

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS
GRADUAÇÃO EM GESTÃO DA INFORMAÇÃO

GEORGE LUCAS BARBOSA DE ALBUQUERQUE

**Transformação de Dados de Bilheteria Em Inteligência de Negócios : uma
proposta de melhoria na gestão de parques temáticos utilizando o Power BI.**

ORIENTADOR: PROF. DR. JOSÉ EDUARDO FERREIRA LOPES

UBERLÂNDIA – MG

2026

GEORGE LUCAS BARBOSA DE ALBUQUERQUE

Transformação de Dados de Bilheteria Em Inteligência de Negócios : uma proposta de melhoria na gestão de parques temáticos utilizando o Power BI.

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Gestão da Informação, da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. José Eduardo Ferreira Lopes

UBERLÂNDIA – MG

2026

RESUMO

Objetiva-se, com este relato tecnológico, descrever uma proposta de implementação de uma cultura de análise de dados em uma empresa de entretenimento, por meio da ferramenta Microsoft Power BI, para o desenvolvimento de dashboards gerenciais que transformem dados operacionais de bilheteria de parques temáticos infantis em inteligência competitiva. A finalidade é demonstrar como a visualização e a análise sistemática dos dados podem transformar informações subutilizadas em inteligência competitiva, capacitando os gestores a tomar decisões mais rápidas e assertivas, otimizar o desempenho dos parques e agregar valor ao serviço prestado aos clientes. A situação-problema abordada é a de uma empresa de entretenimento que, apesar de gerar um grande volume de dados operacionais através de seu sistema de bilheteria, os armazena de forma bruta em planilhas, sem qualquer tratamento ou análise, baseando suas decisões estratégicas na intuição. Como solução, detalha-se a adoção de um processo de Business Intelligence que envolve a extração, transformação e modelagem desses dados, culminando na criação de dashboards interativos. Os principais resultados esperados com esta intervenção incluem a otimização da alocação de recursos humanos com base nos horários de pico, a melhoria do desempenho dos parques através do monitoramento em tempo real, o aumento da vantagem competitiva ao oferecer consultoria de valor agregado aos clientes e, fundamentalmente, a instauração de uma cultura decisória orientada por dados, tornando a empresa mais ágil e estratégica.

Palavras-chave: Business Intelligence; Power BI; Cultura Data-Driven; Dashboard .

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	6
3 CONTEXTO INVESTIGADO E SITUAÇÃO PROBLEMA	8
4 INTERVENÇÃO ADOTADA	9
5 RESULTADOS ALCANÇADOS (OU ESPERADOS)	16
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	17
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	18

1 INTRODUÇÃO

No cenário empresarial contemporâneo, caracterizado pela intensa competitividade e transformação digital, a capacidade de uma organização tomar decisões estratégicas deixou de se basear apenas na intuição e na experiência. A utilização inteligente de dados tornou-se um recurso importante para o sucesso e a sustentabilidade de negócios de todos os portes. Empresas que adotam uma cultura orientada por dados, conhecida como *data-driven*, conseguem obter vantagens competitivas significativas, pois suas escolhas são fundamentadas em análises concretas e métricas mensuráveis, o que aumenta a assertividade e reduz a margem de erro (Hurbean et al. 2024 e Ahmed, Rizvi e Laghari 2024). Essa abordagem permite não só otimizar processos e reduzir custos, como compreender o comportamento do cliente e identificar novas oportunidades de mercado.

A inteligência de negócios, ou *Business Intelligence* (BI), surge como um conjunto de estratégias e ferramentas que viabilizam essa transformação, permitindo a coleta, a organização e a análise de grandes volumes de informação. Por meio de plataformas, como o Microsoft Power BI, dados brutos e complexos são convertidos em painéis visuais, interativos e de fácil compreensão, chamados de *dashboards* (Pandipati 2025). Esses painéis centralizam indicadores de desempenho (KPIs) e métricas essenciais, oferecendo aos gestores uma visão clara e em tempo real da saúde do negócio, o que facilita a identificação de tendências, obstáculos e padrões que, de outra forma, não seriam notados (Ajax, Joseph e Own 2025). Para pequenas e médias empresas (PMEs), a adoção de BI representa uma oportunidade de competir em igualdade com grandes corporações, transformando seus próprios dados em um ativo estratégico valioso (Ragazou et al. 2023).

Apesar dos benefícios evidentes, muitas empresas ainda não aproveitam o potencial dos dados que geram em suas operações diárias. É comum que um grande volume de informações valiosas seja subutilizado, permanecendo armazenado em sistemas sem qualquer tipo de análise estratégica. Esse cenário descreve a realidade de uma empresa de pequeno porte em Uberlândia-MG, especializada em eventos promocionais e na locação de sistemas de bilheteria para parques temáticos. O sistema da empresa captura uma vasta gama de dados operacionais e de clientes, como fluxo de entrada e saída, tipos de ingressos, faturamento por dia, e desempenho de diferentes

temáticas em várias regiões do Brasil. Contudo, essa riqueza de informações não é explorada para gerar *insights* que podem otimizar a alocação de recursos, personalizar ofertas, prever demandas ou fornecer consultoria estratégica aos seus clientes, de tal forma que decisões importantes continuem a ser tomadas com base na intuição em vez de evidências concretas.

