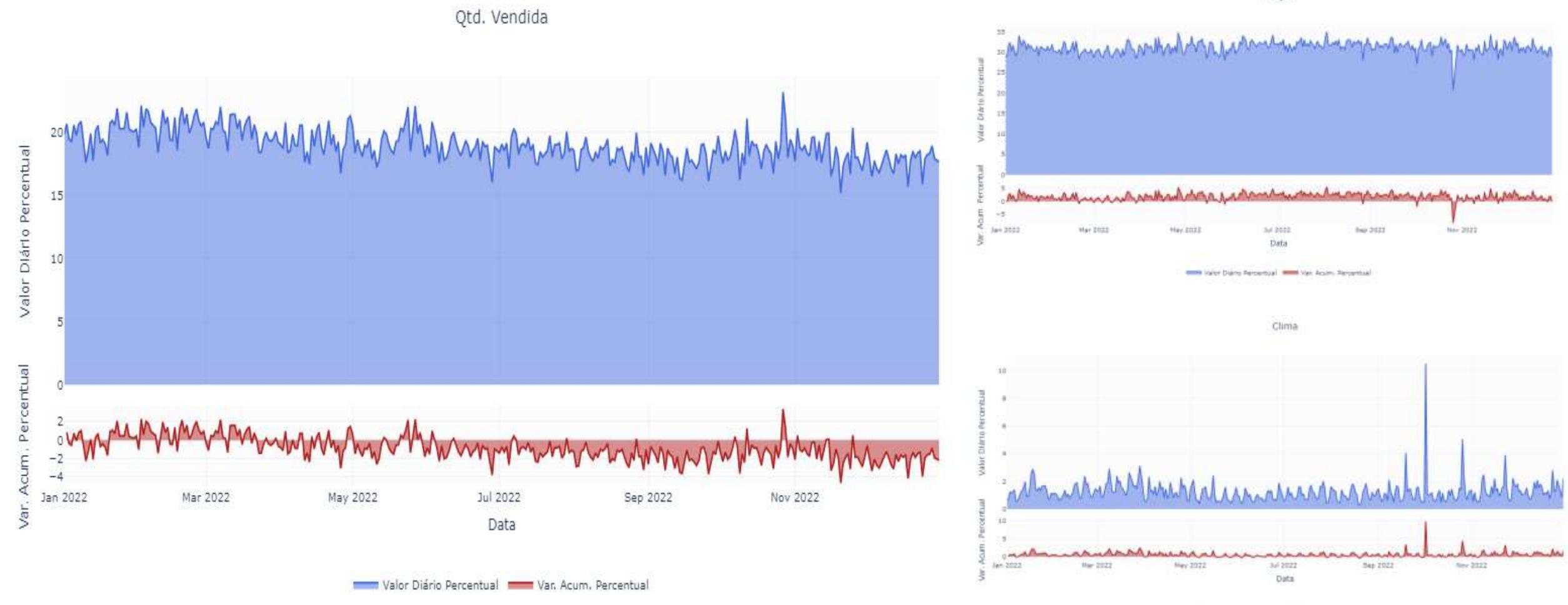
# report_qtd_vendidas ...						
	PRODUTO_plus_p_familia_brasil	PRODUTO_sum_plu_unit_price_2022-10-02	PRODUTO_sum_plu_unit_price_2022-11-15	Difference	Difference %	
18	MOLHO CBO	44.50	40.00	-4.50	-9.011200	
1	3 X 3	137.70	23.00	-113.70	-42.718049	
10	FIGURINHAS COPA	118.00	104.00	-14.00	-12.181562	
30	TIRO EXTRA	68.00	68.00	0.00	0.000000	
12	HAMBURGER	28.00	27.00	-1.00	-3.571429	
5	CDD	3486.00	4762.25	-1276.25	-36.521113	
2	ADD-ON FOOD	44.50	40.00	-4.50	-9.011200	
29	SUNDAE	126.00	89.00	-37.00	-29.365079	
16	MCFLURRY	266.00	191.00	-75.00	-28.195489	
24	PREMIUM	407.00	293.00	-114.00	-28.009828	
27	SHAKE	140.00	103.00	-37.00	-26.428571	
32	TORTAS	91.00	69.00	-22.00	-24.175824	
31	TOP SUNDAE	96.00	79.00	-17.00	-17.708333	
11	FRIES	1400.00	1174.00	-226.00	-16.142857	
28	SUCO	372.00	312.00	-60.00	-16.129032	
15	MCPISTA	21.00	18.00	-3.00	-14.285714	
9	FAMILY BOX	200.00	172.00	-28.00	-14.000000	
20	MOLHOS	84.00	76.00	-8.00	-9.523810	
23	PPS	53.00	48.00	-5.00	-9.433962	
6	CHEESEBURGER	57.00	52.00	-5.00	-8.771930	
25	PROTEINA	27.00	25.00	-2.00	-7.407407	
26	REFRI	785.00	729.00	-56.00	-7.133758	
8	DANONINHO	84.00	79.00	-5.00	-5.952381	
14	MCCOLOSSO	24.00	23.00	-1.00	-4.166667	
21	NUGGETS	81.00	82.00	1.00	1.234568	
7	CLASSIC	703.00	715.00	12.00	1.706970	
33	TOY	140.00	144.00	4.00	2.857143	
13	LOWER CLASSIC	153.00	158.00	5.00	3.267974	
17	MCNUGGETS W/ 4	17.00	20.00	3.00	17.647059	
4	CASQUINHAS	84.00	113.00	29.00	34.523810	
0	2 X R\$ 19.90	147.00	0.00	0.00	0.000000	
3	AGUA	8.00	0.00	0.00	0.000000	
19	MOLHO TASTY	43.00	0.00	0.00	0.000000	
22	OUTROS	1.00	0.00	0.00	0.000000	
34	QUEIJO QUENTE	0.00	4.00	0.00	0.000000	



Golden Bridge – %Share de influência dos pilares



Golden Bridge – %Share de influência dos pilares



Exemplo Golden Bridge

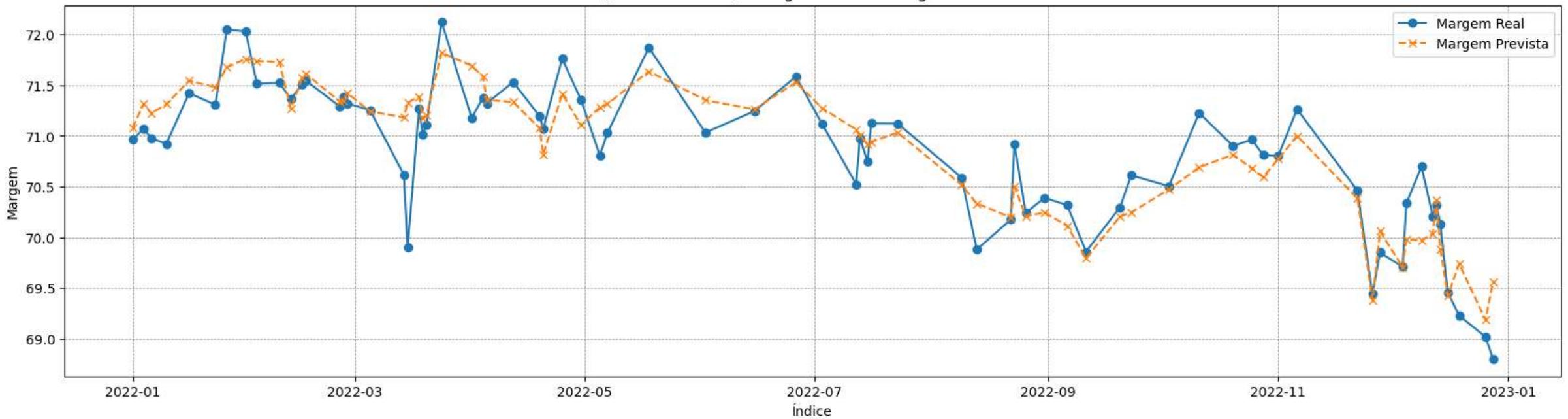
Gráfico Cascata - 2022-01-28 a 2022-01-29



Gráfico de Valores Reais vs. Valores Previstos

Loja BDT em 2022

(Dados de Teste) - Margem Real vs Margem Prevista



Resultados da Previsão de Margem

- MSE: 0.0001
- RMSE: 0.0032
- MAE: 0.0023
- MAPE: 0.0032
- R2: 0.7938
- Resíduos mínimos e máximos: -0.72, 1.43
- Resíduos percentuais mínimos e máximos:
-1.03, 2.0

Análise das Alavancas

- Seleção de recursos classificados como "alavancas"
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Alavancas - Variáveis com impacto positivo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	alavanca	6.475550e-05	media_plu_unit_price_calculado	3490	Delivery	REFRI PROMO MEDIA
34	alavanca	4.437560e-05	media_plu_unit_net_sale	569636	Delivery	FANTAGALC DLV
43	alavanca	4.246287e-05	imposto_medio_por_item_vendido	61109	NGK	FL OVOCA BL
65	alavanca	4.099702e-05	media_plu_unit_net_sale	91084	Delivery	TRIPLO CB ALC
93	alavanca	3.825593e-05	media_plu_unit_net_sale	84604	McCafé	AGUA GARRAFA 500ML ALC
...
32214	alavanca	7.110588e-08	sum_plu_unit_price	61394	Delivery	BR2 MIRABEL
32216	alavanca	3.980165e-08	sum_plu_unit_price	601224	Balcão	CHIMELTBCM PR
32217	alavanca	3.762720e-08	media_gc_net_sale	82773	Mop	CHEEDDAR PRMOP
32283	alavanca	2.245689e-08	media_gc_net_sale	73160	Delivery	MGFLMMCH PRBL
32295	alavanca	2.172442e-09	sum_plu_net_sale_calculado	572828	Delivery	COCA LATA ME

Análise dos Ofensores

- Seleção de recursos classificados como “ofensores”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Ofensores - Variáveis com impacto negativo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	ofensor	-5.491102e-05	media_plu_unit_sold	60706	NGK	MCL CB PR CF
44	ofensor	-4.606582e-05	media_plu_unit_net_sale	76338	Drive-Thru	MEGA NUGG ALC
99	ofensor	-4.572123e-05	cost_plu_unit	61822	Drive-Thru	QUART M PR CF
132	ofensor	-4.506787e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601099	Drive-Thru	MEGA NUG PRG
154	ofensor	-4.346204e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601100	Delivery	MEGA NUG PRM
...
36531	ofensor	-1.276848e-08	cost_plu_unit	63261	Drive-Thru	CHICKJR PRCP
36533	ofensor	-9.957821e-09	media_plu_unit_net_sale	68071	Mop	BIGM MOP PRCF
36534	ofensor	-8.916935e-09	sum_plu_unit_price	65080	Balcão	BR2 SHURI PR
36535	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	77907	Drive-Thru	BAT CHED PRCP
36547	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	64056	Drive-Thru	BIG MAC PRCP

Análise dos Neutros

- Seleção de recursos classificados como “neutro”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Neutros - Variáveis sem impacto no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância		Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
36559	neutro	0.0		media_plu_unit_net_sale	600805	Delivery	FL OVO CA BL
36570	neutro	0.0		media_plu_unit_net_sale	600718	Delivery	DU BARB PRPD
36581	neutro	0.0		sum_plu_net_sale_calculado	85217	NGK	BIG MAC PRCP
36592	neutro	0.0		media_plu_unit_price_calculado	67194	NGK	FANTG Z M PRCP
36603	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	81600	Delivery	SUNDCABL DLV
...
37772	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	91282	NGK	FANTGUA Z M ALC
37774	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	91320	Delivery	COCA PR DLV
37776	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88563	Delivery	FANTAGPRCPDLV
37778	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88783	Delivery	COCAS DLV
37780	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88836	Mop	FIGURIN PRMOP



Expansão de Insights de Negócios: Criação de Variáveis Compostas a partir de Variáveis Puras (Booking)

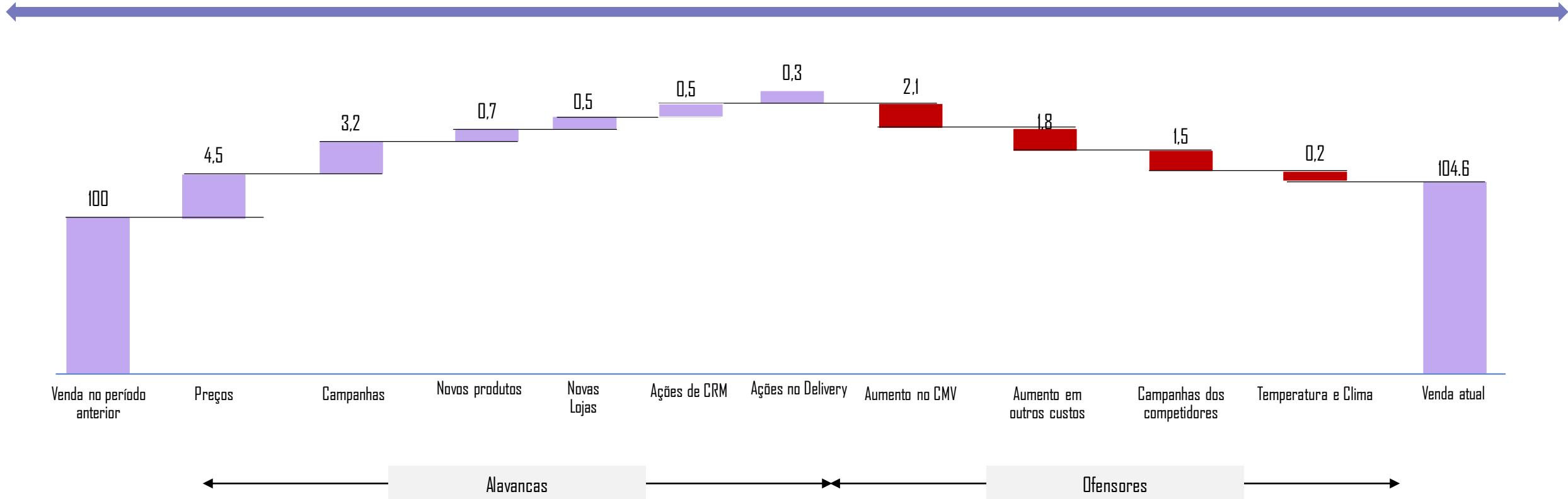
fact_plu_agrupado_day				
PURA	Descrição	Cognitivo	Descrição das variáveis compostas	Formula
p_sk_dim_product s_sk_dim_store s_sk_dim_segment d_sk_dim_date count_itempc_gt sum_plu_unit_sold sum_plu_unit_price media_plu_unit_price media_plu_unit_sold	segmento (o dia está separado por segmentos) data número de produtos vendidos Somatória da quantidade de PLUs vendidas naquele dia Somatória dos valores unitários das PLUs vendidas naquele dia média plu unit price média de quantidade vendidas da PLU	media_plu_price_calculado	média unitária do preço da PLU	sum_plu_unit_price / sum_plu_unit_sold
sum_plu_gross_sale	Venda bruta do PLU naquele dia Formula = media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price	sum_plu_gross_sale_calculado	Somatória de preços (gross_sale) da PLU, já que é a quantidade vendida multiplicado pelo valor unitário Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price
sum_plu_net_sale	Venda líquida do PLU naquele dia Formula = sum_plu_gross_sale - sum_plu_val_tax	sum_plu_net_sale_calculado	Somatória do valor líquido (net_sale) da PLU, já que o valor líquido é a somatória de preços menos as taxas. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_gross_sale_calculado - sum_plu_val_tax
sum_plu_val_icms sum_plu_val_cofins sum_plu_val_icms_apurado sum_plu_val_pis	valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax	margem_plu	valor líquido - custo total O net_sale não engloba os custos, assim para chegar na margem, é necessário tirar o custo	(sum_plu_net_sale_calculado - sum_plu_cost_total_calculado) / sum_plu_net_sale_calculado
sum_plu_val_tax	Soma dos impostos de icms,cofins,pix	imposto_medio_por_item_vendido	valor da somatória dos impostos para aquele PLU de forma unitária	sum_plu_val_tax / sum_plu_unit_sold
gc_count_items_validated gc_net_sale gc_gross_sale media_gc_net_sale	número de itens validados no dia Referência é o GC net_sale, não todos os produtos pertencem automaticamente ao GC, existem itens que apesar de produzirem faturamento a GC, o valor quando inserido no GC é ignorado pelo sistema			
sum_plu_cost_total	Somatória dos custos de produtos (não inclui taxes) Formula = sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit	sum_plu_cost_total_calculado	Somatória dos custos da PLU. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit
cost_plu_unit	custo unitário daquela PLU naquele dia	media_plu_net_sale	diferença líquida entre valor médio do produto e o custo atrelado	media_plu_unit_price_calculado - imposto_medio_por_item_vendido





Alavancas de venda e margem | Novo modelo de pilares

Modelo de alavancas e ofensores nas vendas e margem



Regras das Alavancas

Preços

Pedidos de venda com PLUs/Produtos com alteração de preço de venda

Campanhas

ver detalhamento das regras

Novos produtos

PLU sem cadastro de campanha com data de criação dentro de determinado período

Novas Lojas

Pedidos de venda atrelado a novas lojas com período de abertura menor que maturação

Ações CRM

Pedidos de venda impulsionados por push notification sem cupom

Ações Delivery

Pedidos de venda do segmento Delivery sem campanha dedicada e sem utilização de cupom



Alavancas de venda e margem | Detalhamento de Campanhas



Formulario – Integração dos dados de campanhas – Tela de Login

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:8501'. The main content area has a dark background with white text. At the top, it says 'Integração de dados - Campanha'. Below that, a heading 'Faça o login' is followed by two input fields: 'Nome de usuário' and 'Senha'. A 'Login' button is located at the bottom left of the form area.

Integração de dados - Campanha

Faça o login

Nome de usuário

Senha

Login

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Extração dos dados da Metabase para preenchimento do formulario

The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost:8501` in the address bar. The page title is "Integração de dados - Campanha". On the left, there is a sidebar with the text "Bem-vindo(a), michael.mattioli@mail-bip.com!". The main content area contains the following text:

Esse sistema tem o objetivo de gerar um CSV para integrar e identificar as campanhas no Metabase, de modo a padronizar a seleção dos dados e integrar os dados da maneira correta.

Para entender como preencher, acesse a documentação [link].

- Capturando dados necessários do Metabase - tempo médio de 3 minutos
- Running `get_data_from_metabase()`.

A "Login" button is located at the bottom of the sidebar.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

A equipe conseguirá selecionar os produtos com os dados atualizados do metabase

The screenshot shows a user interface for campaign management. At the top, there are two date inputs: "Data de início da campanha" (2023/04/14) and "Data de fim da campanha" (2023/04/14). Below these is a dropdown menu labeled "Seleção de PLUs" with the placeholder "Choose an option". A note below the dropdown says "Seleção de PLUs separado por vírgula. Exemplo: 1,2,3,4,5,...". Further down, there's a section titled "Seleção de produtos - (sem restrição = todos selecionados)". A red box highlights three items: "MCFISH X", "MCITÁLIA X", and "BIG MAC X". Below this, under the heading "CLUB GRILL", are several product names, each preceded by a red arrow pointing left:

- CLUB GRILL CX
- CLUB GRILL GRANDE PR CI
- CLUB GRILL ME
- CLUB GRM PR CX
- CLUB HOUSE ALC 2X1
- CLUB HOUSE ALC 2X1 CX

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Validação dos dados selecionados

Construir dados

	nome campanha	data inicio	data fim	segmento atuante	tem_cupom	tem_plu
0	Nova Casquinha de doce de leite	2023-04-14	2023-04-14	<input type="checkbox"/> Delivery <input type="checkbox"/> Drive-Thru <input type="checkbox"/> Cold Kiosk <input type="checkbox"/> Balcão	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	p_product_code	p_long_description
0	79	MCFISH
1	79	MCFISH
2	100,076	BIG MAC
3	63,852	MCITÁLIA
4	63,852	MCITÁLIA

	s_cidade_brasil	s_estado_brasil
0	AMERICANA	SP
1	FORTALEZA	CE
2	APARECIDA DE GO	GO
3	GOIANIA	GO
4	ANAPOLIS	GO
5	ALEXANIA	GO
6	CALDAS NOVAS	GO
7	MANAUS	AM
8	JUAZEIRO DO NO	CE
9	CRATO	CE

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Campos que podem ser utilizados para integração de dados

Campos que podem ser utilizados para integração de dados:

- nome de identificação da campanha
- Tem PLU atrelada? (Sim/Não)
- Tem CUPOM atrelado? (Sim/Não)
- Data de inicio da campanha
- Data de fim da campanha
- Seleção de PLUs (multi-seleção)
- Seleção de PLUs separado por vírgula (campo de texto)
- Seleção de segmentos (multi-seleção)
- Seleção de cidades (multi-seleção)
- Seleção de estados (multi-seleção)
- Seleção tipo de loja (multi-seleção)
- Retira loja(s) específicas (multi-seleção e campo de texto separado por vírgula)



Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	CUIDADO QUE DEVE SER LIGADO APENAS AO SEGMENTO DELIVERY COM O DIM_SEGMENT
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	variáveis de contagem
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	variáveis da somatória dos valor do itens
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	variáveis de custo
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	variáveis de vendas
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	chaves de ligações importantes
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

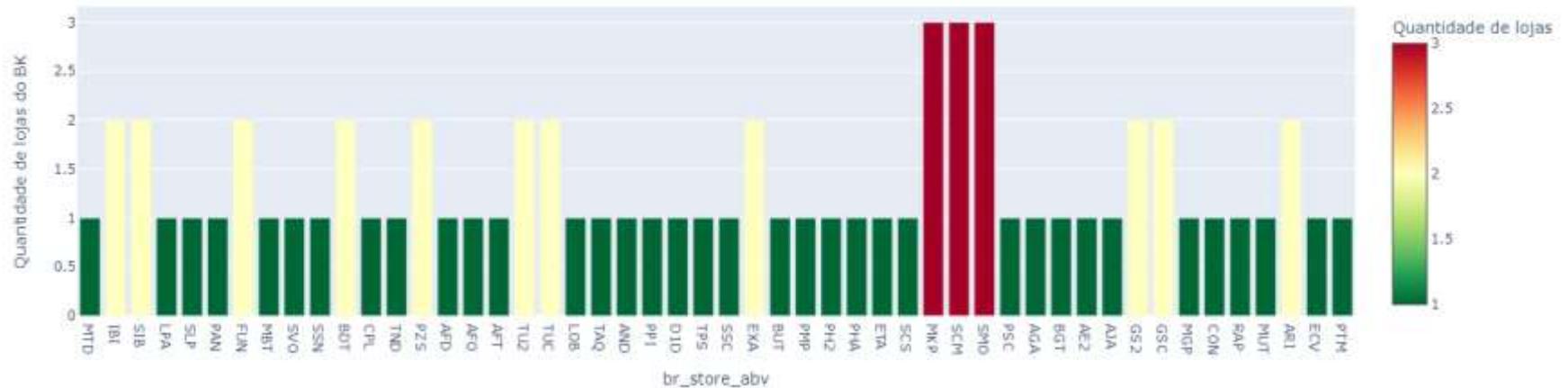
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)



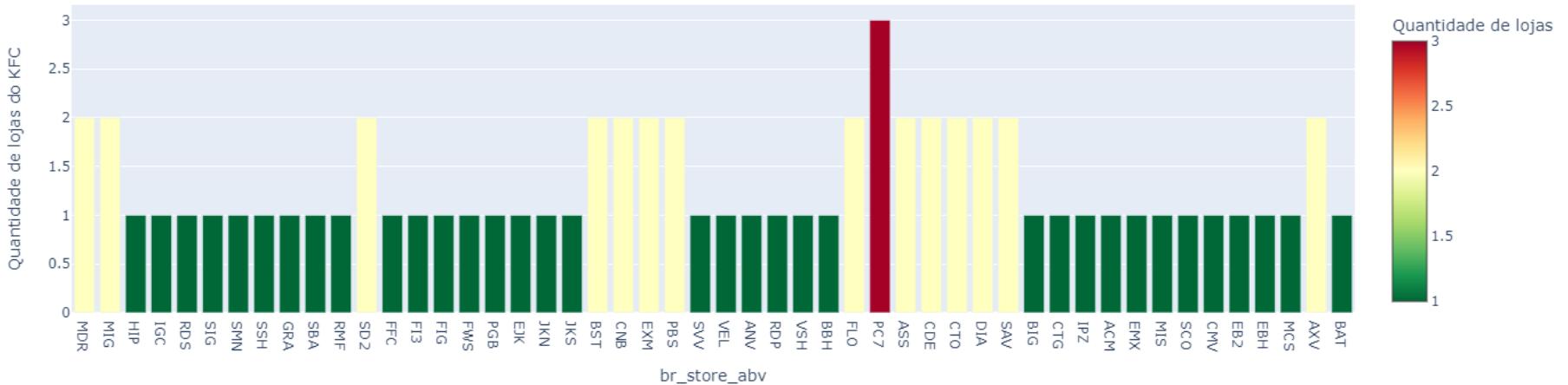
Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



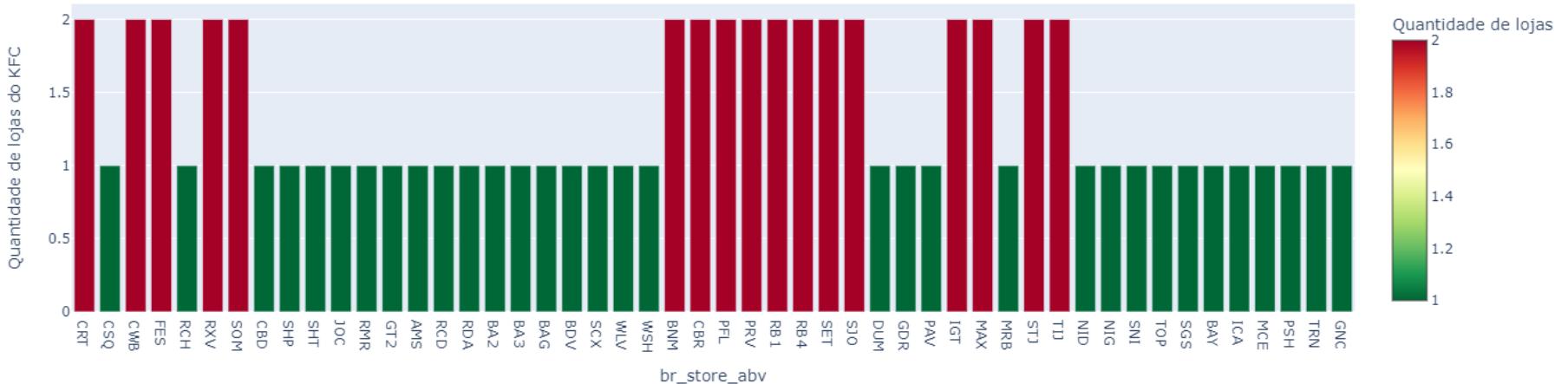
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

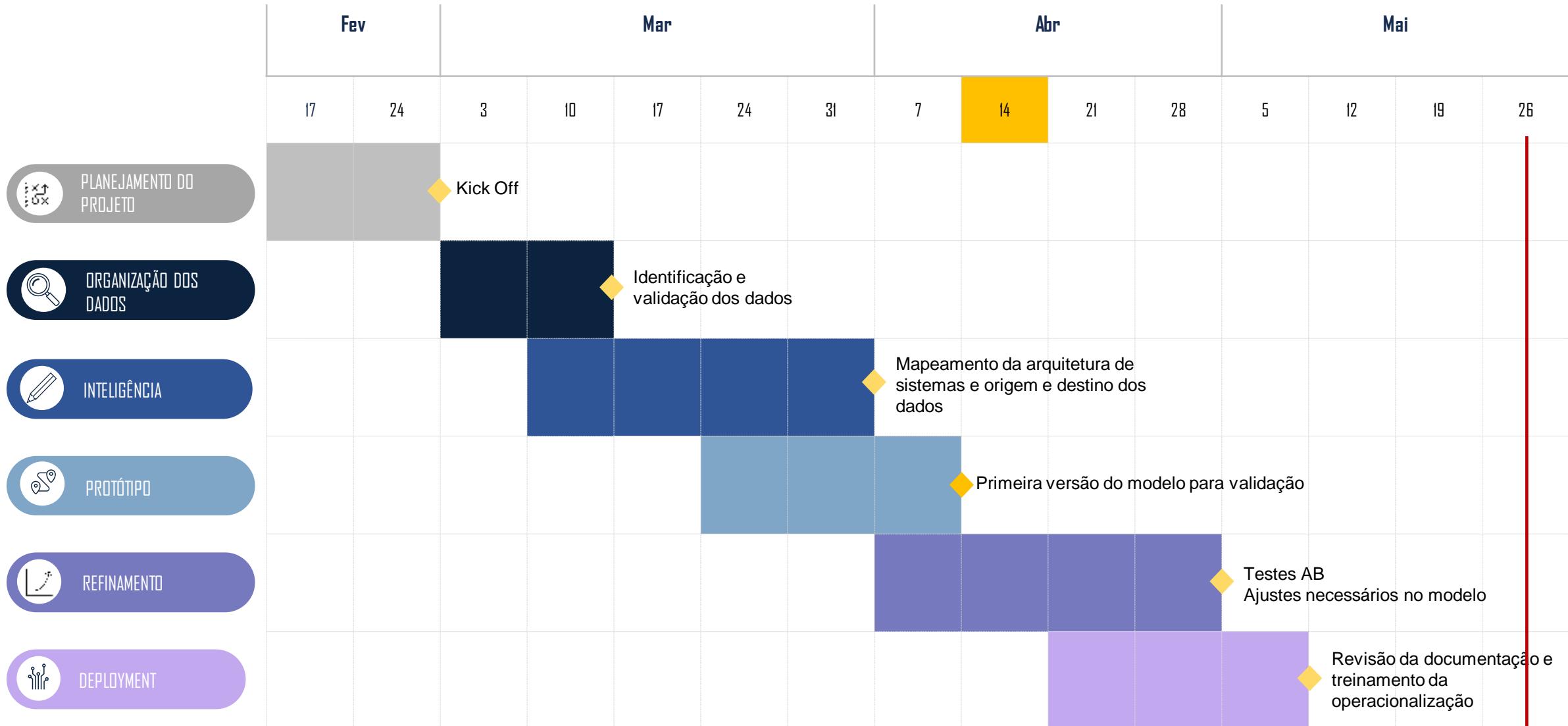


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 29/05/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento de Campanhas | Times de Brand, Digital e Delivery

Mar	Abr	Mai	Jun
31 7 14	21 28 14/04 Reunião remarcada	5 12 19 26 18/05 Reunião remarcada	2 9 2/06 Reunião planejada com time de Brand
BRAND DIGITAL DELIVERY	28/04 Reunião realizada com times de Brand, Digital e Delivery	05/05 Alinhamento McD/Bip sobre Campanhas	24/05 Reunião realizada com time de Digital

31/03

- Reunião com o time de Digital/Brand realizada, avançando com o entendimento das classificações dos pilares Preço, Campanhas, Lançamentos, Ações CRM e Ações Delivery, Ações Digital
- Foi solicitado a inclusão de um novo pilar (Novas Lojas)
- Marcar nova agenda com time de Digital/Brand para detalhamento do preenchimento do template

14/04

- Reunião remarcada

28/04

- Reunião com time de Brand, Digital e Delivery sobre detalhamento dos dados de campanhas e apresentação do formulário para cadastro de campanhas
- Foi sinalizado risco de retrabalho no cadastro das campanhas no formulário, pois já são sinalizadas parcialmente via digiGo (Cupons) e AppsFlyer (mensuração do inbound)
- Marcar nova discussão com o time de Brand, Digital e Delivery para avaliação das regras de Campanhas

05/05

- Alinhamento com Lutti (McD) e Garbuio, Michael (Bip), sobre as dificuldades de obtenção dos dados de campanhas e destaque para preenchimento do formulário para construção das correlações dos pilares envolvidos no Alavancas

18/05

- Reunião com Delivery remarcada

22/05

- Reunião com time de Delivery, apresentando no detalhe o projeto do Alavancas e a utilização do formulário de Campanhas. Macro visão das rotinas e processos do time sobre criação e acompanhamento das campanhas (McD e Ifood)
- Estão de acordo com o cadastro das campanhas via formulário (piloto)
- Boa maturidade de métricas e gestão dos dados

24/05

- Reunião com time de Digital, apresentando no detalhe o projeto do Alavancas e a utilização do formulário de Campanhas. Macro visão das rotinas e processos do time sobre criação e acompanhamento das campanhas (Cupom, Delivery, MOP)
- Preocupação com esforço operacional na utilização do formulário. Time repassou Excel com base de cupons para avaliação de utilidade para o projeto (Data início e fim da Campanha mas sem dados de PLU)

02/06

- Reunião planejada com time de Brand, para apresentação detalhada do projeto de Alavancas e entendimento dos processos e gestão de campanhas



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Visualização da golden bridge com os todos os pilares (demonstração)
- Visualização da golden bridge entre dois dias diferentes, entendendo a diferença entre duas datas com o relatório mostrando as variações de cada pilar (demonstração)

Pontos de Atenção

- As informações de Campanhas estão dispersas entre as áreas envolvidas (sem padrão para obtenção dos dados)
- É necessário um processamento AWS para cálculo de todas as lojas

Próximos Passos

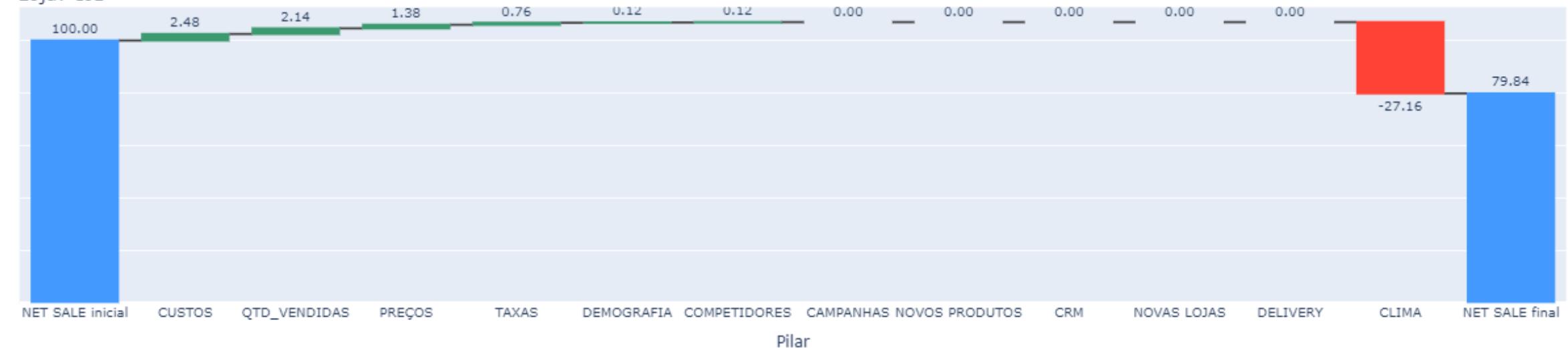
- Nova discussão com o time de Brand para avaliação das regras de Campanhas
- Conclusão da documentação do projeto Alavancas
- Desenvolvimento da atualização de dados no front-end (clima/demografia/proximidade concorrentes)

Golden Bridge – todos os pilares

Golden Bridge entre 2022-10-02 e 2022-11-15

Net Sale Bruto: 50.99k e 39.87k

Loja: CJD



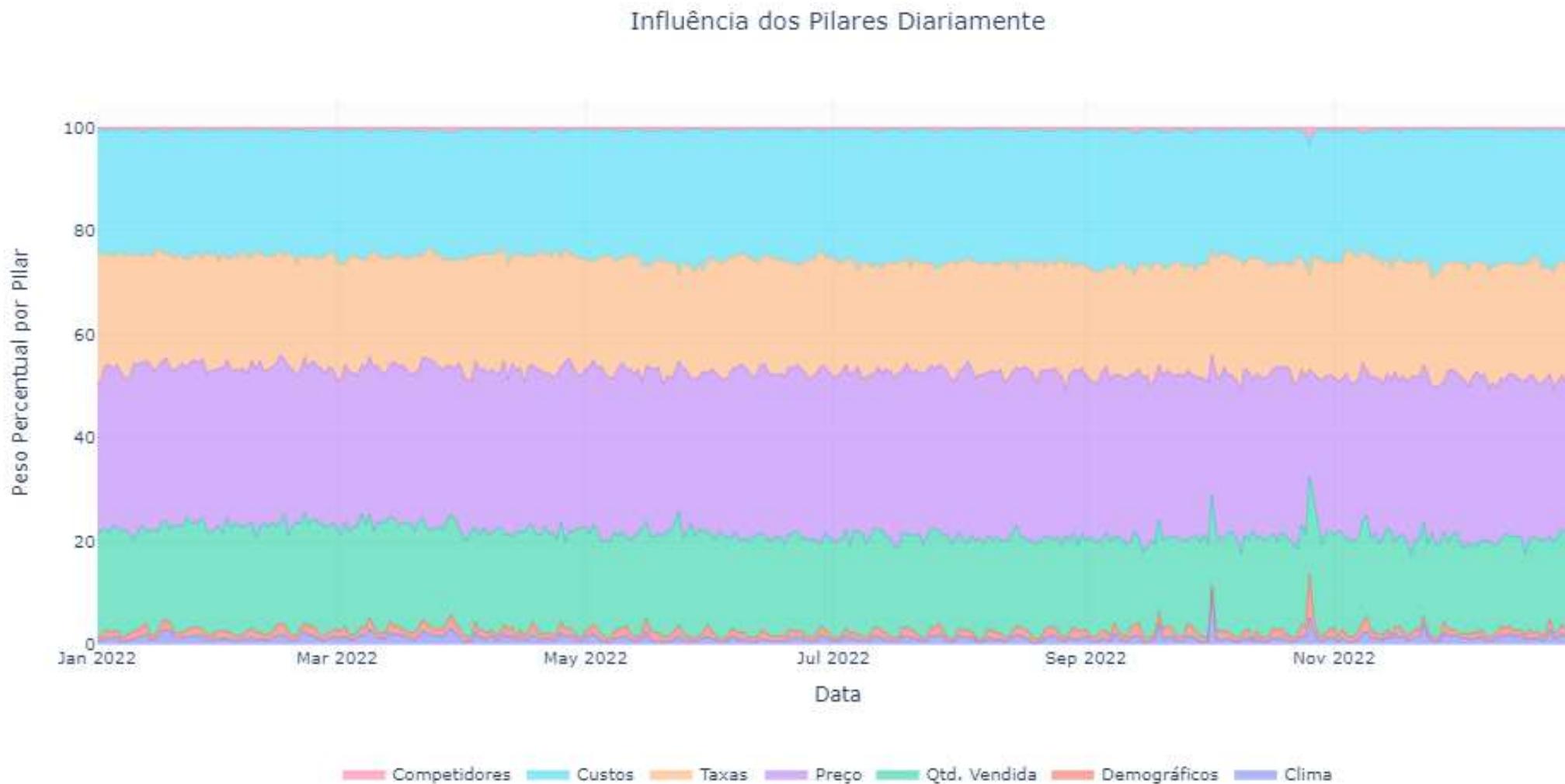
Golden Bridge – Tabelas por Pilar

# report_qtd_vendidas ...						
	PRODUTO_plus_p_familia_brasil	PRODUTO_sum_plu_unit_sold_2022-10-02	PRODUTO_sum_plu_unit_sold_2022-11-15	Difference	Difference %	
18	MOLHO CBO	29.0	3.0	-26.0	-89.655172	
1	3 X 3	23.0	8.0	-15.0	-65.217391	
10	FIGURINHAS COPA	118.0	59.0	-59.0	-50.000000	
30	TIRO EXTRA	68.0	44.0	-24.0	-35.294118	
12	HAMBURGER	28.0	19.0	-9.0	-32.142857	
5	CDD	10.0	7.0	-3.0	-30.000000	
2	ADD-ON FOOD	51.0	36.0	-15.0	-29.411765	
29	SUNDAE	126.0	89.0	-37.0	-29.365079	
16	MCFLURRY	266.0	191.0	-75.0	-28.195489	
24	PREMIUM	407.0	293.0	-114.0	-28.009828	
27	SHAKE	140.0	103.0	-37.0	-26.428571	
32	TORTAS	91.0	69.0	-22.0	-24.175824	
31	TOP SUNDAE	96.0	79.0	-17.0	-17.708333	
11	FRIES	1400.0	1174.0	-226.0	-16.142857	
28	SUCO	372.0	312.0	-60.0	-16.129032	
15	MCPISTA	21.0	18.0	-3.0	-14.285714	
9	FAMILY BOX	200.0	172.0	-28.0	-14.000000	
20	MOLHOS	84.0	76.0	-8.0	-9.523810	
23	PPS	53.0	48.0	-5.0	-9.433962	
6	CHEESEBURGER	57.0	52.0	-5.0	-8.771930	
25	PROTEINA	27.0	25.0	-2.0	-7.407407	
26	REFRI	785.0	729.0	-56.0	-7.133758	
8	DANONINHO	84.0	79.0	-5.0	-5.952381	
14	MCCOLOSSO	24.0	23.0	-1.0	-4.166667	
21	NUGGETS	81.0	82.0	1.0	1.234568	
7	CLASSIC	703.0	715.0	12.0	1.706970	
33	TOY	140.0	144.0	4.0	2.857143	
13	LOWER CLASSIC	153.0	158.0	5.0	3.267974	
17	MCNUGGETS W/ 4	17.0	20.0	3.0	17.647059	
4	CASQUINHAS	84.0	113.0	29.0	34.523810	
0	2 X R\$ 19.90	147.0	0.0	0.0	0.000000	
3	AGUA	8.0	0.0	0.0	0.000000	
19	MOLHO TASTY	43.0	0.0	0.0	0.000000	
22	OUTROS	1.0	0.0	0.0	0.000000	
34	QUEIJO QUENTE	0.0	4.0	0.0	0.000000	

