

# **Análise Financeira PicMoney**

## **(Com Fórmulas / Contas + Análise)**

Fonte: Relatório original fornecido (mesmos valores e gráficos).

Transações (N): 110.000

Receita Total: R\$ 60.545.799,28

Repasse Total: R\$ 7.794.921,00

Receita Líquida: R\$ 52.750.878,28

Ticket Médio: R\$ 550,42

Margem Operacional: 87.12557916%

FÓRMULAS (contas):

- Receita Líquida = Receita Total – Repasse Total = R\$ 60.545.799,28 – R\$ 7.794.921,00 = R\$ 52.750.878,28
- Ticket Médio = Receita Total ÷ N = R60.545.799,28 ÷ 110.000 = R 550,42
- Margem Operacional (%) = (Receita Líquida ÷ Receita Total) × 100 = (R52.750.878,28 ÷ R60.545.799,28) × 100 = 87.12557916%

# 1) Métricas por Tipo de Cupom

| Tipo     | Transações | Receita           | Ticket Médio | Repasse          |        |
|----------|------------|-------------------|--------------|------------------|--------|
| Cashback | 36.896     | R\$ 20.340.717,15 | R\$ 551,30   | R\$ 1.017.040,35 | 5.00%  |
| Produto  | 36.667     | R\$ 20.109.963,21 | R\$ 548,45   | R\$ 715.416,93   | 3.56%  |
| Desconto | 36.437     | R\$ 20.095.118,92 | R\$ 551,50   | R\$ 6.062.463,72 | 30.17% |

• Cashback: Ticket Médio = Receita\_Cashback ÷ Transações\_Cashback = R20.340.717,15÷36.896 = R 551,30

Margem Observada = (Repasse\_Cashback ÷ Receita\_Cashback) × 100 = (R1.017.040,35÷R 20.340.717,15) × 100 = 5.00%

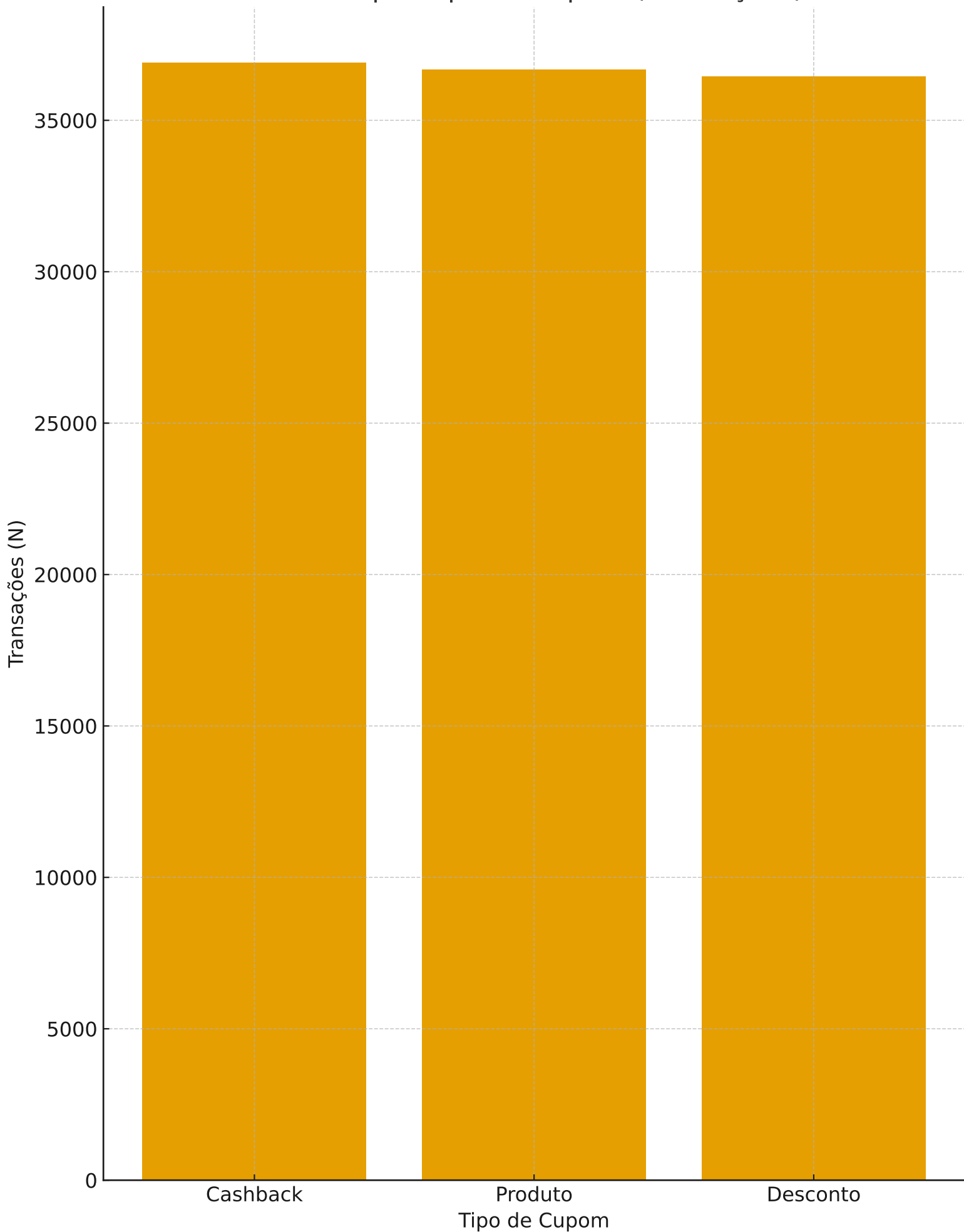
• Produto: Ticket Médio = Receita\_Produto ÷ Transações\_Produto = R20.109.963,21÷36.667 = R 548,45