Assim, Objetiva-se, com este relato tecnológico, descrever uma proposta de implementação de uma cultura de análise de dados em uma empresa de entretenimento, por meio da ferramenta Microsoft Power BI, para o desenvolvimento de *dashboards* gerenciais que transformem dados operacionais de bilheteria de parques temáticos infantis em inteligência competitiva. A finalidade é demonstrar como a visualização e a análise sistemática dos dados podem transformar informações subutilizadas em inteligência competitiva, capacitando os gestores a tomar decisões mais rápidas e assertivas, otimizar o desempenho dos parques e agregar valor ao serviço prestado aos clientes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Vivemos em uma era definida pela produção massiva e contínua de dados, um fenômeno conhecido como Big Data. Este termo descreve não apenas o volume, mas também a variedade e a velocidade com que as informações são geradas por sistemas digitais, interações em redes sociais, transações comerciais e dispositivos conectados. No contexto empresarial, essa abundância de dados representa tanto um desafio quanto uma oportunidade sem precedentes. O desafio reside na capacidade de coletar, armazenar e processar essa imensidão de informações de forma eficiente. A oportunidade, por sua vez, está no potencial de extrair *insights* valiosos que podem direcionar estratégias, otimizar operações e gerar vantagem competitiva sustentável (Mikalef et al. 2018).

É nesse cenário que emerge o conceito de cultura *data-driven* (orientada por dados). Uma organização com essa cultura coleta os dados e os integra em seu processo decisório, desde o planejamento estratégico no nível executivo até as operações do dia a dia. A tomada de decisão deixa de ser um exercício baseado predominantemente ou na intuição ou na experiência dos gestores e passa a ser fundamentada em evidências concretas e análises preditivas. Estudos demonstram que a adoção de uma cultura *data-driven* está diretamente relacionada com a melhoria do desempenho gerencial e

organizacional, pois permite uma compreensão mais precisa do comportamento do cliente, a identificação de tendências de mercado e a otimização de recursos (Hurbean et al. 2024 e Mikalef et al. 2018).

Para que os dados brutos gerados pelo Big Data se tornem um ativo estratégico, eles precisam ser transformados em informação acionável. É exatamente essa a função do Business Intelligence (BI). O BI pode ser definido como um conjunto de teorias, metodologias, processos e tecnologias que convertem dados brutos em informações significativas e úteis para fins de análise de negócios. O objetivo principal do BI é facilitar a tomada de decisões mais informadas e assertivas, fornecendo uma visão histórica, atual e preditiva das operações da empresa (Pandipati 2025).

As soluções de BI modernas, como o Microsoft Power BI, democratizaram o acesso a análises sofisticadas, que antes eram restritas a grandes corporações com equipes especializadas de analistas de dados. Essas plataformas integram diversas funcionalidades em um único ambiente, incluindo a extração, transformação e carregamento de dados (processo conhecido como ETL), a modelagem de dados, a criação de análises e, finalmente, a visualização por meio de relatórios e dashboards (Ragazou et al. 2023). Para as pequenas e médias empresas (PMEs), a adoção de ferramentas de BI representa um salto qualitativo, permitindo-lhes competir em um mercado cada vez mais orientado por dados, otimizando processos internos e descobrindo novas oportunidades de receita com base em suas próprias informações.

A etapa final do processo de Business Intelligence é a comunicação dos *insights* encontrados. A visualização de dados desempenha um papel fundamental nesse processo, pois traduz análises complexas e grandes volumes de números em representações gráficas intuitivas, como tabelas, gráficos e mapas. O cérebro humano processa informações visuais de forma muito mais rápida e eficaz do que dados textuais ou planilhas extensas. Portanto, ao apresentar dados de forma visual, as organizações facilitam a identificação de padrões, tendências e irregularidades que poderiam estar implícitos (Llaha e Aliu 2021).

Os *dashboards* (painéis de controle) são a principal ferramenta para a visualização de dados no contexto de BI. Eles consolidam múltiplos indicadores de desempenho (KPIs) e métricas em uma única tela interativa, oferecendo aos gestores uma visão panorâmica e em tempo real da saúde do negócio. Um *dashboard* bem projetado não é apenas um conjunto de gráficos; ele conta uma história, permitindo que o usuário explore os dados, faça perguntas e encontre respostas de forma autônoma. Ao centralizar

informações sobre faturamento, vendas, comportamento do cliente e eficiência operacional, os *dashboards* capacitam os líderes a monitorar o desempenho em relação às metas e a tomar decisões táticas e estratégicas de forma mais ágil e informada (Zingde e Shroff 2020).