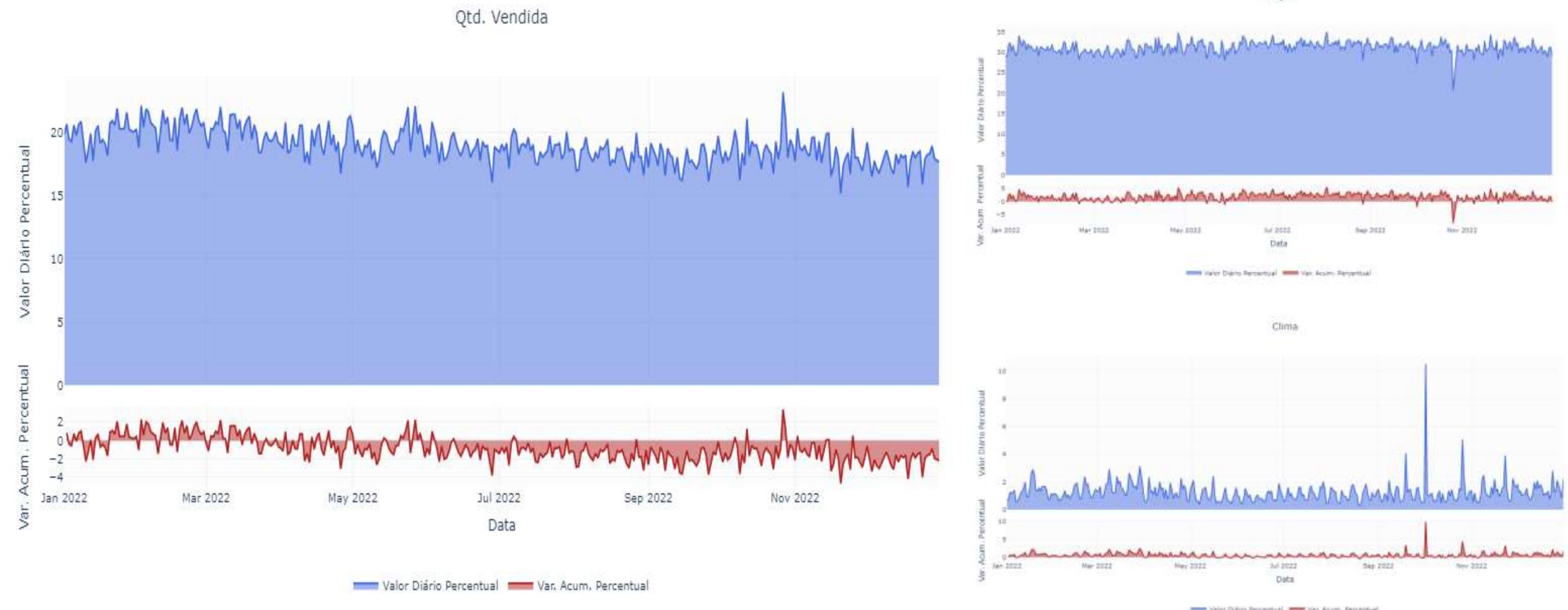
# report_qtd_vendidas ...						
	PRODUTO_plus_p_familia_brasil	PRODUTO_sum_plu_unit_price_2022-10-02	PRODUTO_sum_plu_unit_price_2022-11-15	Difference	Difference %	
18	MOLHO CBO	44.50	40.00	-4.50	-9.011200	
1	3 X 3	137.70	23.00	-113.70	-82.718049	
10	FIGURINHAS COPA	118.00	104.00	-14.00	-12.181562	
30	TIRO EXTRA	68.00	68.00	0.00	0.000000	
12	HAMBURGER	28.00	27.00	-1.00	-3.571429	
5	CDD	3486.00	4762.25	-1276.25	-36.521113	
2	ADD-ON FOOD	44.50	40.00	-4.50	-9.011200	
29	SUNDAE	126.00	89.00	-37.00	-29.365079	
16	MCFLURRY	266.00	191.00	-75.00	-28.195489	
24	PREMIUM	293.00	164.00	-129.00	-44.381562	
27	SHAKE	140.00	103.00	-37.00	-26.428571	
32	TORTAS	91.00	69.00	-22.00	-24.175824	
31	TOP SUNDAE	96.00	79.00	-17.00	-17.708333	
11	FRIES	1400.00	1174.00	-226.00	-16.142857	
28	SUCO	372.00	312.00	-60.00	-16.129032	
15	MCPISTA	21.00	18.00	-3.00	-14.285714	
9	FAMILY BOX	200.00	172.00	-28.00	-14.000000	
20	MOLHOS	84.00	76.00	-8.00	-9.523810	
23	PPS	53.00	48.00	-5.00	-9.433962	
6	CHEESEBURGER	57.00	52.00	-5.00	-8.771930	
25	PROTEINA	27.00	25.00	-2.00	-7.407407	
26	REFRI	785.00	729.00	-56.00	-7.133758	
8	DANONINHO	84.00	79.00	-5.00	-5.952381	
14	MCCOLOSSO	24.00	23.00	-1.00	-4.166667	
21	NUGGETS	81.00	82.00	1.00	1.234568	
7	CLASSIC	703.00	715.00	12.00	1.706970	
33	TOY	140.00	144.00	4.00	2.857143	
13	LOWER CLASSIC	153.00	158.00	5.00	3.267974	
17	MCNUGGETS W/ 4	17.00	20.00	3.00	17.647059	
4	CASQUINHAS	84.00	113.00	29.00	34.523810	
0	2 X R\$ 19.90	147.00	0.00	0.00	0.000000	
3	AGUA	8.00	0.00	0.00	0.000000	
19	MOLHO TASTY	43.00	0.00	0.00	0.000000	
22	OUTROS	1.00	0.00	0.00	0.000000	
34	QUEIJO QUENTE	0.00	4.00	0.00	0.000000	



Golden Bridge – %Share de influência dos pilares



Golden Bridge – %Share de influência dos pilares



Exemplo Golden Bridge

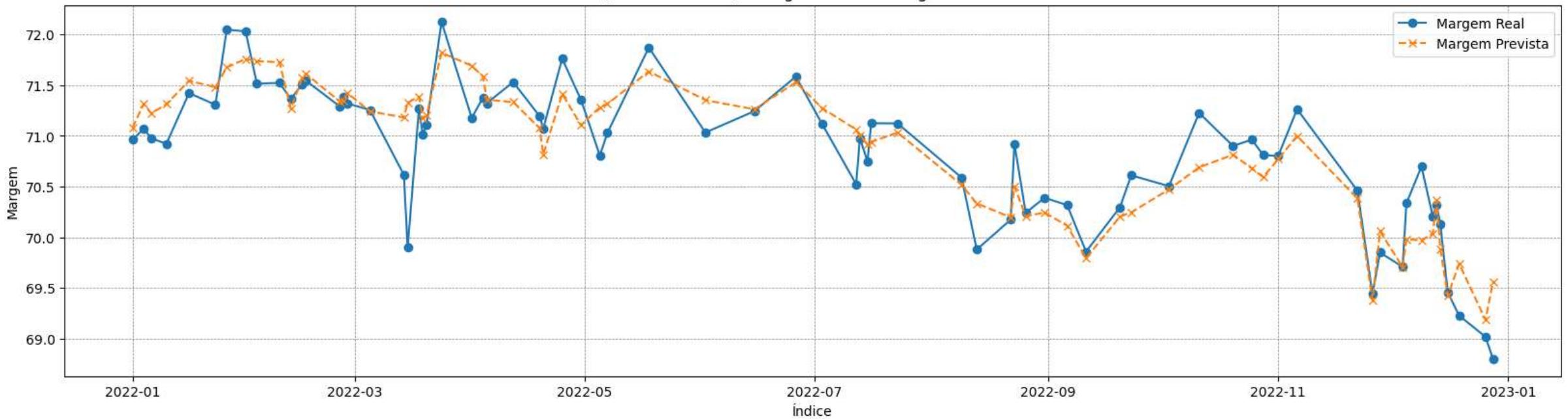
Gráfico Cascata - 2022-01-28 a 2022-01-29



Gráfico de Valores Reais vs. Valores Previstos

Loja BDT em 2022

(Dados de Teste) - Margem Real vs Margem Prevista



Resultados da Previsão de Margem

- MSE: 0.0001
- RMSE: 0.0032
- MAE: 0.0023
- MAPE: 0.0032
- R2: 0.7938
- Resíduos mínimos e máximos: -0.72, 1.43
- Resíduos percentuais mínimos e máximos:
-1.03, 2.0

Análise das Alavancas

- Seleção de recursos classificados como "alavancas"
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Alavancas - Variáveis com impacto positivo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	alavanca	6.475550e-05	media_plu_unit_price_calculado	3490	Delivery	REFRI PROMO MEDIA
34	alavanca	4.437560e-05	media_plu_unit_net_sale	569636	Delivery	FANTAGALC DLV
43	alavanca	4.246287e-05	imposto_medio_por_item_vendido	61109	NGK	FL OVOCA BL
65	alavanca	4.099702e-05	media_plu_unit_net_sale	91084	Delivery	TRIPLO CB ALC
93	alavanca	3.825593e-05	media_plu_unit_net_sale	84604	McCafé	AGUA GARRAFA 500ML ALC
...
32214	alavanca	7.110588e-08	sum_plu_unit_price	61394	Delivery	BR2 MIRABEL
32216	alavanca	3.980165e-08	sum_plu_unit_price	601224	Balcão	CHIMELTBCM PR
32217	alavanca	3.762720e-08	media_gc_net_sale	82773	Mop	CHEEDDAR PRMOP
32283	alavanca	2.245689e-08	media_gc_net_sale	73160	Delivery	MGFLMMCH PRBL
32295	alavanca	2.172442e-09	sum_plu_net_sale_calculado	572828	Delivery	COCA LATA ME

Análise dos Ofensores

- Seleção de recursos classificados como “ofensores”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Ofensores - Variáveis com impacto negativo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	ofensor	-5.491102e-05	media_plu_unit_sold	60706	NGK	MCL CB PR CF
44	ofensor	-4.606582e-05	media_plu_unit_net_sale	76338	Drive-Thru	MEGA NUGG ALC
99	ofensor	-4.572123e-05	cost_plu_unit	61822	Drive-Thru	QUART M PR CF
132	ofensor	-4.506787e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601099	Drive-Thru	MEGA NUG PRG
154	ofensor	-4.346204e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601100	Delivery	MEGA NUG PRM
...
36531	ofensor	-1.276848e-08	cost_plu_unit	63261	Drive-Thru	CHICKJR PRCP
36533	ofensor	-9.957821e-09	media_plu_unit_net_sale	68071	Mop	BIGM MOP PRCF
36534	ofensor	-8.916935e-09	sum_plu_unit_price	65080	Balcão	BR2 SHURI PR
36535	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	77907	Drive-Thru	BAT CHED PRCP
36547	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	64056	Drive-Thru	BIG MAC PRCP

Análise dos Neutros

- Seleção de recursos classificados como “neutro”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Neutros - Variáveis sem impacto no modelo - Loja BDT em 2022

Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
36559	neutro	0.0	media_plu_unit_net_sale	600805	Delivery FL OVO CA BL
36570	neutro	0.0	media_plu_unit_net_sale	600718	Delivery DU BARB PRPD
36581	neutro	0.0	sum_plu_net_sale_calculado	85217	NGK BIG MAC PRCP
36592	neutro	0.0	media_plu_unit_price_calculado	67194	NGK FANTG Z M PRCP
36603	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	81600	Delivery SUNDCABL DLV
...
37772	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	91282	NGK FANTGUA Z M ALC
37774	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	91320	Delivery COCA PR DLV
37776	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88563	Delivery FANTAGPRCPDLV
37778	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88783	Delivery COCAS DLV
37780	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88836	Mop FIGURIN PRMOP



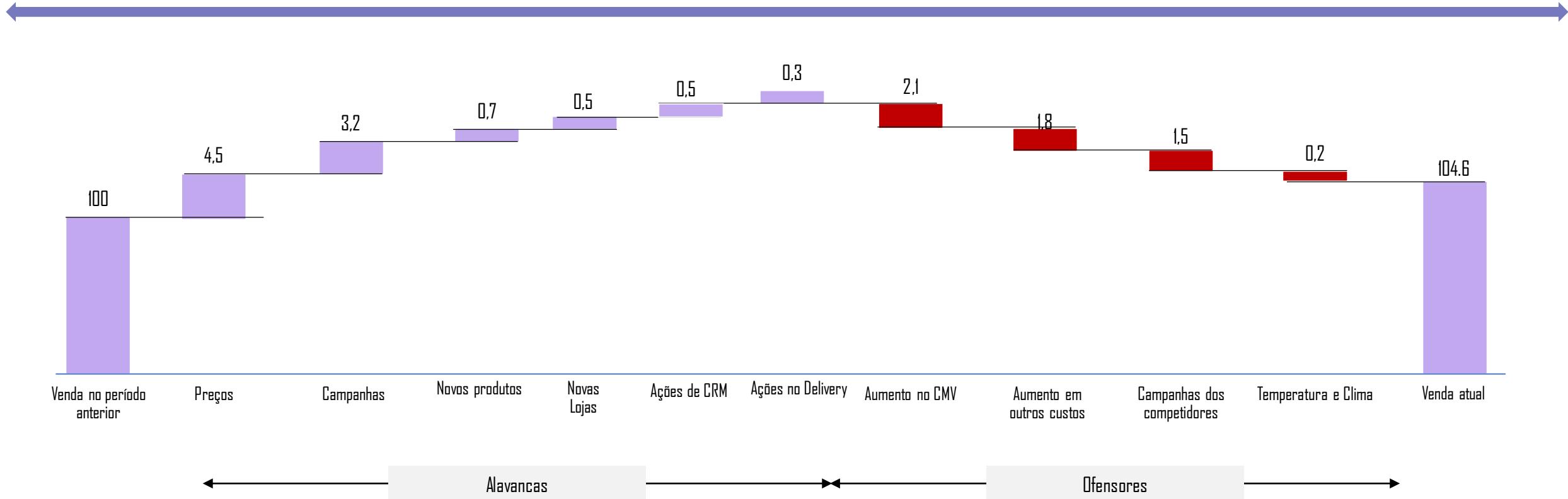
Expansão de Insights de Negócios: Criação de Variáveis Compostas a partir de Variáveis Puras (Booking)

fact_plu_agrupado_day				
PURA	Descrição	Cognitivo	Descrição das variáveis compostas	Formula
p_sk_dim_product s_sk_dim_store s_sk_dim_segment d_sk_dim_date count_items_gt sum_plu_unit_sold sum_plu_unit_price media_plu_unit_price media_plu_unit_sold	segmento (o dia está separado por segmentos) data número de produtos vendidos Somatória da quantidade de PLUs vendidas naquele dia Somatória dos valores unitários das PLUs vendidas naquele dia Média PLU (CARREGADA)	media_plu_price_calculado	média unitária do preço da PLU	sum_plu_unit_price / sum_plu_unit_sold
sum_plu_gross_sale	Venda bruta do PLU naquele dia Formula = media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price	sum_plu_gross_sale_calculado	Somatória de preços (gross_sale) da PLU, já que é a quantidade vendida multiplicado pelo valor unitário Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price
sum_plu_net_sale	Venda líquida do PLU naquele dia Formula = sum_plu_gross_sale - sum_plu_val_tax	sum_plu_net_sale_calculado	Somatória do valor líquido (net_sale) da PLU, já que o valor líquido é a somatória de preços menos as taxas. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_gross_sale_calculado - sum_plu_val_tax
sum_plu_val_icms sum_plu_val_cofins sum_plu_val_icms_apurado sum_plu_val_pis	valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax	margem_plu	O net_sale não engloba os custos, assim para chegar na margem, é necessário tirar o custo	(sum_plu_net_sale_calculado - sum_plu_cost_total_calculado) / sum_plu_net_sale_calculado
sum_plu_val_tax	Soma dos impostos de icms,cofins,pix	imposto_medio_por_item_vendido	valor da somatória dos impostos para aquele PLU de forma unitária	sum_plu_val_tax / sum_plu_unit_sold
gc_count_items_validated gc_net_sale gc_gross_sale media_gc_net_sale	número de itens validados no dia Referência é o GC net_sale, não todos os produtos pertencem automaticamente ao GC, exigenet_sale que exige produto validado Referência é GC, o valor quando mostra de 0, que aponta que não participou			
sum_plu_cost_total	Somatória dos custos de produtos (não inclui taxes) Formula = sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit	sum_plu_cost_total_calculado	Somatória dos custos da PLU. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit
cost_plu_unit	custo unitário daquela PLU naquele dia	media_plu_net_sale	diferença líquida entre valor médio do produto e o custo atrelado	media_plu_unit_price_calculado - imposto_medio_por_item_vendido



Alavancas de venda e margem | Novo modelo de pilares

Modelo de alavancas e ofensores nas vendas e margem



Regras das Alavancas

Preços

Pedidos de venda com PLUs/Produtos com alteração de preço de venda

Campanhas

ver detalhamento das regras

Novos produtos

PLU sem cadastro de campanha com data de criação dentro de determinado período

Novas Lojas

Pedidos de venda atrelado a novas lojas com período de abertura menor que maturação

Ações CRM

Pedidos de venda impulsionados por push notification sem cupom

Ações Delivery

Pedidos de venda do segmento Delivery sem campanha dedicada e sem utilização de cupom



Alavancas de venda e margem | Detalhamento de Campanhas



Formulario – Integração dos dados de campanhas – Tela de Login

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:8501'. The main content area has a dark background with white text. At the top, it says 'Integração de dados - Campanha'. Below that, a heading 'Faça o login' is followed by two input fields: 'Nome de usuário' and 'Senha'. A 'Login' button is located at the bottom left of the form area.

Integração de dados - Campanha

Faça o login

Nome de usuário

Senha

Login

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Extração dos dados da Metabase para preenchimento do formulario

The screenshot shows a web application interface. At the top, the URL bar displays "localhost:8501". On the right side of the header, there are icons for "RUNNING..." and "Stop". The main content area has a dark background. On the left, a sidebar displays a welcome message: "Bem-vindo(a), michael.mattioli@mail-bip.com!". The main title "Integração de dados - Campanha" is centered in large white font. Below it, a subtitle explains the system's purpose: "Esse sistema tem o objetivo de gerar um CSV para integrar e identificar as campanhas no Metabase, de modo a padronizar a seleção dos dados e integrar os dados da maneira correta.". A link "Para entender como preencher, acesse a documentação [link].". Two circular progress indicators are shown: one for "Capturando dados necessários do Metabase - tempo médio de 3 minutos" and another for "Running `get_data_from_metabase()`". A "Login" button is located at the bottom of the sidebar.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

A equipe conseguirá selecionar os produtos com os dados atualizados do metabase

The screenshot displays a user interface for campaign management. At the top, there are two date inputs: 'Data de início da campanha' (2023/04/14) and 'Data de fim da campanha' (2023/04/14). Below these is a dropdown menu labeled 'Seleção de PLUs' with the placeholder 'Choose an option'. A note below the dropdown says 'Seleção de PLUs separado por vírgula. Exemplo: 1,2,3,4,5,...'. Further down, there's a section titled 'Seleção de produtos - (sem restrição = todos selecionados)' containing a redacted list of selected products: 'MCFISH X', 'MCITÁLIA X', and 'BIG MAC X'. Below this, under the heading 'CLUB GRILL', a list of products is shown with red arrows pointing to each item: 'CLUB GRILL CX', 'CLUB GRILL GRANDE PR CI', 'CLUB GRILL ME', 'CLUB GRM PR CX', 'CLUB HOUSE ALC 2X1', and 'CLUB HOUSE ALC 2X1 CX'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Validação dos dados selecionados

Construir dados

	nome campanha	data inicio	data fim	segmento atuante	tem_cupom	tem_plu
0	Nova Casquinha de doce de leite	2023-04-14	2023-04-14	<input type="checkbox"/> Delivery <input type="checkbox"/> Drive-Thru <input type="checkbox"/> Cold Kiosk <input type="checkbox"/> Balcão	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	p_product_code	p_long_description
0	79	MCFISH
1	79	MCFISH
2	100,076	BIG MAC
3	63,852	MCITÁLIA
4	63,852	MCITÁLIA

	s_cidade_brasil	s_estado_brasil
0	AMERICANA	SP
1	FORTALEZA	CE
2	APARECIDA DE GO	GO
3	GOIANIA	GO
4	ANAPOLIS	GO
5	ALEXANIA	GO
6	CALDAS NOVAS	GO
7	MANAUS	AM
8	JUAZEIRO DO NO	CE
9	CRATO	CE

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Campos que podem ser utilizados para integração de dados

Campos que podem ser utilizados para integração de dados:

- nome de identificação da campanha
- Tem PLU atrelada? (Sim/Não)
- Tem CUPOM atrelado? (Sim/Não)
- Data de inicio da campanha
- Data de fim da campanha
- Seleção de PLUs (multi-seleção)
- Seleção de PLUs separado por vírgula (campo de texto)
- Seleção de segmentos (multi-seleção)
- Seleção de cidades (multi-seleção)
- Seleção de estados (multi-seleção)
- Seleção tipo de loja (multi-seleção)
- Retira loja(s) específicas (multi-seleção e campo de texto separado por vírgula)

Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	CUIDADO QUE DEVE SER LIGADO APENAS AO SEGMENTO DELIVERY COM O DIM_SEGMENT
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	variáveis de contagem
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	variáveis da somatória dos valor do itens
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	variáveis de custo
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	variáveis de vendas
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	chaves de ligações importantes
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

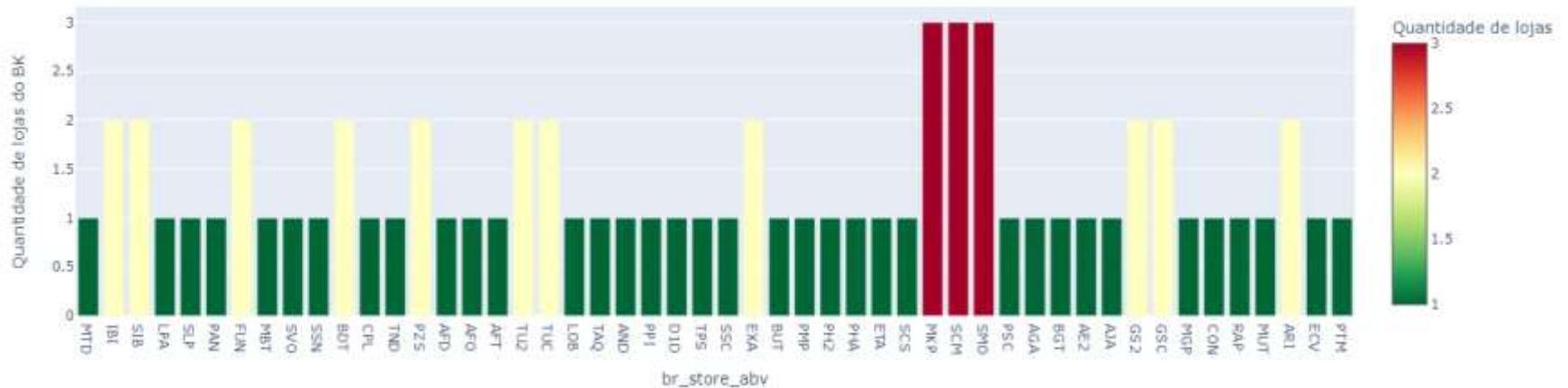
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)



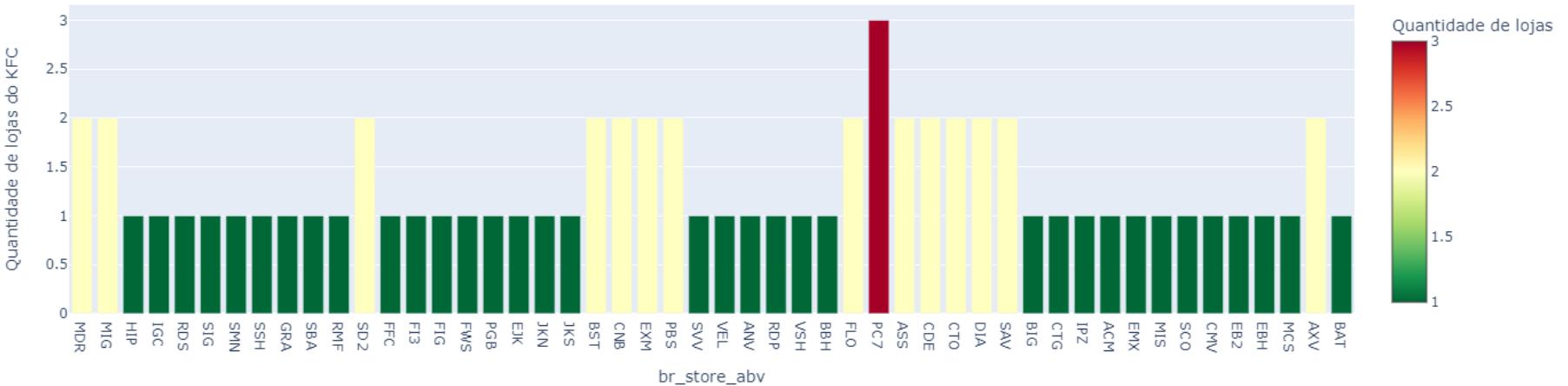
Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



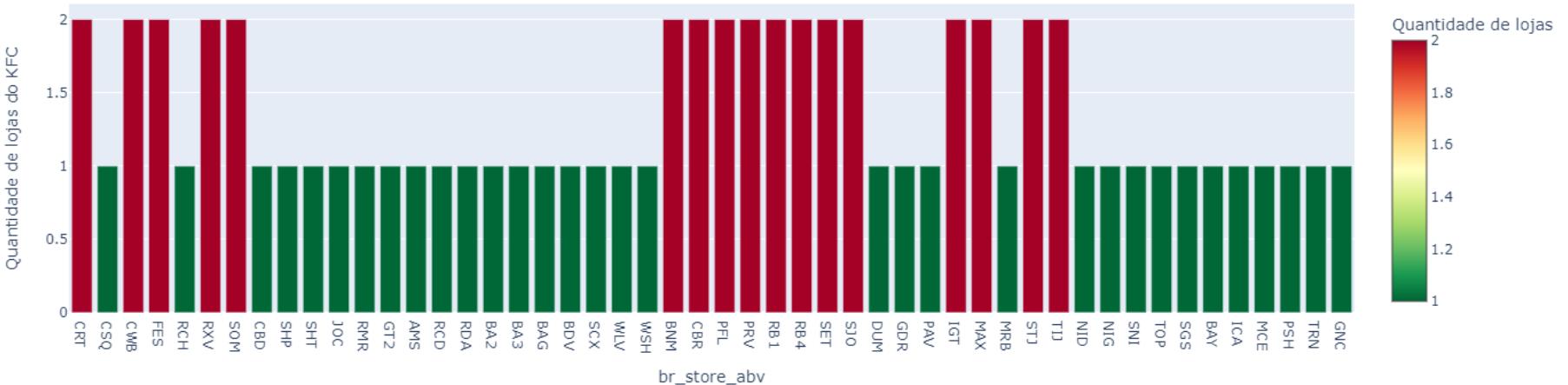
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

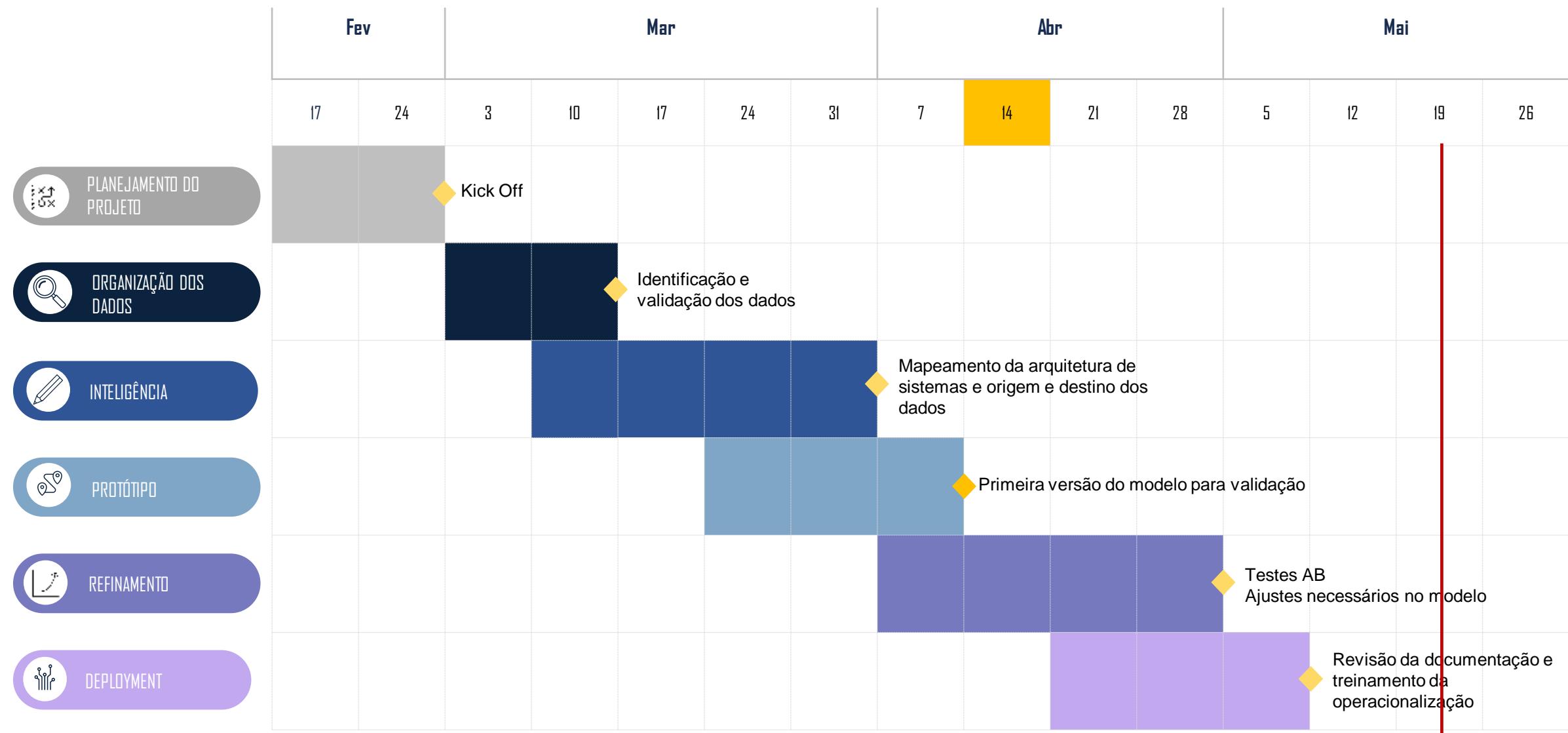


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 22/05/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Desenvolvimento do cascamenteo do modelo de correlação para todas as lojas disponíveis (já temos todas as lojas)
- Visualização da golden bridge com os todos os pilares (gráfico)
- Visualização da golden bridge entre dois dias diferentes, entendendo a diferença entre duas datas com o relatório mostrando as variações de cada pilar (gráfico)
- Visualização da golden bridge mostrando o que aconteceu entre dois períodos, de forma acumulada (gráfico)
- Desenvolvimento do relatório para entender os motivos de forma mais detalhadas da golden bridge acumulada
- Início da construção da documentação do projeto
- Reunião com time de Delivery sobre dados de Campanhas

Pontos de Atenção

- As informações de Campanhas estão dispersas entre as áreas envolvidas (sem padrão para obtenção dos dados)
- É necessário um processamento AWS para cálculo de todas as lojas

Próximos Passos

- Nova discussão com o time de Brand, Digital e para avaliação das regras de Campanhas, definições e ajustes para preenchimento do formulário
- Processar modelo de cálculo para 100% das lojas (AWS)
- Definição de arquitetura para processamento dos dados (AWS)
- Preparo formulário para atualização de Delivery

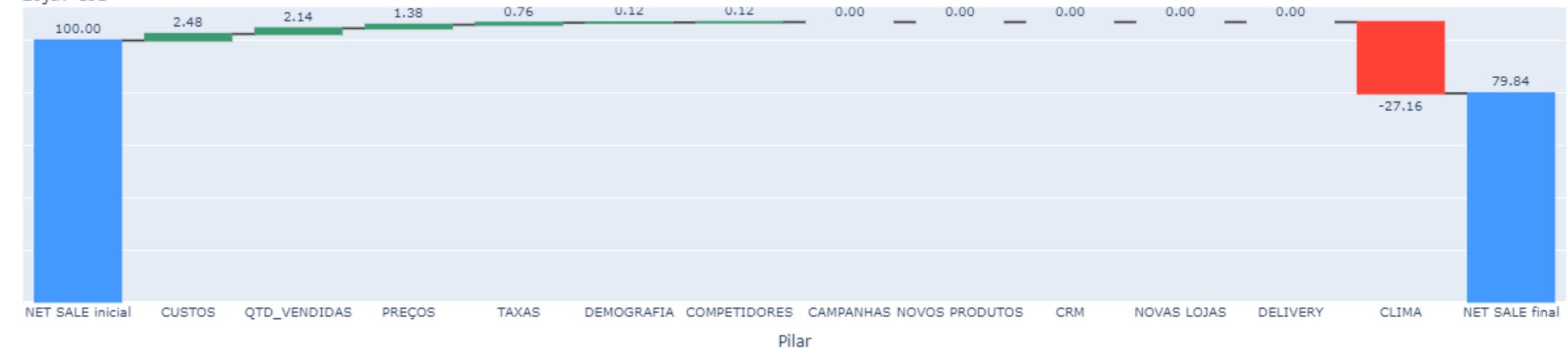


Golden Bridge – todos os pilares

Golden Bridge entre 2022-10-02 e 2022-11-15

Net Sale Bruto: 50.99k e 39.87k

Loja: CJD



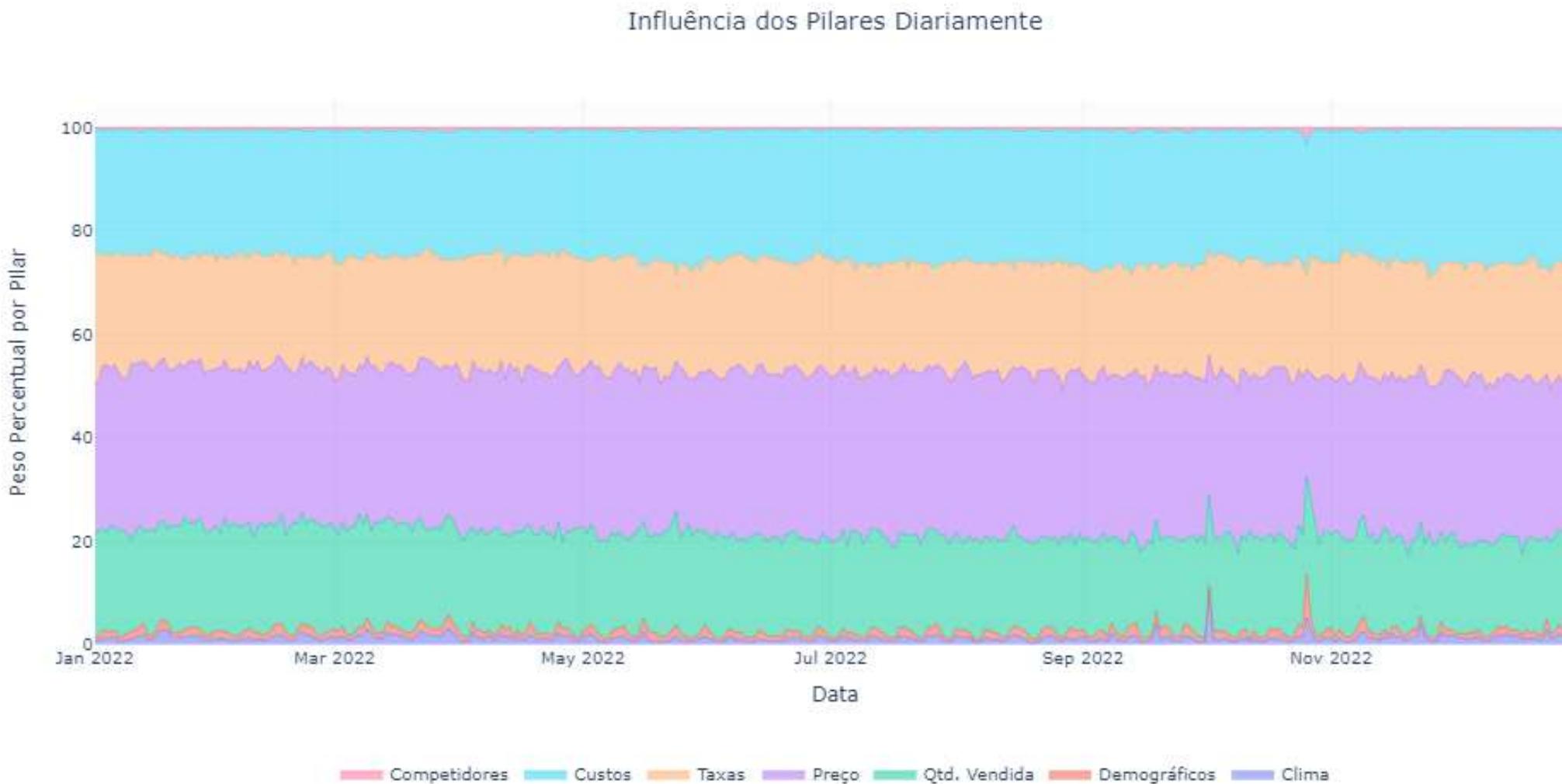
Golden Bridge – Tabelas por Pilar

PRODUTO_plus_p_familia_brasil							PRODUTO_sum_plu_unit_sold_2022-10-02	PRODUTO_sum_plu_unit_sold_2022-11-15	Difference	Difference %
18	MOLHO CBO	29.0	3.0	-26.0	-89.655172					
1	3 X 3	23.0	8.0	-15.0	-65.217391					
10	FIGURINHAS COPA	118.0	59.0	-59.0	-50.000000					
30	TIRO EXTRA	68.0	44.0	-24.0	-35.294118					
12	HAMBURGER	28.0	19.0	-9.0	-32.142857					
5	CDD	10.0	7.0	-3.0	-30.000000					
2	ADD-ON FOOD	51.0	36.0	-15.0	-29.411765					
29	SUNDAE	126.0	89.0	-37.0	-29.365079					
16	MCFLURRY	266.0	191.0	-75.0	-28.195489					
24	PREMIUM	407.0	293.0	-114.0	-28.009828					
27	SHAKE	140.0	103.0	-37.0	-26.428571					
32	TORTAS	91.0	69.0	-22.0	-24.175824					
31	TOP SUNDAE	96.0	79.0	-17.0	-17.708333					
11	FRIES	1400.0	1174.0	-226.0	-16.142857					
28	SUCO	372.0	312.0	-60.0	-16.129032					
15	MCPISTA	21.0	18.0	-3.0	-14.285714					
9	FAMILY BOX	200.0	172.0	-28.0	-14.000000					
20	MOLHOS	84.0	76.0	-8.0	-9.523810					
23	PPS	53.0	48.0	-5.0	-9.433962					
6	CHEESEBURGER	57.0	52.0	-5.0	-8.771930					
25	PROTEINA	27.0	25.0	-2.0	-7.407407					
26	REFRI	785.0	729.0	-56.0	-7.133758					
8	DANONINHO	84.0	79.0	-5.0	-5.952381					
14	MCCOLOSSO	24.0	23.0	-1.0	-4.166667					
21	NUGGETS	81.0	82.0	1.0	1.234568					
7	CLASSIC	703.0	715.0	12.0	1.706970					
33	TOY	140.0	144.0	4.0	2.857143					
13	LOWER CLASSIC	153.0	158.0	5.0	3.267974					
17	MCNUGGETS W/ 4	17.0	20.0	3.0	17.647059					
4	CASQUINHAS	84.0	113.0	29.0	34.523810					
0	2 X R\$ 19.90	147.0	0.0	0.0	0.000000					
3	AGUA	8.0	0.0	0.0	0.000000					
19	MOLHO TASTY	43.0	0.0	0.0	0.000000					
22	OUTROS	1.0	0.0	0.0	0.000000					
34	QUEJO QUENTE	0.0	4.0	0.0	0.000000					

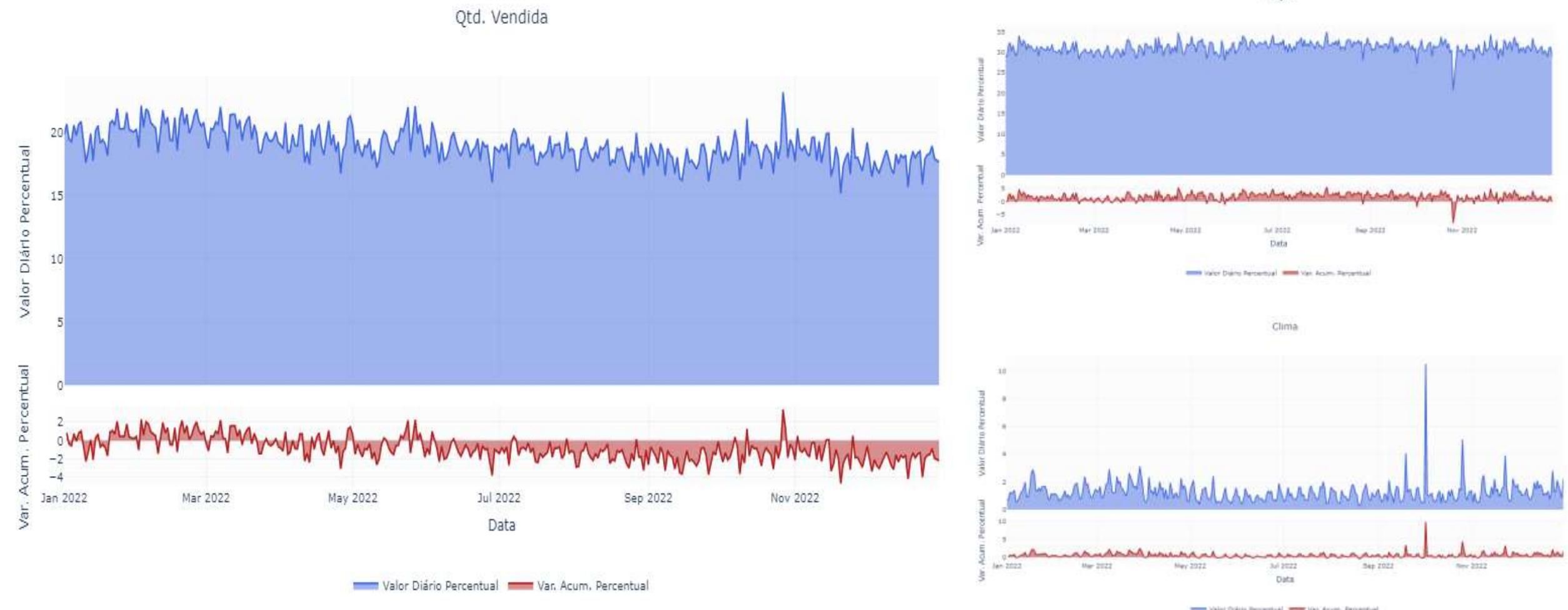
PRODUTO_plus_p_familia_brasil							PRODUTO_sum_plu_unit_price_2022-10-02	PRODUTO_sum_plu_unit_price_2022-11-15	Difference	Difference %
18	MOLHO CBO	44.50	40.00	-4.50	-9.011200					
1	3 X 3	137.70	23.00	-113.70	-82.718049					
10	FIGURINHAS COPA	118.00	104.00	-14.00	-12.181562					
30	TIRO EXTRA	68.00	68.00	0.00	0.000000					
12	HAMBURGER	28.00	27.00	-1.00	-3.571113					
5	CDD	3486.00	4762.25	-1276.25	-36.521113					
2	ADD-ON FOOD	44.50	40.00	-4.50	-9.011200					
29	SUNDAE	137.70	23.00	-113.70	-82.718049					
16	MCFLURRY	191.00	104.00	-87.00	-46.381562					
24	PREMIUM	293.00	68.00	-225.00	-75.988867					
27	SHAKE	103.00	4762.25	-2759.25	-36.521113					
32	TORTAS	69.00	23.00	-46.00	-67.350000					
31	TOP SUNDAE	79.00	104.00	25.00	31.615385					
11	FRIES	1174.00	3034.00	-1860.00	-16.142857					
28	SUCO	312.00	68.00	-244.00	-75.988867					
15	MCPISTA	18.00	62.50	44.50	245.454545					
9	FAMILY BOX	172.00	293.00	121.00	32.473339					
20	MOLHOS	76.00	101.00	25.00	32.533333					
23	PPS	48.00	1735.00	-1687.00	-29.990736					
6	CHEESEBURGER	52.00	280.00	228.00	-22.173384					
25	PROTEINA	25.00	1995.00	-1970.00	-7.739827					
26	REFRI	729.00	4744.57	-4015.57	-52.084848					
8	DANONINHO	79.00	1061.00	-982.00	-77.698000					
14	MCCOLOSSO	23.00	94.70	71.70	-25.619805					
21	NUGGETS	82.00	162.00	80.00	-25.188375					
7	CLASSIC	715.00	1150.20	-435.20	-24.664015					
33	TOY	144.00	1386.70	-1242.70	-22.388322					
13	LOWER CLASSIC	158.00	81.50	-76.50	-49.149181					
17	MCNUGGETS W/ 4	20.00	123.30	-103.30	-50.664461					
4	CASQUINHAS	113.00	152.00	39.00	-3.652087					
0	2 X R\$ 19.90	132.00	121.00	-11.00	-8.458999					
3	AGUA	0.00	0.00	0.00	0.000000					
19	MOLHO TASTY	0.00	67.50	67.50	0.000000					
22	OUTROS	0.00	4.00	4.00	0.000000					
34	QUEJO QUENTE	0.00	530.00	530.00	0.000000					