Margem Observada = (Repasse\_Produto ÷ Receita\_Produto) × 100 = (R715.416,93÷R 20.109.963,21) × 100 = 3.56%

• Desconto: Ticket Médio = Receita\_Desconto ÷ Transações\_Desconto = R20.095.118,92÷36.437 = R 551,50

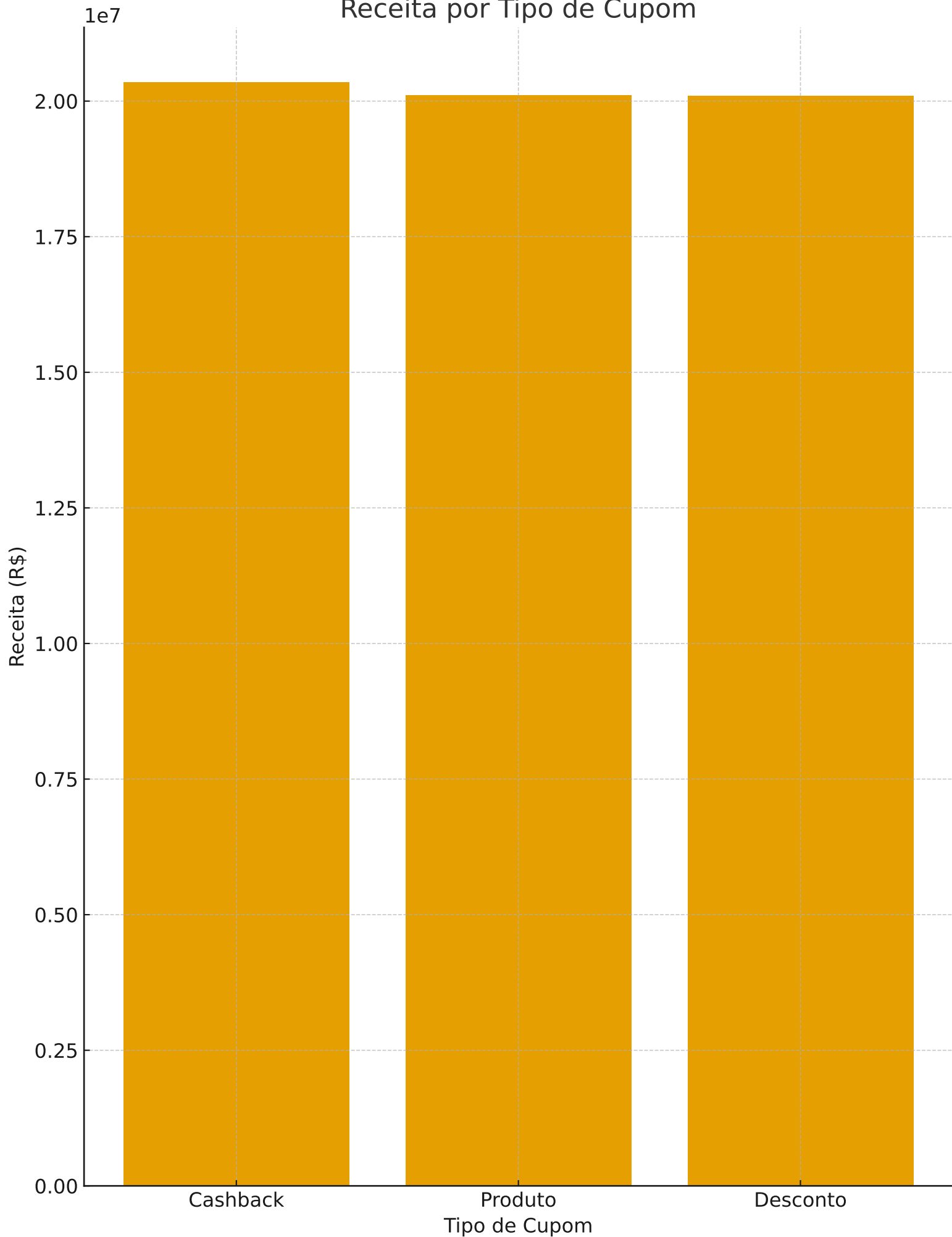
Margem Observada = (Repasse\_Desconto ÷ Receita\_Desconto) × 100 = (R6.062.463,72÷R 20.095.118,92) × 100 = 30.17%

Volume por Tipo de Cupom (Transações)