Em síntese, a fundamentação teórica demonstra uma convergência clara entre os fenômenos do *Big Data*, a necessidade de uma cultura orientada por dados e a aplicação de ferramentas de *Business Intelligence*. Fica claro que, no atual ambiente de negócios, ignorar os dados gerados diariamente é abrir mão de um ativo estratégico de valor inestimável. A transição de um modelo decisório intuitivo para um modelo *data-driven* não é apenas uma tendência, mas uma condição essencial para a sustentabilidade e a competitividade, especialmente para pequenas e médias empresas. As tecnologias de BI, com destaque para as plataformas de visualização de dados, como o Microsoft Power BI, funcionam como a ponte que conecta o potencial latente dos dados à ação estratégica, traduzindo números complexos em *dashboards* claros e acionáveis. Assim, os conceitos aqui explorados fornecem a base teórica sobre a qual a proposta de intervenção deste relato será construída, justificando a implementação de uma solução de BI como o caminho lógico para transformar a gestão da empresa.

3 CONTEXTO INVESTIGADO E SITUAÇÃO PROBLEMA

O presente relato tecnológico é desenvolvido no contexto de uma empresa do setor de entretenimento, localizada na cidade de Uberlândia, Minas Gerais. A organização especializa-se na prestação de serviços e no desenvolvimento de ações promocionais para uma clientela diversificada, que inclui shoppings centers, imobiliárias e construtoras. Embora seu portfólio de clientes seja variado, o foco principal de suas operações está no atendimento a shoppings espalhados por diversos estados do Brasil, sendo eles: Amapá, Bahia, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Pará, Pernambuco, Paraná, Rio de Janeiro e São Paulo, transcendendo as fronteiras de Minas Gerais.

A empresa se enquadra na categoria de Empresa de Pequeno Porte (EPP). Essa classificação é sustentada por dois critérios principais adotados no Brasil. O primeiro, baseado no faturamento, é definido pela Lei Complementar nº 123/2006, que estabelece que uma EPP deve ter uma receita bruta anual superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00. O segundo critério utilizado, classifica o porte com base no número de funcionários, enquadrando como EPP do setor de comércio e serviços aquelas que

possuem entre 10 e 49 colaboradores (SEBRAE, 2022). A empresa em questão atende ambos os critérios, com um faturamento médio bruto anual de aproximadamente um milhão de reais e um quadro com mais de nove funcionários.

A principal atividade geradora de dados na empresa é a locação de um sistema de bilheteria para parques temáticos infantis, montados sazonalmente nos shoppings que atende. Este sistema, registra um volume significativo de informações a cada evento. Os dados coletados incluem, mas não se limitam a: quantidade e tipo de ingressos vendidos por transação, valor total pago, a forma de pagamento (crédito, débito, pix ou dinheiro), data e hora da venda, horário de entrada e saída das crianças do parque, a temática específica do evento (ex: Sonic, Jurassic, Mundo Bit, Peppa, Natal, etc.) e a localização geográfica do shopping.

Atualmente, todas essas informações são extraídas e armazenadas de forma bruta em planilhas do Google Sheets. A situação-problema reside no fato de que, apesar da riqueza e do potencial estratégico contido nesses dados, eles são completamente subutilizados. Não há, no presente momento, nenhum processo de tratamento, análise ou visualização dessas informações. Consequentemente, os dados não são transformados em inteligência de negócio que possa apoiar o processo de tomada de decisão estratégica.

Decisões sobre quais temáticas são mais rentáveis por região, qual o ticket médio por cliente, quais os horários de pico para melhor alocação de monitores, ou mesmo a identificação de padrões de consumo, são tomadas com base na intuição e na experiência dos gestores, e não em evidências concretas. Além disso, a falta de tratamento dos dados impede a criação de relatórios de desempenho claros e objetivos, tanto para a gestão interna quanto para a apresentação de resultados aos clientes, dificultando o alinhamento em torno de metas definidas e resultados mensuráveis. Essa lacuna representa uma perda de oportunidade para otimizar operações, agregar valor ao serviço prestado e fortalecer a posição competitiva da empresa no mercado.

4 INTERVENÇÃO ADOTADA

A intervenção proposta visa solucionar a subutilização dos dados operacionais da empresa, transformando-os em inteligência de negócio acionável. Para isso, adota-se um plano de implementação de uma solução de *Business Intelligence* (BI) utilizando a

plataforma Microsoft Power BI. O objetivo é criar dashboards dinâmicos e interativos que permitam aos gestores e colaboradores visualizar o desempenho das operações, identificar padrões e tomar decisões estratégicas com base em evidências.

O processo de intervenção será estruturado em quatro fases principais, conforme detalhado a seguir.

4.1 FASE 1: DIAGNÓSTICO E PLANEJAMENTO DOS INDICADORES (KPIs).

A primeira fase consiste em compreender as necessidades de negócio e traduzi-las em métricas mensuráveis. Antes de qualquer desenvolvimento técnico, serão realizadas reuniões com os gestores da empresa para responder às perguntas-chave, tais como: Quais são as principais dúvidas sobre o negócio que os dados poderiam responder?; Quais decisões são mais críticas e atualmente necessita de um suporte?; Como medimos o sucesso de um parque temático?.

