

# Gestão de Vendas

## Documentação Técnica do Dashboard

DATA CRIAÇÃO DO  
DASHBOARD

12 de jan. de 2026

ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO  
DA DOCUMENTAÇÃO

12 de jan. de 2026

SOLICITADO POR

Marcos Costa

DESENVOLVIDO POR

Daniel Nunes

## 01 Visão Geral

### 1.1 Objetivo do Dashboard

Este dashboard foi desenvolvido para centralizar e automatizar as análises comerciais de vendas, fornecendo respostas rápidas e confiáveis às questões estratégicas da empresa. O objetivo é substituir os processos manuais anteriores e disponibilizar insights em tempo real para apoiar a tomada de decisões.

### 1.2 PÚBLICO-ALVO

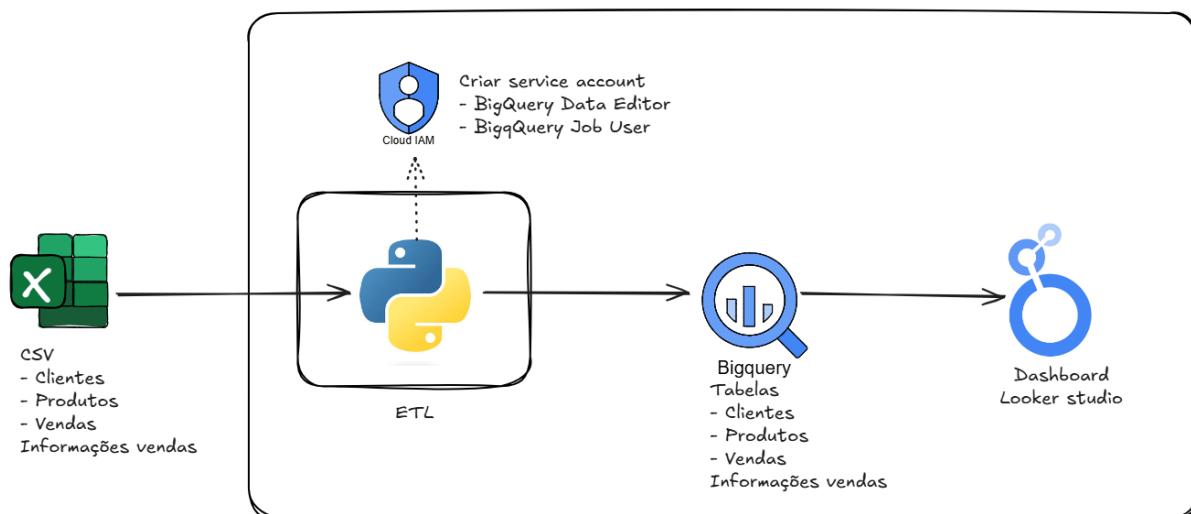
- Primário:** Diretoria de Data e Analytics
- Secundário:** Gerentes de Data e Analytics
- Usuários finais:** Comunidade de Dados

## 02 Fontes de Dados

---

### 2.1 Infraestrutura técnica

- **Fontes:** Arquivos CSV
- **Data Warehouse:** BigQuery
- **ETL/ELT:** Python
- **Ferramenta de DataViz:** Looker Studio



## 03 Transformações dos Dados

---

### 3.1 Processo ETL/ELT

O processo de transformação utiliza Python estruturado em três etapas principais:

#### Staging Layer

- **Objetivo:** Padronização inicial dos dados brutos.
- **Processos:**

- Correção de tipagens de campos (datas, números, textos).
- Renomeação de campos para padrão corporativo.
- Remoção de caracteres especiais e espaços.
- Limpeza e tratamento de dados nulos.
- Conversão de encoding (UTF-8).

### **Intermediate Layer**

- **Objetivo:** Preparação para gerar tabelas.
- **Processos:**
  - Criar conta de serviço com as devidas permissões.
  - Gerar tabelas no Big Query.

### **Final Layer**

- **Objetivo:** Preparação para gerar tabelas.
- **Processos:**
  - Criação de joins entre tabelas.
  - Cálculos de métricas intermediárias.
  - Aplicação de regras de negócio específicas.