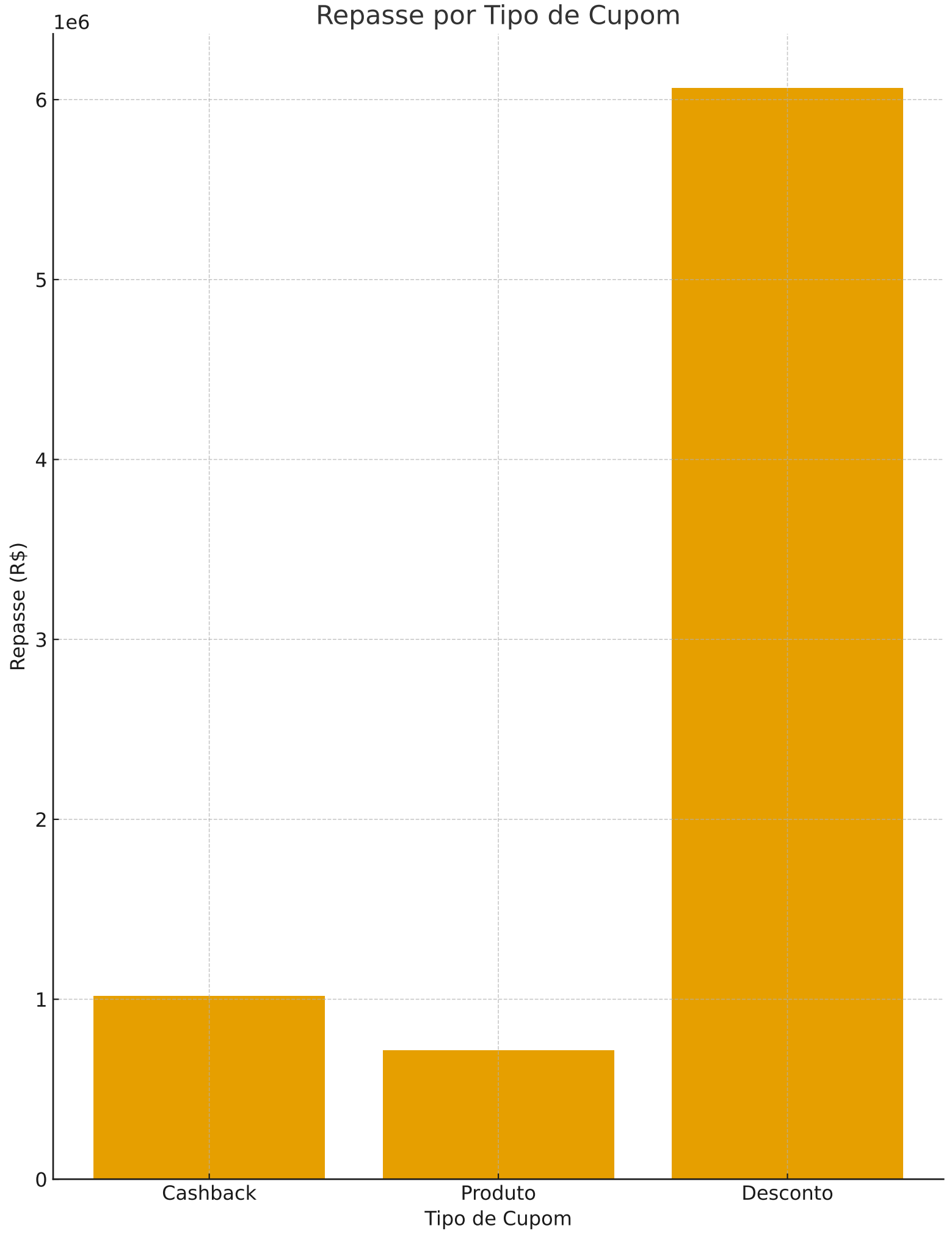
Fórmula: Transações por tipo = contagem de operações daquele tipo no período.

Receita por Tipo de Cupom



Fórmula: Receita por tipo = soma dos valores de compra do tipo ( $\sum \text{valor\_compra}$ )\_tipo.

Repasse por Tipo de Cupom



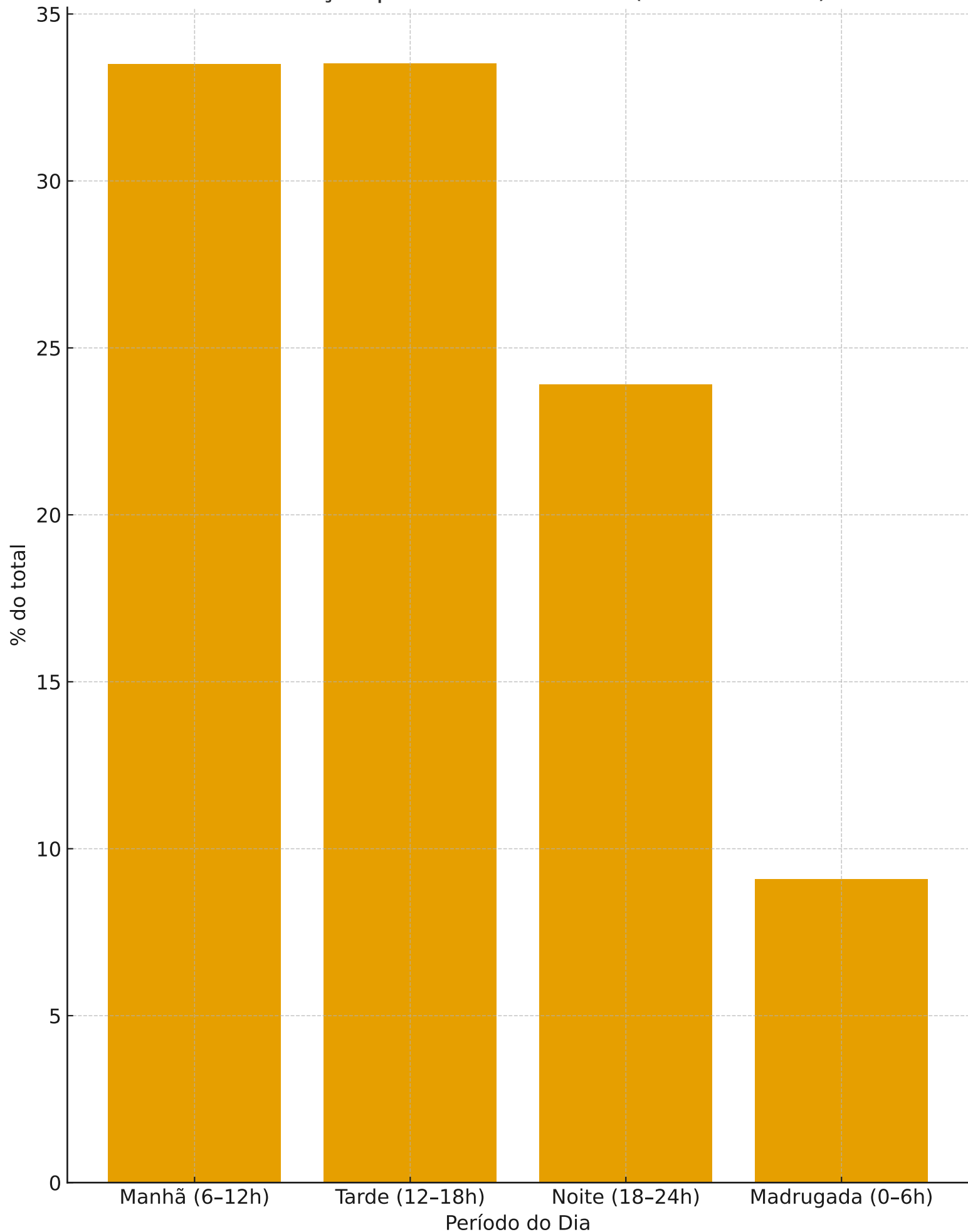
Fórmula: Repasse por tipo = soma dos repasses PicMoney do tipo ( $\sum \text{repasse\_picmoney}_{\text{tipo}}$ ).