Com base nessas discussões, serão definidos os Indicadores-Chave de Desempenho (KPIs) essenciais para a gestão, que nortearão a construção dos *dashboards*. Algumas sugestões sobre os principais KPIs a serem criados são: Faturamento Total Líquido: Por parque, por temática, por região e por período; Ticket Médio: Valor médio gasto por cliente por transação; Quantidade de Ingressos Vendidos: Por dia da semana e por hora; Taxa de Ocupação do Parque: Número de crianças dentro do parque por hora, para identificar horários de pico; Tempo Médio de Permanência: Duração média da visita de cada criança; Desempenho por Temática: Comparativo de faturamento e público entre diferentes temas de parques.

4.2 FASE 2 : EXTRAÇÃO E TRATAMENTO DOS DADOS (ETL).

Com os KPIs definidos, a segunda fase concentra-se nos dados brutos armazenados nas planilhas do Google Sheets. Esta etapa, conhecida como ETL (Extração, Transformação e Carregamento), é importante para garantir a qualidade e a confiabilidade das análises.

Para a extração será estabelecida uma conexão direta entre o Microsoft Power BI e as planilhas do Google Sheets. O Power BI possui conectores nativos que permitem importar os dados de forma automatizada, eliminando a necessidade de *downloads* e

uploads manuais e garantindo que os dados estejam sempre atualizados. Sendo assim, para realizar a conexão será utilizado o conector “Web” do Power BI.

Primeiramente, a planilha do Google Sheets que contém os dados brutos será "publicada na web" como um arquivo de valores separados por vírgula (CSV). Esta funcionalidade do próprio Google Sheets gera um *link* (URL) público para o arquivo como mostra as figuras 1, 2 e 3. Adicionalmente, é importante ressaltar que essa publicação não expõe a planilha original para edição, apenas fornece um acesso de leitura aos dados.

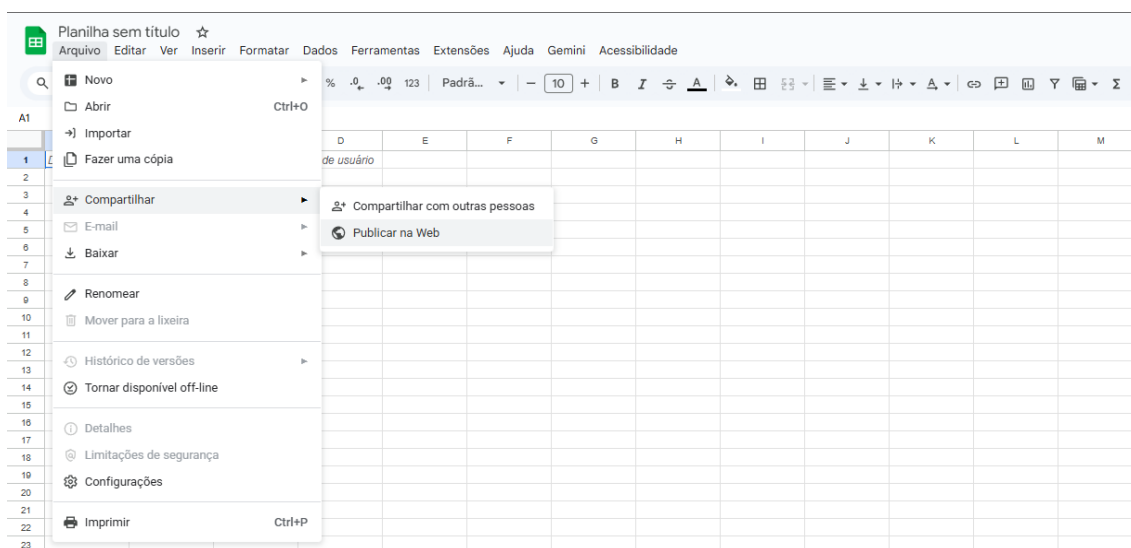


Figura 1 - Acessando a funcionalidade no Google Sheets.