Golden Bridge – %Share de influência dos pilares



Golden Bridge – %Share de influência dos pilares



Exemplo Golden Bridge

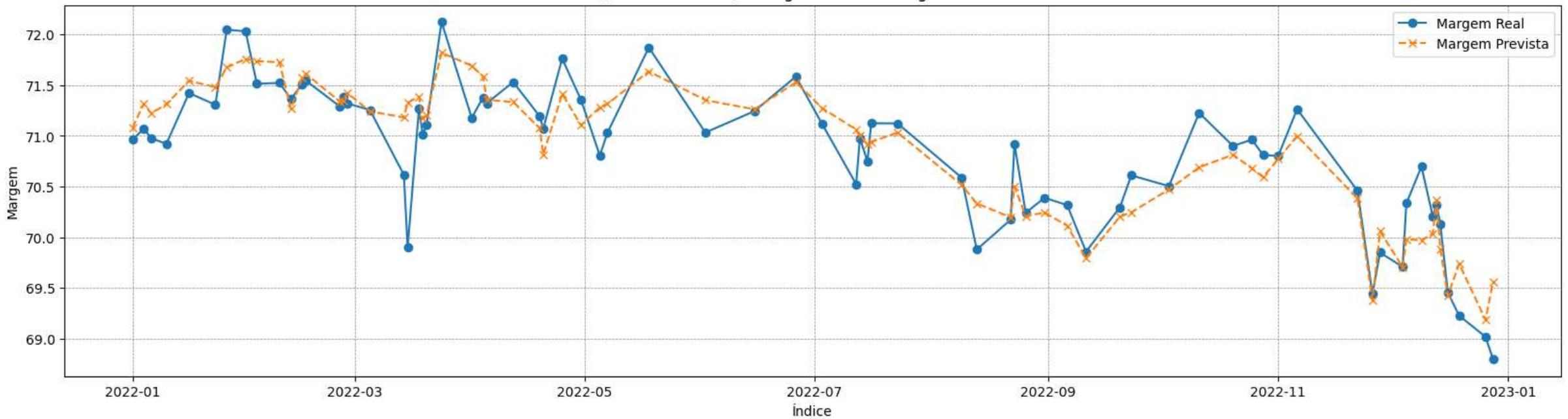
Gráfico Cascata - 2022-01-28 a 2022-01-29



Gráfico de Valores Reais vs. Valores Previstos

Loja BDT em 2022

(Dados de Teste) - Margem Real vs Margem Prevista



Resultados da Previsão de Margem

- MSE: 0.0001
- RMSE: 0.0032
- MAE: 0.0023
- MAPE: 0.0032
- R2: 0.7938
- Resíduos mínimos e máximos: -0.72, 1.43
- Resíduos percentuais mínimos e máximos:
-1.03, 2.0

Análise das Alavancas

- Seleção de recursos classificados como "alavancas"
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Alavancas - Variáveis com impacto positivo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	alavanca	6.475550e-05	media_plu_unit_price_calculado	3490	Delivery	REFRI PROMO MEDIA
34	alavanca	4.437560e-05	media_plu_unit_net_sale	569636	Delivery	FANTAGALC DLV
43	alavanca	4.246287e-05	imposto_medio_por_item_vendido	61109	NGK	FL OVOCA BL
65	alavanca	4.099702e-05	media_plu_unit_net_sale	91084	Delivery	TRIPLO CB ALC
93	alavanca	3.825593e-05	media_plu_unit_net_sale	84604	McCafé	AGUA GARRAFA 500ML ALC
...
32214	alavanca	7.110588e-08	sum_plu_unit_price	61394	Delivery	BR2 MIRABEL
32216	alavanca	3.980165e-08	sum_plu_unit_price	601224	Balcão	CHIMELTBCM PR
32217	alavanca	3.762720e-08	media_gc_net_sale	82773	Mop	CHEEDDAR PRMOP
32283	alavanca	2.245689e-08	media_gc_net_sale	73160	Delivery	MGFLMMCH PRBL
32295	alavanca	2.172442e-09	sum_plu_net_sale_calculado	572828	Delivery	COCA LATA ME

Análise dos Ofensores

- Seleção de recursos classificados como “ofensores”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Ofensores - Variáveis com impacto negativo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	ofensor	-5.491102e-05	media_plu_unit_sold	60706	NGK	MCL CB PR CF
44	ofensor	-4.606582e-05	media_plu_unit_net_sale	76338	Drive-Thru	MEGA NUGG ALC
99	ofensor	-4.572123e-05	cost_plu_unit	61822	Drive-Thru	QUART M PR CF
132	ofensor	-4.506787e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601099	Drive-Thru	MEGA NUG PRG
154	ofensor	-4.346204e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601100	Delivery	MEGA NUG PRM
...
36531	ofensor	-1.276848e-08	cost_plu_unit	63261	Drive-Thru	CHICKJR PRCP
36533	ofensor	-9.957821e-09	media_plu_unit_net_sale	68071	Mop	BIGM MOP PRCF
36534	ofensor	-8.916935e-09	sum_plu_unit_price	65080	Balcão	BR2 SHURI PR
36535	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	77907	Drive-Thru	BAT CHED PRCP
36547	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	64056	Drive-Thru	BIG MAC PRCP

Análise dos Neutros

- Seleção de recursos classificados como “neutro”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Neutros - Variáveis sem impacto no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância		Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
36559	neutro	0.0		media_plu_unit_net_sale	600805	Delivery	FL OVO CA BL
36570	neutro	0.0		media_plu_unit_net_sale	600718	Delivery	DU BARB PRPD
36581	neutro	0.0		sum_plu_net_sale_calculado	85217	NGK	BIG MAC PRCP
36592	neutro	0.0		media_plu_unit_price_calculado	67194	NGK	FANTG Z M PRCP
36603	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	81600	Delivery	SUNDCABL DLV
...
37772	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	91282	NGK	FANTGUA Z M ALC
37774	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	91320	Delivery	COCA PR DLV
37776	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88563	Delivery	FANTAGPRCPDLV
37778	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88783	Delivery	COCAS DLV
37780	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88836	Mop	FIGURIN PRMOP



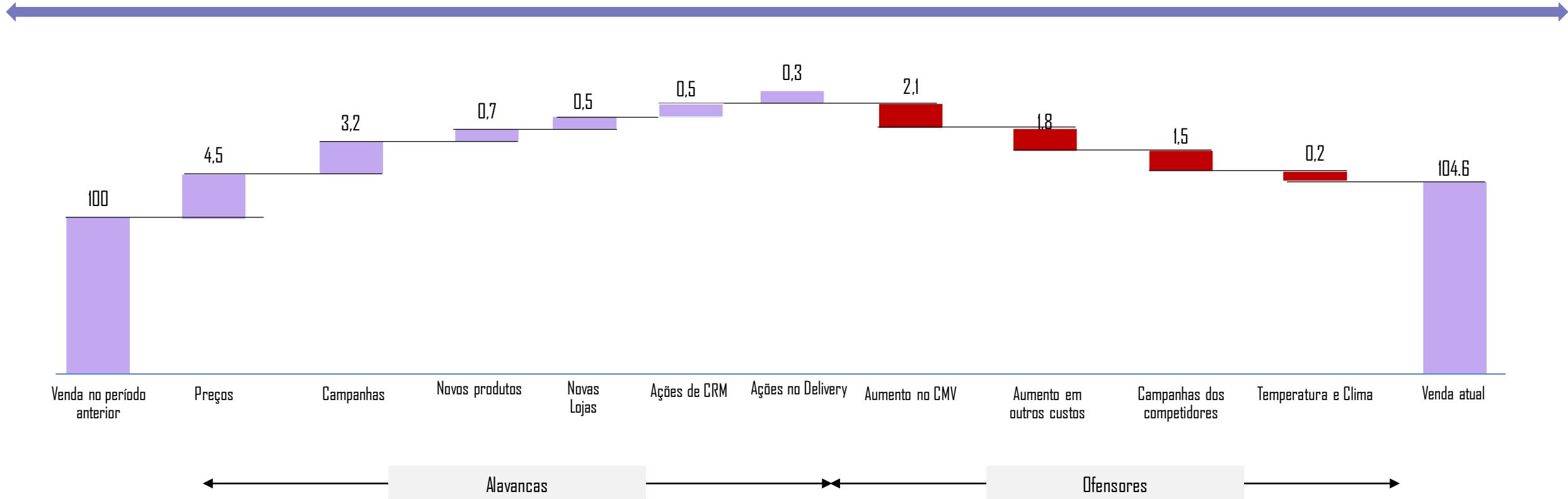
Expansão de Insights de Negócios: Criação de Variáveis Compostas a partir de Variáveis Puras (Booking)

fact_plu_agrupado_day				
PURA	Descrição	Crescente	Descrição das variáveis compostas	Fórmula
p_sk_dim_product s_sk_dim_store s_sk_dim_segment d_sk_dim_date count_items_gt sum_plu_unit_sold sum_plu_unit_price media_plu_unit_price media_plu_unit_sold	segmento (o dia está separado por segmentos) data número de produtos vendidos Somatória da quantidade de PLUs vendidas naquele dia Somatória dos valores unitários das PLUs vendidas naquele dia média plu unit price média de quantidade vendidas da PLU			
sum_plu_gross_sale	Venda bruta do PLU naquele dia Formula = media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price	sum_plu_gross_sale_calculado	Somatória de preços (gross_sale) da PLU, já que é a quantidade vendida multiplicado pelo valor unitário Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price
sum_plu_net_sale	Venda líquida do PLU naquele dia Formula = sum_plu_gross_sale - sum_plu_val_tax	sum_plu_net_sale_calculado	Somatória do valor líquido (net_sale) da PLU, já que o valor líquido é a somatória de preços menos as taxas. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_gross_sale_calculado - sum_plu_val_tax
sum_plu_val_icms sum_plu_val_cofins sum_plu_val_icms_apurado sum_plu_val_pis sum_plu_val_tax	valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax Soma dos impostos de icms,cofins,pix	margem_plu	O net_sale não engloba os custos, assim para chegar na margem, é necessário tirar o custo valor líquido - custo total	(sum_plu_net_sale_calculado - sum_plu_cost_total_calculado) / sum_plu_net_sale_calculado
gc_count_items_validated gc_net_sale gc_gross_sale media_gc_net_sale	número de itens validados no dia Referência é o GC net_sale não levando produtos pertencentes exclusivamente à GC, e gross_sale que levanta produto pertencentes exclusivamente à GC, o valor quando menor do de gross é apurado como participante	imposto_medio_por_item_vendido	valor da somatória dos impostos para aqueles PLU de forma unitária	sum_plu_val_tax / sum_plu_unit_sold
sum_plu_cost_total cost_plu_unit	Somatória dos custos de produtos (não inclui taxes) Formula = sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit	sum_plu_cost_total_calculado	Somatória dos custos da PLU. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit
	custo unitário daquela PLU naquele dia	media_plu_net_sale	diferença líquida entre valor médio do produto e o custo atrelado	media_plu_unit_price_calculado - imposto_medio_por_item_vendido



Alavancas de venda e margem | Novo modelo de pilares

Modelo de alavancas e ofensores nas vendas e margem



Regras das Alavancas

Preços

Pedidos de venda com PLUs/Produtos com alteração de preço de venda

Campanhas

ver detalhamento das regras

Novos produtos

PLU sem cadastro de campanha com data de criação dentro de determinado período

Novas Lojas

Pedidos de venda atrelado a novas lojas com período de abertura menor que maturação

Ações CRM

Pedidos de venda impulsionados por push notification sem cupom

Ações Delivery

Pedidos de venda do segmento Delivery sem campanha dedicada e sem utilização de cupom



Alavancas de venda e margem | Detalhamento de Campanhas



Formulario – Integração dos dados de campanhas – Tela de Login

A screenshot of a web browser showing a login form. The title bar indicates the URL is `localhost:8501`. The main content area has a dark background with white text. At the top, it says **Integração de dados - Campanha**. Below that, a heading **Faça o login** is followed by two input fields: "Nome de usuário" and "Senha". A "Login" button is located at the bottom left of the form area.

Integração de dados - Campanha

Faça o login

Nome de usuário

Senha

Login

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Extração dos dados da Metabase para preenchimento do formulario

The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost:8501` in the address bar. The page title is "Integração de dados - Campanha". On the left, there is a sidebar with the text "Bem-vindo(a), michael.mattioli@mail-bip.com!". The main content area contains the following text:

Esse sistema tem o objetivo de gerar um CSV para integrar e identificar as campanhas no Metabase, de modo a padronizar a seleção dos dados e integrar os dados da maneira correta.

Para entender como preencher, acesse a documentação [link].

- Capturando dados necessários do Metabase - tempo médio de 3 minutos
- Running `get_data_from_metabase()`.

A "Login" button is located at the bottom of the sidebar.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

A equipe conseguirá selecionar os produtos com os dados atualizados do metabase

The screenshot shows a user interface for campaign management. At the top, there are two date inputs: 'Data de início da campanha' (2023/04/14) and 'Data de fim da campanha' (2023/04/14). Below these is a dropdown menu labeled 'Seleção de PLUs' with the placeholder 'Choose an option'. A note below the dropdown says 'Seleção de PLUs separado por vírgula. Exemplo: 1,2,3,4,5,...'. Further down, there's a section for 'Seleção de produtos - (sem restrição = todos selecionados)' containing a redacted list of items: 'MCFISH X', 'MCITÁLIA X', and 'BIG MAC X'. Below this, under the heading 'CLUB GRILL', is a list of products: 'CLUB GRILL CX', 'CLUB GRILL GRANDE PR CI', 'CLUB GRILL ME', 'CLUB GRM PR CX', 'CLUB HOUSE ALC 2X1', and 'CLUB HOUSE ALC 2X1 CX'. Red arrows point from each of these six product names to the right, indicating they are being selected or highlighted.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Validação dos dados selecionados

Construir dados

	nome campanha	data inicio	data fim	segmento atuante	tem_cupom	tem_plu
0	Nova Casquinha de doce de leite	2023-04-14	2023-04-14	<input type="checkbox"/> Delivery <input type="checkbox"/> Drive-Thru <input type="checkbox"/> Cold Kiosk <input type="checkbox"/> Balcão	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	p_product_code	p_long_description
0	79	MCFISH
1	79	MCFISH
2	100,076	BIG MAC
3	63,852	MCITÁLIA
4	63,852	MCITÁLIA

	s_cidade_brasil	s_estado_brasil
0	AMERICANA	SP
1	FORTALEZA	CE
2	APARECIDA DE GO	GO
3	GOIANIA	GO
4	ANAPOLIS	GO
5	ALEXANIA	GO
6	CALDAS NOVAS	GO
7	MANAUS	AM
8	JUAZEIRO DO NO	CE
9	CRATO	CE

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Campos que podem ser utilizados para integração de dados

Campos que podem ser utilizados para integração de dados:

- nome de identificação da campanha
- Tem PLU atrelada? (Sim/Não)
- Tem CUPOM atrelado? (Sim/Não)
- Data de inicio da campanha
- Data de fim da campanha
- Seleção de PLUs (multi-seleção)
- Seleção de PLUs separado por vírgula (campo de texto)
- Seleção de segmentos (multi-seleção)
- Seleção de cidades (multi-seleção)
- Seleção de estados (multi-seleção)
- Seleção tipo de loja (multi-seleção)
- Retira loja(s) específicas (multi-seleção e campo de texto separado por vírgula)



Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	CUIDADO QUE DEVE SER LIGADO APENAS AO SEGMENTO DELIVERY COM O DIM_SEGMENT
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	variáveis de contagem
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	variáveis da somatória dos valor do itens
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	variáveis de custo
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	variáveis de vendas
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	chaves de ligações importantes
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

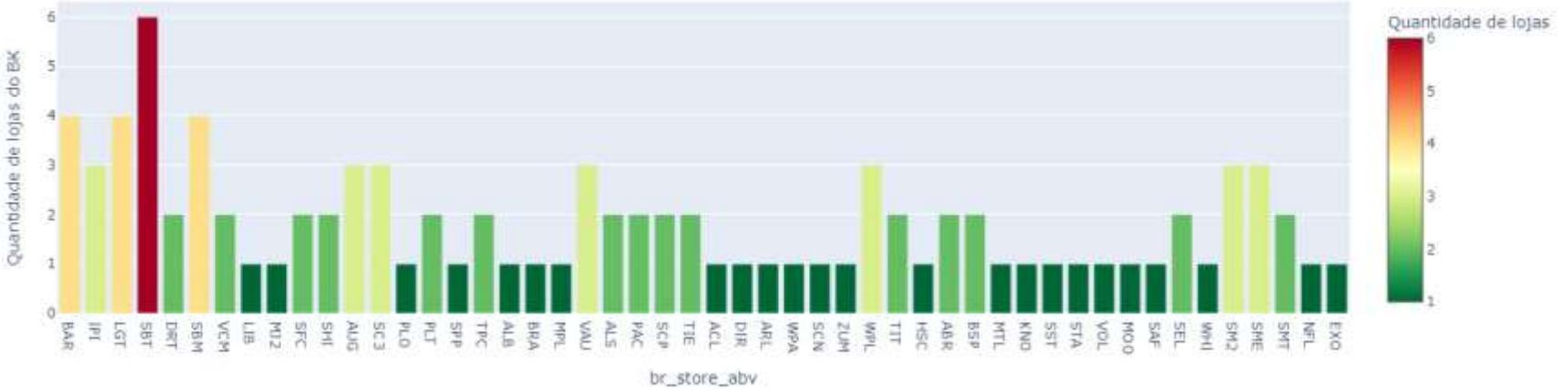
	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

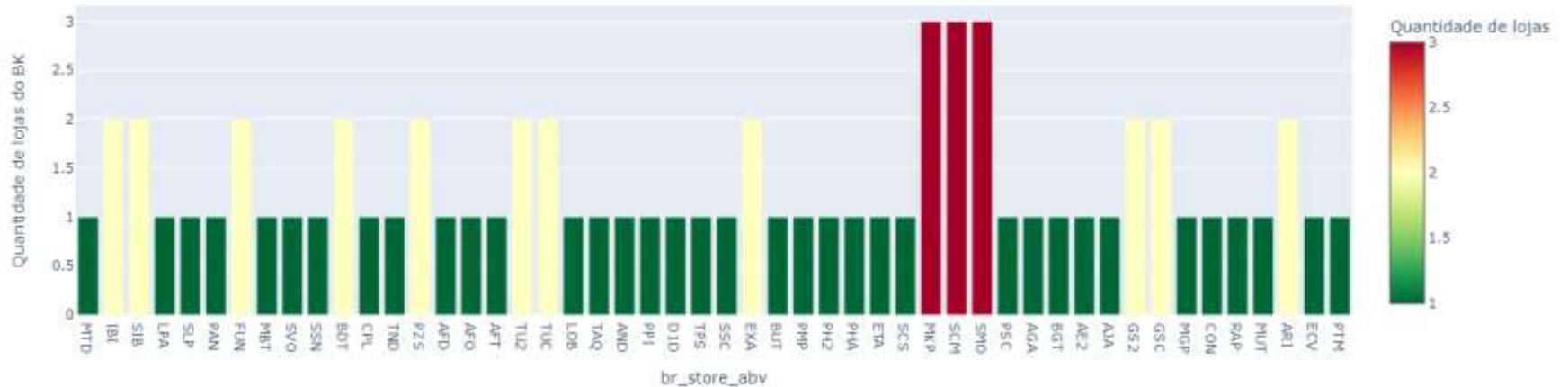
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)

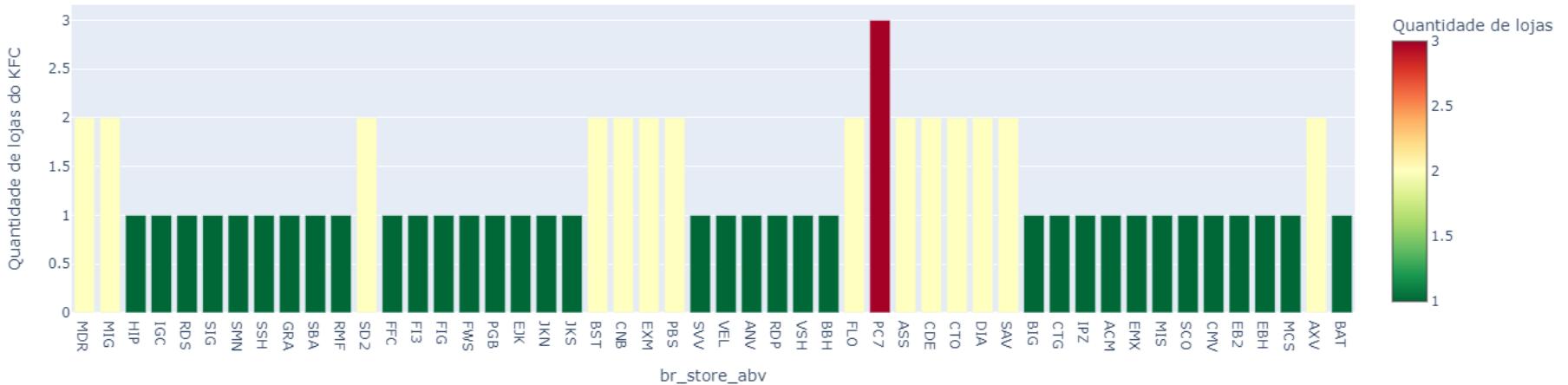


Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



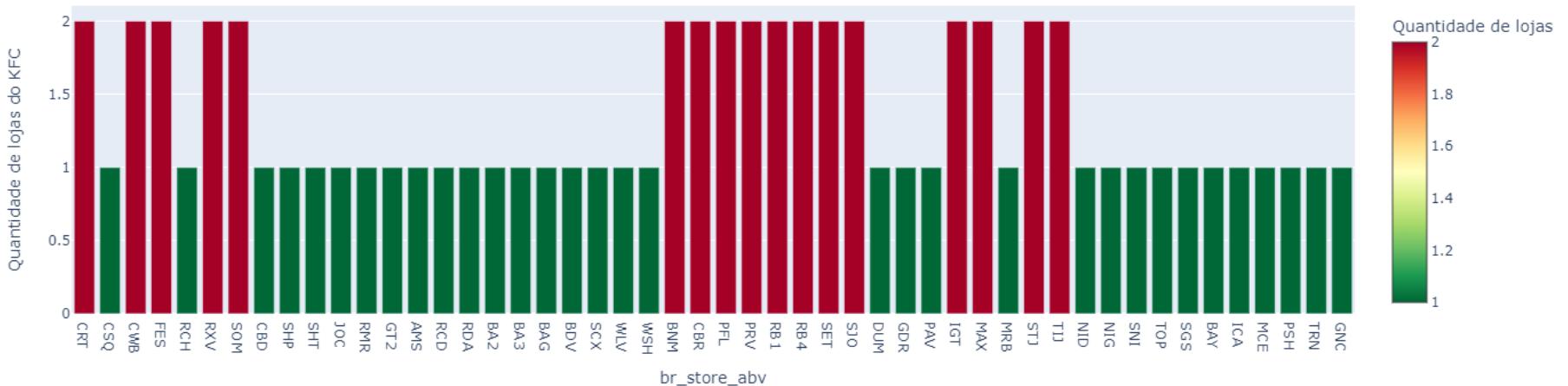
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

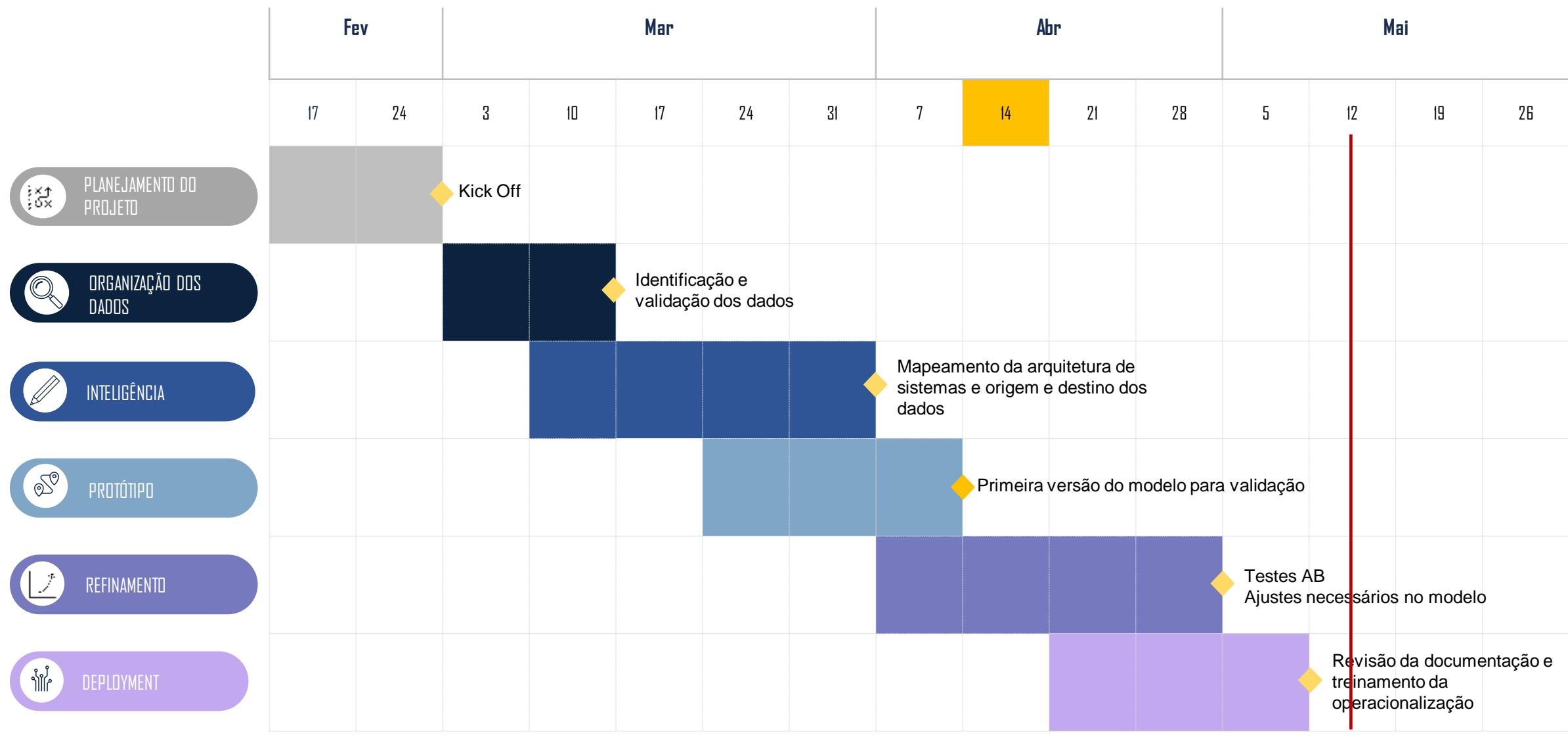


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 15/05/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Desenvolvimento do cascamenteo do modelo de correlação para todas as lojas disponíveis (temos 700 lojas disponíveis)
- Construção do front em python para exibição da golden bridge
- Visualização da golden bridge com os pilares com dados disponíveis (avaliação exemplo)
- Estudo dos dados acumulados nível Brasil, para períodos maiores que 2 dias

Pontos de Atenção

- É necessário um período mínimo de 1 mês para aumentar a confiabilidade das correlações e visualização de impactos na margem
- As informações de Campanhas estão dispersas entre as áreas envolvidas (sem padrão para obtenção dos dados)

Próximos Passos

- Nova discussão com o time de Brand, Digital e Delivery para avaliação das regras de Campanhas, definições e ajustes para preenchimento do formulário
- Definição de arquitetura para armazenamento dos dados (AWS)
- Modelagem Brasil (escalar modelo para todas as lojas)

Exemplo Golden Bridge

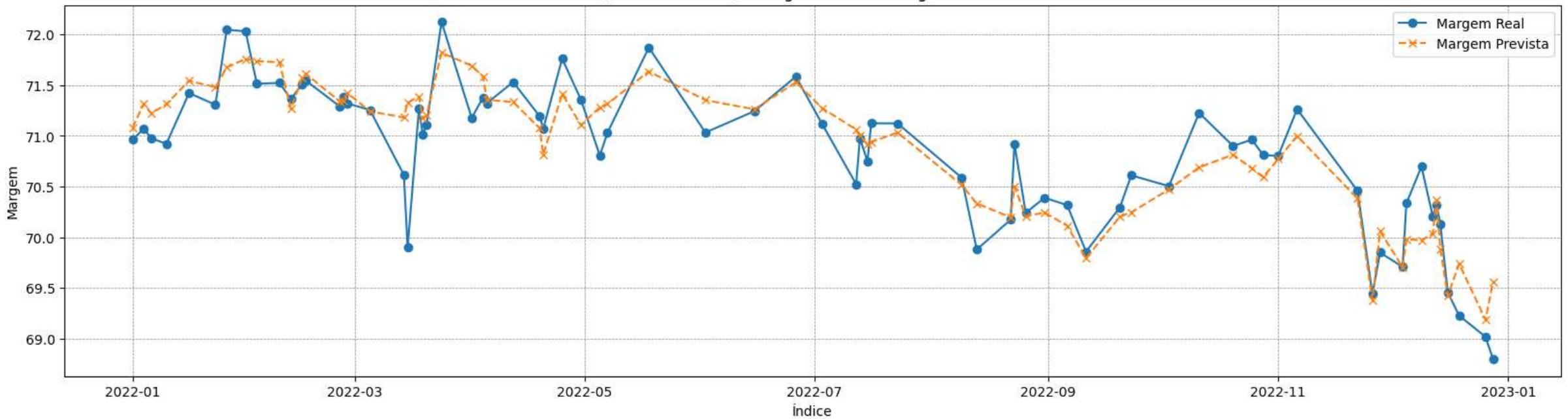
Gráfico Cascata - 2022-01-28 a 2022-01-29



Gráfico de Valores Reais vs. Valores Previstos

Loja BDT em 2022

(Dados de Teste) - Margem Real vs Margem Prevista



Resultados da Previsão de Margem

- MSE: 0.0001
- RMSE: 0.0032
- MAE: 0.0023
- MAPE: 0.0032
- R2: 0.7938
- Resíduos mínimos e máximos: -0.72, 1.43
- Resíduos percentuais mínimos e máximos:
-1.03, 2.0

Análise das Alavancas

- Seleção de recursos classificados como "alavancas"
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Alavancas - Variáveis com impacto positivo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	alavanca	6.475550e-05	media_plu_unit_price_calculado	3490	Delivery	REFRI PROMO MEDIA
34	alavanca	4.437560e-05	media_plu_unit_net_sale	569636	Delivery	FANTAGALC DLV
43	alavanca	4.246287e-05	imposto_medio_por_item_vendido	61109	NGK	FL OVOCA BL
65	alavanca	4.099702e-05	media_plu_unit_net_sale	91084	Delivery	TRIPLO CB ALC
93	alavanca	3.825593e-05	media_plu_unit_net_sale	84604	McCafé	AGUA GARRAFA 500ML ALC
...
32214	alavanca	7.110588e-08	sum_plu_unit_price	61394	Delivery	BR2 MIRABEL
32216	alavanca	3.980165e-08	sum_plu_unit_price	601224	Balcão	CHIMELTBCM PR
32217	alavanca	3.762720e-08	media_gc_net_sale	82773	Mop	CHEEDDAR PRMOP
32283	alavanca	2.245689e-08	media_gc_net_sale	73160	Delivery	MGFLMMCH PRBL
32295	alavanca	2.172442e-09	sum_plu_net_sale_calculado	572828	Delivery	COCA LATA ME



Análise dos Ofensores

- Seleção de recursos classificados como “ofensores”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Ofensores - Variáveis com impacto negativo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	ofensor	-5.491102e-05	media_plu_unit_sold	60706	NGK	MCL CB PR CF
44	ofensor	-4.606582e-05	media_plu_unit_net_sale	76338	Drive-Thru	MEGA NUGG ALC
99	ofensor	-4.572123e-05	cost_plu_unit	61822	Drive-Thru	QUART M PR CF
132	ofensor	-4.506787e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601099	Drive-Thru	MEGA NUG PRG
154	ofensor	-4.346204e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601100	Delivery	MEGA NUG PRM
...
36531	ofensor	-1.276848e-08	cost_plu_unit	63261	Drive-Thru	CHICKJR PRCP
36533	ofensor	-9.957821e-09	media_plu_unit_net_sale	68071	Mop	BIGM MOP PRCF
36534	ofensor	-8.916935e-09	sum_plu_unit_price	65080	Balcão	BR2 SHURI PR
36535	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	77907	Drive-Thru	BAT CHED PRCP
36547	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	64056	Drive-Thru	BIG MAC PRCP



Análise dos Neutros

- Seleção de recursos classificados como “neutro”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Neutros - Variáveis sem impacto no modelo - Loja BDT em 2022

Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
36559	neutro	0.0	media_plu_unit_net_sale	600805	Delivery FL OVO CA BL
36570	neutro	0.0	media_plu_unit_net_sale	600718	Delivery DU BARB PRPD
36581	neutro	0.0	sum_plu_net_sale_calculado	85217	NGK BIG MAC PRCP
36592	neutro	0.0	media_plu_unit_price_calculado	67194	NGK FANTG Z M PRCP
36603	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	81600	Delivery SUNDCABL DLV
...
37772	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	91282	NGK FANTGUA Z M ALC
37774	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	91320	Delivery COCA PR DLV
37776	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88563	Delivery FANTAGPRCPDLV
37778	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88783	Delivery COCAS DLV
37780	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88836	Mop FIGURIN PRMOP



Expansão de Insights de Negócios: Criação de Variáveis Compostas a partir de Variáveis Puras (Booking)

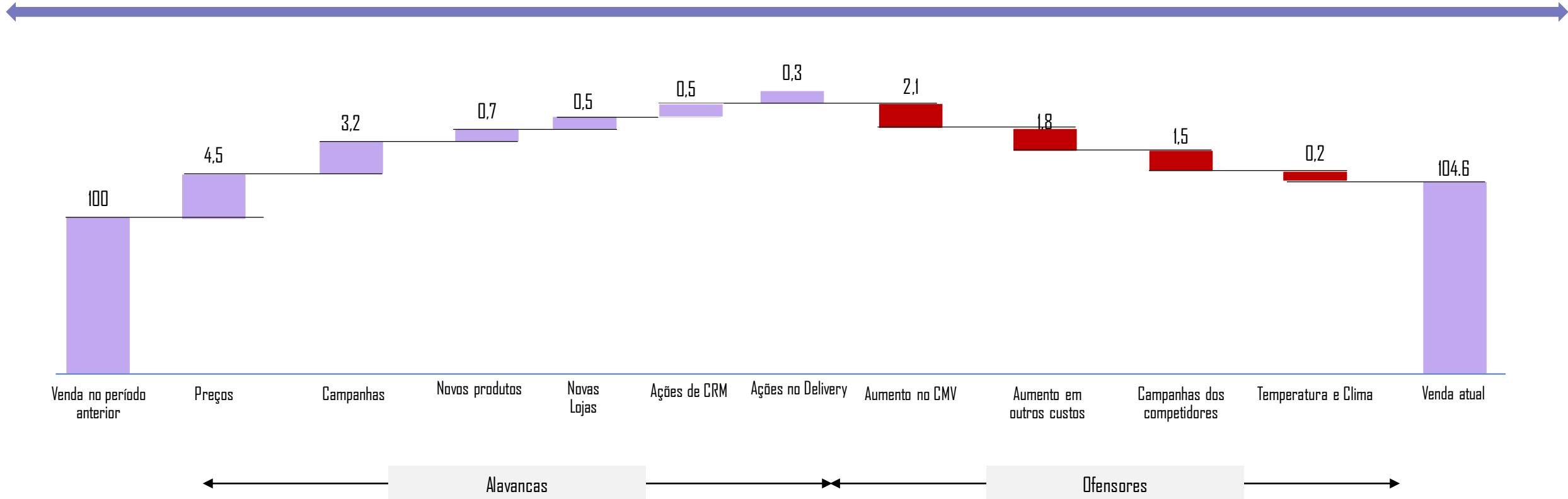
fact_plu_agrupado_day				
PURA	Descrição	Crescente	Descrição das variáveis compostas	Fórmula
p_sk_dim_product s_sk_dim_store s_sk_dim_segment d_sk_dim_date count_itempc_gt sum_plu_unit_sold sum_plu_unit_price media_plu_unit_price media_plu_unit_sold	segmento (o dia está separado por segmentos) data número de produtos vendidos Somatória da quantidade de PLUs vendidas naquele dia Somatória dos valores unitários das PLUs vendidas naquele dia média plu unit price média de quantidade vendidas da PLU			
sum_plu_gross_sale	Venda bruta do PLU naquele dia Formula = media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price	sum_plu_gross_sale_calculado	Somatória de preços (gross_sale) da PLU, já que é a quantidade vendida multiplicado pelo valor unitário Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price
sum_plu_net_sale	Venda líquida do PLU naquele dia Formula = sum_plu_gross_sale - sum_plu_val_tax	sum_plu_net_sale_calculado	Somatória do valor líquido (net_sale) da PLU, já que o valor líquido é a somatória de preços menos as taxas. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_gross_sale_calculado - sum_plu_val_tax
sum_plu_val_icms sum_plu_val_cofins sum_plu_val_icms_apurado sum_plu_val_pis	valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax	margem_plu	O net_sale não engloba os custos, assim para chegar na margem, é necessário tirar o custo	(sum_plu_net_sale_calculado - sum_plu_cost_total_calculado) / sum_plu_net_sale_calculado
sum_plu_val_tax	Soma dos impostos de icms,cofins,pix	imposto_medio_por_item_vendido	valor da somatória dos impostos para aquele PLU de forma unitária	sum_plu_val_tax / sum_plu_unit_sold
gc_count_items_validated gc_net_sale gc_gross_sale media_gc_net_sale	número de itens validados no dia Referência é o GC net_sale, não todos os produtos pertencem automaticamente ao GC, o gross_sale não inclui produto substitutos Referência é GC, o valor quando mostra o dia, que aponta para o dia			
sum_plu_cost_total	Somatória dos custos de produtos (não inclui taxes) Formula = sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit	sum_plu_cost_total_calculado	Somatória dos custos da PLU. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit
cost_plu_unit	custo unitário daquela PLU naquele dia	media_plu_net_sale	diferença líquida entre valor médio do produto e o custo atrelado	media_plu_unit_price_calculado - imposto_medio_por_item_vendido





Alavancas de venda e margem | Novo modelo de pilares

Modelo de alavancas e ofensores nas vendas e margem



Regras das Alavancas

Preços

Pedidos de venda com PLUs/Produtos com alteração de preço de venda

Campanhas

ver detalhamento das regras

Novos produtos

PLU sem cadastro de campanha com data de criação dentro de determinado período

Novas Lojas

Pedidos de venda atrelado a novas lojas com período de abertura menor que maturação

Ações CRM

Pedidos de venda impulsionados por push notification sem cupom

Ações Delivery

Pedidos de venda do segmento Delivery sem campanha dedicada e sem utilização de cupom



Alavancas de venda e margem | Detalhamento de Campanhas



Formulario – Integração dos dados de campanhas – Tela de Login

A screenshot of a web browser showing a login form. The title bar indicates the URL is `localhost:8501`. The main heading on the page is **Integração de dados - Campanha**. Below it, the text **Faça o login** is displayed. The form consists of two input fields: one for **Nome de usuário** and one for **Senha**, both with placeholder text. A **Login** button is located below the password field. The background of the page is black.

Integração de dados - Campanha

Faça o login

Nome de usuário

Senha

Login

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Extração dos dados da Metabase para preenchimento do formulario

A screenshot of a web browser window titled 'localhost:8501'. The page content is as follows:

Bem-vindo(a), michael.mattioli@mail-bip.com!

Integração de dados - Campanha

Esse sistema tem o objetivo de gerar um CSV para integrar e identificar as campanhas no Metabase, de modo a padronizar a seleção dos dados e integrar os dados da maneira correta.

Para entender como preencher, acesse a documentação [link].

- Capturando dados necessários do Metabase - tempo médio de 3 minutos
- Running `get_data_from_metabase()`.

[Login](#)

The browser status bar shows 'RUNNING...' with a progress bar icon.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

A equipe conseguirá selecionar os produtos com os dados atualizados do metabase

The screenshot shows a user interface for campaign management. At the top, there are two date inputs: "Data de início da campanha" (2023/04/14) and "Data de fim da campanha" (2023/04/14). Below these is a dropdown menu labeled "Seleção de PLUs" with the placeholder "Choose an option". A note below the dropdown says "Seleção de PLUs separado por vírgula. Exemplo: 1,2,3,4,5,...". Further down, there's a section titled "Seleção de produtos - (sem restrição = todos selecionados)". A red box highlights three items: "MCFISH X", "MCITÁLIA X", and "BIG MAC X". Below this, under the heading "CLUB GRILL", are several product names, each preceded by a red arrow pointing to the left: "CLUB GRILL CX", "CLUB GRILL GRANDE PR CI", "CLUB GRILL ME", "CLUB GRM PR CX", "CLUB HOUSE ALC 2X1", and "CLUB HOUSE ALC 2X1 CX".