## 2) Métricas por Período do Dia

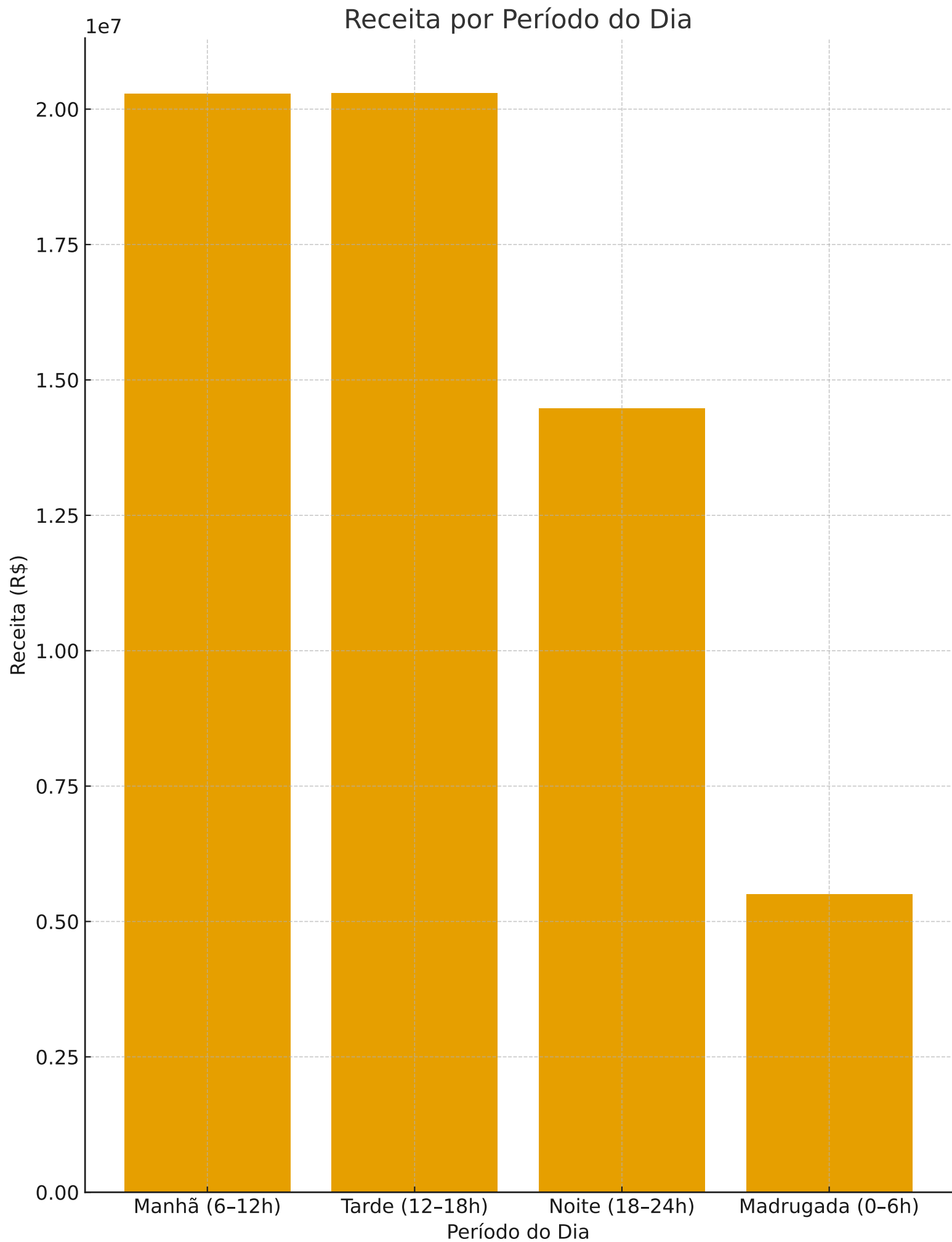
| Período          | Receita           | Transações | Participação |
|------------------|-------------------|------------|--------------|
| Manhã (6–12h)    | R\$ 20.279.386,78 | 36.880     | 33.49%       |
| Tarde (12–18h)   | R\$ 20.296.954,95 | 36.964     | 33.52%       |
| Noite (18–24h)   | R\$ 14.472.616,80 | 26.156     | 23.90%       |
| Madrugada (0–6h) | R\$ 5.496.840,75  | 10.000     | 9.08%        |