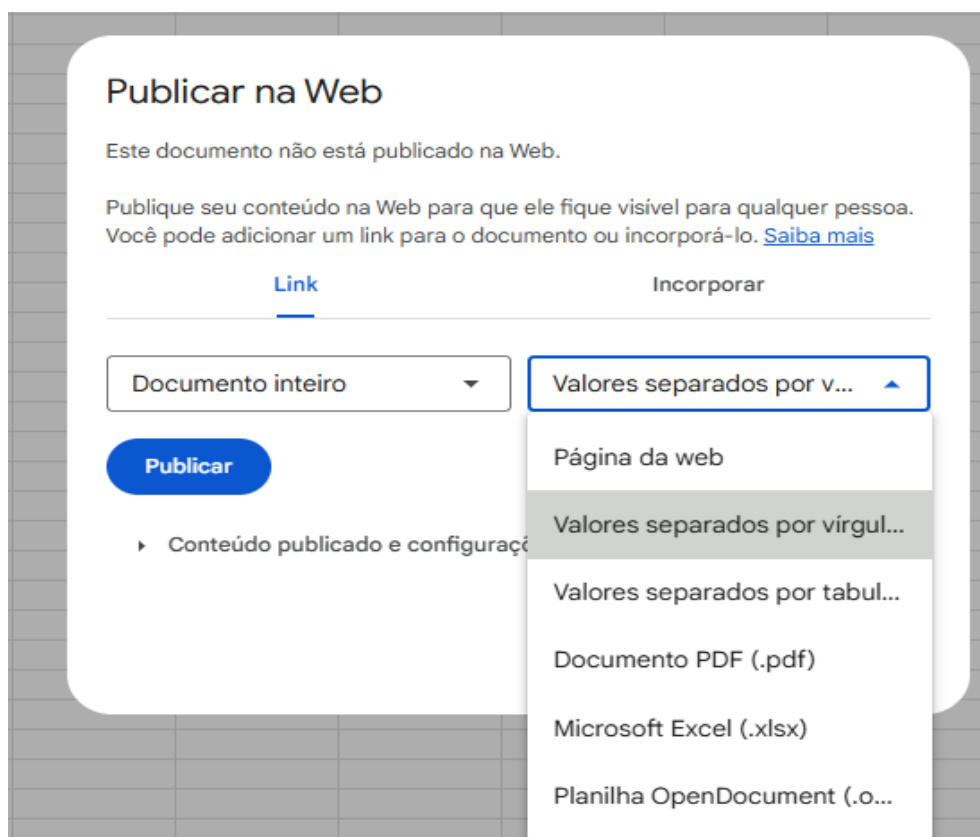


Figura 2 - Selecionando a forma de compartilhamento (CSV).



Figura 3 - Gerando a URL a ser importada no Power BI.

No Power BI Desktop, na opção "Obter Dados", seleciona-se o conector "Da Web", Figura 4. Na janela que se abre, a URL gerada pelo Google Sheets é inserida, Figura 5. O Power BI então utiliza essa URL para acessar e importar os dados do arquivo CSV diretamente.

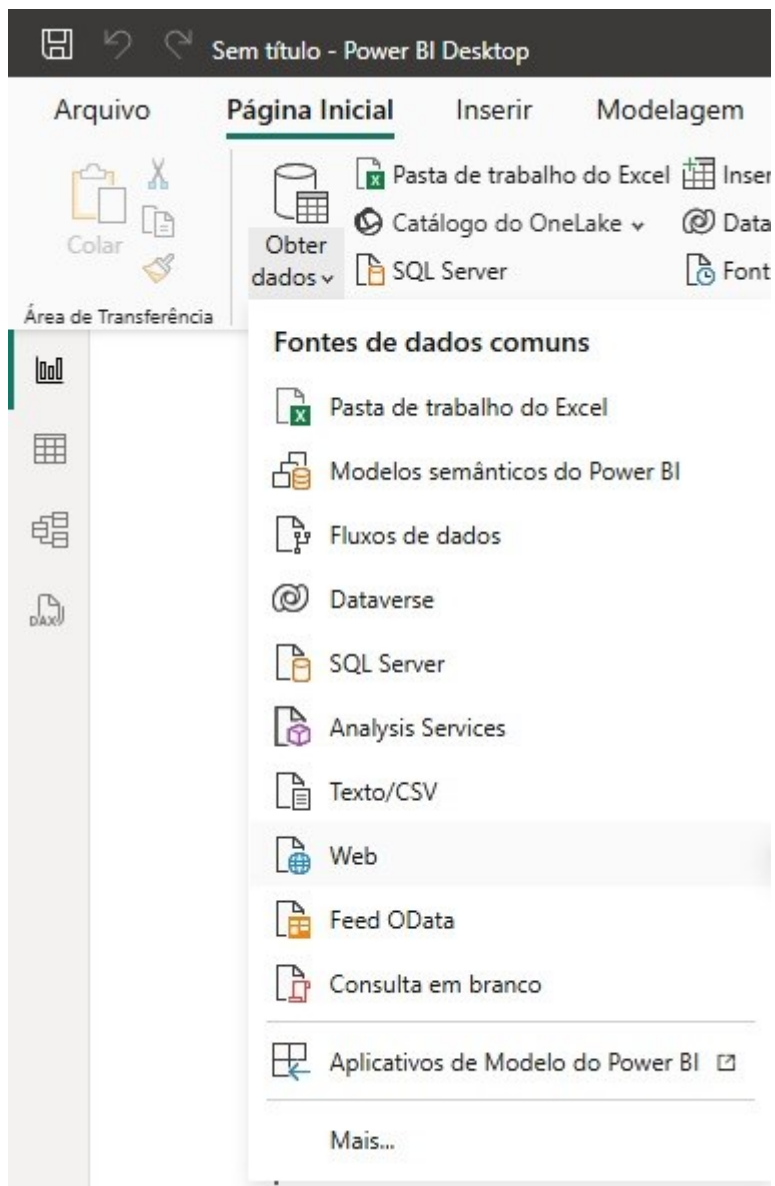


Figura 4 - Acessando o conector “Web” no Power BI Desktop.