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Validação dos dados selecionados

Construir dados

	nome campanha	data inicio	data fim	segmento atuante	tem_cupom	tem_plu
0	Nova Casquinha de doce de leite	2023-04-14	2023-04-14	<input type="checkbox"/> Delivery <input type="checkbox"/> Drive-Thru <input type="checkbox"/> Cold Kiosk <input type="checkbox"/> Balcão	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	p_product_code	p_long_description
0	79	MCFISH
1	79	MCFISH
2	100,076	BIG MAC
3	63,852	MCITÁLIA
4	63,852	MCITÁLIA

	s_cidade_brasil	s_estado_brasil
0	AMERICANA	SP
1	FORTALEZA	CE
2	APARECIDA DE GO	GO
3	GOIANIA	GO
4	ANAPOLIS	GO
5	ALEXANIA	GO
6	CALDAS NOVAS	GO
7	MANAUS	AM
8	JUAZEIRO DO NO	CE
9	CRATO	CE

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Campos que podem ser utilizados para integração de dados

Campos que podem ser utilizados para integração de dados:

- nome de identificação da campanha
- Tem PLU atrelada? (Sim/Não)
- Tem CUPOM atrelado? (Sim/Não)
- Data de inicio da campanha
- Data de fim da campanha
- Seleção de PLUs (multi-seleção)
- Seleção de PLUs separado por vírgula (campo de texto)
- Seleção de segmentos (multi-seleção)
- Seleção de cidades (multi-seleção)
- Seleção de estados (multi-seleção)
- Seleção tipo de loja (multi-seleção)
- Retira loja(s) específicas (multi-seleção e campo de texto separado por vírgula)



Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	CUIDADO QUE DEVE SER LIGADO APENAS AO SEGMENTO DELIVERY COM O DIM_SEGMENT
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	variáveis de contagem
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	variáveis da somatória dos valor do itens
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	variáveis de custo
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	variáveis de vendas
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	chaves de ligações importantes
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

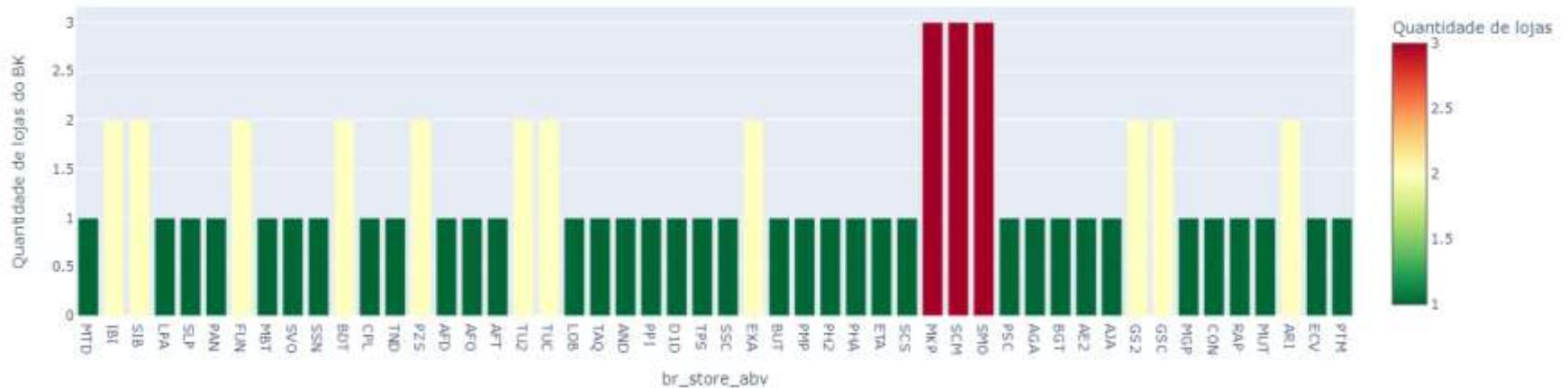
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)



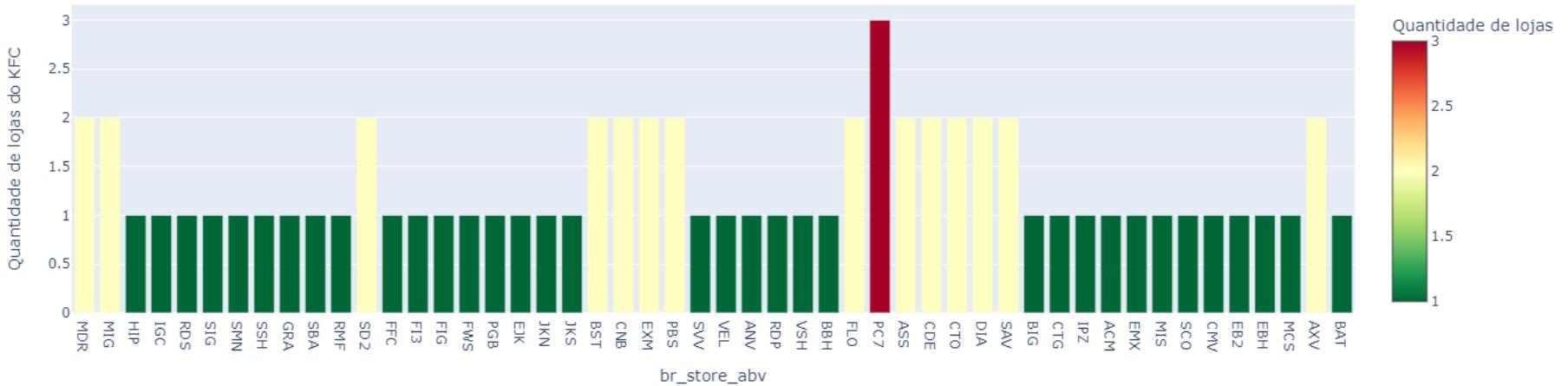
Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



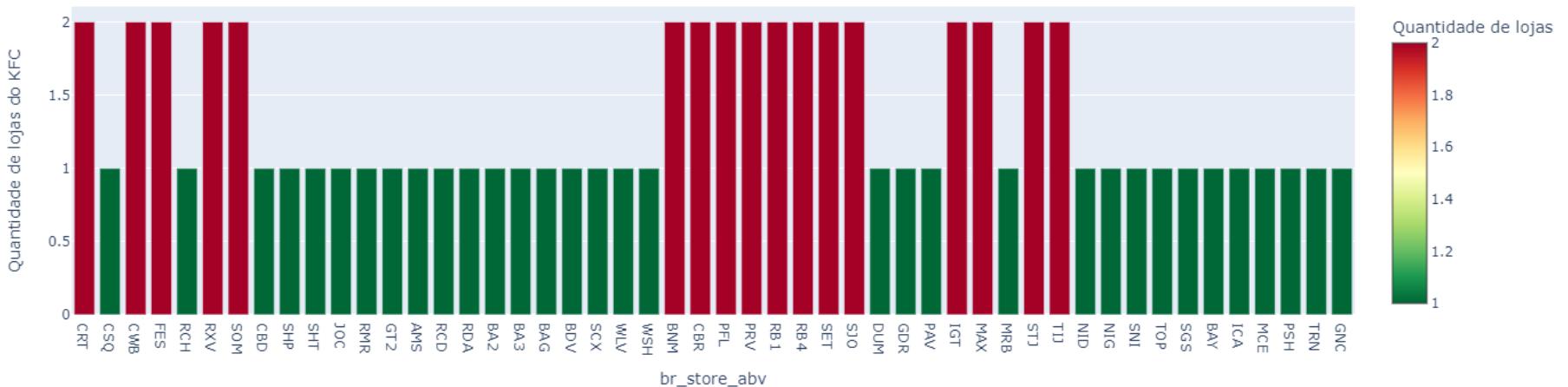
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

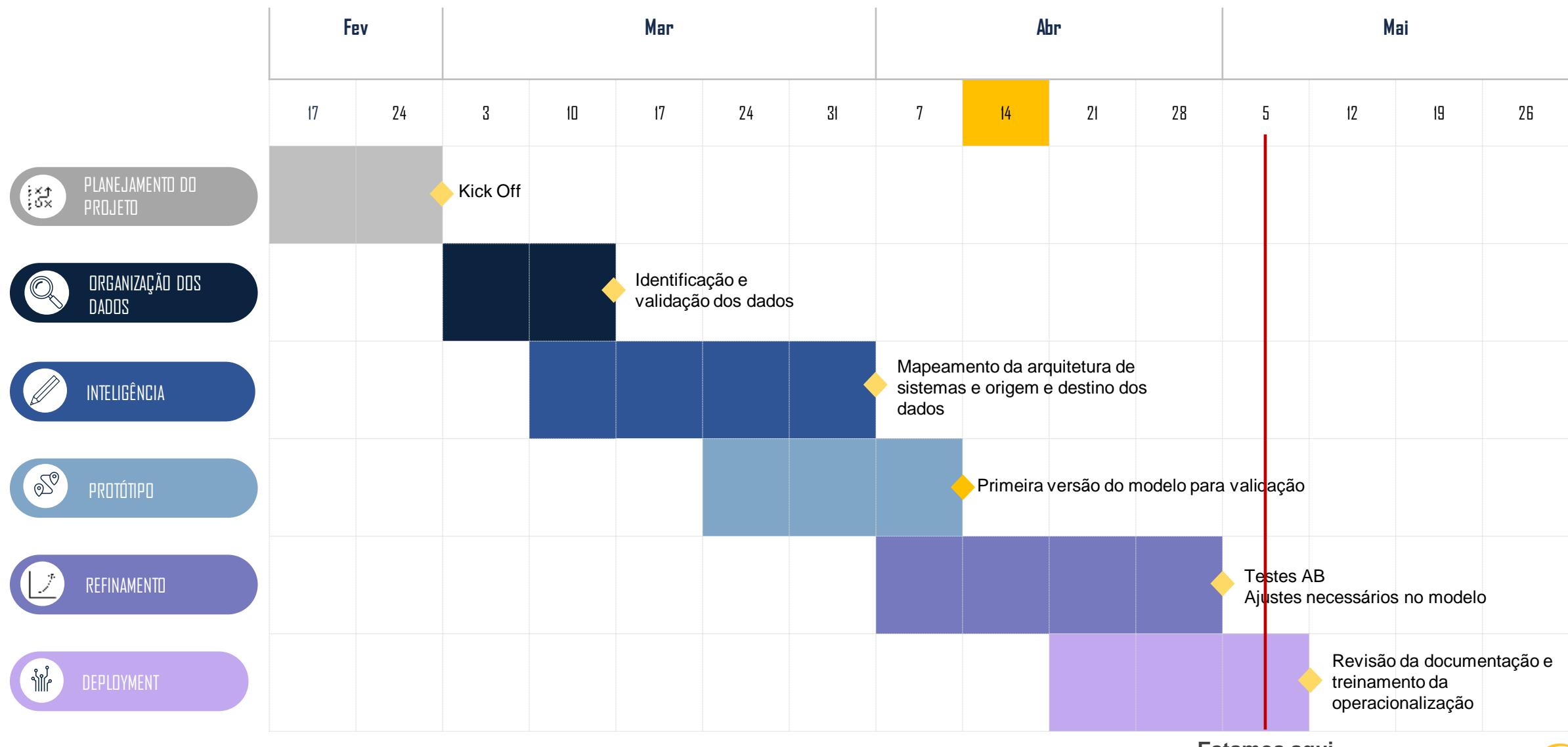


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 05/05/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Estamos aqui



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Finalização dos impactos das variáveis de clima na margem da loja
- Finalização do cálculo do impacto dos dados internos na margem, como o quanto que cada produto, taxa, custo e segmento alavancou ou reduziu a margem por loja
- Início do processo de cascamenteamento do modelo de correlação para todas as lojas disponíveis (temos 200 lojas disponíveis – acesso VPN)
- Início da visualização para o usuário o quanto cada produto, taxa, custo e segmento alavancou ou reduziu a margem/net sales – golden bridge
- Reunião com time de Brand, Digital e Delivery sobre detalhamento dos dados de campanhas e apresentação do formulário para cadastro de campanhas e validação das regras de negócios dos segmentos

Pontos de Atenção

- Necessário acesso a 100% dos dados das lojas da fact_plu_agrupada – acesso VPN
- É necessário um período mínimo de 1 mês para aumentar a confiabilidade das correlações e visualização de impactos na margem
- As informações de Campanhas estão dispersas entre as áreas envolvidas (sem padrão para obtenção dos dados)

Próximos Passos

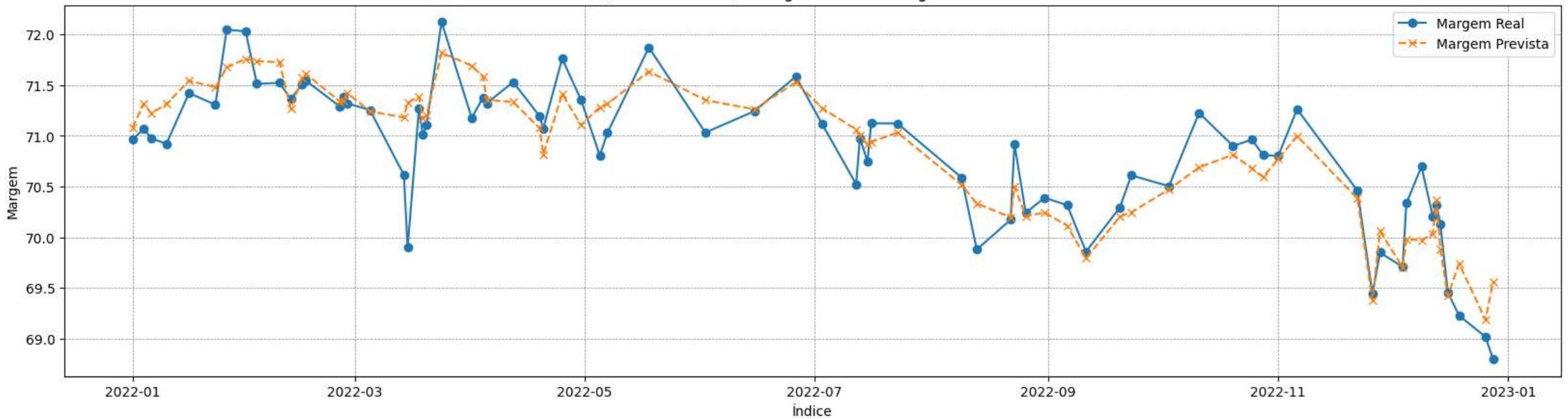
- Nova discussão com o time de Brand, Digital e Delivery para avaliação das regras de Campanhas, definições e ajustes para preenchimento do formulário
- Conclusão da extração de dados do App do McD e concorrentes (dados externos)
- Aperfeiçoamento do modelo de correlação por regressão linear de Ridge
- Cruzamento dados internos e externos
- Definir períodos máximo de visualização das alavancas e ofensores
- Modelagem Brasil (escalar modelo para todas as lojas)



Gráfico de Valores Reais vs. Valores Previstos

Loja BDT em 2022

(Dados de Teste) - Margem Real vs Margem Prevista



Resultados da Previsão de Margem

- MSE: 0.0001
- RMSE: 0.0032
- MAE: 0.0023
- MAPE: 0.0032
- R2: 0.7938
- Resíduos mínimos e máximos: -0.72, 1.43
- Resíduos percentuais mínimos e máximos:
-1.03, 2.0

Análise das Alavancas

- Seleção de recursos classificados como "alavancas"
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Alavancas - Variáveis com impacto positivo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	alavanca	6.475550e-05	media_plu_unit_price_calculado	3490	Delivery	REFRI PROMO MEDIA
34	alavanca	4.437560e-05	media_plu_unit_net_sale	569636	Delivery	FANTAGALC DLV
43	alavanca	4.246287e-05	imposto_medio_por_item_vendido	61109	NGK	FL OVOCA BL
65	alavanca	4.099702e-05	media_plu_unit_net_sale	91084	Delivery	TRIPLO CB ALC
93	alavanca	3.825593e-05	media_plu_unit_net_sale	84604	McCafé	AGUA GARRAFA 500ML ALC
...
32214	alavanca	7.110588e-08	sum_plu_unit_price	61394	Delivery	BR2 MIRABEL
32216	alavanca	3.980165e-08	sum_plu_unit_price	601224	Balcão	CHIMELTBCM PR
32217	alavanca	3.762720e-08	media_gc_net_sale	82773	Mop	CHEEDDAR PRMOP
32283	alavanca	2.245689e-08	media_gc_net_sale	73160	Delivery	MGFLMMCH PRBL
32295	alavanca	2.172442e-09	sum_plu_net_sale_calculado	572828	Delivery	COCA LATA ME



Análise dos Ofensores

- Seleção de recursos classificados como “ofensores”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Ofensores - Variáveis com impacto negativo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	ofensor	-5.491102e-05	media_plu_unit_sold	60706	NGK	MCL CB PR CF
44	ofensor	-4.606582e-05	media_plu_unit_net_sale	76338	Drive-Thru	MEGA NUGG ALC
99	ofensor	-4.572123e-05	cost_plu_unit	61822	Drive-Thru	QUART M PR CF
132	ofensor	-4.506787e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601099	Drive-Thru	MEGA NUG PRG
154	ofensor	-4.346204e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601100	Delivery	MEGA NUG PRM
...
36531	ofensor	-1.276848e-08	cost_plu_unit	63261	Drive-Thru	CHICKJR PRCP
36533	ofensor	-9.957821e-09	media_plu_unit_net_sale	68071	Mop	BIGM MOP PRCF
36534	ofensor	-8.916935e-09	sum_plu_unit_price	65080	Balcão	BR2 SHURI PR
36535	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	77907	Drive-Thru	BAT CHED PRCP
36547	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	64056	Drive-Thru	BIG MAC PRCP



Análise dos Neutros

- Seleção de recursos classificados como “neutro”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Neutros - Variáveis sem impacto no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
36559	neutro	0.0	media_plu_unit_net_sale	600805	Delivery	FL OVO CA BL
36570	neutro	0.0	media_plu_unit_net_sale	600718	Delivery	DU BARB PRPD
36581	neutro	0.0	sum_plu_net_sale_calculado	85217	NGK	BIG MAC PRCP
36592	neutro	0.0	media_plu_unit_price_calculado	67194	NGK	FANTG Z M PRCP
36603	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	81600	Delivery	SUNDCABL DLV
...
37772	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	91282	NGK	FANTGUA Z M ALC
37774	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	91320	Delivery	COCA PR DLV
37776	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88563	Delivery	FANTAGPRCPDLV
37778	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88783	Delivery	COCAS DLV
37780	neutro	0.0	sum_plu_val_tax	88836	Mop	FIGURIN PRMOP



Expansão de Insights de Negócios: Criação de Variáveis Compostas a partir de Variáveis Puras (Booking)

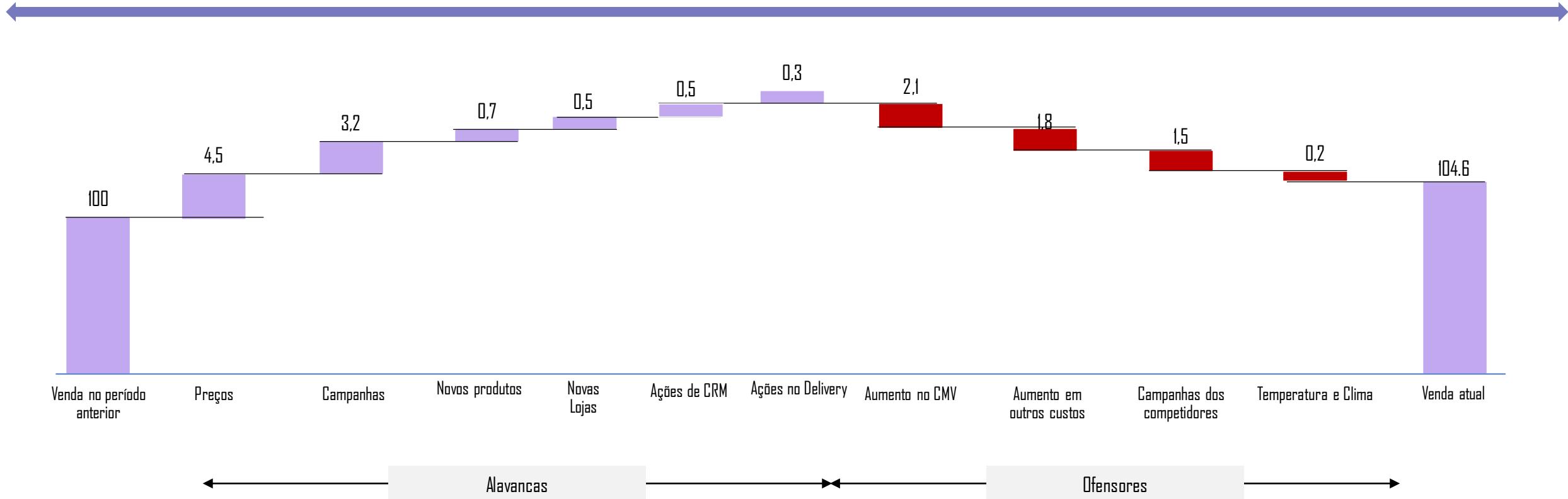
fact_plu_agrupado_day				
PURA	Descrição	Comentário	Descrição das variáveis compostas	Fórmula
p_sk_dim_product s_sk_dim_store s_sk_dim_segment d_sk_dim_date count_items_gt sum_plu_unit_sold sum_plu_unit_price media_plu_unit_price media_plu_unit_sold	segmento (o dia está separado por segmentos) data número de produtos vendidos Somatória da quantidade de PLUs vendidas naquele dia Somatória dos valores unitários das PLUs vendidas naquele dia média plu unit price média de quantidade vendidas da PLU	Segmento (o dia está separado por segmentos) data Somatória da quantidade de PLUs vendidas naquele dia Somatória dos valores unitários das PLUs vendidas naquele dia média plu unit price média de quantidade vendidas da PLU	media_plu_price_calculado	média unitária do preço da PLU $\text{sum_plu_unit_price} / \text{sum_plu_unit_sold}$
sum_plu_gross_sale	Venda bruta do PLU naquele dia Fórmula = media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price	sum_plu_gross_sale_calculado	Somatória de preços (gross_sale) da PLU, já que é a quantidade vendida multiplicado pelo valor unitário Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price
sum_plu_net_sale	Venda líquida do PLU naquele dia Fórmula = sum_plu_gross_sale - sum_plu_val_tax	sum_plu_net_sale_calculado	Somatória do valor líquido (net_sale) da PLU, já que o valor líquido é a somatória de preços menos as taxas. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_gross_sale_calculado - sum_plu_val_tax
sum_plu_val_icms sum_plu_val_cofins sum_plu_val_icms_apurado sum_plu_val_pis	valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax	margem_plu	valor líquido - custo total O net_sale não engloba os custos, assim para chegar na margem, é necessário tirar o custo	(sum_plu_net_sale_calculado - sum_plu_cost_total_calculado) / sum_plu_net_sale_calculado
sum_plu_val_tax	Soma dos impostos de icms,cofins,pix	imposto_medio_por_item_vendido	valor da somatória dos impostos para aquele PLU de forma unitária	sum_plu_val_tax / sum_plu_unit_sold
gc_count_items_validated gc_net_sale gc_gross_sale media_gc_net_sale	número de itens validados no dia Referência é o GC net_sale, não todos os produtos pertencem automaticamente ao GC, existem sales que aperte produto e outros que não Referência é GC - o valor líquido dividido de 100 é igualado ao GC participante			
sum_plu_cost_total	Somatória dos custos de produtos (não inclui taxes) Fórmula = sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit	sum_plu_cost_total_calculado	Somatória dos custos da PLU. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit
cost_plu_unit	custo unitário daquela PLU naquele dia	media_plu_net_sale	diferença líquida entre valor médio do produto e o custo atrelado	media_plu_unit_price_calculado - imposto_medio_por_item_vendido





Alavancas de venda e margem | Novo modelo de pilares

Modelo de alavancas e ofensores nas vendas e margem



Regras das Alavancas

Preços

Pedidos de venda com PLUs/Produtos com alteração de preço de venda

Campanhas

ver detalhamento das regras

Novos produtos

PLU sem cadastro de campanha com data de criação dentro de determinado período

Novas Lojas

Pedidos de venda atrelado a novas lojas com período de abertura menor que maturação

Ações CRM

Pedidos de venda impulsionados por push notification sem cupom

Ações Delivery

Pedidos de venda do segmento Delivery sem campanha dedicada e sem utilização de cupom



Alavancas de venda e margem | Detalhamento de Campanhas



Formulario – Integração dos dados de campanhas – Tela de Login

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:8501'. The main content area has a dark background with white text. At the top, it says 'Integração de dados - Campanha'. Below that, a heading 'Faça o login' is followed by two input fields: 'Nome de usuário' and 'Senha'. A 'Login' button is located at the bottom left of the form area.

Integração de dados - Campanha

Faça o login

Nome de usuário

Senha

Login

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Extração dos dados da Metabase para preenchimento do formulario

A screenshot of a web browser window titled 'localhost:8501'. The page content is as follows:

Bem-vindo(a), [michael.mattioli@mail-bip.com!](#)

Integração de dados - Campanha

Esse sistema tem o objetivo de gerar um CSV para integrar e identificar as campanhas no Metabase, de modo a padronizar a seleção dos dados e integrar os dados da maneira correta.

Para entender como preencher, acesse a documentação [link].

- Capturando dados necessários do Metabase - tempo médio de 3 minutos
- Running `get_data_from_metabase()`.

[Login](#)

The browser status bar shows 'RUNNING...' with a stop icon.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

A equipe conseguirá selecionar os produtos com os dados atualizados do metabase

The screenshot displays a user interface for campaign management. At the top, there are two date inputs: 'Data de início da campanha' (2023/04/14) and 'Data de fim da campanha' (2023/04/14). Below these is a dropdown menu labeled 'Seleção de PLUs' with the placeholder 'Choose an option'. A note below the dropdown says 'Seleção de PLUs separado por vírgula. Exemplo: 1,2,3,4,5,...'. Further down, there's a section titled 'Seleção de produtos - (sem restrição = todos selecionados)' containing a redacted list of selected products: 'MCFISH X', 'MCITÁLIA X', and 'BIG MAC X'. Below this, under the heading 'CLUB GRILL', a list of products is shown with red arrows pointing to each item: 'CLUB GRILL CX', 'CLUB GRILL GRANDE PR CI', 'CLUB GRILL ME', 'CLUB GRM PR CX', 'CLUB HOUSE ALC 2X1', and 'CLUB HOUSE ALC 2X1 CX'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Validação dos dados selecionados

Construir dados

	nome campanha	data inicio	data fim	segmento atuante	tem_cupom	tem_plu
0	Nova Casquinha de doce de leite	2023-04-14	2023-04-14	<input type="checkbox"/> Delivery <input type="checkbox"/> Drive-Thru <input type="checkbox"/> Cold Kiosk <input type="checkbox"/> Balcão	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	p_product_code	p_long_description
0	79	MCFISH
1	79	MCFISH
2	100,076	BIG MAC
3	63,852	MCITÁLIA
4	63,852	MCITÁLIA

	s_cidade_brasil	s_estado_brasil
0	AMERICANA	SP
1	FORTALEZA	CE
2	APARECIDA DE GO	GO
3	GOIANIA	GO
4	ANAPOLIS	GO
5	ALEXANIA	GO
6	CALDAS NOVAS	GO
7	MANAUS	AM
8	JUAZEIRO DO NO	CE
9	CRATO	CE

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Campos que podem ser utilizados para integração de dados

Campos que podem ser utilizados para integração de dados:

- nome de identificação da campanha
- Tem PLU atrelada? (Sim/Não)
- Tem CUPOM atrelado? (Sim/Não)
- Data de inicio da campanha
- Data de fim da campanha
- Seleção de PLUs (multi-seleção)
- Seleção de PLUs separado por vírgula (campo de texto)
- Seleção de segmentos (multi-seleção)
- Seleção de cidades (multi-seleção)
- Seleção de estados (multi-seleção)
- Seleção tipo de loja (multi-seleção)
- Retira loja(s) específicas (multi-seleção e campo de texto separado por vírgula)



Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	CUIDADO QUE DEVE SER LIGADO APENAS AO SEGMENTO DELIVERY COM O DIM_SEGMENT
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	variáveis de contagem
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	variáveis da somatória dos valor do itens
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	variáveis de custo
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	variáveis de vendas
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	chaves de ligações importantes
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

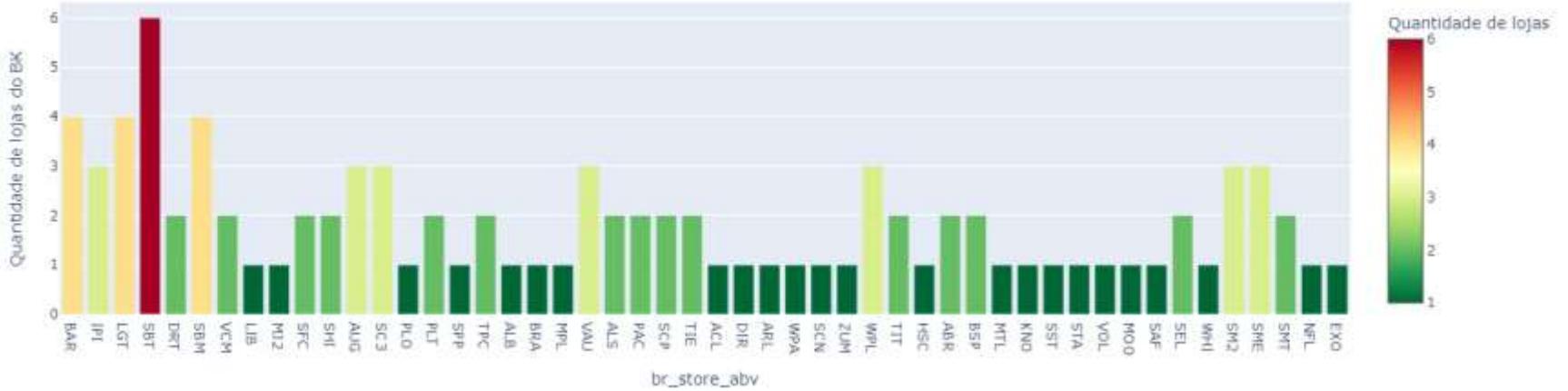
	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

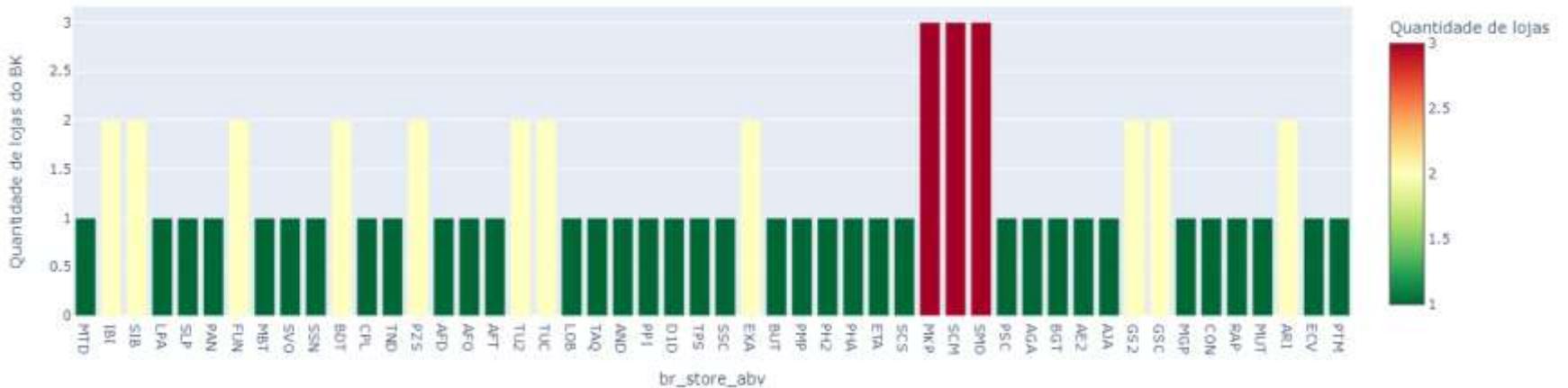
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)

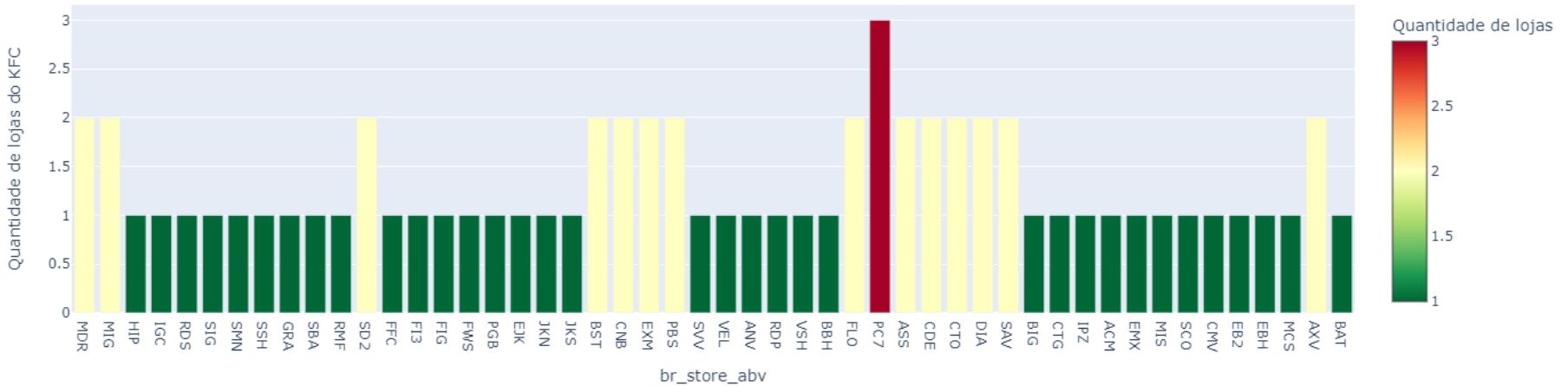


Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



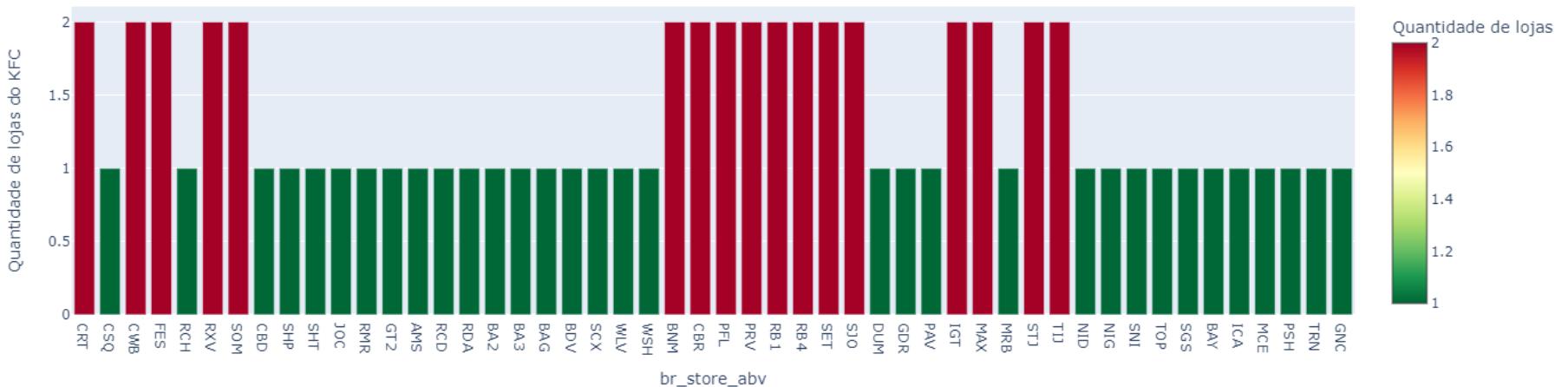
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

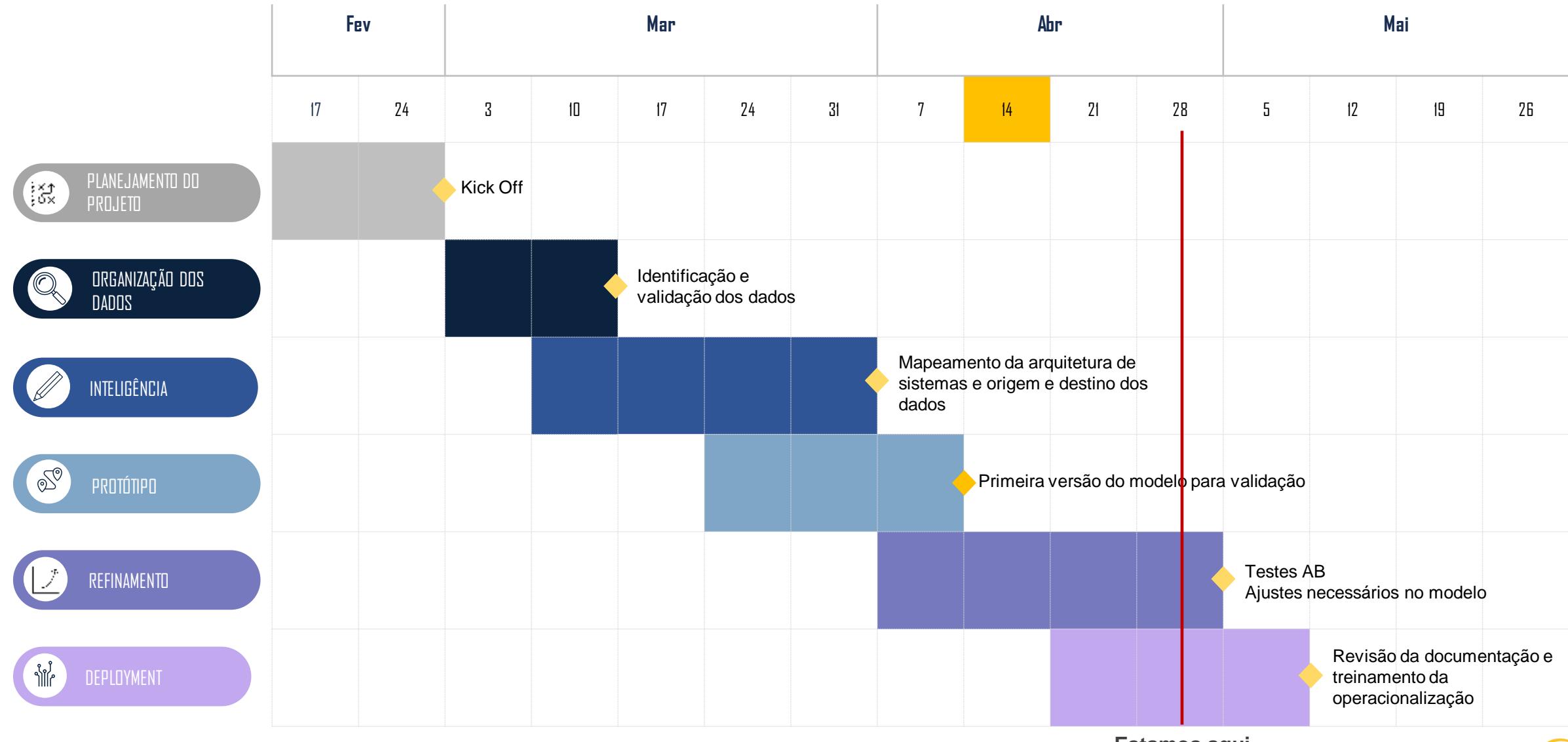


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 28/04/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Desenvolvimento da extração de dados do App do McD e concorrentes (dados externos)
- Regressão linear com Ridge para treinar o modelo
- Seleção de características relevantes e variável-alvo (margem)
- Cálculo de métricas entre valores reais e previstos
- Reunião com time de Brand, Digital e Delivery sobre detalhamento dos dados de campanhas e apresentação do formulário para cadastro de campanhas

Pontos de Atenção

- Necessário acesso a 100% da base da fact_plu_agrupado para modelagem das correlações de forma automática (cobertura de todos os cenários possíveis)
- As informações de Campanhas estão dispersas entre as áreas envolvidas (sem padrão para obtenção dos dados)

Próximos Passos

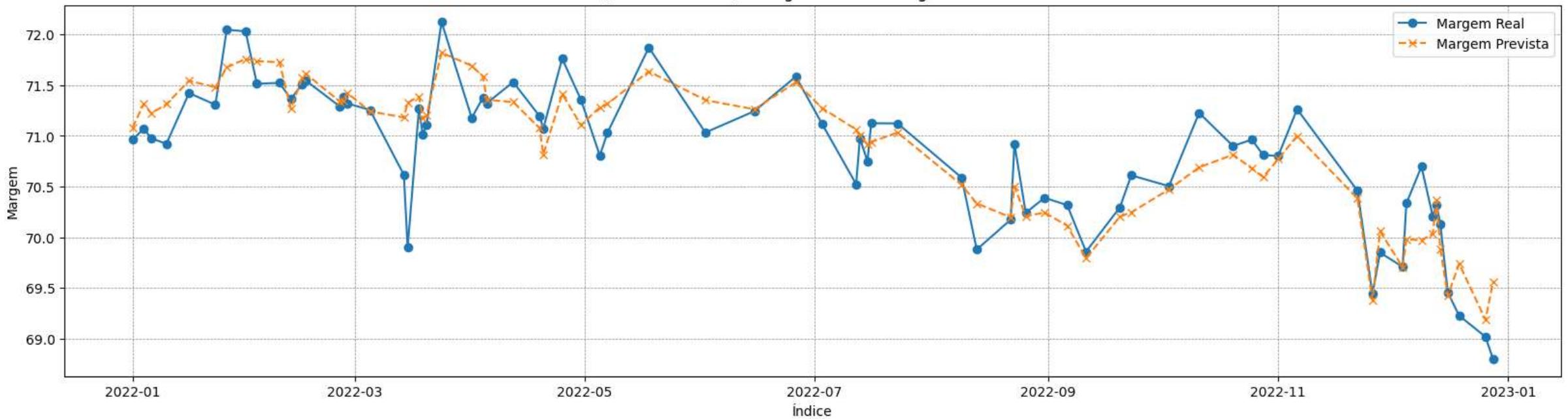
- Nova discussão com o time de Brand, Digital e Delivery para avaliação das regras de Campanhas
- Aperfeiçoamento do modelo de correlação por regressão linear de Ridge
- Cruzamento dados internos e externos
- Definir períodos máximo de visualização das alavancas e ofensores
- Modelagem Brasil (escalar modelo para todas as lojas)



Gráfico de Valores Reais vs. Valores Previstos

Loja BDT em 2022

(Dados de Teste) - Margem Real vs Margem Prevista



Resultados da Previsão de Margem

- MSE: 0.0001
- RMSE: 0.0032
- MAE: 0.0023
- MAPE: 0.0032
- R2: 0.7938
- Resíduos mínimos e máximos: -0.72, 1.43
- Resíduos percentuais mínimos e máximos:
-1.03, 2.0

Análise das Alavancas

- Seleção de recursos classificados como "alavancas"
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Alavancas - Variáveis com impacto positivo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	alavanca	6.475550e-05	media_plu_unit_price_calculado	3490	Delivery	REFRI PROMO MEDIA
34	alavanca	4.437560e-05	media_plu_unit_net_sale	569636	Delivery	FANTAGALC DLV
43	alavanca	4.246287e-05	imposto_medio_por_item_vendido	61109	NGK	FL OVOCA BL
65	alavanca	4.099702e-05	media_plu_unit_net_sale	91084	Delivery	TRIPLO CB ALC
93	alavanca	3.825593e-05	media_plu_unit_net_sale	84604	McCafé	AGUA GARRAFA 500ML ALC
...
32214	alavanca	7.110588e-08	sum_plu_unit_price	61394	Delivery	BR2 MIRABEL
32216	alavanca	3.980165e-08	sum_plu_unit_price	601224	Balcão	CHIMELTBCM PR
32217	alavanca	3.762720e-08	media_gc_net_sale	82773	Mop	CHEEDDAR PRMOP
32283	alavanca	2.245689e-08	media_gc_net_sale	73160	Delivery	MGFLMMCH PRBL
32295	alavanca	2.172442e-09	sum_plu_net_sale_calculado	572828	Delivery	COCA LATA ME

Análise dos Ofensores

- Seleção de recursos classificados como “ofensores”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Ofensores - Variáveis com impacto negativo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	ofensor	-5.491102e-05	media_plu_unit_sold	60706	NGK	MCL CB PR CF
44	ofensor	-4.606582e-05	media_plu_unit_net_sale	76338	Drive-Thru	MEGA NUGG ALC
99	ofensor	-4.572123e-05	cost_plu_unit	61822	Drive-Thru	QUART M PR CF
132	ofensor	-4.506787e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601099	Drive-Thru	MEGA NUG PRG
154	ofensor	-4.346204e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601100	Delivery	MEGA NUG PRM
...
36531	ofensor	-1.276848e-08	cost_plu_unit	63261	Drive-Thru	CHICKJR PRCP
36533	ofensor	-9.957821e-09	media_plu_unit_net_sale	68071	Mop	BIGM MOP PRCF
36534	ofensor	-8.916935e-09	sum_plu_unit_price	65080	Balcão	BR2 SHURI PR
36535	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	77907	Drive-Thru	BAT CHED PRCP
36547	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	64056	Drive-Thru	BIG MAC PRCP