- Manhã (6–12h):  $\text{Participação} = (\text{Receita\_Manhã (6–12h)} \div \text{Receita Total}) \times 100 = (\text{R\$ } 20.279.386,78 \div \text{R\$ } 60.545.799,28) \times 100 = 33.49\%$
- Tarde (12–18h):  $\text{Participação} = (\text{Receita\_Tarde (12–18h)} \div \text{Receita Total}) \times 100 = (\text{R\$ } 20.296.954,95 \div \text{R\$ } 60.545.799,28) \times 100 = 33.52\%$
- Noite (18–24h):  $\text{Participação} = (\text{Receita\_Noite (18–24h)} \div \text{Receita Total}) \times 100 = (\text{R\$ } 14.472.616,80 \div \text{R\$ } 60.545.799,28) \times 100 = 23.90\%$
- Madrugada (0–6h):  $\text{Participação} = (\text{Receita\_Madrugada (0–6h)} \div \text{Receita Total}) \times 100 = (\text{R\$ } 5.496.840,75 \div \text{R\$ } 60.545.799,28) \times 100 = 9.08\%$

Distribuição por Período do Dia (% da Receita)

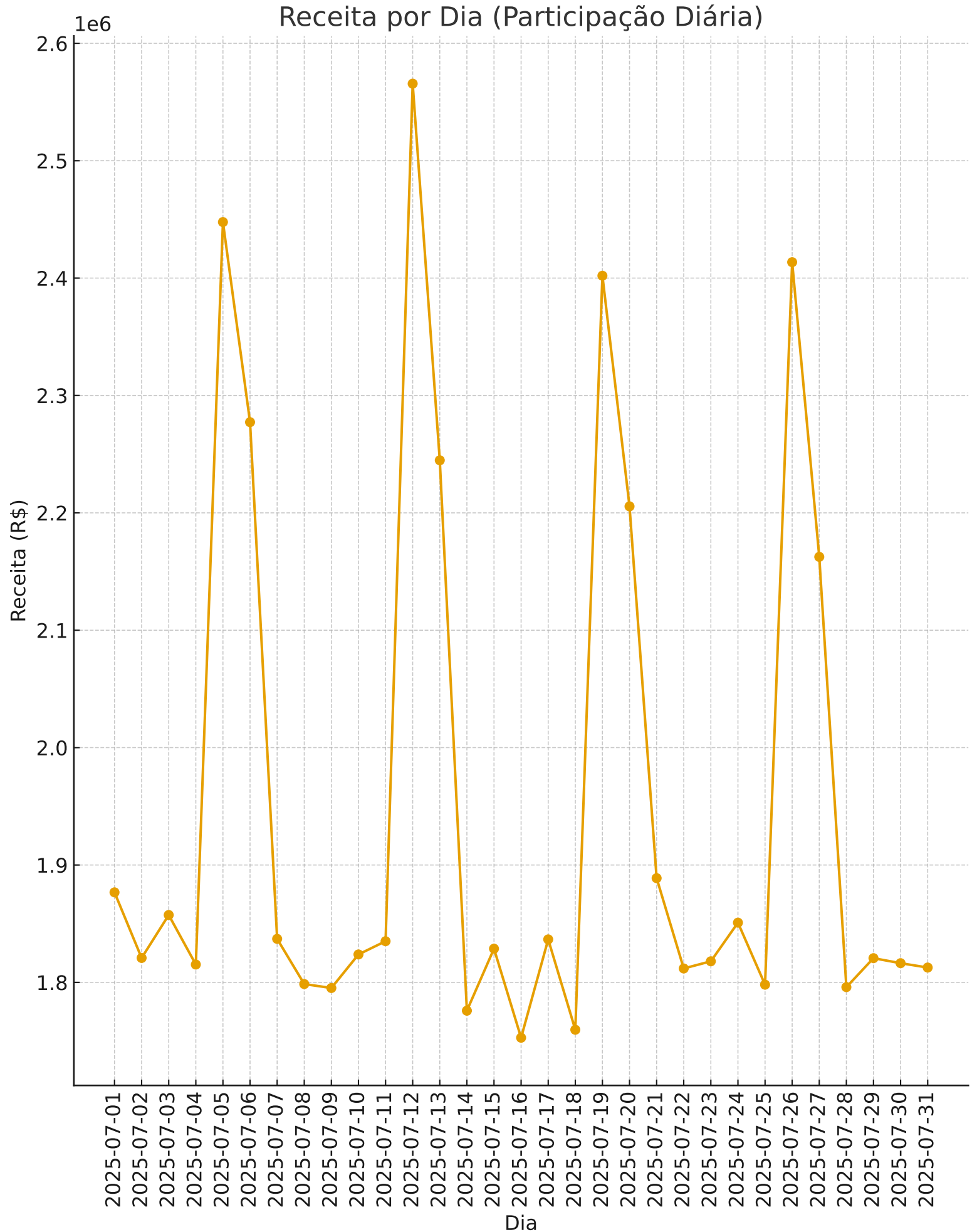


Fórmula:  $\text{Participação}(\%) = (\text{Receita do período} \div \text{Receita Total}) \times 100$ .