Figura 5 - Janela para inserção da URL gerada pelo Google Sheets.

Após a extração dos dados, seguindo os passos lógicos, passamos para a parte da Transformação.

Esta é a etapa mais crítica do processo pois se os dados que irão compor as análises e *dashboards* forem imprecisos, inconsistentes ou incompletos, todas as visualizações, métricas e conclusões geradas a partir deles serão inúteis ou enganosas. Então, para evitar esses reveses, será utilizado o Power Query, a ferramenta de tratamento de dados do Power BI, com ela podemos realizar as seguintes ações: Limpeza de Dados: Remoção de linhas duplicadas, correção de erros de digitação e preenchimento de valores ausentes (quando aplicável); Padronização de Formatos: Garantia de que datas, horas e valores monetários estarão em formatos consistentes; Criação de Novas Colunas: Podemos criar colunas calculadas para facilitar as análises, como "Dia da Semana" (extraído da data da venda), "Duração da Visita" (calculado a partir dos horários de entrada e saída) e "Região do Brasil" (agrupando os estados), são alguns dos exemplos que podem ser criados.

Após a limpeza e transformação, os dados tratados podem ser carregados no Power BI, prontos para a modelagem.

4.3 FASE 3: MODELAGEM DE DADOS E CRIAÇÃO DAS MEDIDAS.

Nesta fase, os dados carregados são organizados em um modelo lógico que permite análises complexas e eficientes. Para otimizar o desempenho e a clareza, foi adotado um modelo estrela (*star schema*), que é uma prática comum em Business Intelligence. Este modelo consiste em uma tabela central, chamada de tabela fato, que contém os dados quantitativos e transacionais (como valor da venda e quantidade de ingressos), e várias tabelas ao redor dela, chamadas de tabelas dimensão, que contêm os atributos descritivos (como nome da temática, região do parque, etc.). As tabelas foram relacionadas entre si para permitir a filtragem cruzada dos dados. A Figura 6 ilustra o modelo de dados proposto como exemplo:

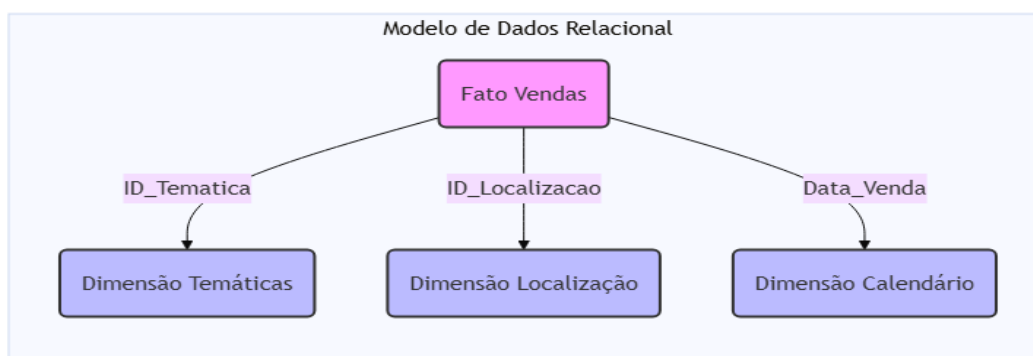


Figura 6 - Exemplo do Modelo Estrela.

Fato Vendas : Tabela central contendo as métricas de cada venda (ID da Venda, Valor Pago, Qtd Ingressos, Data_Venda, ID_Tematica, ID_Localizacao).

Dimensões Temáticas, Localização, Calendário : Tabelas que descrevem os fatos. A D_Tematicas contém os nomes das temáticas; a D_Localizacao contém os dados do shopping (cidade, estado, região); e a D_Calendario é uma tabela de datas que enriquece a análise temporal (com colunas como Dia da Semana, Mês, Ano, Trimestre).

Com o modelo estruturado, uma opção para criar as medidas para os KPIs é utilizando a linguagem DAX (Data Analysis Expressions). DAX é uma linguagem de fórmulas utilizada no Power BI (e em outras ferramentas da Microsoft) para criar cálculos personalizados sobre o modelo de dados. Diferente de fórmulas em planilhas que operam em células, o DAX opera sobre colunas e tabelas inteiras, permitindo a criação de agregações e cálculos complexos que respondem dinamicamente ao contexto de filtro do relatório (por exemplo, ao clicar em uma região, todos os cálculos são refeitos instantaneamente para aquela região).

4.4 FASE 4: DESENVOLVIMENTO DOS DASHBOARDS E PUBLICAÇÃO.

A fase final da intervenção é a criação dos painéis visuais. Com base nos KPIs e nas necessidades dos gestores, a proposta é desenvolver dois *dashboards* principais:

Dashboard Gerencial Estratégico: Um painel com uma visão macro do negócio, focado nos gestores. Ele consolida os principais KPIs como por exemplo: Faturamento líquido, Ticket Médio, Ingressos Vendidos e permite a comparação de desempenho entre diferentes parques, regiões e temáticas.

