

## Monitoramento Estratégico de Performance Comercial

A análise de dados aplicada ao desempenho comercial é um instrumento essencial para transformar registros operacionais em **inteligência estratégica de negócio**.

Este projeto consiste no desenvolvimento de um dashboard analítico em Power BI com o objetivo de monitorar **receita, custos, margens e produtividade de vendas**, permitindo uma visão integrada da rentabilidade e da eficiência comercial.

Mais do que apresentar indicadores isolados, a proposta busca **compreender padrões de desempenho**, identificar oportunidades de melhoria e avaliar a contribuição real de produtos, vendedores e supervisores para o resultado financeiro.

A pergunta central deixa de ser apenas “*quanto foi vendido*” e passa a ser:

**Onde estão as maiores margens, quais fatores impulsionam a rentabilidade e quais pontos limitam o crescimento comercial?**

A construção do dashboard envolveu **modelagem estruturada de dados, definição de métricas estratégicas e análise orientada por hipóteses**, elevando o estudo de um nível meramente descritivo para uma abordagem analítica voltada à tomada de decisão.

---

### Levantamento de Questões Estratégicas

A partir da análise exploratória e da consolidação dos indicadores, emergem questões fundamentais para a gestão comercial:

**A evolução da receita indica crescimento sustentável?**

A variação mensal revela tendências de expansão, estabilidade ou retração, permitindo avaliar a consistência do desempenho ao longo do tempo e identificar possíveis sazonalidades.

**Produtos com maior volume geram, de fato, maior rentabilidade?**

Nem sempre os itens mais vendidos apresentam as melhores margens. A análise evidencia a necessidade de equilibrar **volume de vendas e lucratividade**, direcionando esforços para produtos com maior retorno financeiro.

**A performance comercial é homogênea entre vendedores e supervisores?**

Diferenças relevantes de resultado indicam oportunidades de **replicação de boas práticas, capacitação direcionada e revisão de estratégias comerciais**.

**Quais grupos de produtos concentram maior potencial de margem?**

A identificação dos segmentos mais rentáveis permite **priorizar negociações, campanhas e posicionamento comercial**, maximizando o resultado global.

---

# Conclusão

A análise demonstra que o principal desafio da gestão comercial não está apenas em **aumentar a receita**, mas em **expandir a rentabilidade de forma sustentável**.

O dashboard evidencia que:

- O desempenho financeiro depende do equilíbrio entre **volume, custo e margem**.
- Produtos mais vendidos nem sempre são os mais lucrativos.
- Diferenças de performance entre equipes revelam oportunidades estratégicas de melhoria.
- A análise integrada de indicadores permite decisões mais rápidas, precisas e orientadas por dados.

Dessa forma, a solução desenvolvida transforma dados operacionais em **insights acionáveis**, apoiando o planejamento estratégico, a priorização de esforços comerciais e a maximização dos resultados do negócio.

O projeto reforça a aplicação de **pensamento analítico estruturado, modelagem de indicadores e Business Intelligence** como pilares para uma gestão orientada por dados.