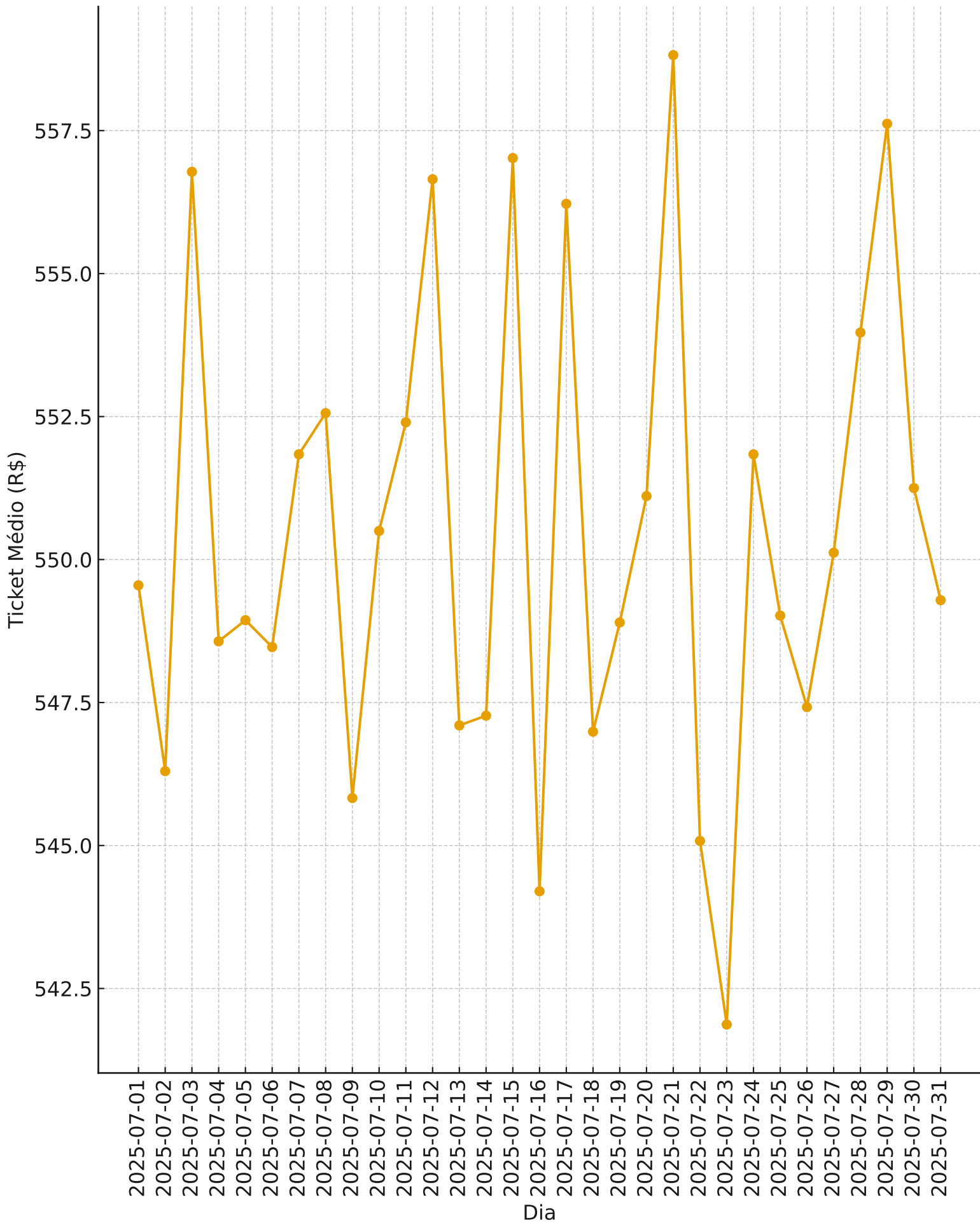
Fórmula: Receita do período = soma dos valores de compra naquele período ( $\sum \text{valor\_compra}$ )\_período.