Dashboard Operacional de Parque: Um painel mais detalhado, focado no desempenho diário de um parque específico. Seu principal visual é um gráfico que mostra a taxa de ocupação do parque por hora, permitindo que a equipe local identifique os horários de pico e aloque melhor os monitores e recursos. Este *dashboard* também inclui informações sobre vendas por hora, por dia, tipo de ingresso e quantidade vendida.

Após a validação dos *dashboards* com os gestores, eles serão publicados no Power BI Service (online). Isso permite que os painéis sejam acessados de forma rápida por meio de qualquer navegador web, garantindo que a informação certa chegue à pessoa certa, no momento certo.

5 RESULTADOS ESPERADOS

A proposta de solução de Business Intelligence descrita na seção anterior foi projetada para catalisar uma transformação na forma como a empresa opera e toma decisões. Embora a mensuração contínua ocorra após a adoção plena, os resultados esperados são claros e impactam diretamente a estratégia, a operação e a cultura organizacional.

O resultado esperado mais fundamental é a transição para um processo decisório baseado em dados, substituindo gradualmente a intuição por um modelo fundamentado em evidências concretas. Questões estratégicas como "Qual temática de parque devemos desenvolver para o próximo ano?" ou "Em qual região do país devemos focar nossa expansão?" passarão a ser respondidas com base em análises históricas de faturamento, público e rentabilidade, aumentando a chance de sucesso. Essa nova capacidade analítica permitirá que a empresa ofereça um serviço de consultoria de valor agregado aos shoppings. Em vez de apenas alugar um sistema de bilheteria, ela poderá recomendar proativamente a temática com maior probabilidade de sucesso para um determinado shopping, com base no perfil daquela localidade, e até mesmo revelar padrões de consumo não óbvios, como as formas de pagamento (crédito, débito, pix ou dinheiro) preferenciais de cada região.

No nível operacional, espera-se que o impacto seja igualmente transformador. Os *dashboards* fornecerão uma visão clara dos horários de pico de ocupação, permitindo uma gestão muito mais eficiente da equipe de monitores. Em vez de manter uma equipe fixa durante todo o dia, será possível alocar mais pessoas nos momentos de maior movimento e reduzir em períodos de baixa, garantindo tanto a segurança e a qualidade do atendimento nos momentos críticos quanto a otimização de custos. Além disso, os gestores poderão comparar o desempenho de diferentes parques em tempo real. Se um parque estiver com desempenho abaixo da média, será possível investigar as causas rapidamente, seja um *ticket* médio baixo ou uma queda na venda de ingressos, permitindo a implementação de ações corretivas de forma ágil, como uma promoção local ou um reforço no marketing, e não apenas ao final do evento.

Por fim, um dos benefícios mais imediatos será a eliminação completa do tempo gasto por gestores e analistas na compilação manual de dados e criação de relatórios em planilhas. Com os *dashboards*, essa energia poderá ser redirecionada para a análise dos

resultados e o planejamento de ações, atividades que efetivamente geram mais valor ao processo.

Em resumo, a intervenção proposta não se limita a criar gráficos; ela visa instaurar um ciclo virtuoso onde os dados geram *insights*, os *insights* informam as decisões, as decisões geram ações e as ações geram novos dados, tornando a empresa mais inteligente, ágil e competitiva.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Objetiva-se, com este relato tecnológico, descrever uma proposta de implementação de uma cultura de análise de dados em uma empresa de entretenimento, por meio da ferramenta Microsoft Power BI, para o desenvolvimento de *dashboards* gerenciais que transformem dados operacionais de bilheteria de parques temáticos infantis em inteligência competitiva. A finalidade é demonstrar como a visualização e a análise sistemática dos dados podem transformar informações subutilizadas em inteligência competitiva, capacitando os gestores a tomar decisões mais rápidas e assertivas, otimizar o desempenho dos parques e agregar valor ao serviço prestado aos clientes.

Considera-se que este objetivo foi alcançado no plano teórico e metodológico. O relato descreve com sucesso um caminho estruturado e replicável para transformar dados brutos, antes armazenados sem uso estratégico em planilhas, em uma solução de *Business Intelligence* funcional. A intervenção detalha, desde a extração e tratamento dos dados até a criação e o compartilhamento de *dashboards* interativos, justifica como a proposta soluciona a situação-problema identificada, conectando diretamente a tecnologia à necessidade de negócio.

O principal desafio esperado para esse projeto será de natureza cultural. A transição de um processo decisório baseado na experiência e intuição para um modelo orientado por dados exige uma mudança de mentalidade em todos os níveis da organização. A resistência, mesmo que sutil, à adoção de novas ferramentas e processos é uma barreira que precisa ser superada não apenas com tecnologia, mas com treinamento, comunicação clara dos benefícios e envolvimento dos gestores desde o início para que se tornem defensores da mudança.