Análise dos Neutros

- Seleção de recursos classificados como “neutro”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Neutros - Variáveis sem impacto no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância		Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
36559	neutro	0.0		media_plu_unit_net_sale	600805	Delivery	FL OVO CA BL
36570	neutro	0.0		media_plu_unit_net_sale	600718	Delivery	DU BARB PRPD
36581	neutro	0.0		sum_plu_net_sale_calculado	85217	NGK	BIG MAC PRCP
36592	neutro	0.0		media_plu_unit_price_calculado	67194	NGK	FANTG Z M PRCP
36603	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	81600	Delivery	SUNDCABL DLV
...
37772	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	91282	NGK	FANTGUA Z M ALC
37774	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	91320	Delivery	COCA PR DLV
37776	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88563	Delivery	FANTAGPRCPDLV
37778	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88783	Delivery	COCAS DLV
37780	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88836	Mop	FIGURIN PRMOP



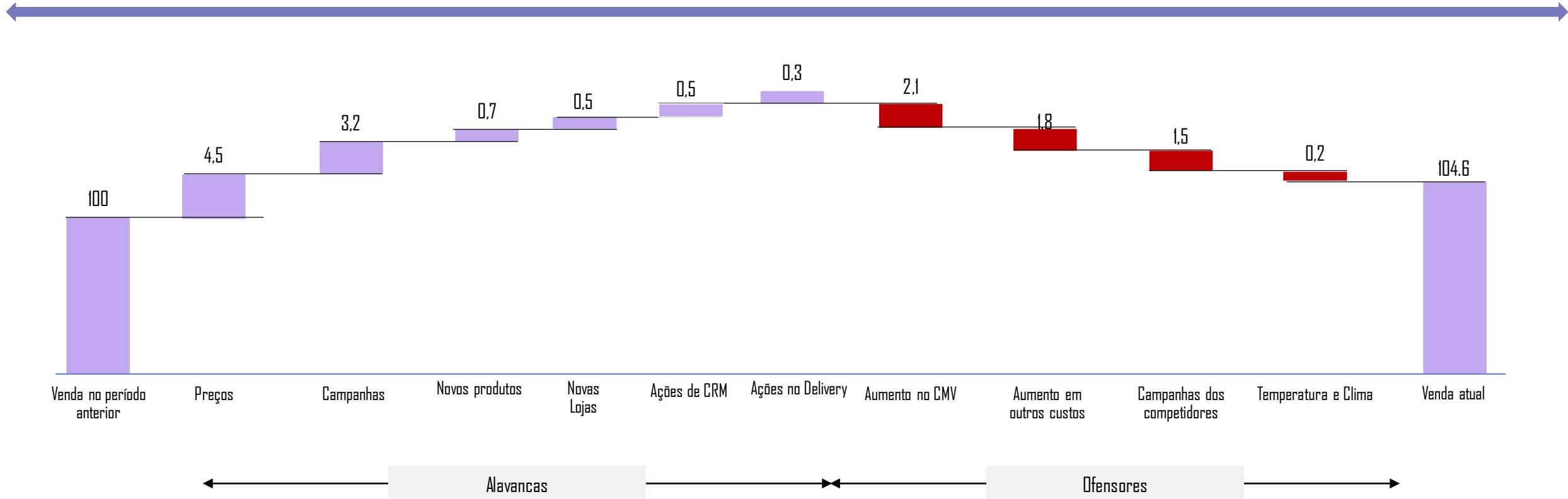
Expansão de Insights de Negócios: Criação de Variáveis Compostas a partir de Variáveis Puras (Booking)

fact_plu_agrupado_day				
PURA	Descrição	Comentário	Descrição das variáveis compostas	Fórmula
p_sk_dim_product s_sk_dim_store s_sk_dim_segment d_sk_dim_date count_items_gt sum_plu_unit_sold sum_plu_unit_price media_plu_unit_price media_plu_unit_sold	segmento (o dia está separado por segmentos) data número de produtos vendidos Somatória da quantidade de PLUs vendidas naquele dia Somatória dos valores unitários das PLUs vendidas naquele dia média plu unit price média de quantidade vendidas da PLU	Segmento (o dia está separado por segmentos) data Somatória da quantidade de PLUs vendidas naquele dia Somatória dos valores unitários das PLUs vendidas naquele dia média plu unit price média de quantidade vendidas da PLU	media_plu_price_calculado	média unitária do preço da PLU $\text{sum_plu_unit_price} / \text{sum_plu_unit_sold}$
sum_plu_gross_sale	Venda bruta do PLU naquele dia Fórmula = media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price	sum_plu_gross_sale_calculado	Somatória de preços (gross_sale) da PLU, já que é a quantidade vendida multiplicado pelo valor unitário Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price
sum_plu_net_sale	Venda líquida do PLU naquele dia Fórmula = sum_plu_gross_sale - sum_plu_val_tax	sum_plu_net_sale_calculado	Somatória do valor líquido (net_sale) da PLU, já que o valor líquido é a somatória de preços menos as taxas. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_gross_sale_calculado - sum_plu_val_tax
sum_plu_val_icms sum_plu_val_cofins sum_plu_val_icms_apurado sum_plu_val_pis	valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax	margem_plu	valor líquido - custo total O net_sale não engloba os custos, assim para chegar na margem, é necessário tirar o custo	(sum_plu_net_sale_calculado - sum_plu_cost_total_calculado) / sum_plu_net_sale_calculado
sum_plu_val_tax	Soma dos impostos de icms,cofins,pix	imposto_medio_por_item_vendido	valor da somatória dos impostos para aquele PLU de forma unitária	sum_plu_val_tax / sum_plu_unit_sold
gc_count_items_validated gc_net_sale gc_gross_sale media_gc_net_sale	número de itens validados no dia Referência é o GC net_sale, não todos os produtos pertencem automaticamente ao GC, existem sales que apontam para outros sistemas Referência é GC - o valor líquido dividido de 100, que aponta para o sistema			
sum_plu_cost_total	Somatória dos custos de produtos (não inclui taxes) Fórmula = sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit	sum_plu_cost_total_calculado	Somatória dos custos da PLU. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit
cost_plu_unit	custo unitário daquela PLU naquele dia	media_plu_net_sale	diferença líquida entre valor médio do produto e o custo atrelado	media_plu_unit_price_calculado - imposto_medio_por_item_vendido



Alavancas de venda e margem | Novo modelo de pilares

Modelo de alavancas e ofensores nas vendas e margem



Regras das Alavancas

Preços

Pedidos de venda com PLUs/Produtos com alteração de preço de venda

Campanhas

ver detalhamento das regras

Novos produtos

PLU sem cadastro de campanha com data de criação dentro de determinado período

Novas Lojas

Pedidos de venda atrelado a novas lojas com período de abertura menor que maturação

Ações CRM

Pedidos de venda impulsionados por push notification sem cupom

Ações Delivery

Pedidos de venda do segmento Delivery sem campanha dedicada e sem utilização de cupom



Alavancas de venda e margem | Detalhamento de Campanhas



Formulario – Integração dos dados de campanhas – Tela de Login

A screenshot of a web browser showing a login form. The title bar indicates the URL is `localhost:8501`. The main content area has a dark background with white text. At the top, it says **Integração de dados - Campanha**. Below that, a heading **Faça o login** is followed by two input fields: **Nome de usuário** and **Senha**. A **Login** button is located below the password field. The browser's address bar and various icons are visible at the top.

Integração de dados - Campanha

Faça o login

Nome de usuário

Senha

Login

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Extração dos dados da Metabase para preenchimento do formulario

The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost:8501` in the address bar. The page title is "Integração de dados - Campanha". On the left, there is a sidebar with the text "Bem-vindo(a), michael.mattioli@mail-bip.com!". The main content area contains the following text:

Esse sistema tem o objetivo de gerar um CSV para integrar e identificar as campanhas no Metabase, de modo a padronizar a seleção dos dados e integrar os dados da maneira correta.

Para entender como preencher, acesse a documentação [link].

- Capturando dados necessários do Metabase - tempo médio de 3 minutos
- Running `get_data_from_metabase()`.

A "Login" button is located at the bottom of the sidebar.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A radio button group 'Tem PLU atrelada?' with 'Sim' selected.
- A radio button group 'Tem CUPOM atrelado?' with 'Sim' selected.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' (2023/04/14) and 'Data de fim da campanha' (2023/04/14).

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

A equipe conseguirá selecionar os produtos com os dados atualizados do metabase

The screenshot shows a dark-themed user interface for campaign management. At the top, there are two date inputs: "Data de início da campanha" (2023/04/14) and "Data de fim da campanha" (2023/04/14). Below these is a dropdown menu labeled "Seleção de PLUs" with the placeholder "Choose an option". A note below the dropdown says "Seleção de PLUs separado por vírgula. Exemplo: 1,2,3,4,5,...". Further down, there's a section titled "Seleção de produtos - (sem restrição = todos selecionados)" containing a red-highlighted list of items: "MCFISH X", "MCITÁLIA X", and "BIG MAC X". Below this, under the heading "CLUB GRILL", is a list of products with red arrows pointing to them from the left: "CLUB GRILL CX", "CLUB GRILL GRANDE PR CI", "CLUB GRILL ME", "CLUB GRM PR CX", "CLUB HOUSE ALC 2X1", and "CLUB HOUSE ALC 2X1 CX".

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Validação dos dados selecionados

Construir dados

	nome campanha	data inicio	data fim	segmento atuante	tem_cupom	tem_plu
0	Nova Casquinha de doce de leite	2023-04-14	2023-04-14	<input type="checkbox"/> Delivery <input type="checkbox"/> Drive-Thru <input type="checkbox"/> Cold Kiosk <input type="checkbox"/> Balcão	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	p_product_code	p_long_description
0	79	MCFISH
1	79	MCFISH
2	100,076	BIG MAC
3	63,852	MCITÁLIA
4	63,852	MCITÁLIA

	s_cidade_brasil	s_estado_brasil
0	AMERICANA	SP
1	FORTALEZA	CE
2	APARECIDA DE GO	GO
3	GOIANIA	GO
4	ANAPOLIS	GO
5	ALEXANIA	GO
6	CALDAS NOVAS	GO
7	MANAUS	AM
8	JUAZEIRO DO NO	CE
9	CRATO	CE

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Campos que podem ser utilizados para integração de dados

Campos que podem ser utilizados para integração de dados:

- nome de identificação da campanha
- Tem PLU atrelada? (Sim/Não)
- Tem CUPOM atrelado? (Sim/Não)
- Data de inicio da campanha
- Data de fim da campanha
- Seleção de PLUs (multi-seleção)
- Seleção de PLUs separado por vírgula (campo de texto)
- Seleção de segmentos (multi-seleção)
- Seleção de cidades (multi-seleção)
- Seleção de estados (multi-seleção)
- Seleção tipo de loja (multi-seleção)
- Retira loja(s) específicas (multi-seleção e campo de texto separado por vírgula)



Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	CUIDADO QUE DEVE SER LIGADO APENAS AO SEGMENTO DELIVERY COM O DIM_SEGMENT
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	variáveis de contagem
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	variáveis da somatória dos valor do itens
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	variáveis de custo
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	variáveis de vendas
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	chaves de ligações importantes
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

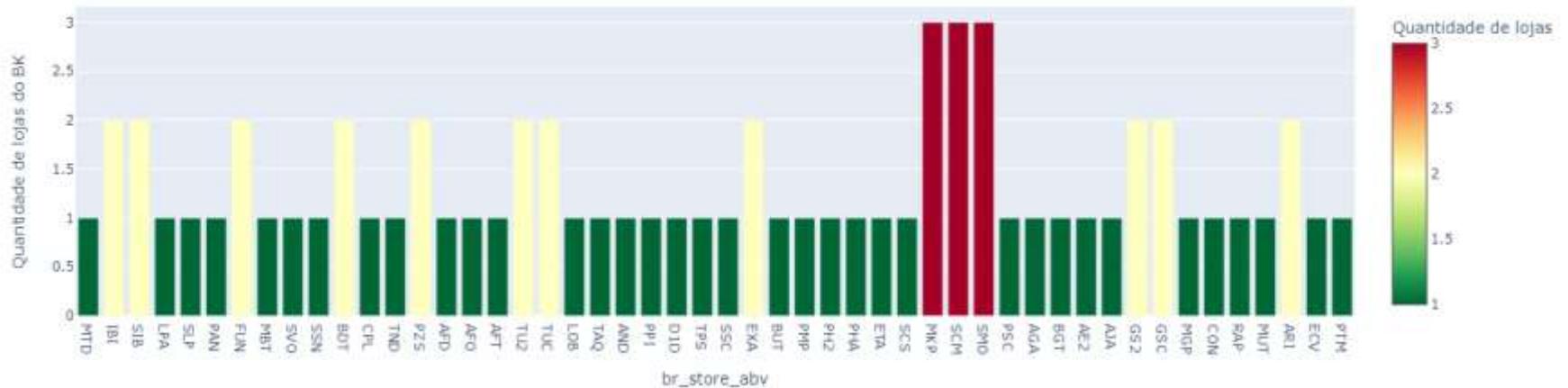
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)



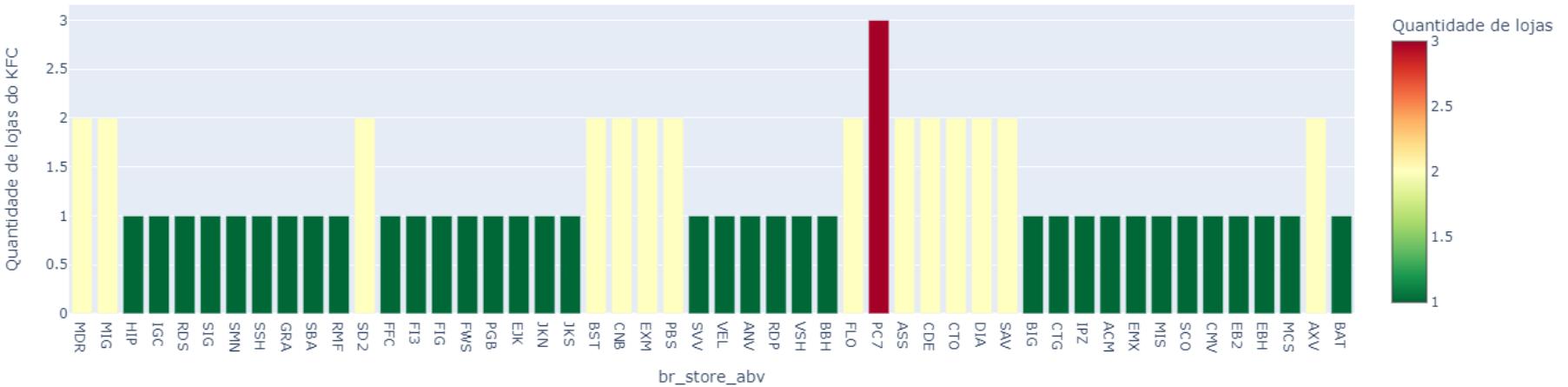
Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



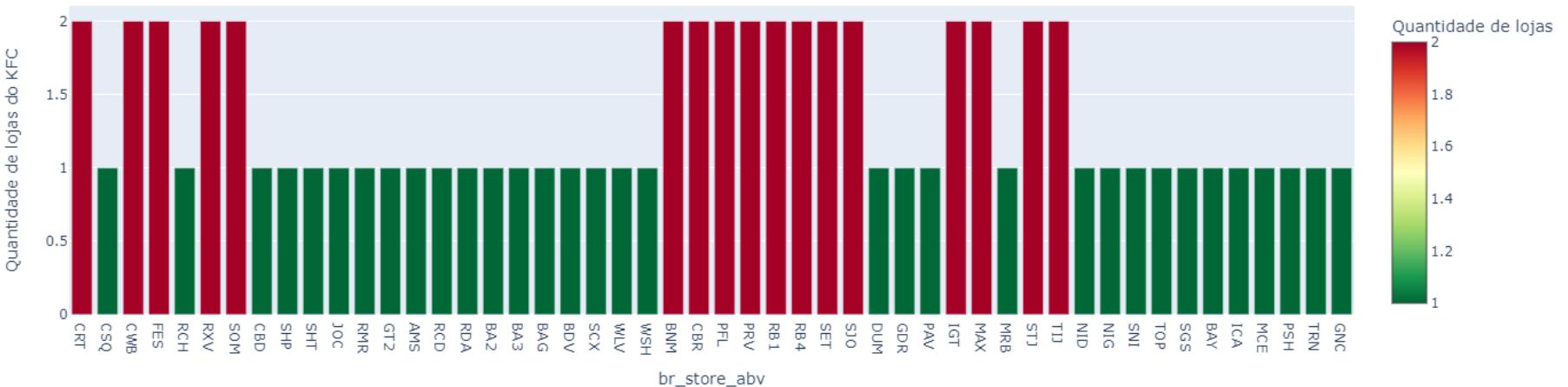
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

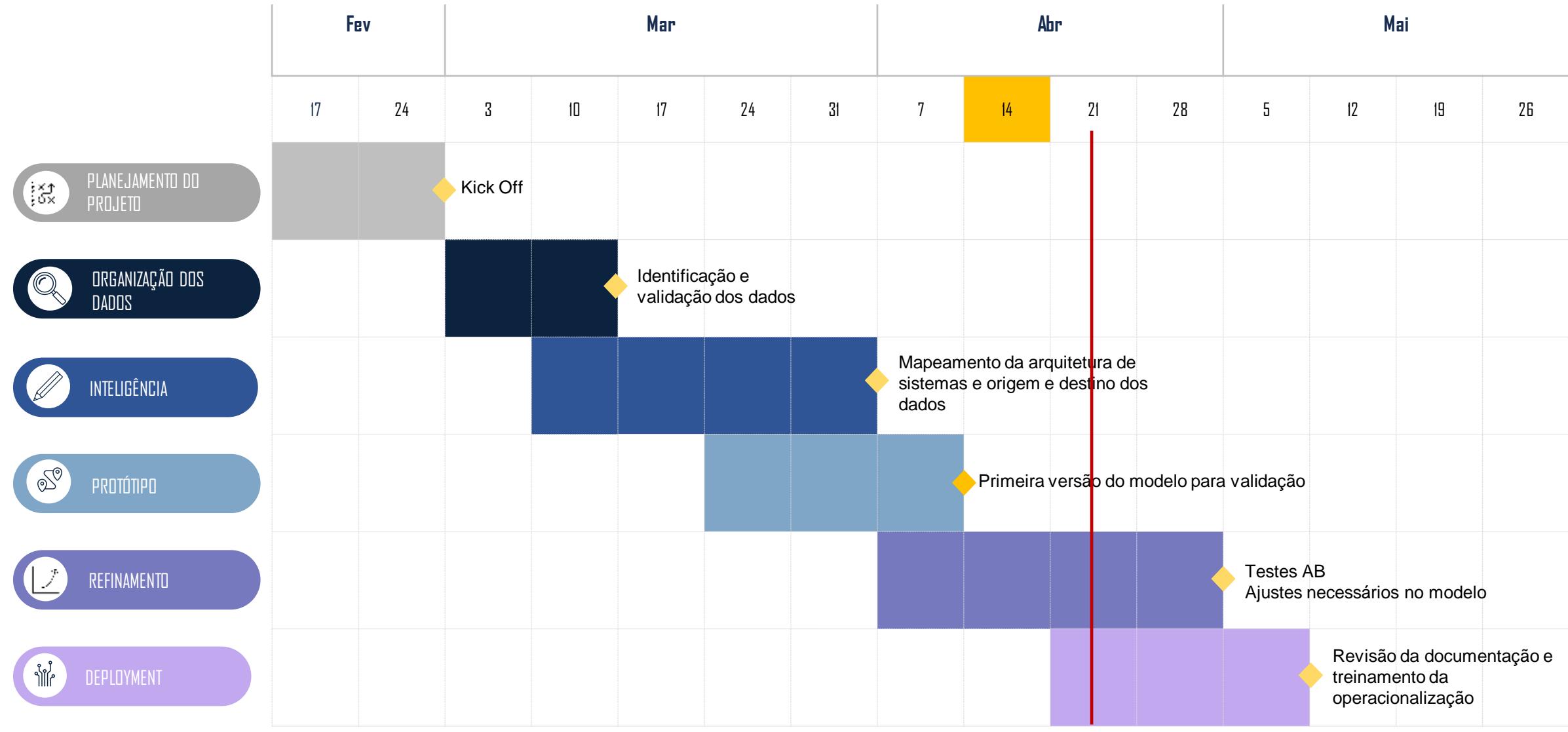


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 24/04/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Ajustes no front-end do formulário de campanhas (remoção de produtos)
- Separação das variáveis por pilar (custos, impostos, preço de venda...) para avaliação do comportamento de cada pilar (pré-correlação)
- Evolução dos estudos de modelagem das correlações por regressão sazonal (eliminação/redução das ocorrências de double count do modelo)
- Acesso aos dados de App do McD e concorrentes (dados externos)

Pontos de Atenção

- Necessário acesso a 100% da base da fact_plu_agrupado para modelagem das correlações de forma automática (cobertura de todos os cenários possíveis)

Próximos Passos

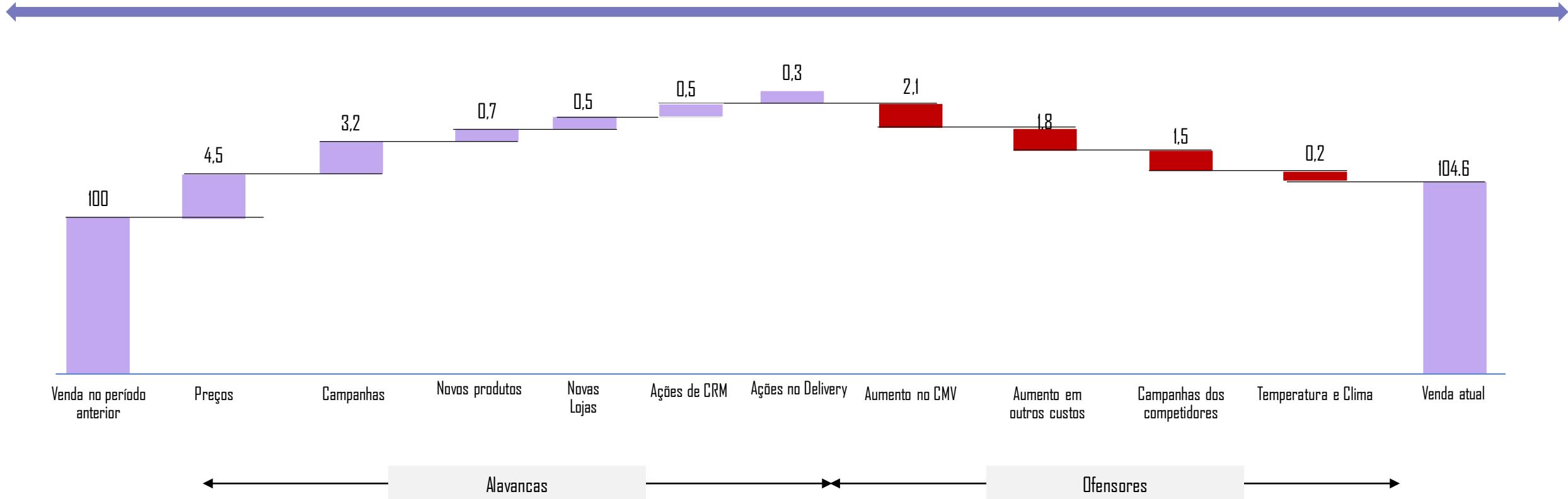
- Discussão com o time de Brand, Digital e Delivery para apresentação do formulário e validação se os dados são adequados; avaliação das regras de Campanhas
- Aperfeiçoamento do modelo de correlação por regressão sazonal
- Evolução do estudo dos dados de App (dados externos)





Alavancas de venda e margem | Novo modelo de pilares

Modelo de alavancas e ofensores nas vendas e margem



Regras das Alavancas

Preços

Pedidos de venda com PLUs/Produtos com alteração de preço de venda

Campanhas

ver detalhamento das regras

Novos produtos

PLU sem cadastro de campanha com data de criação dentro de determinado período

Novas Lojas

Pedidos de venda atrelado a novas lojas com período de abertura menor que maturação

Ações CRM

Pedidos de venda impulsionados por push notification sem cupom

Ações Delivery

Pedidos de venda do segmento Delivery sem campanha dedicada e sem utilização de cupom



Alavancas de venda e margem | Detalhamento de Campanhas



Formulario – Integração dos dados de campanhas – Tela de Login

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:8501'. The main content area has a dark background with white text. At the top, it says 'Integração de dados - Campanha'. Below that, a heading 'Faça o login' is followed by two input fields: 'Nome de usuário' and 'Senha'. A 'Login' button is located at the bottom left of the form area.

Integração de dados - Campanha

Faça o login

Nome de usuário

Senha

Login

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Extração dos dados da Metabase para preenchimento do formulario

The screenshot shows a web application running at `localhost:8501`. The title bar indicates the application is "RUNNING...". The left sidebar displays a welcome message: "Bem-vindo(a), michael.mattioli@mail-bip.com!". The main content area has a dark background with white text. The title "Integração de dados - Campanha" is prominently displayed. Below it, a descriptive text states: "Esse sistema tem o objetivo de gerar um CSV para integrar e identificar as campanhas no Metabase, de modo a padronizar a seleção dos dados e integrar os dados da maneira correta." A link "Para entender como preencher, acesse a documentação [link].". Two circular progress indicators are shown: one for "Capturando dados necessários do Metabase - tempo médio de 3 minutos" and another for "Running `get_data_from_metabase()`". A "Login" button is located at the bottom left of the main content area.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A radio button group 'Tem PLU atrelada?' with 'Sim' selected.
- A radio button group 'Tem CUPOM atrelado?' with 'Sim' selected.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' (2023/04/14) and 'Data de fim da campanha' (2023/04/14).

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

A equipe conseguirá selecionar os produtos com os dados atualizados do metabase

The screenshot shows a user interface for campaign management. At the top, there are two date inputs: 'Data de início da campanha' (2023/04/14) and 'Data de fim da campanha' (2023/04/14). Below these is a dropdown menu labeled 'Seleção de PLUs' with the placeholder 'Choose an option'. A note below the dropdown says 'Seleção de PLUs separado por vírgula. Exemplo: 1,2,3,4,5,...'. Further down, there's a section titled 'Seleção de produtos - (sem restrição = todos selecionados)' containing a redacted list of selected products: 'MCFISH X', 'MCITÁLIA X', and 'BIG MAC X'. Below this, under the heading 'CLUB GRILL', is a list of products with red arrows pointing to them from the left: 'CLUB GRILL CX', 'CLUB GRILL GRANDE PR CI', 'CLUB GRILL ME', 'CLUB GRM PR CX', 'CLUB HOUSE ALC 2X1', and 'CLUB HOUSE ALC 2X1 CX'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Validação dos dados selecionados

Construir dados

	nome campanha	data inicio	data fim	segmento atuante	tem_cupom	tem_plu
0	Nova Casquinha de doce de leite	2023-04-14	2023-04-14	<input type="checkbox"/> Delivery <input type="checkbox"/> Drive-Thru <input type="checkbox"/> Cold Kiosk <input type="checkbox"/> Balcão	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	p_product_code	p_long_description
0	79	MCFISH
1	79	MCFISH
2	100,076	BIG MAC
3	63,852	MCITÁLIA
4	63,852	MCITÁLIA

	s_cidade_brasil	s_estado_brasil
0	AMERICANA	SP
1	FORTALEZA	CE
2	APARECIDA DE GO	GO
3	GOIANIA	GO
4	ANAPOLIS	GO
5	ALEXANIA	GO
6	CALDAS NOVAS	GO
7	MANAUS	AM
8	JUAZEIRO DO NO	CE
9	CRATO	CE

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Campos que podem ser utilizados para integração de dados

Campos que podem ser utilizados para integração de dados:

- nome de identificação da campanha
- Tem PLU atrelada? (Sim/Não)
- Tem CUPOM atrelado? (Sim/Não)
- Data de inicio da campanha
- Data de fim da campanha
- Seleção de PLUs (multi-seleção)
- Seleção de PLUs separado por vírgula (campo de texto)
- Seleção de segmentos (multi-seleção)
- Seleção de cidades (multi-seleção)
- Seleção de estados (multi-seleção)
- Seleção tipo de loja (multi-seleção)
- Retira loja(s) específicas (multi-seleção e campo de texto separado por vírgula)



Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	CUIDADO QUE DEVE SER LIGADO APENAS AO SEGMENTO DELIVERY COM O DIM_SEGMENT
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	variáveis de contagem
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	variáveis da somatória dos valor do itens
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	variáveis de custo
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	variáveis de vendas
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	chaves de ligações importantes
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

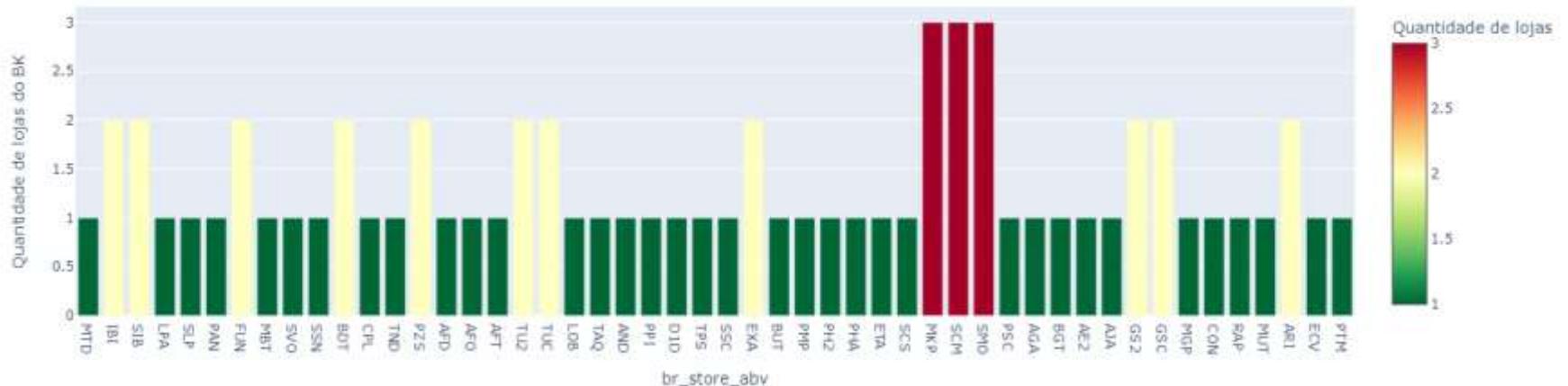
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)



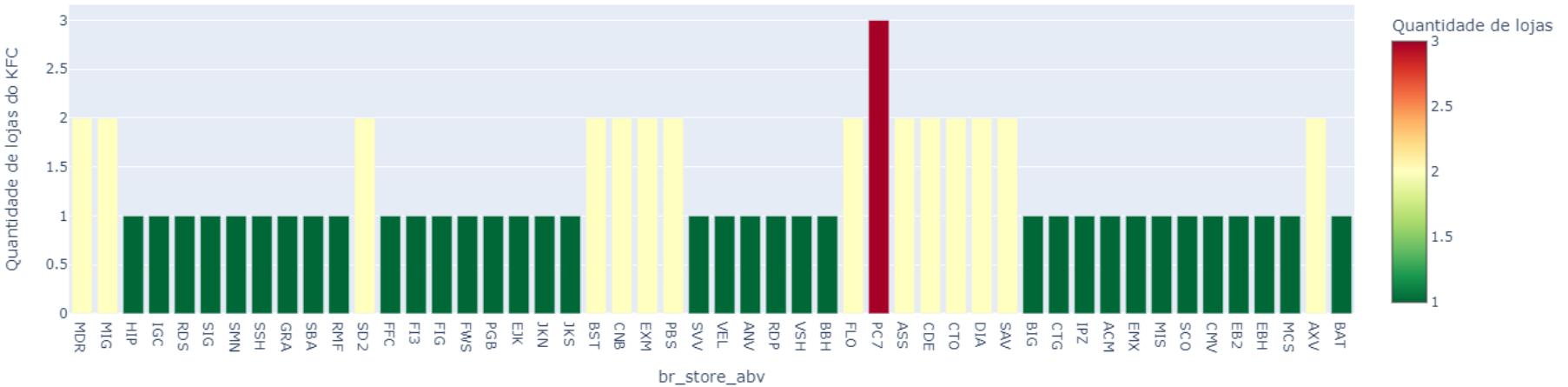
Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



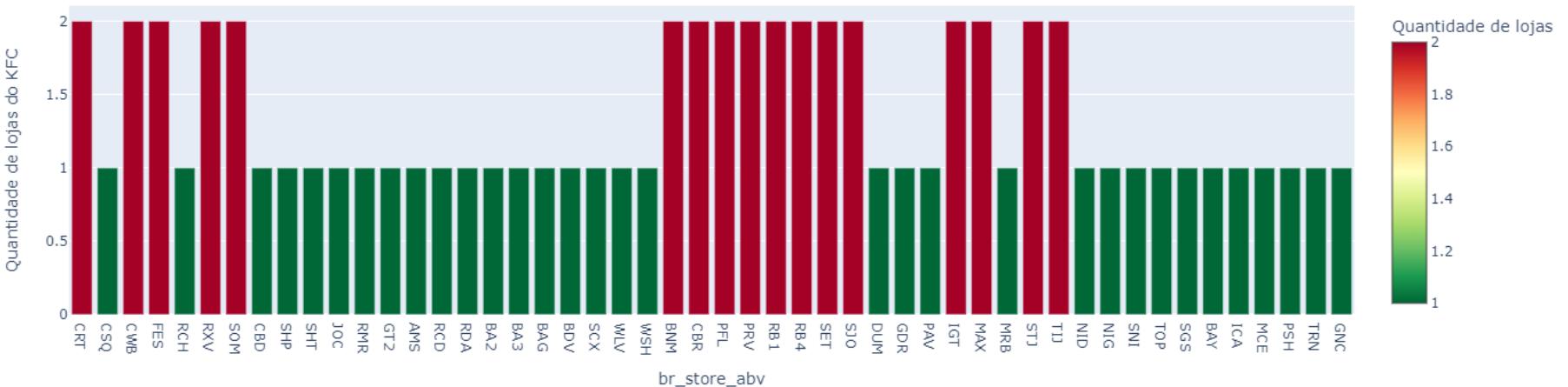
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



bip.

Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

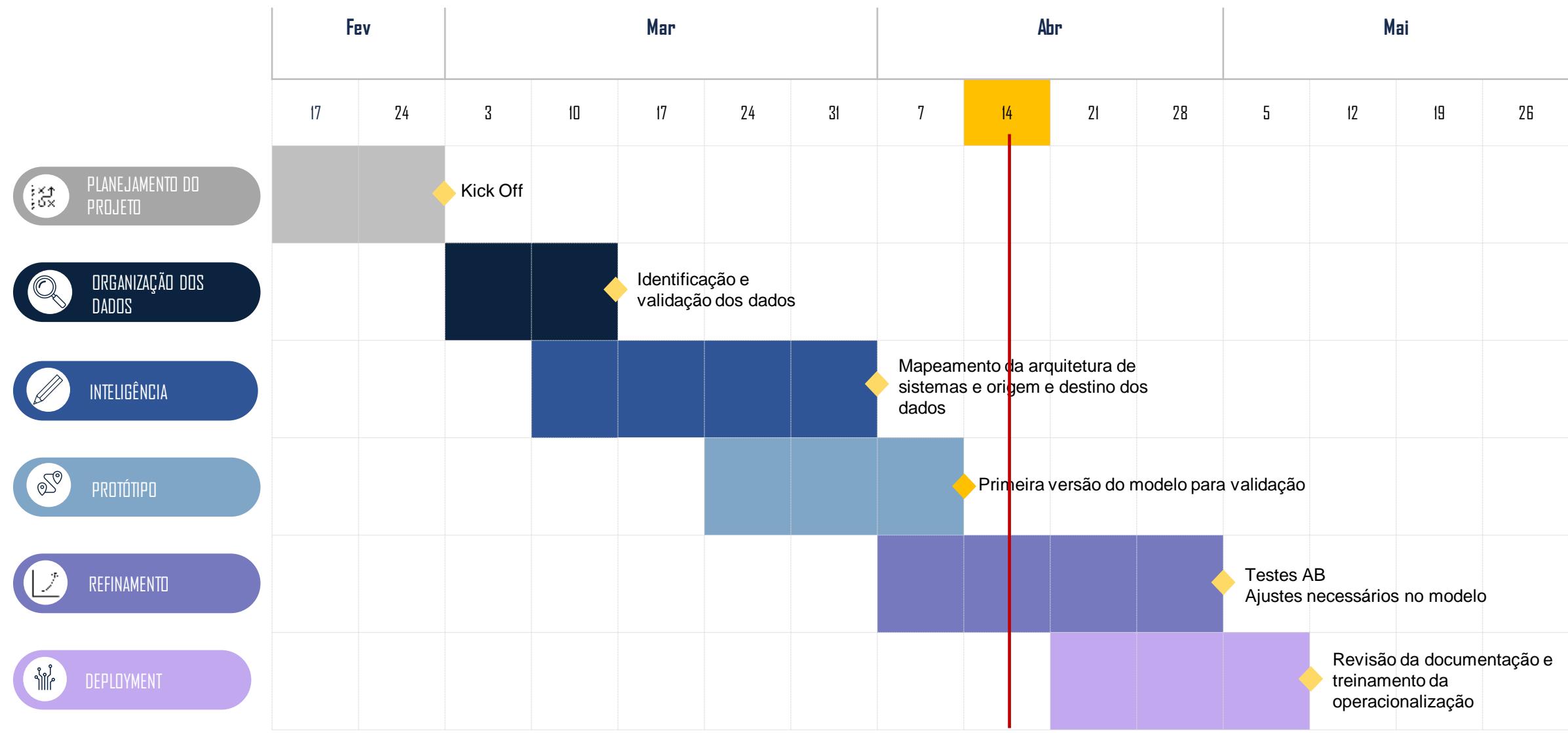


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 14/04/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Construção de um front-end para criação do formulário 90% finalizado. Esse formulário irá auxiliar a integração dos dados do time de brand para analisar os dados desse pilar. Iremos alinhar com o time de digital e brand para aperfeiçoar os quesitos faltantes
- Acesso a 20% da base da fact_plu_agrupado
- Construção das regras de classificação de Campanhas
- Início de estudo dos modelação das correlações (eliminação/redução das ocorrências de double Count do modelo)

Pontos de Atenção

- Alguns pilares com informações disponíveis no Metabase podem gerar *double count* (*campanhas, novos produtos*)
- Necessário acesso a 100% da base da fact_plu_agrupado para modelagem das correlações

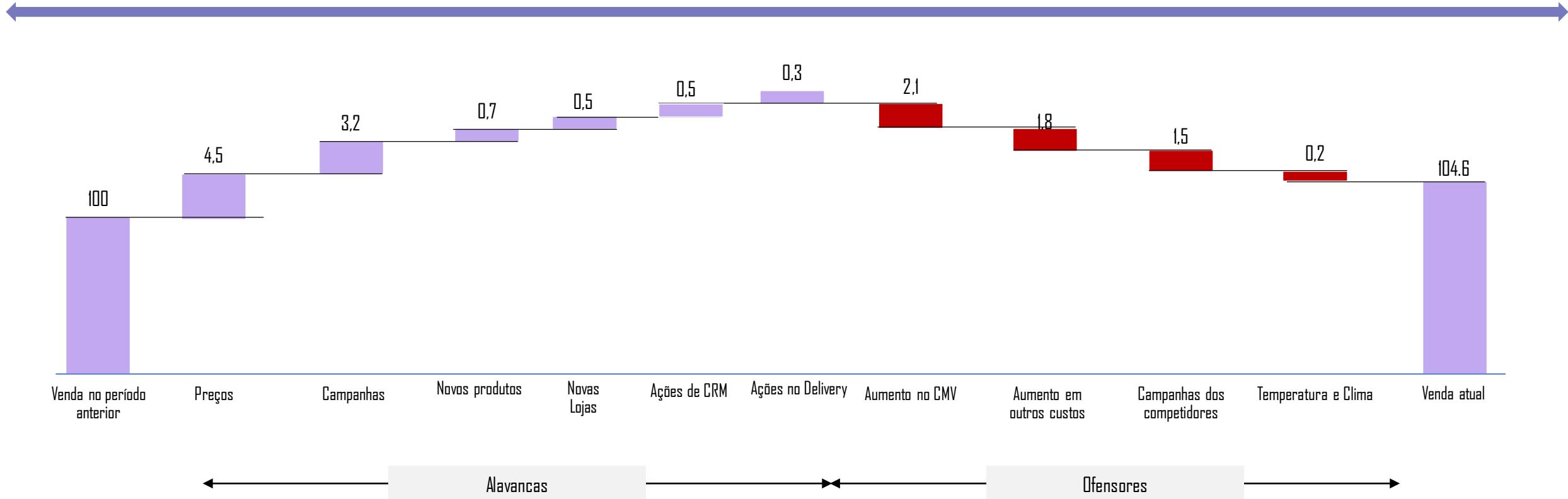
Próximos Passos

- Resolução para acesso aos dados de campanha McD App (dados externos)
- Discussão com o time de Brand e Digital para apresentação do formulário e validação se os dados são adequados; avaliação das regras de Campanhas
- Seleção do melhor modelo de correlação



Alavancas de venda e margem | Novo modelo de pilares

Modelo de alavancas e ofensores nas vendas e margem



Regras das Alavancas

Preços

Pedidos de venda com PLUs/Produtos com alteração de preço de venda

Campanhas

ver detalhamento das regras

Novos produtos

PLU sem cadastro de campanha com data de criação dentro de determinado período

Novas Lojas

Pedidos de venda atrelado a novas lojas com período de abertura menor que maturação

Ações CRM

Pedidos de venda impulsionados por push notification sem cupom

Ações Delivery

Pedidos de venda do segmento Delivery sem campanha dedicada e sem utilização de cupom



Alavancas de venda e margem | Detalhamento de Campanhas



Formulario – Integração dos dados de campanhas – Tela de Login

A screenshot of a web browser showing a login form. The title bar indicates the URL is `localhost:8501`. The main content area has a dark background with white text. At the top, it says **Integração de dados - Campanha**. Below that, a heading **Faça o login** is followed by two input fields: **Nome de usuário** and **Senha**. A **Login** button is located below the password field. The browser's address bar and various icons are visible at the top.

Integração de dados - Campanha

Faça o login

Nome de usuário

Senha

Login

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Extração dos dados da Metabase para preenchimento do formulario

The screenshot shows a web application running at `localhost:8501`. The title bar indicates the application is "RUNNING...". The left sidebar displays a welcome message: "Bem-vindo(a), michael.mattioli@mail-bip.com!". The main content area has a dark background with white text. The title "Integração de dados - Campanha" is prominently displayed. Below it, a descriptive text states: "Esse sistema tem o objetivo de gerar um CSV para integrar e identificar as campanhas no Metabase, de modo a padronizar a seleção dos dados e integrar os dados da maneira correta." A link "Para entender como preencher, acesse a documentação [link].". Two circular progress indicators are shown: one for "Capturando dados necessários do Metabase - tempo médio de 3 minutos" and another for "Running `get_data_from_metabase()`". A "Login" button is located at the bottom left of the main content area.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A radio button group 'Tem PLU atrelada?' with 'Sim' selected.
- A radio button group 'Tem CUPOM atrelado?' with 'Sim' selected.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' (2023/04/14) and 'Data de fim da campanha' (2023/04/14).