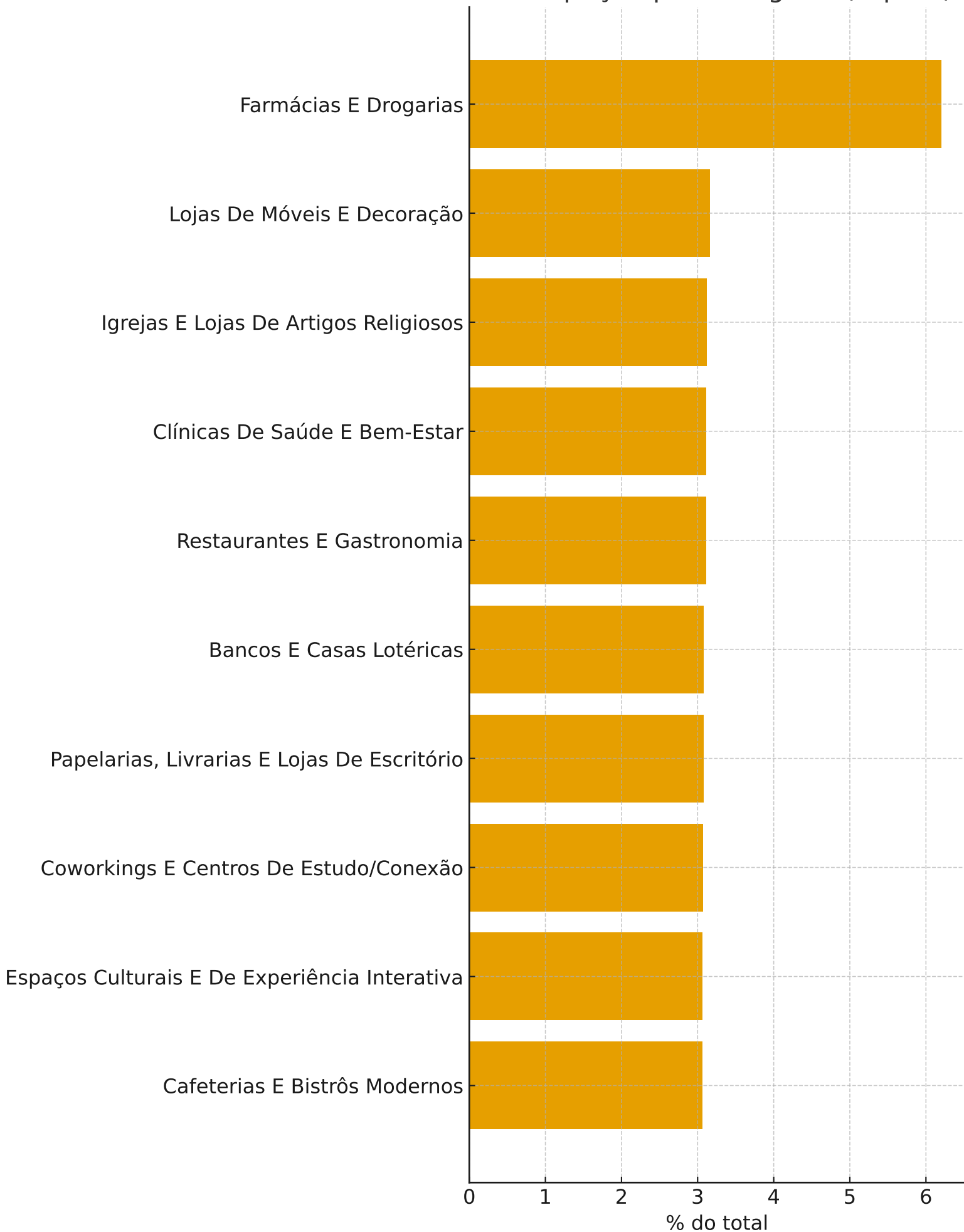


Fórmula: Receita diária = soma dos valores de compra no dia ( $\sum$  valor\_compra)\_dia.