Superados os desafios, as possibilidades que emergem com esta intervenção são de grande magnitude. A capacidade de analisar o desempenho de forma granular abre portas para a otimização de custos, a criação de novos produtos e, principalmente, o fortalecimento da relação com os clientes, posicionando a empresa como uma parceira estratégica. Além disso, a estrutura de BI implementada é escalável, podendo no futuro incorporar novas fontes de dados, como a base de dados de serviços da empresa, que também é um tópico que necessita de atenção .

O principal aprendizado deste trabalho é a constatação de que o valor não reside nos dados em si, mas na capacidade de fazer as perguntas certas e transformá-las em respostas acionáveis. A ferramenta, no caso o Microsoft Power BI, é um meio muito utilizado pela sua simplicidade e poder de transformar os dados, mas seu sucesso depende de um planejamento cuidadoso dos indicadores (KPIs) e de um profundo entendimento das dores e dos objetivos do negócio. Ficou claro que a tecnologia e a estratégia devem caminhar juntas para gerar uma transformação real e sustentável.

Este relato, portanto, apresenta uma solução técnica e serve também como um guia para a jornada de transformação digital da empresa, demonstrando um caminho claro para se tornar mais inteligente, ágil e competitiva em um mercado cada vez mais orientado por dados.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AJAX, Raymond; JOSEPH, Oluwaseyi; OWN, John. **Enhancing Business Intelligence with Data Visualization Tools**. 2025. Disponível em : <https://www.researchgate.net/publication/388780215_Enhancing_Business_Intelligence_with_Data_Visualization_Tools>. Acesso em: 9 jul. 2025.

AHMED, Sheeraz; RIZVI, Syed; LAGHARI, Saqib. **Transforming Data into Insights: The Impact of Business Intelligence on Enhancing Decision-Making and Achieving Organizational Success**. International Journal of Data Science and Big Data Analytics, v. 4, p. 59-70, nov. 2024. DOI: 10.51483/IJDSBDA.4.2.2024.59-70. Disponível em : <https://www.researchgate.net/publication/387341450_Transforming_Data_into_Insights_The_Impact_of_Business_Intelligence_on_Enhancing_Decision-Making_and_Achieving_Organizational_Success>. Acesso em: 08 jun. 2025.

HURBEAN, Luminita; MILIARU, Florin; MUNTEANU, Valentin; DANAIATA, Doina; FOTACHE, Doina; MUNTEAN, Mihaela. **Assessing the Influence of Business Intelligence and Analytics and Data-Driven Culture on Managerial Performance: Evidence from Romania**. Systems, v. 13, p. 2, dez. 2024. DOI:

10.3390/systems13010002. Disponível em :
 <https://www.researchgate.net/publication/387376251_Assessing_the_Influence_of_Business_Intelligence_and_Analytics_and_Data-Driven_Culture_on_Management_Performance_Evidence_from_Romania>. Acesso em: 07 jun. 2025.

LLAHA, Olta; ALIU, Azir. **Data Visualization: A brief review**. 2021. Disponível em :<https://www.researchgate.net/publication/359384184_Data_Visualization_A_brief_review>. Acesso em: 07 ago. 2025.

MIKALEF, Patrick; PAPPAS, Ilias O.; KROGSTIE, John; GIANNAKOS, Michail. **Big data analytics capabilities: a systematic literature review and research agenda**. Information Systems and e-Business Management, v. 16, n. 3, p. 547-578, ago. 2018. DOI: 10.1007/s10257-017-0362-y. Disponível em :<https://www.researchgate.net/publication/318449845_Big_data_analytics_capabilities_a_systematic_literature_review_and_research_agenda>. Acesso em: 15 set. 2025.

PANDIPATI, Ramesh. **Enhancing Business Decision-Making through Business Intelligence Solutions: A Study Using Microsoft Power BI**. International Journal For Multidisciplinary Research, v. 7, n. 6, nov. 2025. Disponível em :<<https://www.ijfmr.com/papers/2025/6/61127.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2025.

RAGAZOU, Konstantina; PASSAS, Ioannis; GAREFALAKIS, Alexandros; ZOPOUNIDIS, Constantin. **Business intelligence model empowering SMEs to make better decisions and enhance their competitive advantage**. Discover Analytics, v. 1, n. 1, p. 2, fev. 2023. DOI: 10.1007/s44257-022-00002-3. Disponível em :<<https://link.springer.com/article/10.1007/s44257-022-00002-3>>. Acesso em: 12 jul. 2025.

ZINGDE, Sudesh; SHROFF, Neha. **THE ROLE OF DASHBOARDS IN BUSINESS DECISION MAKING AND PERFORMANCE MANAGEMENT**. 2020. Disponível em :<https://www.researchgate.net/profile/Neha-Shroff/publication/353307344_THE_ROLE_OF_DASHBOARDS_IN_BUSINESS_DECISION_MAKING_AND_PERFORMANCE_MANAGEMENT/links/60f2aaafb568a7098b692a6/THE-ROLE-OF-DASHBOARDS-IN-BUSINESS-DECISION-MAKING-AND-PERFORMANCE-MANAGEMENT.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2025.

SEBRAE. **Entenda as diferenças entre microempresa, pequena empresa e MEI**. <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 22 jul. 2025.