## **3.2 Principais Transformações Aplicadas**

### **Tratamento de Dados de Clientes**

- Padronização de nomes e endereços.
- Geocodificação para análises geográficas.
- Classificação por segmento e potencial.

### **Normalização de Produtos**

- Padronização de códigos entre sistemas.
- Cálculo de margens e custos.

### **Validações e Testes Implementados**

- Testes de Qualidade: Verificação de nulos, duplicatas e integridade referencial.

- Testes de Negócio: Validação de totais e regras específicas.

## 04 Principais Insights

---

- **Crescimento consistente do faturamento**, com variações positivas em meses-chave (ex.: +27,9% em mar/25 e +9,5% em jun/25), apesar de oscilações pontuais negativas, indicando **sazonalidade e oportunidades de ajuste tático**.
- **Alta concentração de receita em poucos produtos**, com destaque para os planos de **Fibra (300Mb, e TV + Fibra)**, que lideram o ranking de faturamento e participação no total. Isso reforça a importância desses produtos como **core business**.
- **Ticket médio saudável ( $\approx$  R\$ 188,80)**, com leve variação mensal, sugerindo **estabilidade no valor médio das vendas**, e espaço para estratégias de **upsell e cross-sell** para elevar esse indicador.
- **Base de clientes majoritariamente ativa**, porém, com um volume relevante de cancelamentos (1.530 no período), o que sinaliza a necessidade de **ações de retenção**, especialmente em períodos de queda do faturamento.
- **Estados como SP, RS e RJ** se destacam tanto em **faturamento absoluto** quanto em **crescimento mês a mês**, enquanto alguns estados apresentam bom volume, mas crescimento mais instável — indicando **potencial de otimização regional**.
- **Diferença clara de desempenho por localidade**, mostrando que o crescimento não é homogêneo. Isso abre espaço para **estratégias comerciais regionais** mais direcionadas (campanhas, ofertas específicas e ajustes de portfólio).

O negócio apresenta **boa tração comercial**, sustentada por produtos de alta relevância e ticket médio estável. O principal desafio está em **reduzir cancelamentos e suavizar a volatilidade mensal**, enquanto as maiores oportunidades estão em

**expandir vendas nos estados líderes e aumentar o ticket médio via produtos premium.**

## 05 Descrição das tabelas

---

### **tbdc\_faturamento\_mes\_a\_mes**

Cria uma tabela com faturamento total por mês, o faturamento do mês anterior e a variação mês a mês (MoM).

### **tbdc\_contrib\_faturamento**

Cria ranking de produtos por faturamento no período:

- faturamento por produto
- participação (%) no total
- ranking (1º, 2º, 3º...)

### **tbdc\_ativos\_x\_cancelados**

Cria uma tabela com:

- quantidade de clientes por **status**
- proporção (%) de cada status no total

Observação: aqui você está usando somente `base_clientes` (sem `informacoes_vendas`).

### **tbdc\_cidade\_estados\_mais\_crescimento**

Apesar do nome mencionar “crescimento”, essa tabela traz **contribuição total**:

- faturamento total por **estado e cidade** (no período todo)

### **tbdc\_cidade\_estados\_mais\_crescimento\_por\_mes**

Agora sim “crescimento” no sentido temporal:

- faturamento mensal por estado/cidade
- faturamento do mês anterior por estado/cidade
- crescimento MoM por estado/cidade

### **tbdc\_vendas\_enriquecidas**

#### **O que essa query entrega**

Cria uma tabela de **vendas enriquecidas** (fato analítica):

- traz nome do produto (join com dimensão)
- cria coluna de mês (`mes_venda`)
- padroniza tipos (DATE, NUMERIC)
- mantém geografia e vendedor
- garante fallback de produto quando o ID não existir em `base_produtos`

Observações:

- `SAFE_CAST` não seria obrigatório, mas foi usado como respaldo

- FORMAT\_DATE('%Y-%m', ...) é string, mas no contexto de ano-mês pode ser usado sem afetar a assertividade no DataViz
- **Foi usado múltiplas tabelas apenas para a demonstração, em um cenário ideal seria ideal uma tabela única “gold” com todas as métricas prontas para o dashboard.**