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

A equipe conseguirá selecionar os produtos com os dados atualizados do metabase

The screenshot shows a user interface for campaign management. At the top, there are two date inputs: "Data de início da campanha" (2023/04/14) and "Data de fim da campanha" (2023/04/14). Below these is a dropdown menu labeled "Seleção de PLUs" with the placeholder "Choose an option". A note below the dropdown says "Seleção de PLUs separado por vírgula. Exemplo: 1,2,3,4,5,...". Further down, there's a section titled "Seleção de produtos - (sem restrição = todos selecionados)" containing a redacted list of selected products: "MCFISH X", "MCITÁLIA X", and "BIG MAC X". Below this, under the heading "CLUB GRILL", are several product names, each preceded by a red arrow pointing left: "CLUB GRILL CX", "CLUB GRILL GRANDE PR CI", "CLUB GRILL ME", "CLUB GRM PR CX", "CLUB HOUSE ALC 2X1", and "CLUB HOUSE ALC 2X1 CX".

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Validação dos dados selecionados

Construir dados

	nome campanha	data inicio	data fim	segmento atuante	tem_cupom	tem_plu
0	Nova Casquinha de doce de leite	2023-04-14	2023-04-14	<input type="checkbox"/> Delivery <input type="checkbox"/> Drive-Thru <input type="checkbox"/> Cold Kiosk <input type="checkbox"/> Balcão	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	p_product_code	p_long_description
0	79	MCFISH
1	79	MCFISH
2	100,076	BIG MAC
3	63,852	MCITÁLIA
4	63,852	MCITÁLIA

	s_cidade_brasil	s_estado_brasil
0	AMERICANA	SP
1	FORTALEZA	CE
2	APARECIDA DE GO	GO
3	GOIANIA	GO
4	ANAPOLIS	GO
5	ALEXANIA	GO
6	CALDAS NOVAS	GO
7	MANAUS	AM
8	JUAZEIRO DO NO	CE
9	CRATO	CE

Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

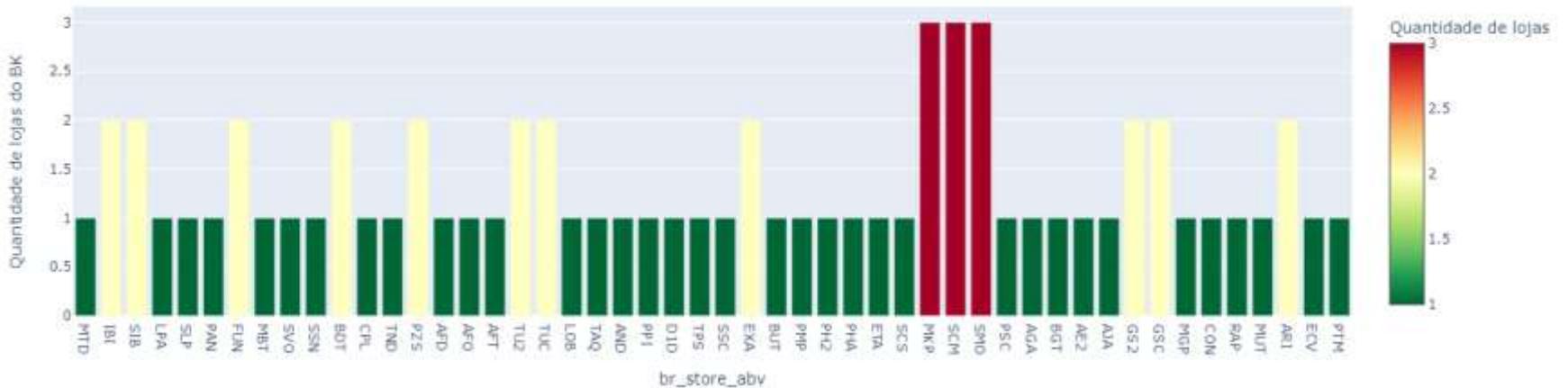
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)

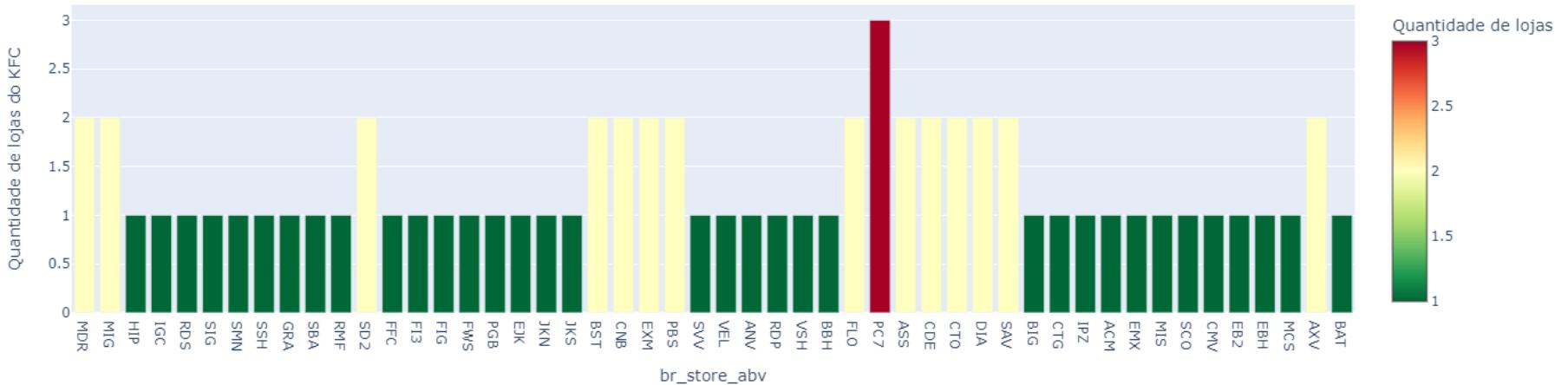


Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



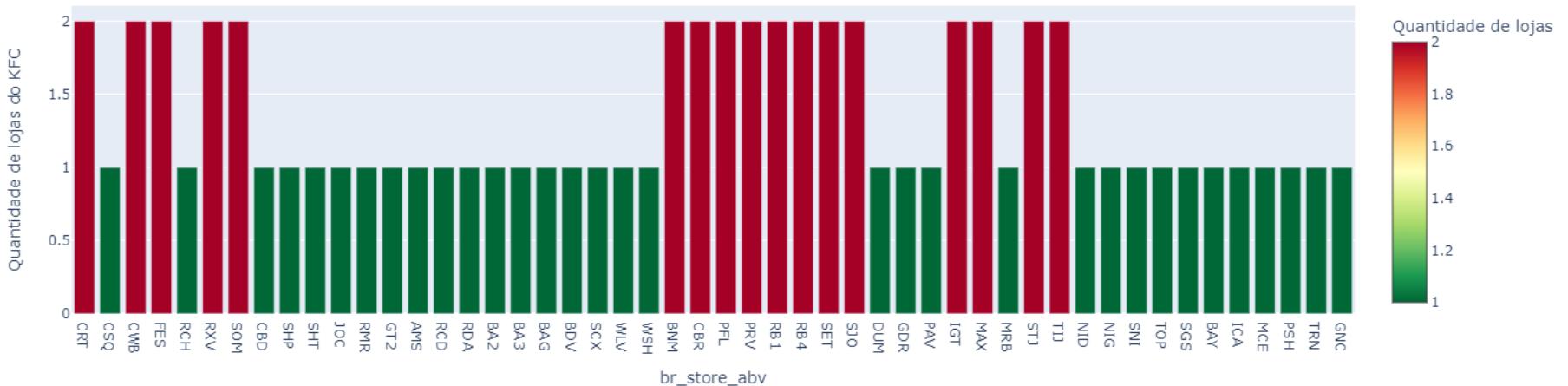
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

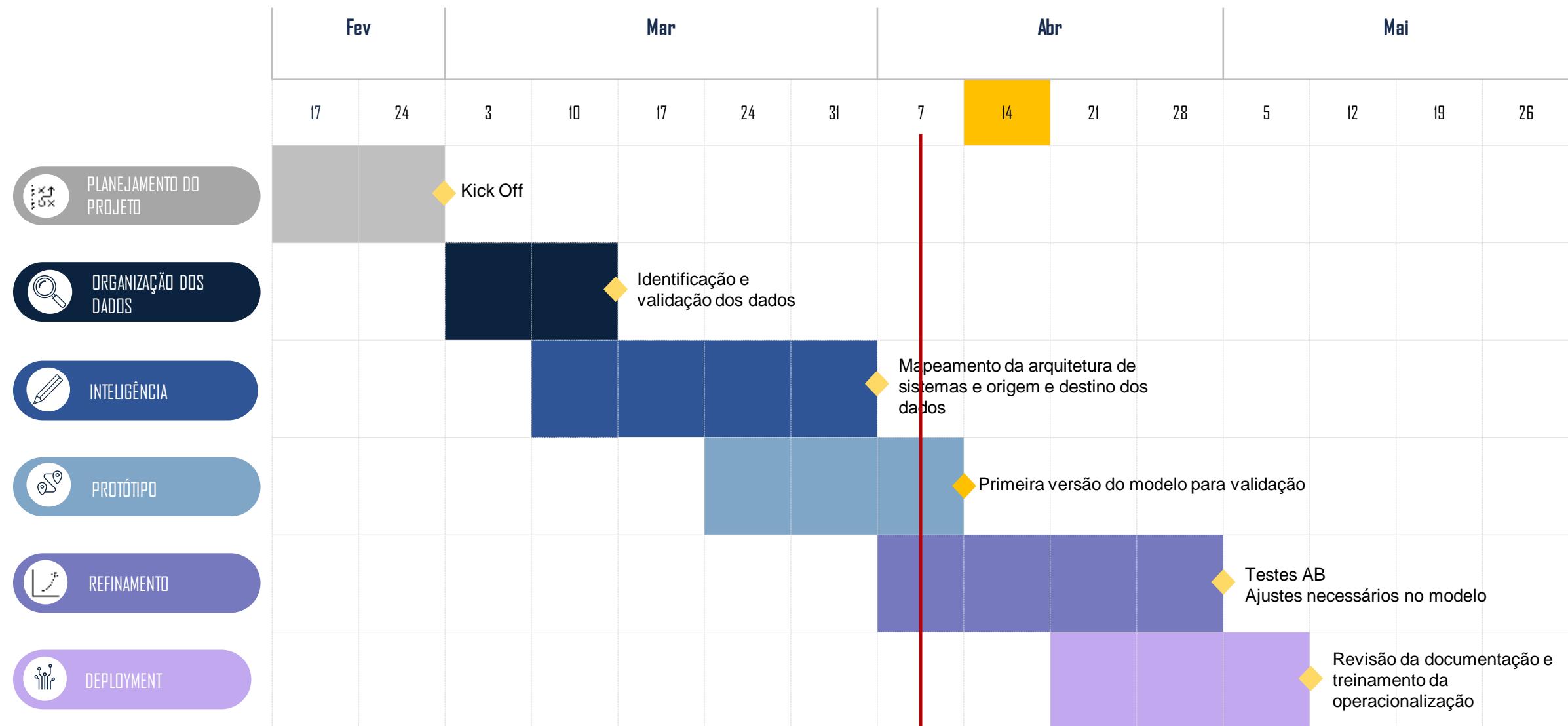


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 06/04/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Reunião com o time de Digital/Brand realizada, avançando com o entendimento das classificações dos pilares Preço, Campanhas, Lançamentos, Ações CRM e Ações Delivery, Ações Digital
- Foi solicitado a inclusão de um novo pilar (Novas Lojas)
- Extratificação dos dados por pilares para redução/eliminação de *double count*
- Estudo preliminar de correlação dos dados internos com base na alteração de preço do Pmix (exemplo)

Pontos de Atenção

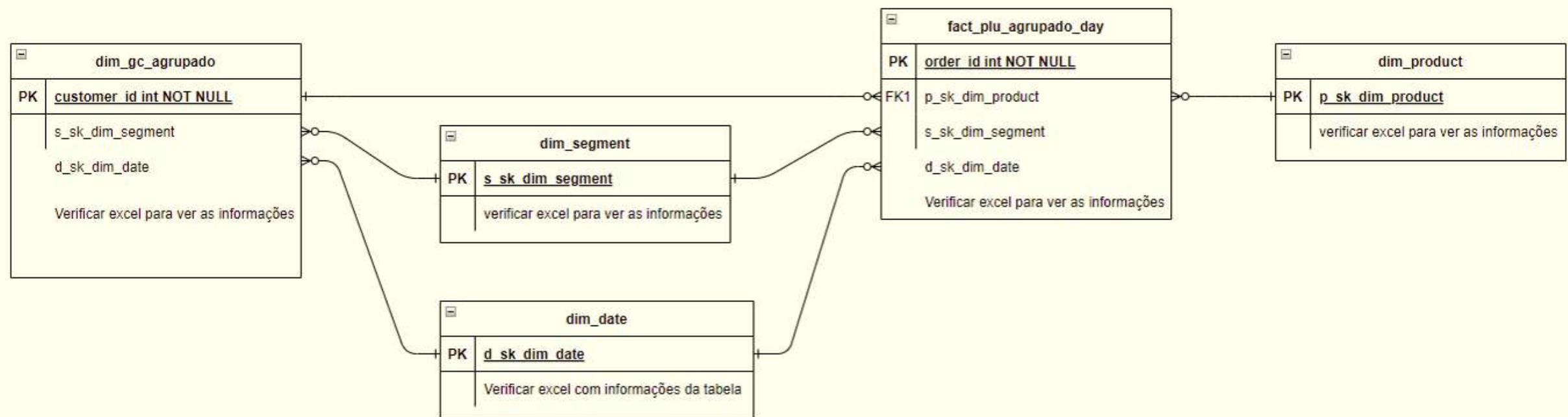
- Alguns pilares com informações disponíveis no Metabase podem gerar *double count* (*campanhas, novos produtos*)
- *Dificuldade de análise das PLUs devido ao grande volume de dados (540 mil iterações/dia)*

Próximos Passos

- Resolução para acesso aos dados de campanha McD App (dados externos)
- Envio de template para preenchimento dos dados de campanhas (planilha)
- Continuação da construção do algoritmo de correlação dos dados internos e externos
- Marcar nova agenda com time de Digital/Brand para detalhamento do preenchimento do template



Diagrama ER dos pilares



Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

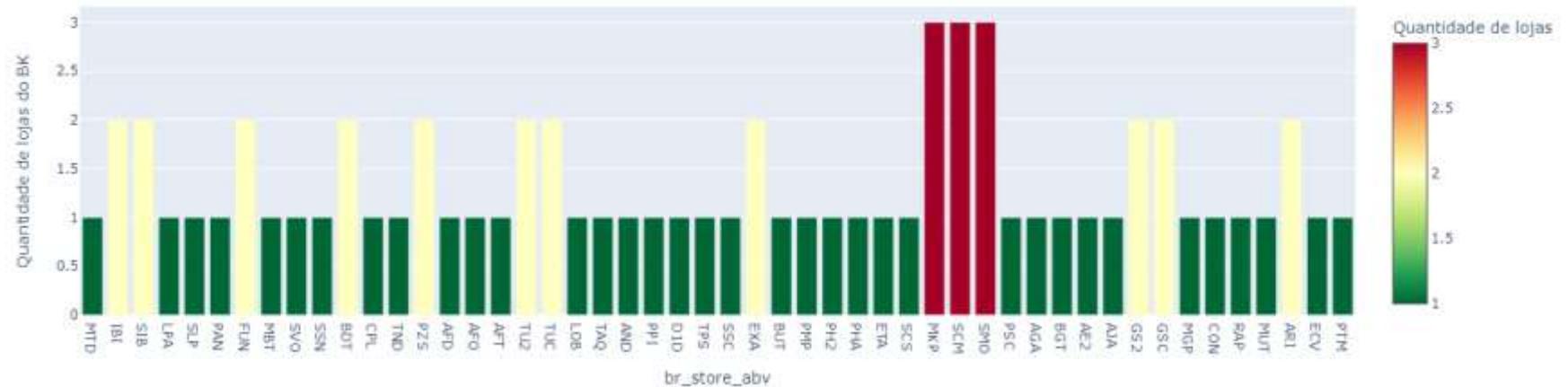
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)



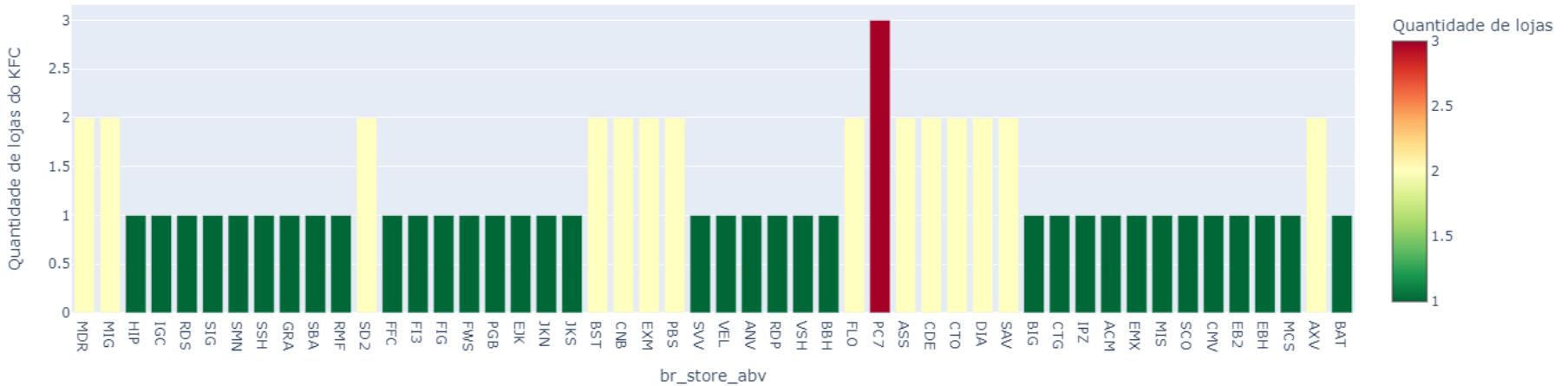
Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



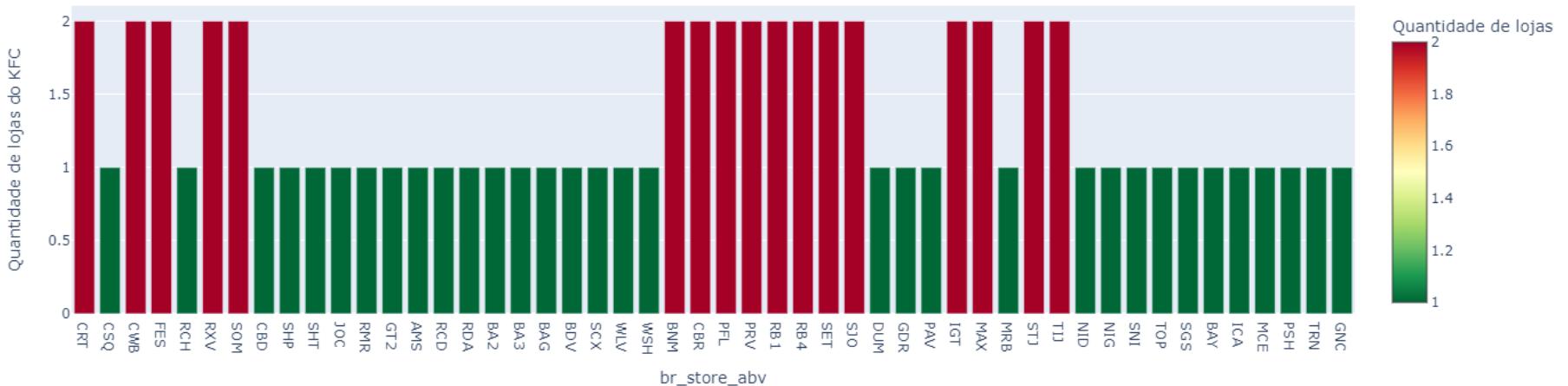
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



bip.

Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

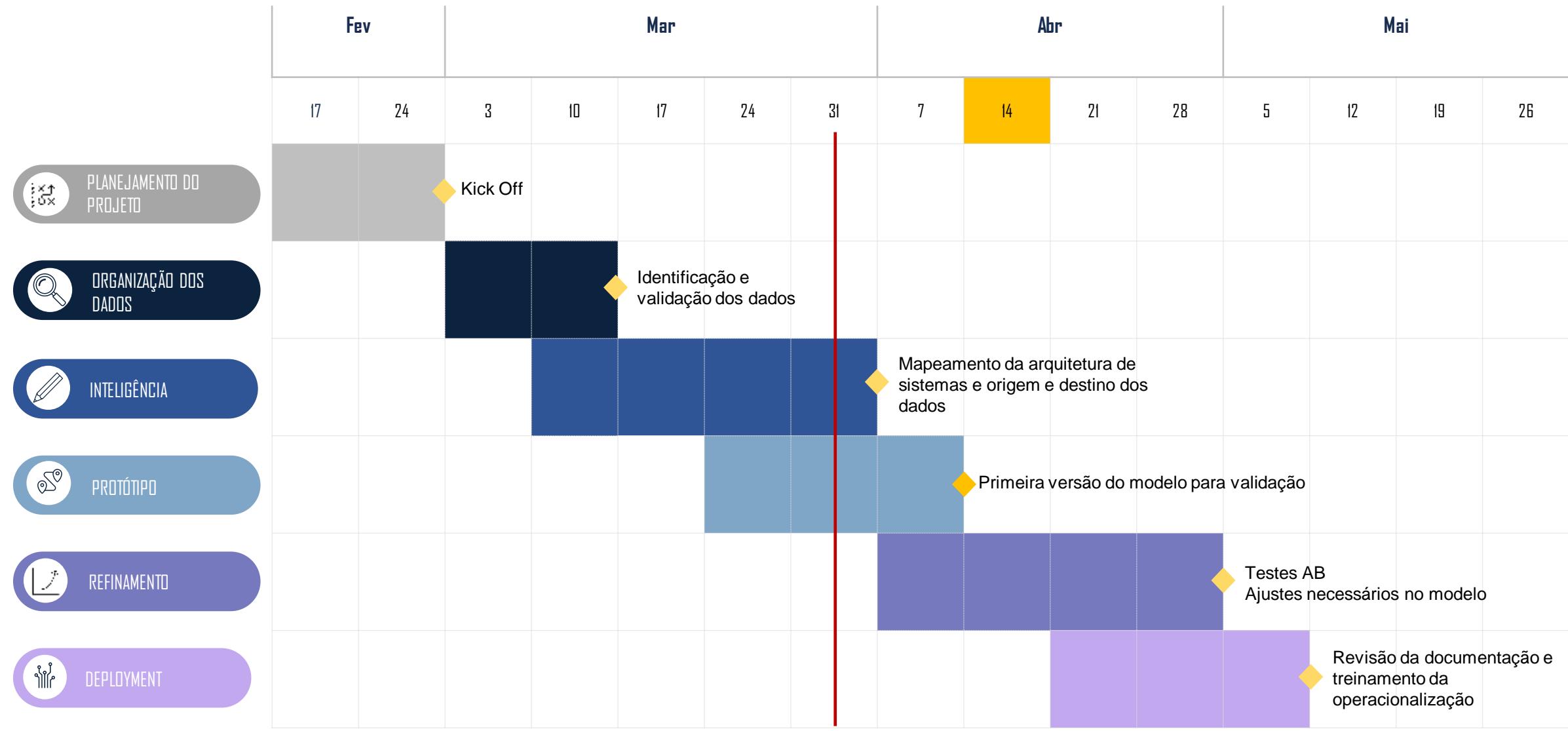


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 31/03/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Estamos aqui



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Finalizado a captura dos dados demográficos, climáticos e proximidade com concorrentes (dados externos)
- Finalizando o estudo dos dados dos pilares (dados internos), fazendo o levantamento do dicionário de dados (utilização) de cada pilar e diagrama ER documentados (integrações).

Pontos de Atenção

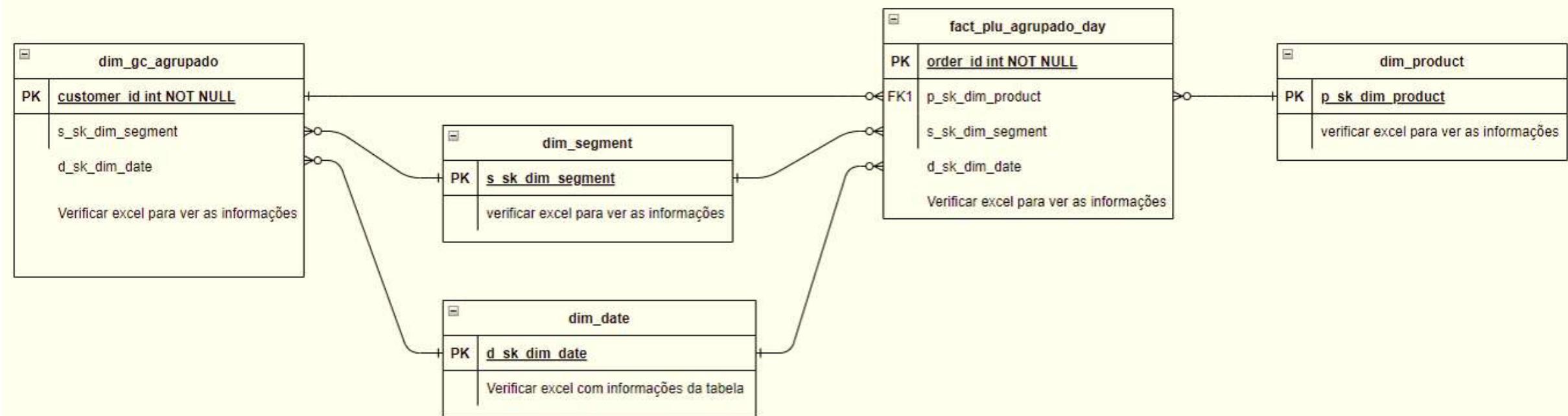
- Alguns pilares com informações disponíveis no Metabase podem gerar *double count* (*campanhas, novos produtos*)

Próximos Passos

- Término da captura dos dados externos (campanhas)
- Término da validação dos dados internos
- Início da construção do algoritmo de correlação dos dados internos e externos
- Estudo da estrutura de cupons para identificação de campanhas
- Validação com time de Digital/Brand a possibilidade de especificar os resultado das ações CRM (31/03)



Diagrama ER dos pilares



Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	CUIDADO QUE DEVE SER LIGADO APENAS AO SEGMENTO DELIVERY COM O DIM_SEGMENT
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	variáveis de contagem
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	variáveis da somatória dos valor do itens
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	variáveis de custo
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	variáveis de vendas
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	chaves de ligações importantes
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

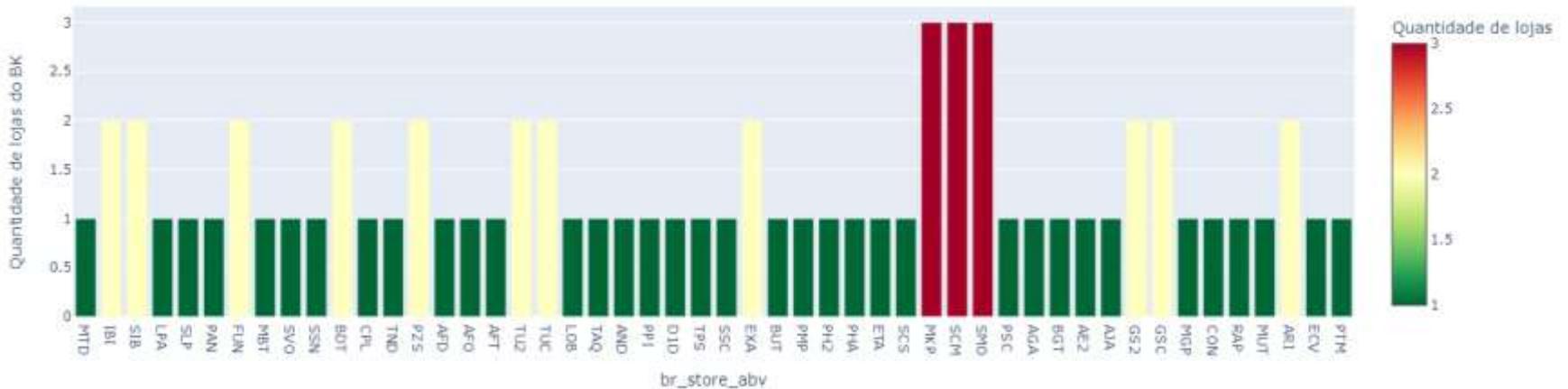
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)

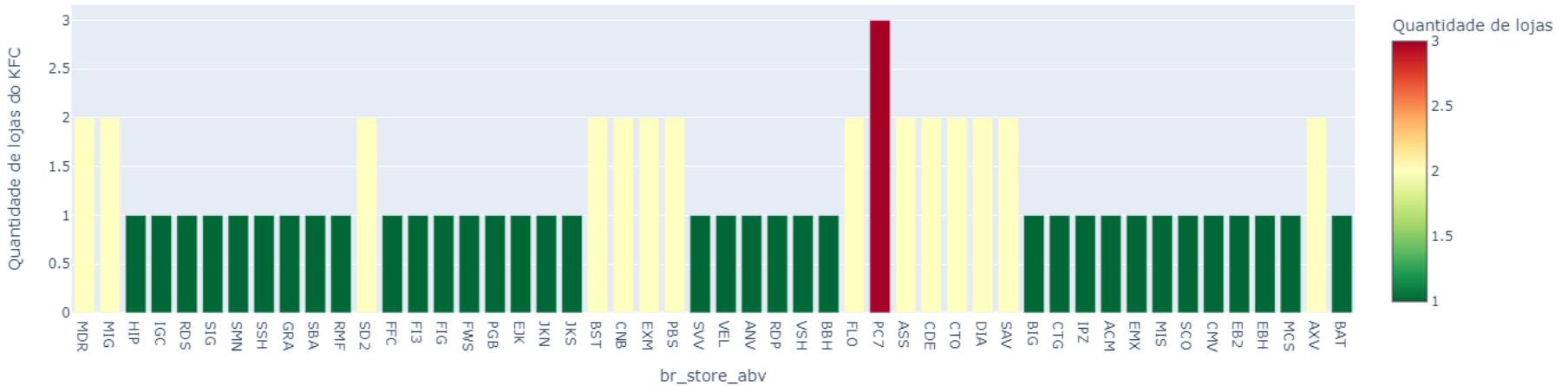


Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



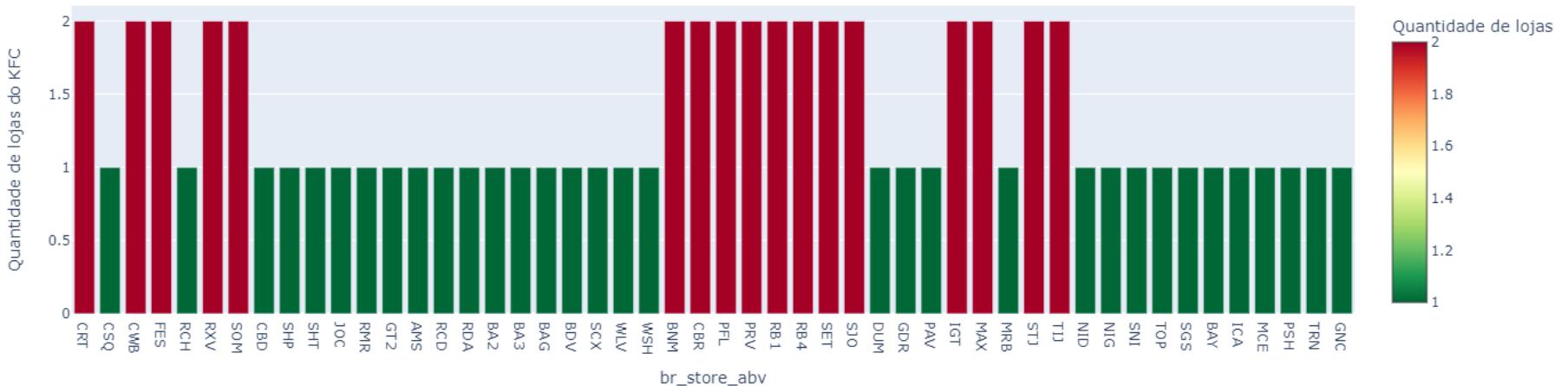
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



bip.

Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

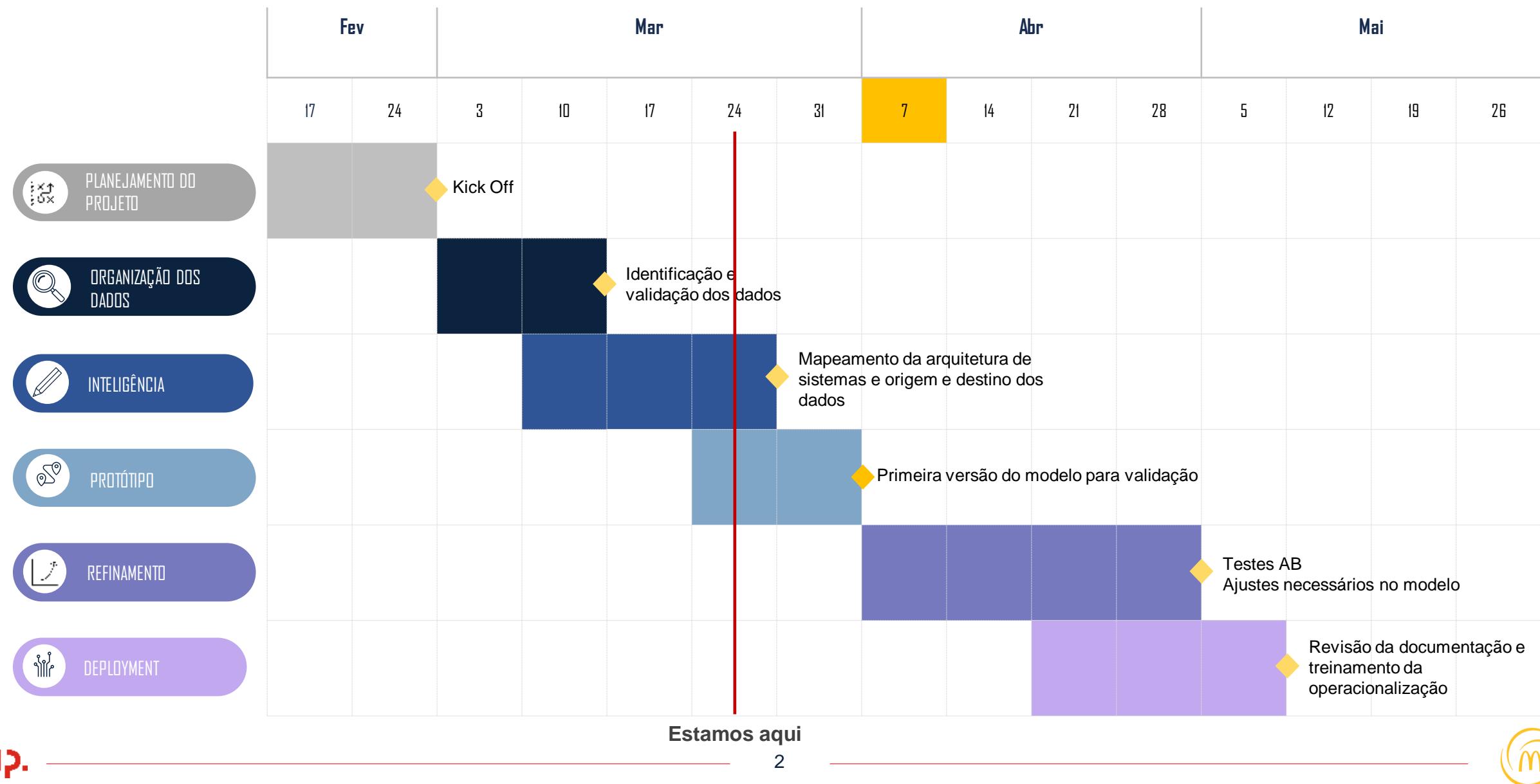


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 27/03/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Finalizado a captura dos dados demográficos por município e estado. (IDH, Renda mensal, densidade demográfica, etc)
- Início da validação da qualidade dos dados internos e mapeamento de variáveis que serão utilizadas (Preços e custos)

Pontos de Atenção

- Alguns pilares com informações disponíveis no Metabase podem gerar *double count* (*campanhas, novos produtos*)

Próximos Passos

- Estudo da estrutura de cupons para identificação de campanhas
- Término da captura dos dados externos (campanhas)
- Término da validação dos dados internos
- Início da construção do algoritmo de correlação dos dados internos e externos
- Validação com time de Digital/Brand a possibilidade de especificar os resultado das ações CRM (31/03)



Detalhamento de informações demográficas - Salário médio mensal

Detalhamento em nível municipal

id_municipio	salario_medio_mensal_trab_formais_2020	salario_medio_mensal_trab_formais_2019	salario_medio_mensal_trab_formais_2018	salario_medio_mensal_trab_formais_2017
0	110001	1.9	1.8	1.8
1	110002	2.0	2.0	2.0
2	110034	1.6	1.6	1.6
3	110037	1.9	1.9	1.8
4	110040	1.9	1.9	2.0
...
5565	522190	1.9	1.9	2.0
5566	522200	2.3	2.1	2.1
5567	522205	2.1	1.9	2.7
5568	522220	1.8	1.8	1.9
5569	522230	1.7	1.8	1.6

5570 rows × 5 columns

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

Detalhamento em nível municipal

	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

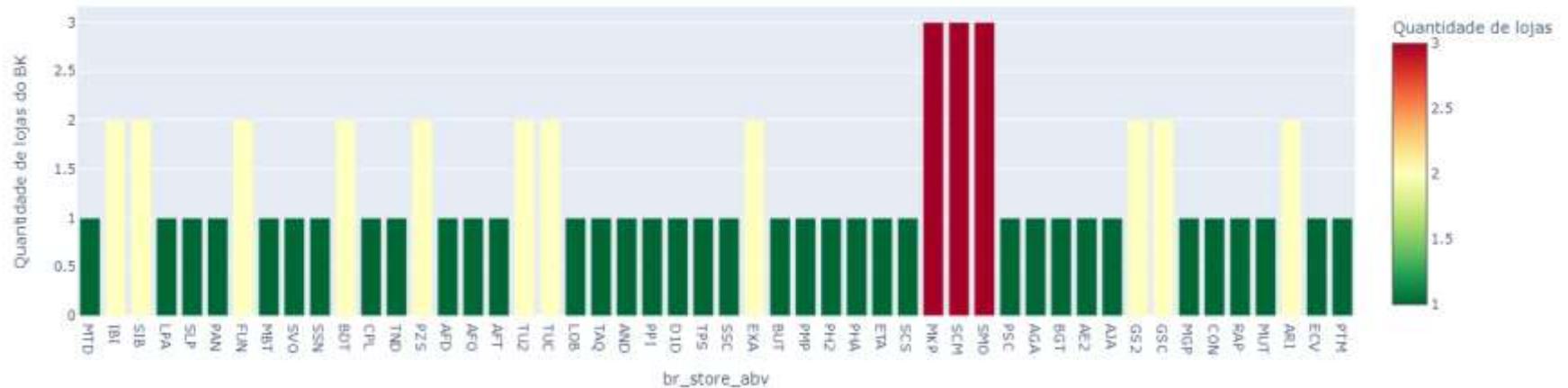
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)



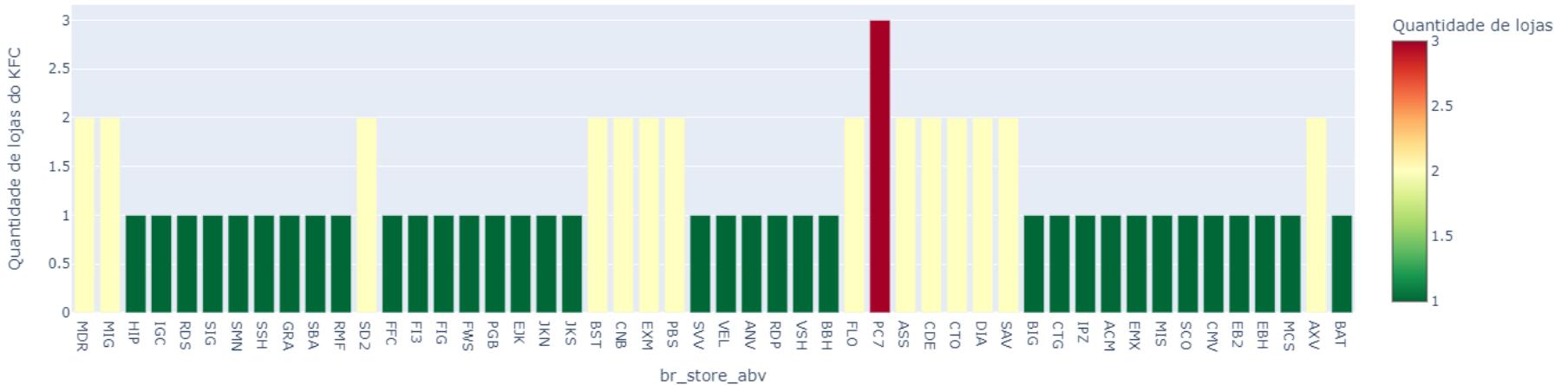
Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



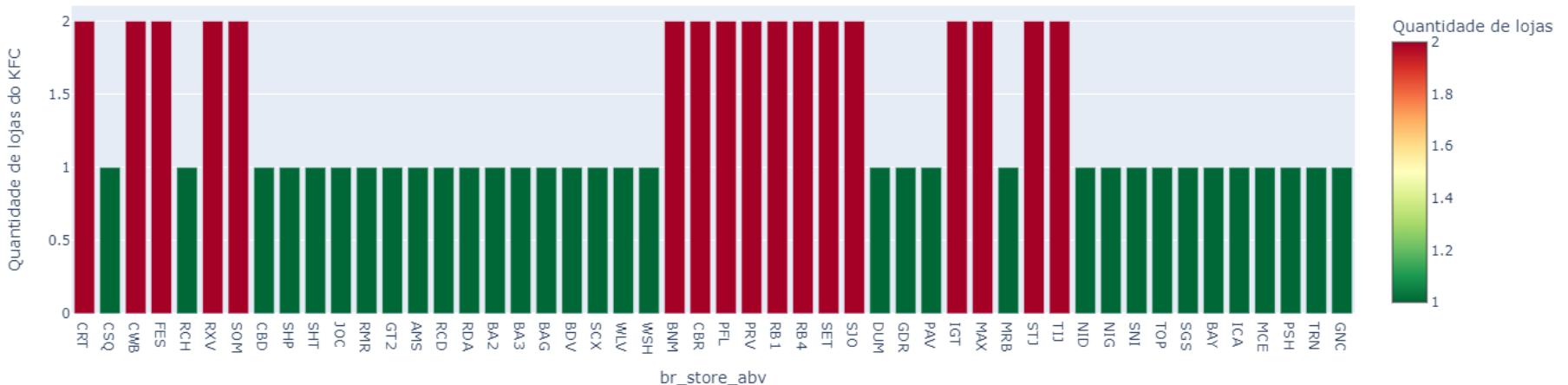
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



bip.

Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

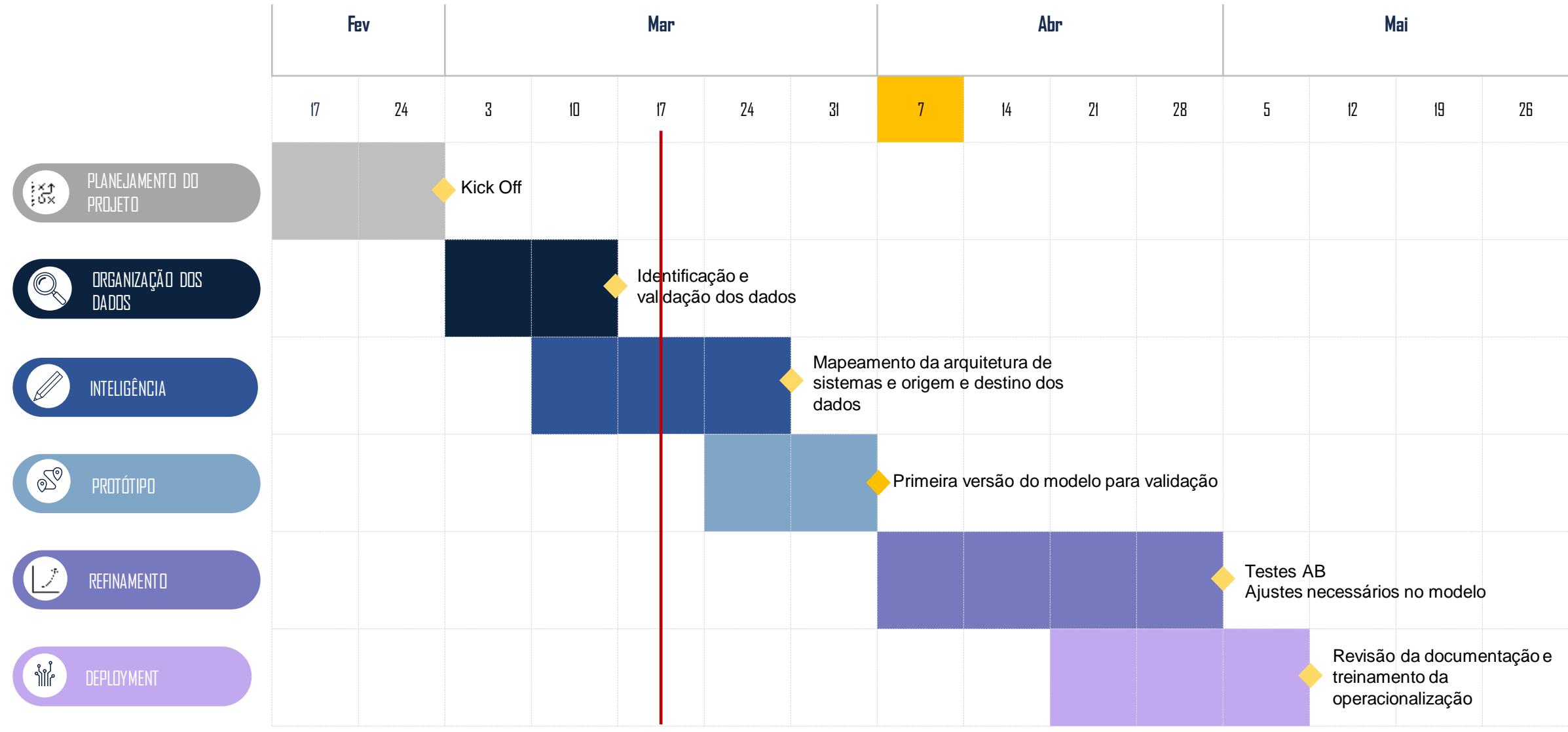


*Status Report
Alavancas de venda e margem*

São Paulo, 21/03/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Captura de dados de geolocalização dos concorrentes: KFC, BK, Subway e Jerônimo
- Cálculo de proximidade com as lojas da Arcos Dorados, simulações de proximidade de 0,5km à 3km
- Captura dos dados climáticos separado por hora desde 2020 à 2023.
- Busca inicial dos dados de campanhas e informações demográficas.
- Início da validação da qualidade dos dados internos e mapeamento de variáveis que serão utilizadas (Preços e custos)

Pontos de Atenção

- Alguns pilares com informações disponíveis no Metabase podem gerar *double count* (campanhas, novos produtos)

Próximos Passos

- Estudo da estrutura de cupons para identificação de campanhas
- Término da captura dos dados externos (campanhas e informações demográficas)
- Término da validação dos dados internos
- Início da construção do algoritmo de correlação dos dados internos e externos
- Validação com time de Digital/Brand a possibilidade de especificar os resultado das ações CRM



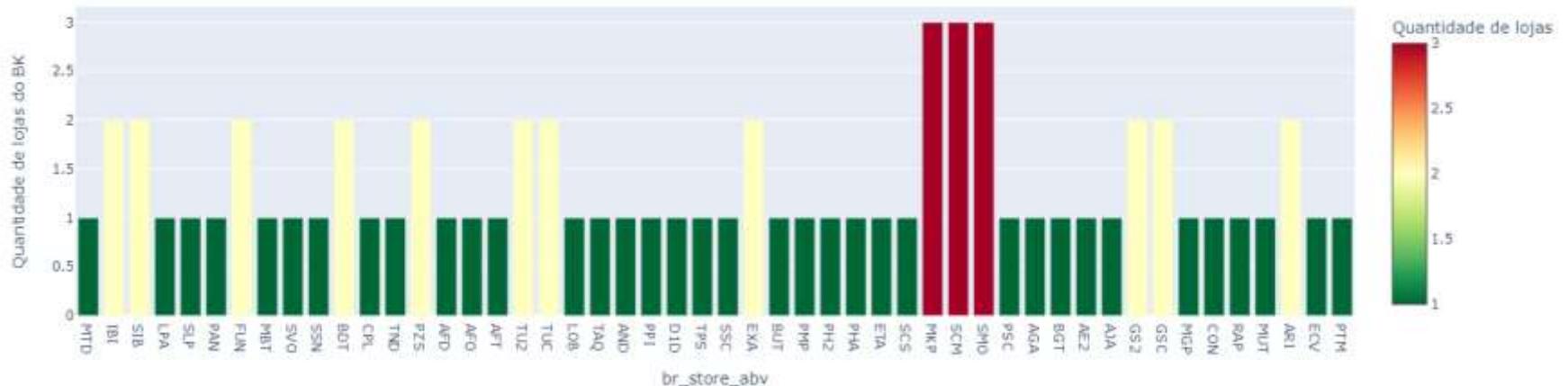
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)



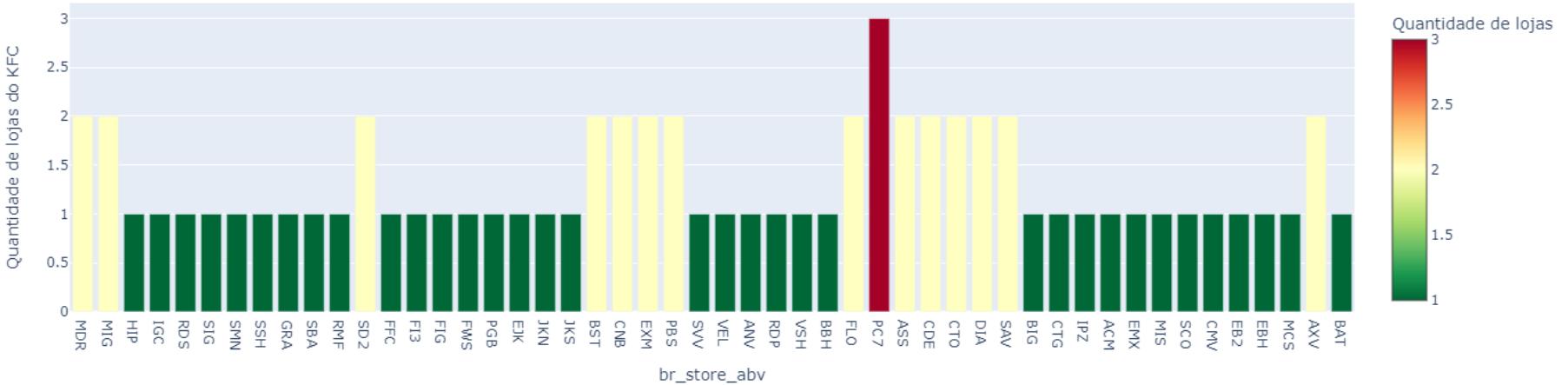
Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



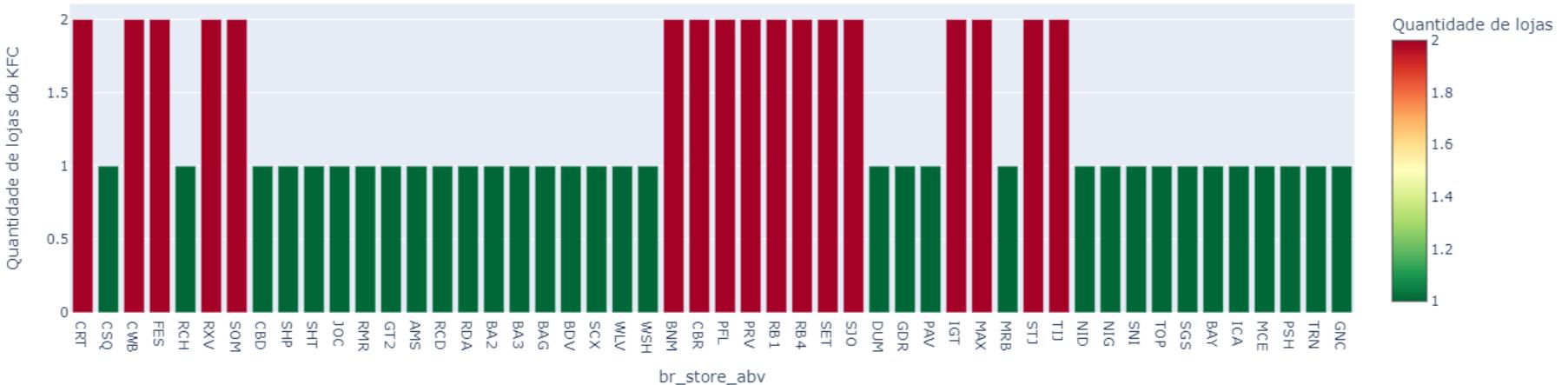
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!

bip.

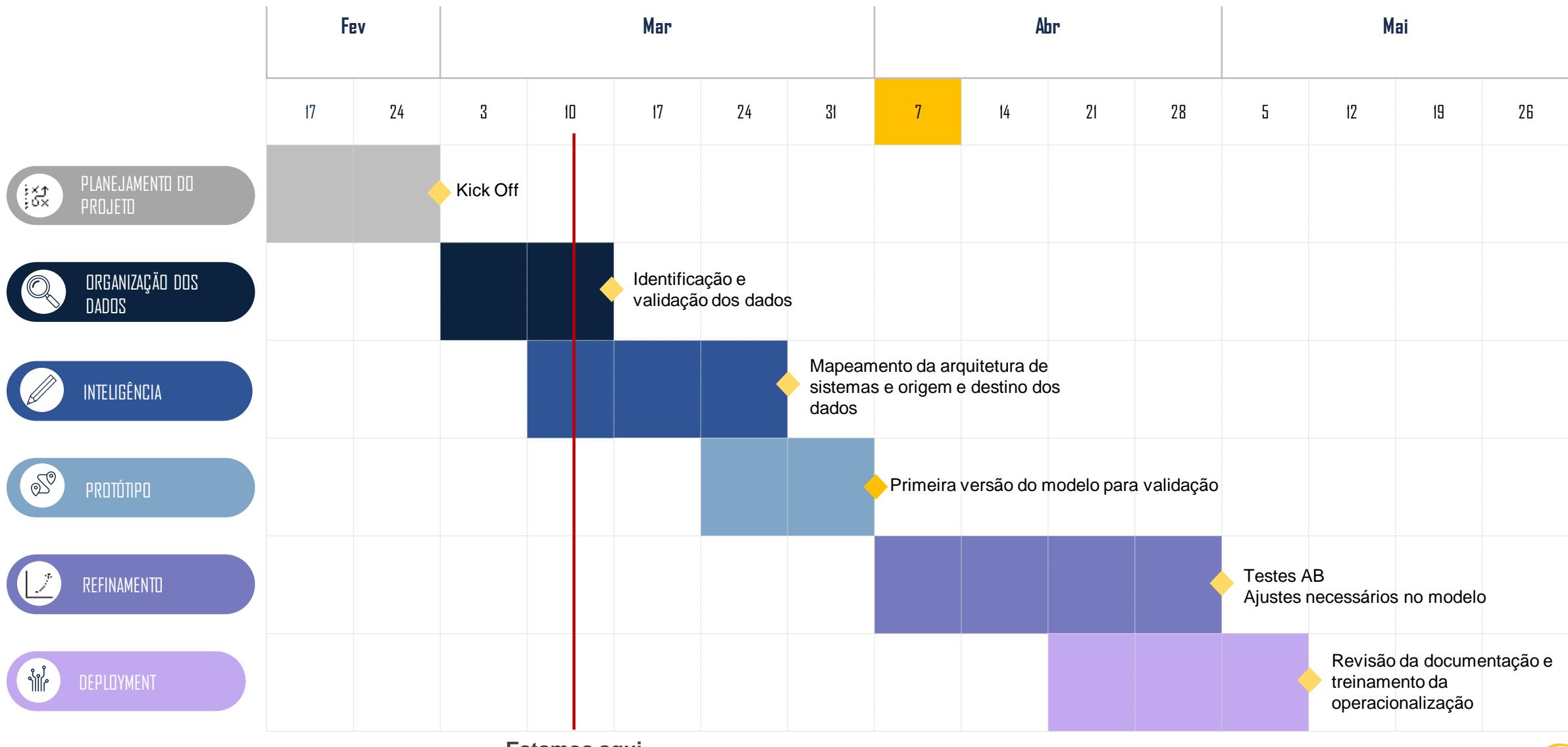


Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 10/03/2023

HERE TO DARE

Macro cronograma | Alavancas de venda e margem



Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Realização do *kick-off*
- Recorrência para status report do projeto / Definição de pontos focais do projeto
- Revisão dos pilares destacados como alavancas e ofensores
- Definições e primeiros insights da visualização dos dados (exibir alavancas/ofensores na sequência dos pilares - ritual de leitura; mostrar se é alavanca ou ofensor por flag, por período selecionado); filtros de segmento
- Busca inicial por dados externos (Temperatura e Clima, Informações Demográficas, Campanhas e Novas Lojas de Competidores (*Price Scraper*)

Pontos de Atenção

- Alguns pilares com informações disponíveis no Metabase podem gerar *double count* (campanhas, novos produtos)
- Identificação das campanhas não é padronizada

Próximos Passos

- Validar com time de Digital/Brand a possibilidade de especificar os resultado das ações CRM (caso contrário, considerar Ações CRM em conjunto com Digital) (Lutti irá envolver time de Digital e Brand)
- Validar fonte de dados para distinguir CMV e outros Custos com Maurício (Data Analytics)
- Estudo da estrutura de cupons para identificação de campanhas



OBRIGADO!

bip.



Status Report
Alavancas de venda e margem

São Paulo, 16/06/2023

HERE TO DARE

Detalhamento Frente Alavancas de venda e margem

Principais Progressos

- Conclusão do gráfico de impacto percentual entre períodos.
- Criação de um template para preenchimento de datas que impactam nas vendas. Identificando datas comemorativas ,datas promocionais e outras datas que impactam na venda dos produtos.
- Conclusão do aperfeiçoamento do modelo. Devido a golden bridge de GC estar com um R2 muito baixo, criamos um modelo para cada alvo (net sales, margem percentual e GC).
- Incorporação da seleção de qualquer data .

Pontos de Atenção

- Padronização dos dados em um template para o algoritmo entender os dados de campanhas.
- Alimentação do modelo com dados históricos para criação dos pilares de digital, brand e delivery.

Próximos Passos

- Conclusão da documentação do projeto Alavancas.

Detalhamento de Campanhas | Detalhamento de produtos e distribuição percentual de impacto

PRODUTO_plus_p_categoria_brasil	PRODUTO_plus_p_clase_producto_latam	PRODUTO_plus_p_sub_categoria_brasil	PRODUTO_plus_p_familia_brasil	PRODUTO_sum sum_plu_unit_sold_2021-01-01_2021-01-01	PRODUTO_sum sum_plu_unit_sold_2022-01-01_2022-01-01	Difference	Difference %	Power
OTHER	DESAYUNO	BREAKFAST	CROISSANT	47.0	149.0	102.0	217.021277	17259.353473
OTHER	DESAYUNO	BREAKFAST	PAO DE QUEIJO	163.0	346.0	183.0	112.269939	16923.690739
HAPPY MEAL	POSTRES	HAPPY MEAL DESSERTS	DANONINHO	7520.0	9379.0	1859.0	24.720745	16889.818842
OTHER	MCCAFE	MCCAFE	CAFE EXPRESSO	76.0	302.0	226.0	297.368421	14772.074361
EVMS	EVMS	EVMS DRINKS	REFRI	43580.0	75438.0	31858.0	73.102341	10642.384890
...
DESSERTS	POSTRES	CUPS	MCFLOAT	30.0	13.0	-17.0	-56.666667	-12060.006531
ALC	ALC	ALC DRINKS	AGUA	1945.0	3111.0	1166.0	59.948586	-15485.525705
HAPPY MEAL	CAJITA FELIZ	HAPPY MEAL DESSERTS	PURE DE MACA	89.0	0.0	-89.0	-100.000000	-17959.787531
ALC	ALC	ALC SAND	NUGGETS	5502.0	13079.0	7577.0	137.713559	-24282.164527
AFFORDABILITY	EVMS	EVMS	CDD	11418.0	4542.0	-6876.0	-60.220704	-39637.313800

Margem Percentual

```
Melhor modelo até agora para o target margem_plu com modelo ridge:  
Modelo: ridge  
Scaler: Normalizer()  
Parâmetros: {'model_alpha': 0.01}  
Score R2: 0.626276131947655  
Score MAPE: 0.6330309265515561
```

Net Sales

```
Melhor modelo até agora para o target sum|sum_plu_net_sale_calculado com modelo ridge:  
Modelo: ridge  
Scaler: Normalizer()  
Parâmetros: {'model_alpha': 0.01}  
Score R2: 0.6267441060824941  
Score MAPE: 16.71467017473424
```

GC

```
Melhor modelo até agora para o target gc_count com modelo ridge:  
Modelo: ridge  
Scaler: Normalizer()  
Parâmetros: {'model_alpha': 0.01}  
Score R2: 0.7642653477975256  
Score MAPE: 18.243377340170756
```

Margem Percentual

```
Fitting models for each target: 33% [■■■■■] | 1/3 [06:55<13:51, 415.55s/it]
Melhor modelo até agora para o target margem_plu com modelo lightgbm:
Modelo: lightgbm
Scaler: MinMaxScaler()
Parâmetros: {'model_learning_rate': 0.1, 'model_max_depth': 5, 'model_n_estimators': 150}
Score R2: 0.7678342462430864
Score MAPE: 0.4664153975826363
```

Net Sales

```
Fitting models for each target: 67% [■■■■■■■■■] | 2/3 [14:13<07:08, 428.68s/it]
Melhor modelo até agora para o target sum|sum_plu_net_sale_calculado com modelo lightgbm:
Modelo: lightgbm
Scaler: MinMaxScaler()
Parâmetros: {'model_learning_rate': 0.05, 'model_max_depth': 6, 'model_n_estimators': 300}
Score R2: 0.7753553773307714
Score MAPE: 11.043059251911455
```

GC

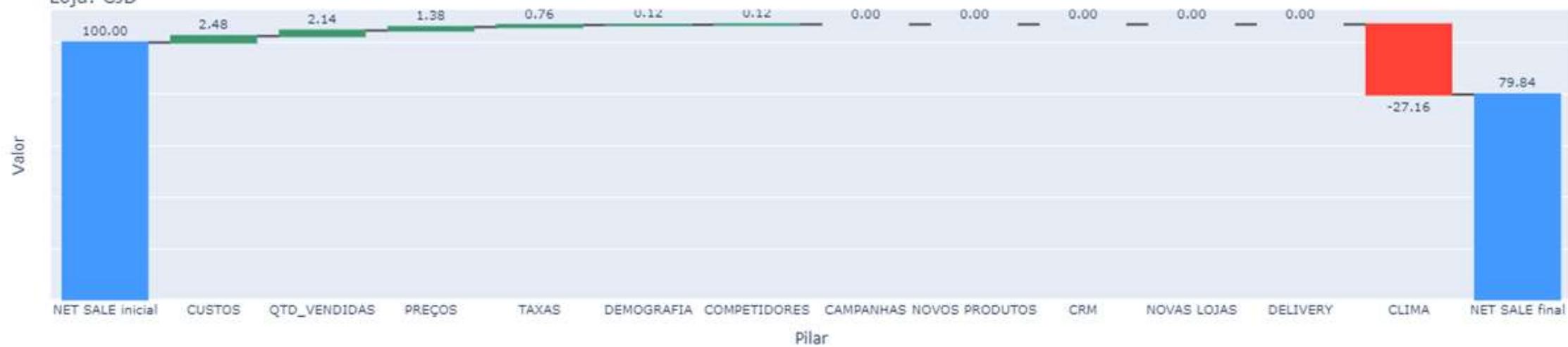
```
Fitting models for each target: 100% [■■■■■■■■■■] | 3/3 [21:20<00:00, 426.69s/it]
Melhor modelo até agora para o target gc_count com modelo lightgbm:
Modelo: lightgbm
Scaler: MinMaxScaler()
Parâmetros: {'model_learning_rate': 0.05, 'model_max_depth': 4, 'model_n_estimators': 450}
Score R2: 0.85616983272153
Score MAPE: 11.72827328973243
```

Detalhamento de Campanhas | R2 do novo melhor modelo

Golden Bridge entre 2022-10-02 e 2022-11-15

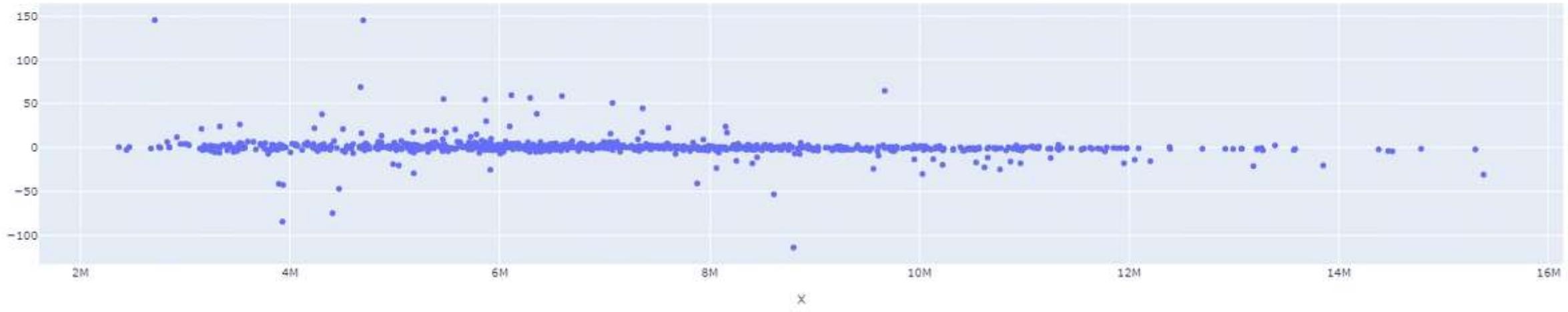
Net Sale Bruto: 50.99k e 39.87k

Loja: CJD

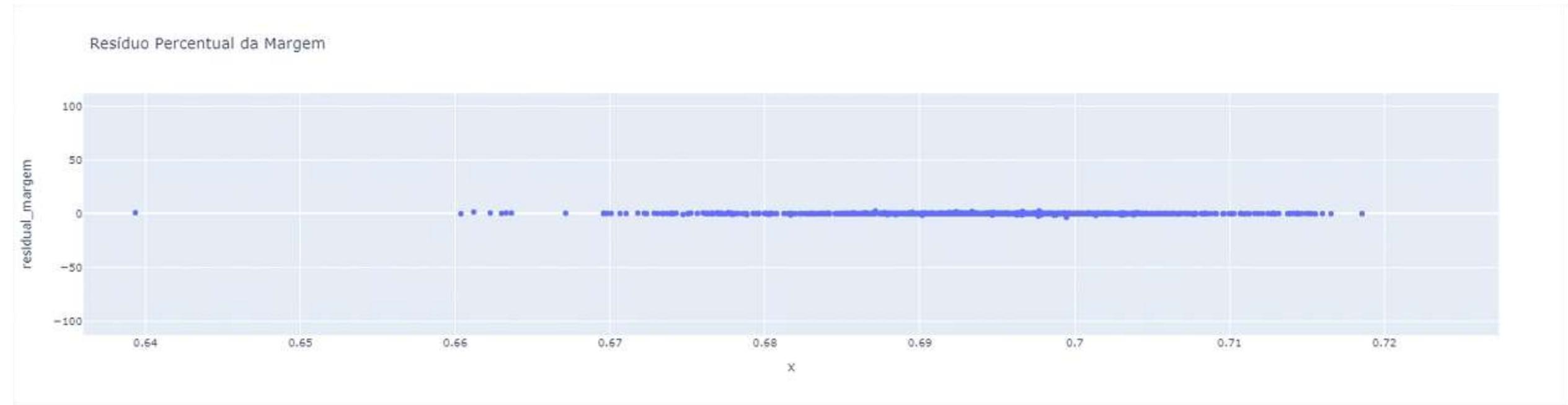


Detalhamento de Campanhas | Erro percentual net sale

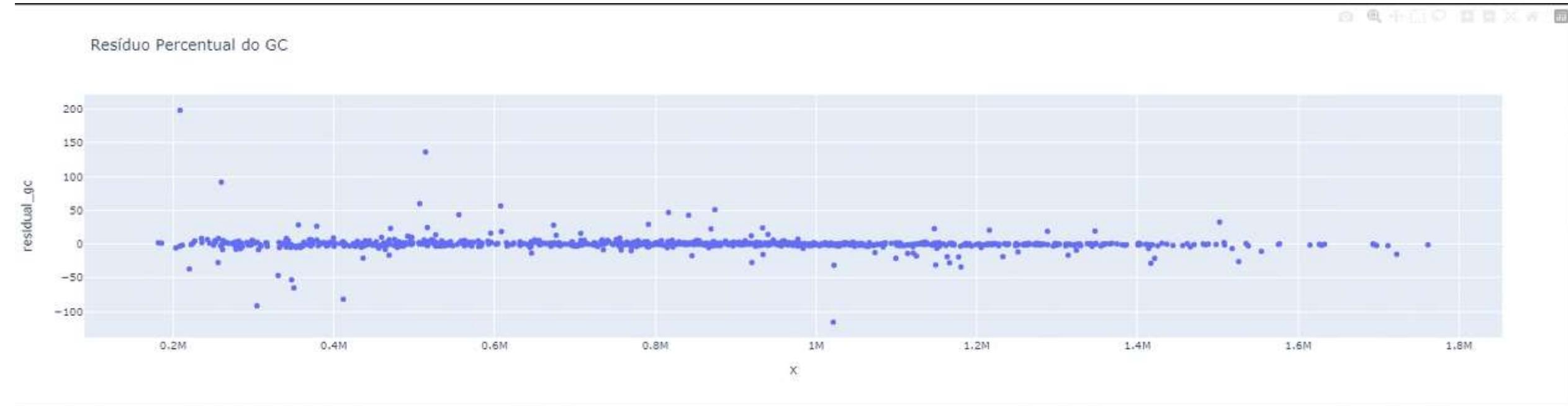
Résíduo Percentual do Net Sale



Detalhamento de Campanhas | Erro percentual Margem



Detalhamento de Campanhas | Erro percentual GC



Detalhamento de Campanhas | Filtros para seleção de grupo de lojas

Select the period:

Monthly

Select the stores:

Choose an option

Select the cities:

Choose an option

Select the states:

Choose an option

Select the regions:

Choose an option

Select the regionalis:

Choose an option

Select the strategic regions:

Choose an option

Select the status:

Choose an option

Select the stores:

AAB ✖ AAH ✖ AAC ✖ AAM ✖ ABC ✖

Select the cities:

ALVORADA ✖ ANANINDEUA ✖ APARECIDA DE G... ✖ AMPARO ✖

Select the states:

AM ✖ DF ✖ GO ✖ BA ✖ MG ✖

Select the regions:

NORDESTE ✖ SUDESTE ✖ nan ✖

Select the regionalis:

SAO1 ✖ RSOU ✖

Select the strategic regions:

BA - SALVADOR ✖ AM - MANAUS ✖ BA INTERIOR SUL ✖ ALTO TIETE ✖ BELO HORIZONT... ✖

Select the status:

UC ✖ OPCO ✖

Select the type of store:

FC ✖ FS ✖ IS ✖ MS ✖



Detalhamento de Campanhas | Modelagem de e aplicação de dados de campanha

B	C	E	F	G	H	
DATA	DATA	PPN	LOTI	TIPO PROMO	O PROMO DE	NOME
0 12/1	31/01	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	1 McOferta Média McChicken Nuggets + Chicken Mc...
0 17/1	17/01	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	McFritas Média R\$0,99
0 17/1	17/01	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	Sundae Chocolate R\$0,99
0 18/1	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	Delivery - ifood	2x1 McFlurry Ovomaltine Rocks (McExperiência)
0 18/1	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	HIDE	2x1 Pão de Queijo (McExperiência)
0 25/1	31/01	APP		TWITTER	LUDMILLA	2x1 McFritas Média
DETALHAMENTO DE CAMPANHAS						
0 1/2	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	HIDE	2x1 McFlurry Ovomaltine Rocks (McExperiência)
0 1/2	31/01	APP		MCEXPERIENCIA	HIDE	2x1 Pão de Queijo (McExperiência)
0 8/2	23/02	APP		NACIONAL	Delivery - ifood	McChicken JR R\$0,99
0 14/2	26/02	APP	44312	WELCOME OFFER	BOG	Vale Sundae
0 14/2	28/02	APP	44323	BOG	BOG	Vale McFritas Média
0 10/2	24/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Quinta é dia de 2 Tortas com 14% OFF
0 11/2	25/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Sexta é dia de 3 Sundae com 20% OFF
0 12/2	26/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Sábado é dia de 5 Tortas com 20% OFF
0 13/2	27/02	APP		GEOFENCE	Delivery - ifood	Domingo é dia de 4 Sundae com 24% OFF
0 23/2	20/03	APP	44327	SIGNOS	SIGNOS	Chicken McNuggets 8 unidades R\$9,90
0 23/2	20/03	APP	44328	SIGNOS	HIDE	1 McOferta Média McChicken Nuggets + 1 Bebida 300ml R\$10,90
0 23/2	04/04	APP	44360	PAID MÍDIA	HIDE	Chicken Jr + Bebida 300ml R\$8,00
0 23/2	04/04	APP	44361	PAID MÍDIA	HIDE	Chicken McNuggets 8 unidades R\$9,90
0 23/2	04/04	APP	44362	PAID MÍDIA	HIDE	1 McOferta Média Cheddar McMelt R\$24,90
0 23/2	04/04	APP	44363	PAID MÍDIA	HIDE	1 McOferta Média Big Tasty R\$32,90
0 25/2	01/03	APP	44389	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFritas R\$13,90
0 25/2	01/03	APP	44390	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega Chicken McNuggets R\$24,90
0 25/2	01/03	APP	44391	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFlurry M&M's R\$16,90
0 25/2	01/03	APP	44392	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFlurry Ovomaltine Rocks R\$16,90
0 25/2	01/03	APP	44416	PRÉ-VENDAS MEGAS	HIDE	1 Mega McFlurry Kit Kat R\$16,90
0 23/2	11/05	APP	4393	Shareables	Massive	4 Big Mac + 2 Cheeseburger + 4 Bebidas 500ml + 2 L...
0 23/2	11/05	APP	44394	Shareables	Massive	9 McFritas Médias R\$49,95
0 23/2	11/05	APP	44395	Shareables	Massive	4 Cheeseburger + 5 McChicken R\$77,00
0 23/2	11/05	APP	44396	Shareables	Massive	3 McFritas Cheddar Bacon + 4 Big Mac + 2 Cheesebu...
0 23/2	11/05	APP	44397	Shareables	Massive	8 Cheeseburger + 2 Mega McFritas + 1 Mega Chick...



	DATA INICIO	DATA FIM	TIPO PROMO	NOME	ID
0	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	Big Mac + Bebida 500ml R\$15,90	6001a8ca49922c206f85ad5
1	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	McOferta Média Big Mac + Chicken McNuggets 4 u...	6001a9f92b0e920751843bb
2	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	Chicken McNuggets 10 unidades R\$9,90	6001aaef749922c206f85ad8
3	2021-01-15	2021-02-18	REFORÇO	McFritas Grande R\$5,90	6001abeacddec2067ca467a
4	2021-01-22	2021-01-31	MEQUIZICES	2 Cheeseburger + 1 McFritas Média + 1 Bebida 5...	600822f3a787fb0db5255eaa
-	-	-	-	-	-
2860	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIGEO	Top Sundae R\$5,90	646ba4a3a7cf0902a3b54849
2861	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIGEO	1 Torta R\$5,50	646ba53eecd6d02a94a4cd
2862	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIGEO	1 McFritas Média R\$6,90	646ba682ecdc6d02a94a4ad2
2863	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIGEO	Combo Pequeno Quarterão R\$20,90	646ba74ccedc6d02a94a4ad4
2864	2023-06-01	2023-06-30	MEQUIGEO	McNuggets 6 + McFritas média + Bebida 300ml R\$...	646ba74da7cf0902a3b5484b

2855 rows × 5 columns

Detalhamento de Campanhas | Captura de dados diretamente do metabase

FACT_PLU

```

filters = [
    # br_ibge_ibc_id: ['AC01'],
    # br_ibge_ibc_id: ['Mato Grosso do Sul', 'MS', 'MS-PAULIST'],
    's_estado_brasil': ['SP', 'PR'],
    's_municipio_brasil': ['SANTO', 'PAULO'],
    's_republica_brasil': ['SAO', 'SANTO'],
    's_municipio_internacional_brasil': ['200A MONTE', '200A SAO'],
    's_status_brasil': ['OPC'],
    's_type_store_brasil': ['MV', 'VS'],
    'd_date': ['2022-10-01', '2022-12-31'],
]

df_product = get_product_info_table_by_filters(filters, session_id)
df_product

```

DIM DATE

d_sk	d_im_date	gc_cost	gc_cost_items_affordability	gc_cost_items_coupon	gc_cost_items_dessert	gc_cost_items_family	gc_cost_items_others	gc_count	gc_cost
0	13941	32.730000	0.0	0	32.540001	0.0	0.189941	24	32.540001
1	13941	2933.050049	454.0	273	267.070007	172.5	20.546875	266	267.070007
2	13941	3011.830079	315.0	271	369.540009	289.0	59.966750	332	369.540009
3	13941	2905.149962	842.5	278	386.230011	292.5	60.937500	438	386.230011
4	13941	3095.449951	673.5	243	272.220001	153.5	52.062500	445	272.220001
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
819776	15916	4215.448779	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	414	0.000000
819777	15916	1221.976562	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	88	0.000000
819778	15916	3556.329102	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	381	0.000000
819779	15916	9152.98681	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	7	0.000000
819780	15916	3361.771484	0.0	0	0.000000	0.0	0.000000	332	0.000000

DIM_STOR

Identificador	Nome	Nascimento	CPF	RG	Endereço	Número	Complemento	Cidade	UF	CEP	Bairro	UF_Bairro	UF_Cidade	UF_Endereco	UF_Rua	UF_Nro	UF_Bairro_Cidade
1	Thiago	2010-12-25 00:00:00	10 ANTONIO CRISTOVAO TOMA A PINTA, TORRE 2		ALAMO DO MAGUEIRA 2044			ALFENELLE	SP	0							
2	Thiago	2010-01-01 00:00:00			PROJETO DA SERRA BRILHO 01			CONSELHO	SP	0							
3	Thiago	2000-01-01 00:00:00			PARAIBA			SAUÍ	SP	0							
4	Thiago				AV. DANTAS			P. 20019000	SP	0							
400	Thiago	2010-01-01 00:00:00	TERESA MACHADO 91		RESIDENCIAL QUADRADO 2000			PARQUE SÃO PAULO	SP	0							
4000	Thiago	2010-01-01 00:00:00	0000000000000000		PROFESSOR FRANCISCO ALVES DE OLIVEIRA			CONSELHO	SP	0							
4010	Thiago	2000-05-21 00:00:00	0000000000000000	Lote-Piso Superior	RESIDENCIAL DANTAS 20			DANTAS ALVARENGA	SP	0							
4011	Thiago	2000-05-21 00:00:00	0000000000000000	Lote B	AV. DANTAS MACHADO 2000			SC-Dante Alvar	SP	0							
4012	Thiago	2000-05-21 00:00:00	0000000000000000	SC-Dante Alvar	RESIDENCIAL DANTAS 20			SC-Dante Alvar	SP	0							

Detalhamento de Campanhas | Times de Brand, Digital e Delivery

Mar	Abr	Mai	Jun
31	7	14	21
14/03 Primeira reunião com times de Brand e Digital sobre o projeto Alavancas	14/04 Reunião remarcada	28/04 Reunião realizada com times de Brand, Digital e Delivery	05/05 Alinhamento McD/Bip sobre Campanhas
BRAND	DIGITAL	DELIVERY	

31/03

- Reunião com o time de Digital/Brand realizada, avançando com o entendimento das classificações dos pilares Preço, Campanhas, Lançamentos, Ações CRM e Ações Delivery, Ações Digital
- Foi solicitado a inclusão de um novo pilar (Novas Lojas)
- Marcar nova agenda com time de Digital/Brand para detalhamento do preenchimento do template

14/04

- Reunião remarcada

28/04

- Reunião com time de Brand, Digital e Delivery sobre detalhamento dos dados de campanhas e apresentação do formulário para cadastro de campanhas
- Foi sinalizado risco de retrabalho no cadastro das campanhas no formulário, pois já são sinalizadas parcialmente via digiGo (Cupons) e AppsFlyer (mensuração do inbound)
- Marcar nova discussão com o time de Brand, Digital e Delivery para avaliação das regras de Campanhas

05/05

- Alinhamento com Lutti (McD) e Garbuio, Michael (Bip), sobre as dificuldades de obtenção dos dados de campanhas e destaque para preenchimento do formulário para construção das correlações dos pilares envolvidos no Alavancas

18/05

- Reunião com Delivery remarcada

22/05

- Reunião com time de Delivery, apresentando no detalhe o projeto do Alavancas e a utilização do formulário de Campanhas. Macro visão das rotinas e processos do time sobre criação e acompanhamento das campanhas (McD e Ifood)
- Estão de acordo com o cadastro das campanhas via formulário (piloto)
- Boa maturidade de métricas e gestão dos dados

24/05

- Reunião com time de Digital, apresentando no detalhe o projeto do Alavancas e a utilização do formulário de Campanhas. Macro visão das rotinas e processos do time sobre criação e acompanhamento das campanhas (Cupom, Delivery, MOP)
- Preocupação com esforço operacional na utilização do formulário. Time repassou Excel com base de cupons para avaliação de utilidade para o projeto (Data início e fim da Campanha mas sem dados de PLU)

02/06

- Reunião com time de Brand, apresentando no detalhe o projeto do Alavancas e a utilização do formulário de Campanhas. Macro visão das rotinas e processos do time sobre criação e acompanhamento das campanhas (OOH, TV e Digital)
- Dados detalhados das campanhas são fornecidos semestralmente pela agência Galeria, gerando lentidão na tomada de decisão de investimento em campanhas/alavancagem dos resultados
- Dificuldade na identificação de alavancagem por Campanhas de Brand (vínculo de PLU ou Produto não é uma obrigatoriedade)

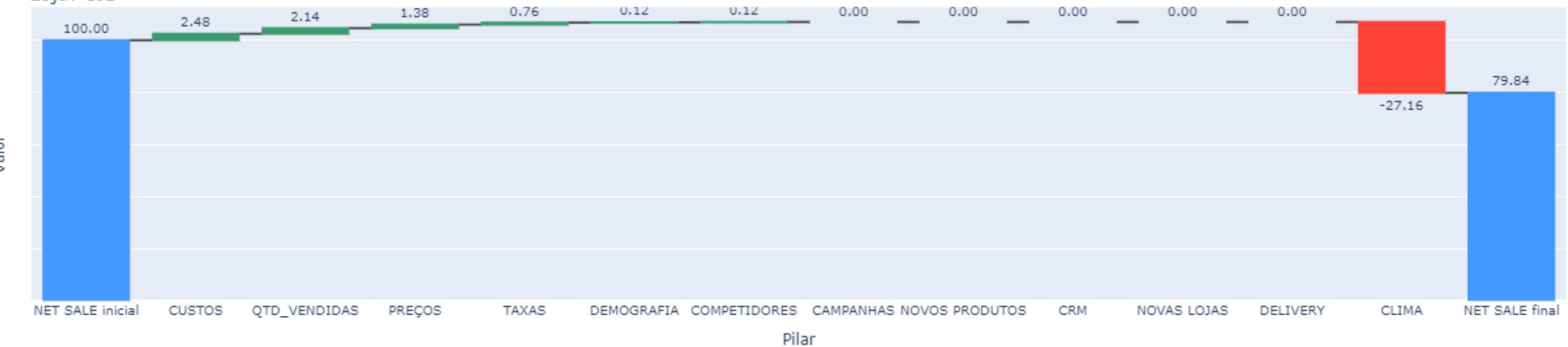


Golden Bridge – todos os pilares

Golden Bridge entre 2022-10-02 e 2022-11-15

Net Sale Bruto: 50.99k e 39.87k

Loja: CJD



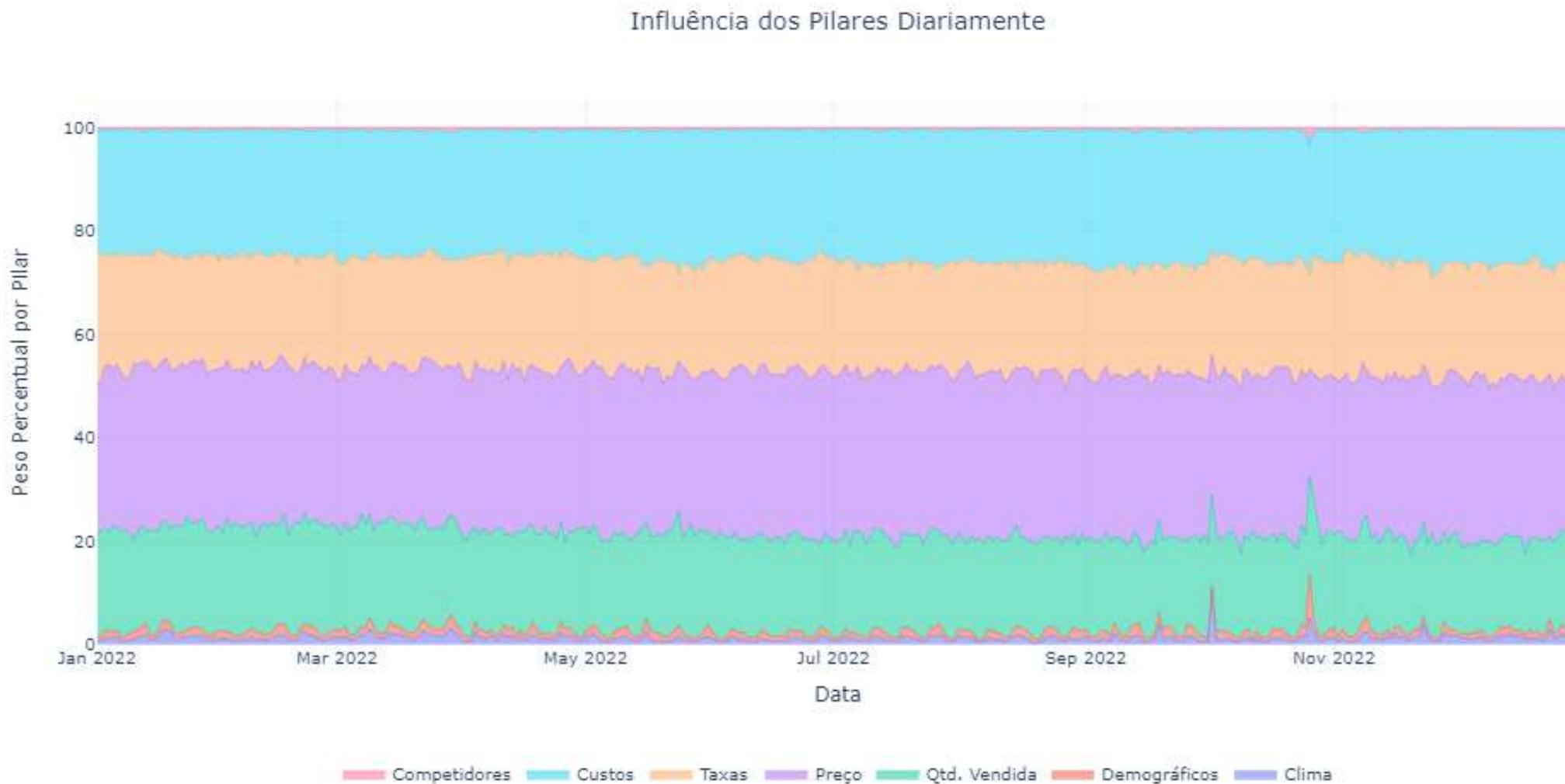
Golden Bridge – Tabelas por Pilar

# report_qtd_vendidas ...						
	PRODUTO_plus_p_familia_brasil	PRODUTO_sum_plu_unit_sold_2022-10-02	PRODUTO_sum_plu_unit_sold_2022-11-15	Difference	Difference %	
18	MOLHO CBO	29.0	3.0	-26.0	-89.655172	
1	3 X 3	23.0	8.0	-15.0	-65.217391	
10	FIGURINHAS COPA	118.0	59.0	-59.0	-50.000000	
30	TIRO EXTRA	68.0	44.0	-24.0	-35.294118	
12	HAMBURGER	28.0	19.0	-9.0	-32.142857	
5	CDD	10.0	7.0	-3.0	-30.000000	
2	ADD-ON FOOD	51.0	36.0	-15.0	-29.411765	
29	SUNDAE	126.0	89.0	-37.0	-29.365079	
16	MCFLURRY	266.0	191.0	-75.0	-28.195489	
24	PREMIUM	407.0	293.0	-114.0	-28.009828	
27	SHAKE	140.0	103.0	-37.0	-26.428571	
32	TORTAS	91.0	69.0	-22.0	-24.175824	
31	TOP SUNDAE	96.0	79.0	-17.0	-17.708333	
11	FRIES	1400.0	1174.0	-226.0	-16.142857	
28	SUCO	372.0	312.0	-60.0	-16.129032	
15	MCPISTA	21.0	18.0	-3.0	-14.285714	
9	FAMILY BOX	200.0	172.0	-28.0	-14.000000	
20	MOLHOS	84.0	76.0	-8.0	-9.523810	
23	PPS	53.0	48.0	-5.0	-9.433962	
6	CHEESEBURGER	57.0	52.0	-5.0	-8.771930	
25	PROTEINA	27.0	25.0	-2.0	-7.407407	
26	REFRI	785.0	729.0	-56.0	-7.133758	
8	DANONINHO	84.0	79.0	-5.0	-5.952381	
14	MCCOLOSSO	24.0	23.0	-1.0	-4.166667	
21	NUGGETS	81.0	82.0	1.0	1.234568	
7	CLASSIC	703.0	715.0	12.0	1.706970	
33	TOY	140.0	144.0	4.0	2.857143	
13	LOWER CLASSIC	153.0	158.0	5.0	3.267974	
17	MCNUGGETS W/ 4	17.0	20.0	3.0	17.647059	
4	CASQUINHAS	84.0	113.0	29.0	34.523810	
0	2 X R\$ 19.90	147.0	0.0	0.0	0.000000	
3	AGUA	8.0	0.0	0.0	0.000000	
19	MOLHO TASTY	43.0	0.0	0.0	0.000000	
22	OUTROS	1.0	0.0	0.0	0.000000	
34	QUEIJO QUENTE	0.0	4.0	0.0	0.000000	

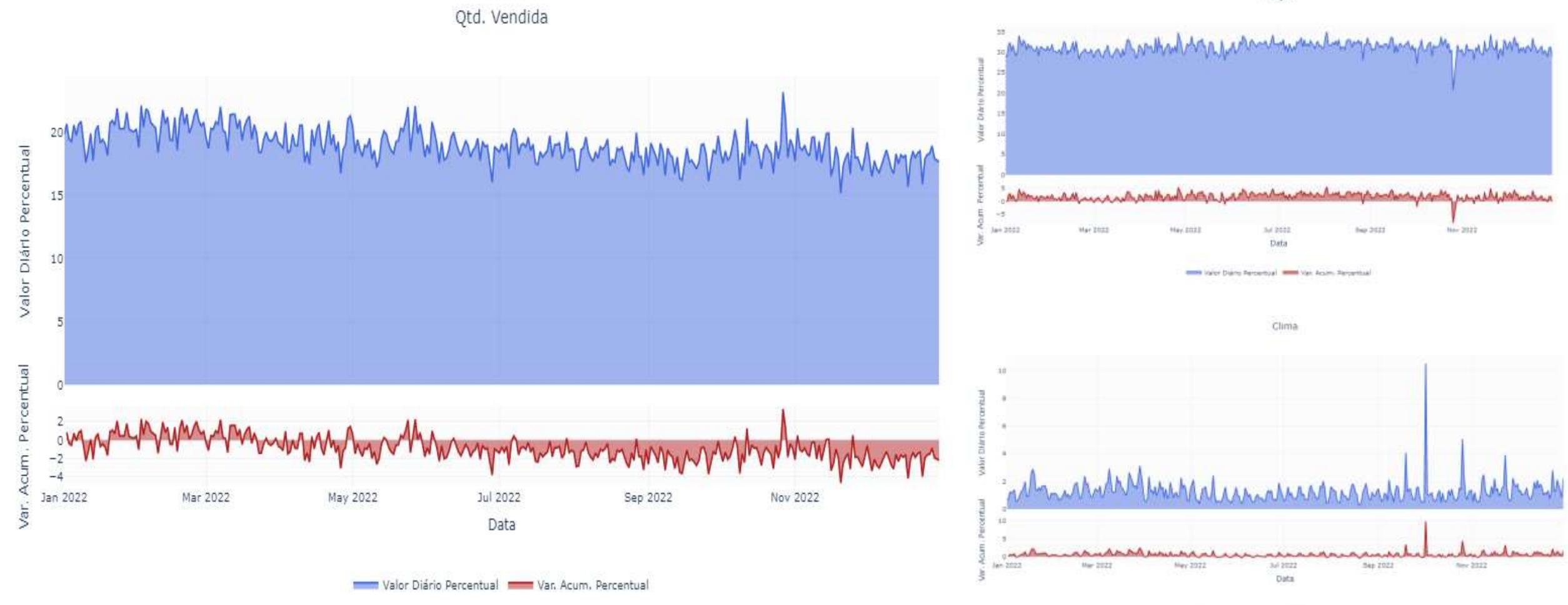
# report_qtd_vendidas ...						
	PRODUTO_plus_p_familia_brasil	PRODUTO_sum_plu_unit_price_2022-10-02	PRODUTO_sum_plu_unit_price_2022-11-15	Difference	Difference %	
18	MOLHO CBO	44.50	40.00	-4.50	-9.011200	
1	3 X 3	137.70	23.00	-113.70	-82.718049	
10	FIGURINHAS COPA	118.00	104.00	-14.00	-12.181562	
30	TIRO EXTRA	68.00	68.00	0.00	0.000000	
12	HAMBURGER	28.00	27.00	-1.00	-3.571429	
5	CDD	3486.00	4762.25	-1276.25	-36.521113	
2	ADD-ON FOOD	44.50	40.00	-4.50	-9.011200	
29	SUNDAE	126.00	89.00	-37.00	-29.365079	
16	MCFLURRY	266.00	191.00	-75.00	-28.195489	
24	PREMIUM	407.00	293.00	-114.00	-28.009828	
27	SHAKE	140.00	103.00	-37.00	-26.428571	
32	TORTAS	91.00	69.00	-22.00	-24.175824	
31	TOP SUNDAE	96.00	79.00	-17.00	-17.708333	
11	FRIES	1400.00	1174.00	-226.00	-16.142857	
28	SUCO	372.00	312.00	-60.00	-16.129032	
15	MCPISTA	21.00	18.00	-3.00	-14.285714	
9	FAMILY BOX	200.00	172.00	-28.00	-14.000000	
20	MOLHOS	84.00	76.00	-8.00	-9.523810	
23	PPS	53.00	48.00	-5.00	-9.433962	
6	CHEESEBURGER	57.00	52.00	-5.00	-8.771930	
25	PROTEINA	27.00	25.00	-2.00	-7.407407	
26	REFRI	785.00	729.00	-56.00	-7.133758	
8	DANONINHO	84.00	79.00	-5.00	-5.952381	
14	MCCOLOSSO	24.00	23.00	-1.00	-4.166667	
21	NUGGETS	81.00	82.00	1.00	1.234568	
7	CLASSIC	703.00	715.00	12.00	1.706970	
33	TOY	140.00	144.00	4.00	2.857143	
13	LOWER CLASSIC	153.00	158.00	5.00	3.267974	
17	MCNUGGETS W/ 4	17.00	20.00	3.00	17.647059	
4	CASQUINHAS	84.00	113.00	29.00	34.523810	
0	2 X R\$ 19.90	147.00	0.00	0.00	0.000000	
3	AGUA	8.00	0.00	0.00	0.000000	
19	MOLHO TASTY	43.00	0.00	0.00	0.000000	
22	OUTROS	1.00	0.00	0.00	0.000000	
34	QUEIJO QUENTE	0.00	4.00	0.00	0.000000	



Golden Bridge – %Share de influência dos pilares



Golden Bridge – %Share de influência dos pilares



Exemplo Golden Bridge

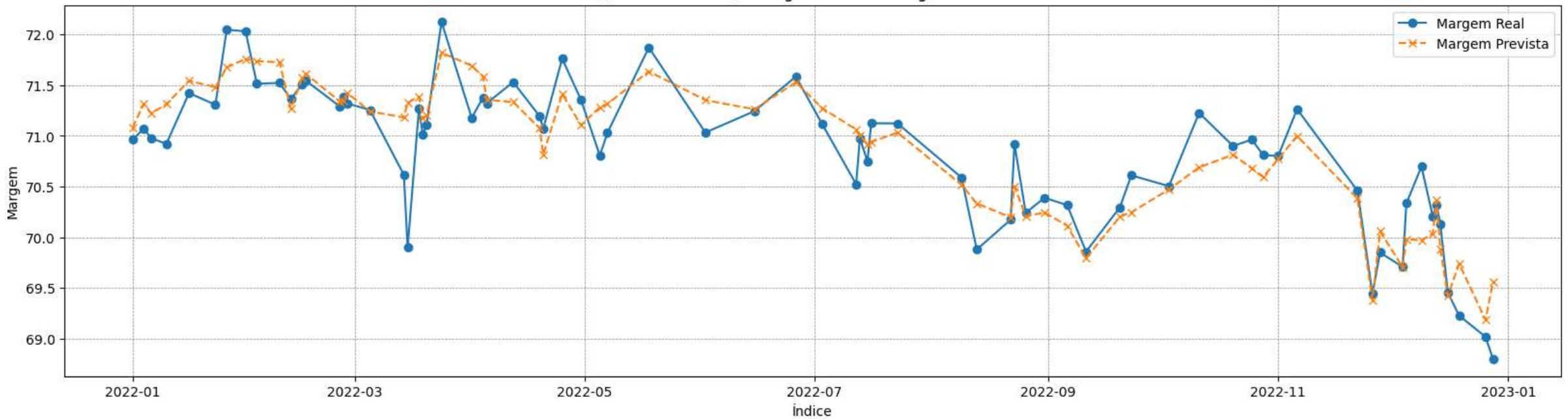
Gráfico Cascata - 2022-01-28 a 2022-01-29



Gráfico de Valores Reais vs. Valores Previstos

Loja BDT em 2022

(Dados de Teste) - Margem Real vs Margem Prevista



Resultados da Previsão de Margem

- MSE: 0.0001
- RMSE: 0.0032
- MAE: 0.0023
- MAPE: 0.0032
- R2: 0.7938
- Resíduos mínimos e máximos: -0.72, 1.43
- Resíduos percentuais mínimos e máximos:
-1.03, 2.0

Análise das Alavancas

- Seleção de recursos classificados como "alavancas"
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Alavancas - Variáveis com impacto positivo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	alavanca	6.475550e-05	media_plu_unit_price_calculado	3490	Delivery	REFRI PROMO MEDIA
34	alavanca	4.437560e-05	media_plu_unit_net_sale	569636	Delivery	FANTAGALC DLV
43	alavanca	4.246287e-05	imposto_medio_por_item_vendido	61109	NGK	FL OVOCA BL
65	alavanca	4.099702e-05	media_plu_unit_net_sale	91084	Delivery	TRIPLO CB ALC
93	alavanca	3.825593e-05	media_plu_unit_net_sale	84604	McCafé	AGUA GARRAFA 500ML ALC
...
32214	alavanca	7.110588e-08	sum_plu_unit_price	61394	Delivery	BR2 MIRABEL
32216	alavanca	3.980165e-08	sum_plu_unit_price	601224	Balcão	CHIMELTBCM PR
32217	alavanca	3.762720e-08	media_gc_net_sale	82773	Mop	CHEEDDAR PRMOP
32283	alavanca	2.245689e-08	media_gc_net_sale	73160	Delivery	MGFLMMCH PRBL
32295	alavanca	2.172442e-09	sum_plu_net_sale_calculado	572828	Delivery	COCA LATA ME

Análise dos Ofensores

- Seleção de recursos classificados como “ofensores”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Ofensores - Variáveis com impacto negativo no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância	Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
0	ofensor	-5.491102e-05	media_plu_unit_sold	60706	NGK	MCL CB PR CF
44	ofensor	-4.606582e-05	media_plu_unit_net_sale	76338	Drive-Thru	MEGA NUGG ALC
99	ofensor	-4.572123e-05	cost_plu_unit	61822	Drive-Thru	QUART M PR CF
132	ofensor	-4.506787e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601099	Drive-Thru	MEGA NUG PRG
154	ofensor	-4.346204e-05	imposto_medio_por_item_vendido	601100	Delivery	MEGA NUG PRM
...
36531	ofensor	-1.276848e-08	cost_plu_unit	63261	Drive-Thru	CHICKJR PRCP
36533	ofensor	-9.957821e-09	media_plu_unit_net_sale	68071	Mop	BIGM MOP PRCF
36534	ofensor	-8.916935e-09	sum_plu_unit_price	65080	Balcão	BR2 SHURI PR
36535	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	77907	Drive-Thru	BAT CHED PRCP
36547	ofensor	-8.781241e-10	media_gc_net_sale	64056	Drive-Thru	BIG MAC PRCP

Análise dos Neutros

- Seleção de recursos classificados como “neutro”
- Ordenação por ordem decrescente de importância

Neutros - Variáveis sem impacto no modelo - Loja BDT em 2022

	Classificação	Importância		Var	plus_p_product_code	dim_segment_segment	plus_p_long_description
36559	neutro	0.0		media_plu_unit_net_sale	600805	Delivery	FL OVO CA BL
36570	neutro	0.0		media_plu_unit_net_sale	600718	Delivery	DU BARB PRPD
36581	neutro	0.0		sum_plu_net_sale_calculado	85217	NGK	BIG MAC PRCP
36592	neutro	0.0		media_plu_unit_price_calculado	67194	NGK	FANTG Z M PRCP
36603	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	81600	Delivery	SUNDCABL DLV
...
37772	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	91282	NGK	FANTGUA Z M ALC
37774	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	91320	Delivery	COCA PR DLV
37776	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88563	Delivery	FANTAGPRCPDLV
37778	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88783	Delivery	COCAS DLV
37780	neutro	0.0		sum_plu_val_tax	88836	Mop	FIGURIN PRMOP



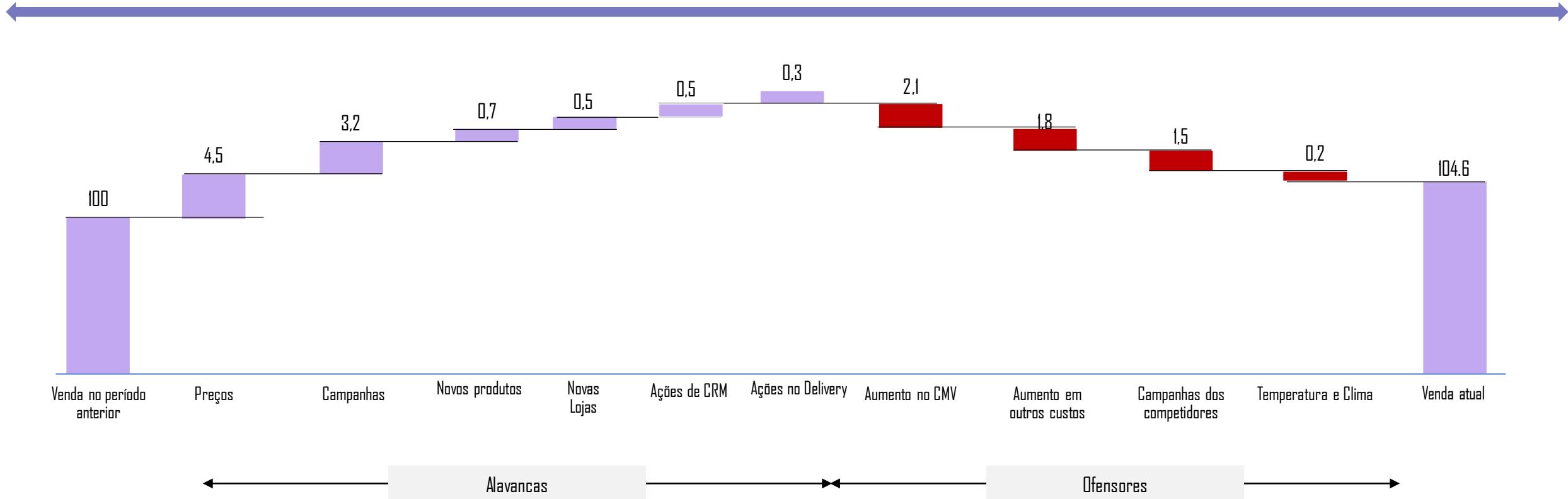
Expansão de Insights de Negócios: Criação de Variáveis Compostas a partir de Variáveis Puras (Booking)

fact_plu_agrupado_day				
PURA	Descrição	Crescente	Descrição das variáveis compostas	Fórmula
p_sk_dim_product s_sk_dim_store s_sk_dim_segment d_sk_dim_date count_items_gt sum_plu_unit_sold sum_plu_unit_price media_plu_unit_price media_plu_unit_sold	segmento (o dia está separado por segmentos) data número de produtos vendidos Somatória da quantidade de PLUs vendidas naquele dia Somatória dos valores unitários das PLUs vendidas naquele dia Média PLU (CARREGADA)		media_plu_price_calculado	média unitária do preço da PLU $\text{sum_plu_unit_price} / \text{sum_plu_unit_sold}$
sum_plu_gross_sale	Venda bruta do PLU naquele dia Fórmula = media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price	sum_plu_gross_sale_calculado	Somatória de preços (gross_sale) da PLU, já que é a quantidade vendida multiplicado pelo valor unitário Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	media_plu_unit_sold * sum_plu_unit_price
sum_plu_net_sale	Venda líquida do PLU naquele dia Fórmula = sum_plu_gross_sale - sum_plu_val_tax	sum_plu_net_sale_calculado	Somatória do valor líquido (net_sale) da PLU, já que o valor líquido é a somatória de preços menos as taxas. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_gross_sale_calculado - sum_plu_val_tax
sum_plu_val_icms sum_plu_val_cofins sum_plu_val_icms_apurado sum_plu_val_pis	valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax valor do imposto segmentado do sum_plu_val_tax	margem_plu	O net_sale não engloba os custos, assim para chegar na margem, é necessário tirar o custo $(\text{sum_plu_net_sale_calculado} - \text{sum_plu_cost_total_calculado}) / \text{sum_plu_net_sale_calculado}$	
sum_plu_val_tax	Soma dos impostos de icms,cofins,pix	imposto_medio_por_item_vendido	valor da somatória dos impostos para aquele PLU de forma unitária	sum_plu_val_tax / sum_plu_unit_sold
gt_count_items_validated gt_net_sale gt_gross_sale media_gt_net_sale	número de itens validados no dia Referência é o gt_net_sale non vendido produto pertencente exclusivamente à GC, e gt_gross_sale que inclui produto pertencentes à GC, o valor quando motivo do gt_net_sale é o dia			
sum_plu_cost_total	Somatória dos custos de produtos (não inclui taxes) Fórmula = sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit	sum_plu_cost_total_calculado	Somatória dos custos da PLU. Recalculado devido apresentar inconsistências na variável pura	sum_plu_unit_sold * cost_plu_unit
cost_plu_unit	custo unitário daquela PLU naquele dia	media_plu_net_sale	diferença líquida entre valor médio do produto e o custo atrelado	media_plu_unit_price_calculado - imposto_medio_por_item_vendido



Alavancas de venda e margem | Novo modelo de pilares

Modelo de alavancas e ofensores nas vendas e margem



Regras das Alavancas

Preços

Pedidos de venda com PLUs/Produtos com alteração de preço de venda

Campanhas

ver detalhamento das regras

Novos produtos

PLU sem cadastro de campanha com data de criação dentro de determinado período

Novas Lojas

Pedidos de venda atrelado a novas lojas com período de abertura menor que maturação

Ações CRM

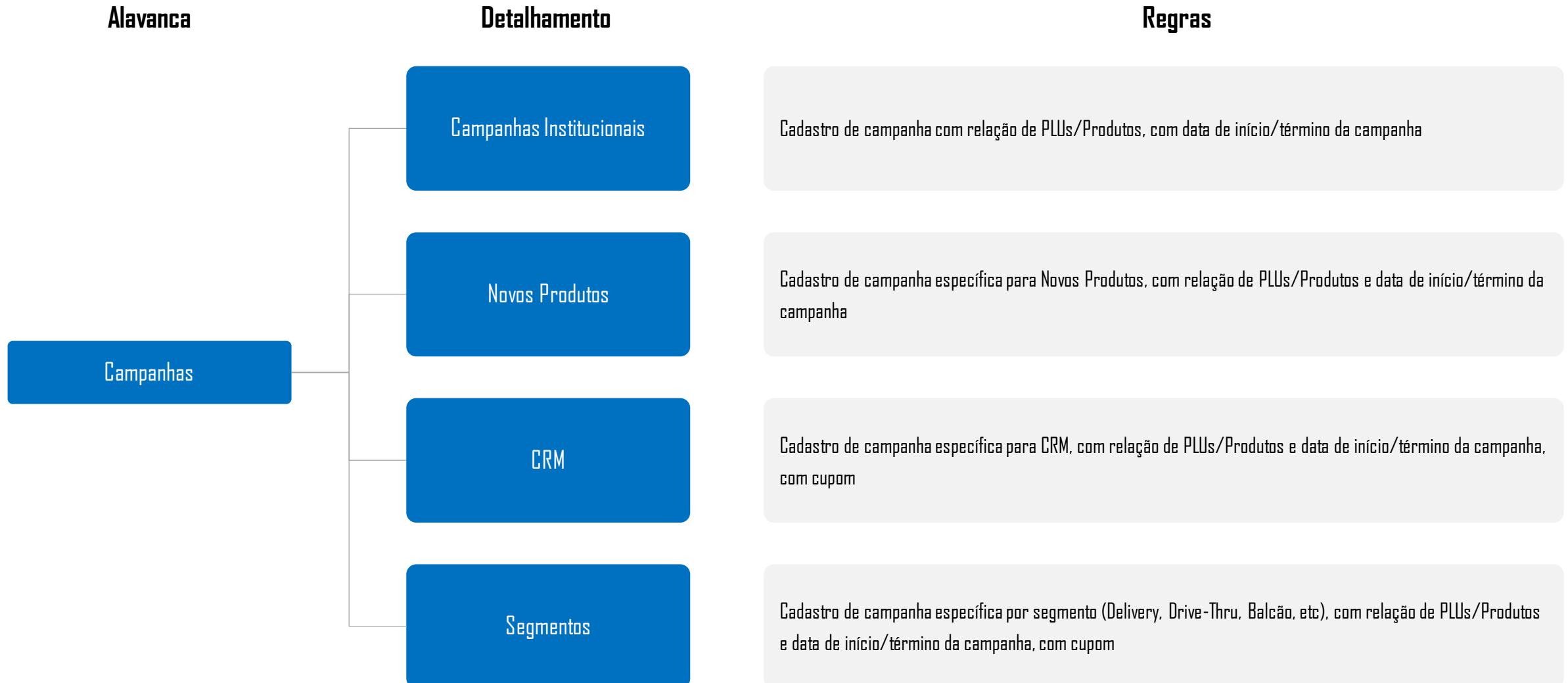
Pedidos de venda impulsionados por push notification sem cupom

Ações Delivery

Pedidos de venda do segmento Delivery sem campanha dedicada e sem utilização de cupom



Alavancas de venda e margem | Detalhamento de Campanhas



Formulario – Integração dos dados de campanhas – Tela de Login

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:8501'. The main content area has a dark background with white text. At the top, it says 'Integração de dados - Campanha'. Below that, a heading 'Faça o login' is followed by two input fields: 'Nome de usuário' and 'Senha'. A 'Login' button is located at the bottom left of the form area.

Integração de dados - Campanha

Faça o login

Nome de usuário

Senha

Login

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Extração dos dados da Metabase para preenchimento do formulario

The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost:8501` in the address bar. The page title is "Integração de dados - Campanha". On the left, there is a sidebar with the text "Bem-vindo(a), michael.mattioli@mail-bip.com!". The main content area contains the following text:

Esse sistema tem o objetivo de gerar um CSV para integrar e identificar as campanhas no Metabase, de modo a padronizar a seleção dos dados e integrar os dados da maneira correta.

Para entender como preencher, acesse a documentação [link].

- Capturando dados necessários do Metabase - tempo médio de 3 minutos
- Running `get_data_from_metabase()`.

A "Login" button is located at the bottom of the sidebar.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Após a extração das tabelas necessárias, será possível preencher o formulário

The screenshot shows a web browser window with a dark theme. The address bar displays 'localhost:5501'. The main content area has a title 'Integração de dados - Campanha' and a sub-section 'Formulário'. It contains several input fields and radio button groups:

- A text input field labeled 'Digite o nome de identificação da campanha' containing the value 'Nova Casquinha de doce de leite'.
- A question 'Tem PLU atrelada?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- A question 'Tem CUPOM atrelado?' with two radio button options: 'Sim' (selected) and 'Não'.
- Date inputs for 'Data de inicio da campanha' showing '2023/04/14' and 'Data de fim da campanha' showing '2023/04/14'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

A equipe conseguirá selecionar os produtos com os dados atualizados do metabase

The screenshot displays a user interface for campaign management. At the top, there are two date inputs: 'Data de início da campanha' (2023/04/14) and 'Data de fim da campanha' (2023/04/14). Below these is a dropdown menu labeled 'Seleção de PLUs' with the placeholder 'Choose an option'. A note below the dropdown says 'Seleção de PLUs separado por vírgula. Exemplo: 1,2,3,4,5,...'. Further down, there's a section titled 'Seleção de produtos - (sem restrição = todos selecionados)' containing a redacted list of selected products: 'MCFISH X', 'MCITÁLIA X', and 'BIG MAC X'. Below this, under the heading 'CLUB GRILL', a list of products is shown with red arrows pointing to each item: 'CLUB GRILL CX', 'CLUB GRILL GRANDE PR CI', 'CLUB GRILL ME', 'CLUB GRM PR CX', 'CLUB HOUSE ALC 2X1', and 'CLUB HOUSE ALC 2X1 CX'.

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Validação dos dados selecionados

Construir dados

	nome campanha	data inicio	data fim	segmento atuante	tem_cupom	tem_plu
0	Nova Casquinha de doce de leite	2023-04-14	2023-04-14	<input type="checkbox"/> Delivery <input type="checkbox"/> Drive-Thru <input type="checkbox"/> Cold Kiosk <input type="checkbox"/> Balcão	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	p_product_code	p_long_description
0	79	MCFISH
1	79	MCFISH
2	100,076	BIG MAC
3	63,852	MCITÁLIA
4	63,852	MCITÁLIA

	s_cidade_brasil	s_estado_brasil
0	AMERICANA	SP
1	FORTALEZA	CE
2	APARECIDA DE GO	GO
3	GOIANIA	GO
4	ANAPOLIS	GO
5	ALEXANIA	GO
6	CALDAS NOVAS	GO
7	MANAUS	AM
8	JUAZEIRO DO NO	CE
9	CRATO	CE

Formulario – Integração dos dados de campanhas – Pagina Principal

Campos que podem ser utilizados para integração de dados

Campos que podem ser utilizados para integração de dados:

- nome de identificação da campanha
- Tem PLU atrelada? (Sim/Não)
- Tem CUPOM atrelado? (Sim/Não)
- Data de inicio da campanha
- Data de fim da campanha
- Seleção de PLUs (multi-seleção)
- Seleção de PLUs separado por vírgula (campo de texto)
- Seleção de segmentos (multi-seleção)
- Seleção de cidades (multi-seleção)
- Seleção de estados (multi-seleção)
- Seleção tipo de loja (multi-seleção)
- Retira loja(s) específicas (multi-seleção e campo de texto separado por vírgula)



Detalhamento do Dicionário de Dados

fact_plu_agrupado_day			Descrição para selecionar as variáveis
CAMPO	Tipo	Descrição	
p_sk_dim_product	BIGINT	Conexão com a dim_product para obter detalhes do produto	Como esse pilar faz parte de preços, a fact_plu_agrupado_day tem os dados dos produtos vendidos por dia. Esses dados mostram a soma dos valores vendidos, venda líquida e bruta, e a contagem de tickets por hora
s_sk_dim_store	BIGINT	Conexão com a dim_store para obter detalhes da loja	
s_sk_dim_segment	INTEGER	Conexão com a dim_segment para obter detalhes do segmento	
d_sk_dim_date	INTEGER	Conexão com a dim_date para obter detalhes de data	
count_unique_gc	BIGINT	Total de GCs que tiveram essa PLU	
sum_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Quantidade de PLU vendido	
sum_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Valor da PLU Vendida	
media_plu_unit_price	DOUBLE PRECISION	Média de valor vendido	
media_plu_unit_sold	DOUBLE PRECISION	Média de quantidade vendidas	
sum_plu_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda Bruta por PLU	
sum_plu_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida por PLU	
sum_plu_val_icms	DOUBLE PRECISION	Valor ICMS por PLU	
sum_plu_val_cofins	DOUBLE PRECISION	Valor de COFINS por PLU	
sum_plu_val_icms_apurado	DOUBLE PRECISION	Valor de ICMS apurado por PLU	
sum_plu_val_pis	DOUBLE PRECISION	Valor de PIS por PLU	
sum_plu_val_tax	DOUBLE PRECISION	Valor de Taxa por PLU	
gc_count_itens_validated	DOUBLE PRECISION	Quantidade de GC validado	
gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Venda líquida do total de GCs	
gc_gross_sale	DOUBLE PRECISION	Venda bruta do total de GCs	
media_gc_net_sale	DOUBLE PRECISION	Média de venda líquida por GCs	
sum_plu_cost_total	DOUBLE PRECISION	Valor total dos custos da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo unitario da PLU	
cost_plu_unit	DOUBLE PRECISION	Custo por Unidade de PLU	

Detalhamento de informações demográficas - PIB per capita

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	PIB_per_capita_2016	PIB_per_capita_2017	PIB_per_capita_2018	PIB_per_capita_2019	PIB_per_capita_2020
0	110001	18749.20	19081.43	21538.40	21607.11	25091.18
1	110002	20627.28	21313.62	23215.13	23912.53	25730.20
2	110034	14412.43	15062.51	17402.53	18069.73	20525.54
3	110037	16438.91	23353.60	21043.44	21805.10	24484.67
4	110040	13960.07	14699.70	15655.84	16726.11	18143.32
...
5565	522190	15128.28	16547.20	17341.89	17859.07	22092.62
5566	522200	27552.31	28947.80	32734.86	35352.27	42019.96
5567	522205	42451.15	41781.41	39378.54	37145.00	47171.97
5568	522220	24721.19	20701.27	18000.23	17902.82	19310.39
5569	522230	37351.39	32021.60	31246.02	35826.78	37142.72

5570 rows × 6 columns

Detalhamento de informações demográficas - IDH

Detalhamento em nível municipal

	id_municipio	IDH_1991	IDH_2000	IDH_2010
0	110001	0.329	0.483	0.641
1	110002	0.432	0.556	0.702
2	110034	0.313	0.469	0.643
3	110037	0.241	0.402	0.592
4	110040	0.269	0.446	0.625
...
5565	522190	0.414	0.562	0.687
5566	522200	0.418	0.596	0.712
5567	522205	0.431	0.583	0.684
5568	522220	0.271	0.499	0.647
5569	522230	0.222	0.437	0.634

5570 rows × 4 columns

Detalhamento de informações demográficas - População Estimada

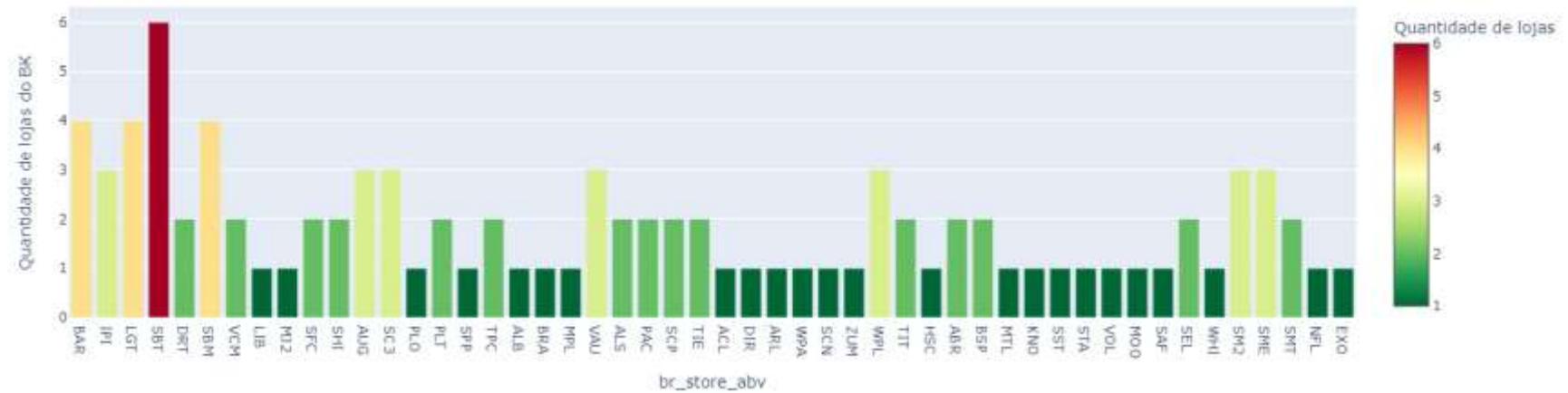
Detalhamento em nível municipal

	<code>id_municipio</code>	<code>populacao_estimada_2017</code>	<code>populacao_estimada_2018</code>	<code>populacao_estimada_2019</code>	<code>populacao_estimada_2020</code>	<code>populacao_estimada_2021</code>
0	110001	25437	23167	22945	22728	22516
1	110002	107345	106168	107863	109523	111148
2	110034	16747	14722	14411	14106	13807
3	110037	14045	13227	13241	13255	13268
4	110040	20916	20999	21428	21847	22258
...
5565	522190	3856	3816	3827	3838	3848
5566	522200	13675	13746	13863	13977	14088
5567	522205	8397	8611	8743	8873	9002
5568	522220	5731	6026	6171	6312	6451
5569	522230	5690	5758	5821	5882	5941

5570 rows × 6 columns

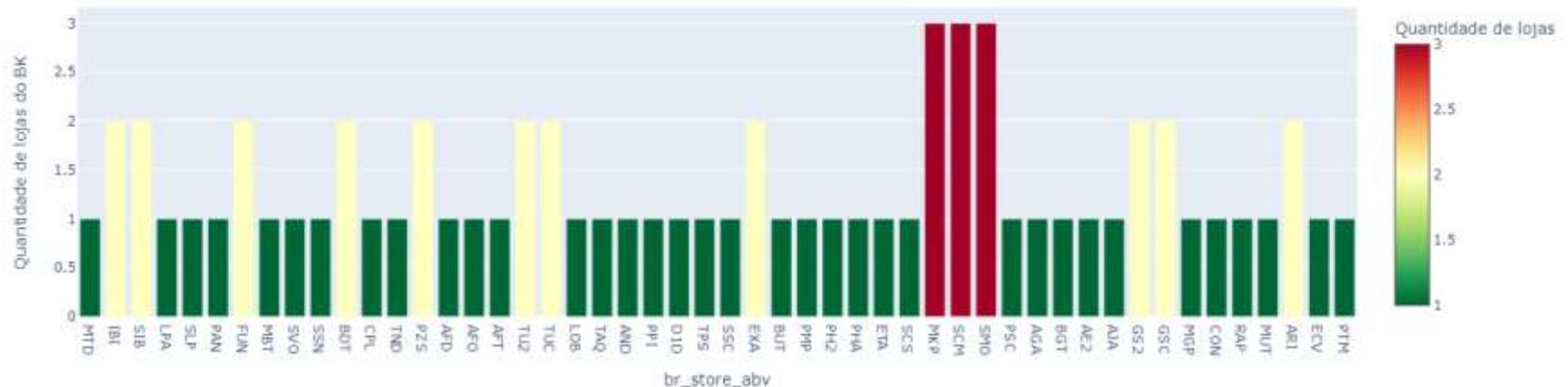
Detalhamento de proximidade com concorrentes - Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (0 a 49)



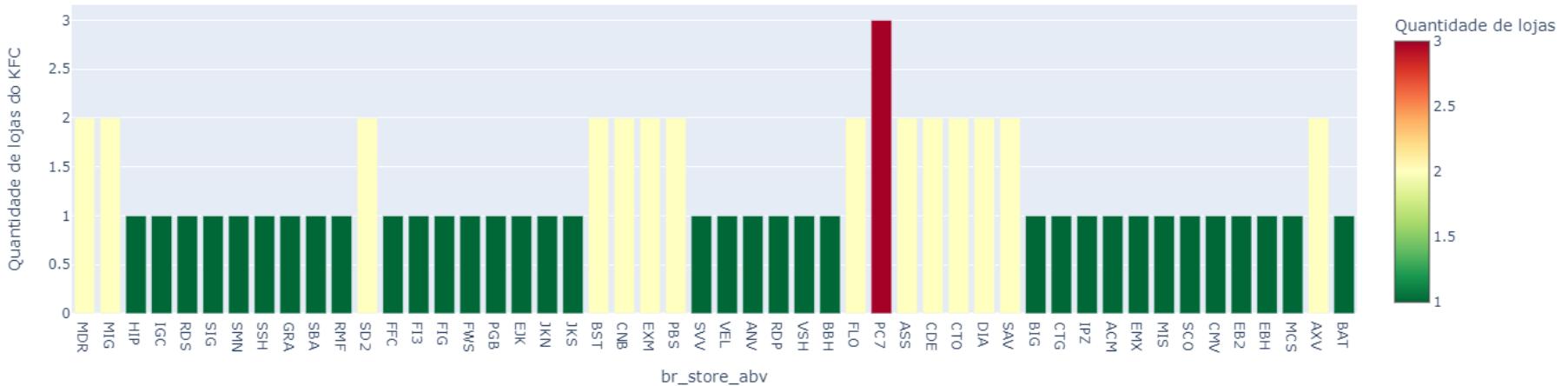
Burger King

Quantidade de lojas do BK em um raio de 0.5km por loja do Mc (50 a 99)



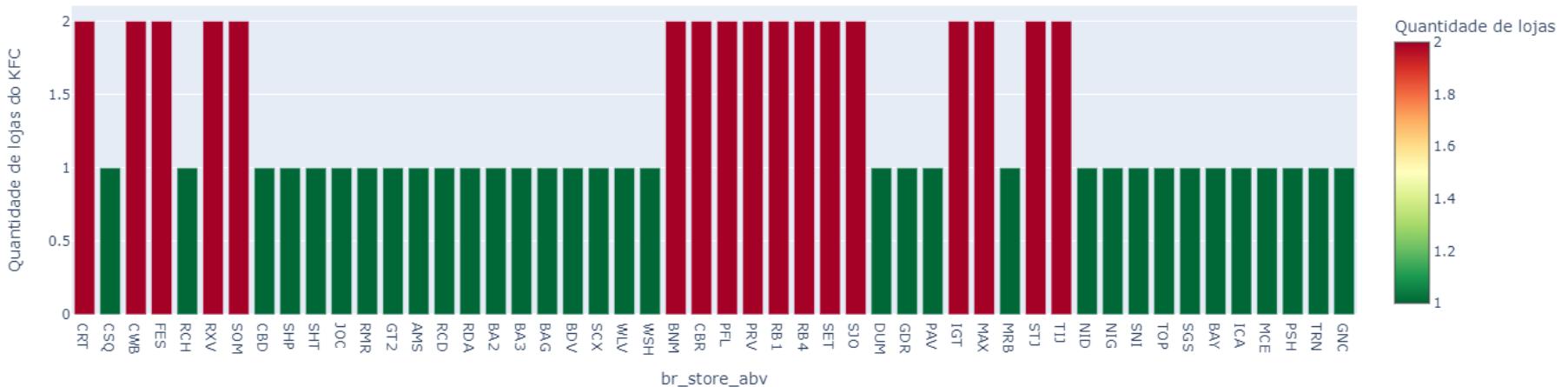
Detalhamento de proximidade com concorrentes - KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (0 a 49)



KFC

Quantidade de lojas do KFC em um raio de 2km por loja do Mc (50 a 99)



Detalhamento de proximidade com concorrentes - Jerônimo

Jerônimo



OBRIGADO!