## Ticket Médio Diário

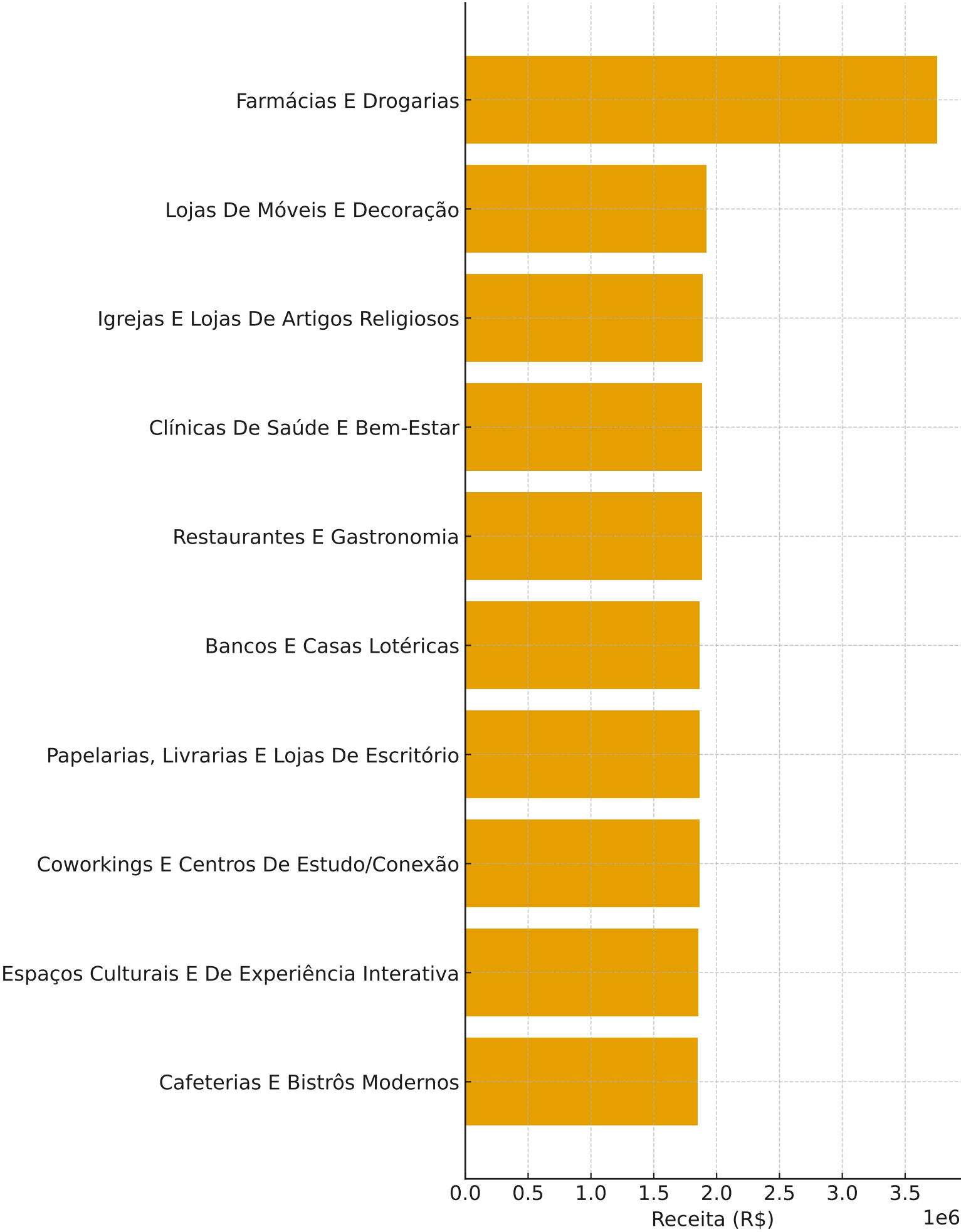


## Participação por Categoria (Top 10)



Fórmula:  $\text{Participação}(\%) = (\text{Receita da categoria} \div \text{Receita Total}) \times 100$ .

Receita por Categoria(Top 10)



Fórmula: Receita da categoria = soma dos valores de compra daquela categoria ( $\Sigma$  valor\_compra)\_categoria.

## Análise - 1) Sumário global

O sumário consolida as métricas-chave do período: Receita Total (R\$ 60.545.799,28), Repasse Total (R\$ 7.794.921,00), *Receita Líquida* (R\$ 52.750.878,28), N de transações (110.000), Ticket Médio (≈ R\$

550,42) e Margem Operacional (≈ 87.13%). Ele permite avaliar, de forma sintética, eficiência comercial (receita), custo do canal/parcerias (repasse) e captura de valor (margem).

Leitura correta das métricas:  $\text{Receita Líquida} = \text{Receita Total} - \text{Repasse Total}$ ;  $\text{Ticket Médio} = \text{Receita Total} \div \text{Nº de transações}$ ;  $\text{Margem Operacional (\%)} = (\text{Receita Líquida} \div \text{Receita Total}) \times 100$ .

Conclusão: a operação gera alto volume com boa retenção de valor. A estabilidade do ticket médio sugere um mix de produtos/estabelecimentos relativamente consistente.

## Análise - 2) Métricas por Tipo de Cupom

Separar por Cashback, Produto e Desconto evidencia o trade-off entre atração de demanda (volume/receita) e custo de aquisição/estímulo (repasse). Os três tipos entregam participações muito

próximas em receita e volume.

Qualidade econômica: Tickets Médios próximos — Cashback  $\approx$  R\$551,30 | Produto  $\approx$  R\$548,45 | Desconto

$\approx$  R\$ 551,50.

“Margem observada” na tabela equivale ao custo relativo (repasse/receita em %): Desconto  $\approx$  30.17%

(mais caro), Cashback  $\approx$  5.00% e Produto  $\approx$  3.56% (mais eficientes).

Conclusão: manter alocação balanceada por objetivo (aquisição/reactivação com Desconto;

fidelização/recorrência com Produto e Cashback) tende a maximizar o resultado global.

## **Análise - 3) Período do dia**

A análise por período do dia orienta push/ativação, alocação de mídia e negociação com parceiros.

Participações em receita: Manhã  $\approx 33.49\%$ , Tarde  $\approx 33.52\%$ , Noite  $\approx 23.90\%$ , Madrugada  $\approx 9.08\%$ .

Conclusão: maior parte da receita concentra-se em horário comercial (manhã+tarde  $\sim 2/3$ ). Noite tem

peso relevante, e madrugada é residual. Campanhas de alto impacto rendem mais quando sincronizadas a

esses picos.

## Análise - 4) Receita por dia

A série diária revela sazonalidade intramensal e dias de pico/vale — útil para calendário promocional e gestão de metas.

Média diária  $\approx$  R1.953.090,30; *desvio – padrão*  $\approx$  R 239.015,08 (CV  $\sim$ 12.2%).

Maiores picos: dia 12 ( $\sim$ R\$ 2.565.619,99), dia 5 ( $\sim$ R\$ 2.447.727,70), dia 26 ( $\sim$ R\$ 2.413.556,30), dia

19 ( $\sim$ R\$ 2.402.004,85). Menores valores: dia 16 ( $\sim$ R\$ 1.752.854,25), dia 18 ( $\sim$ R\$ 1.759.657,78), dia 14

( $\sim$ R1.775.886,68), dia 9 (R 1.795.223,98).

Conclusão: há ondas semanais/quase semanais de maior movimento. Concentrar campanhas táticas ao

redor dos dias de maior propensão tende a potencializar a receita.



## **Análise - 5) Ticket médio diário**

O ticket médio diário compara a intensidade de gasto por compra entre os dias.

Faixa estreita: de R541,87 a R 558,82.

Correlação com a receita diária  $\approx 0.02$  — quase nula; variações de receita são mais por volume de transações.

Conclusão: ticket médio é estável; iniciativas que aumentem volume (tráfego/ativação) têm maior potencial de ampliar a receita.

## **Análise - 6) Top 10 categorias**

O ranking de categorias orienta prioridades comerciais (onboarding, negociação de repasse e campanhas co-op).

Top 1 - Farmácias e Drogarias:  $\approx 6.20\%$  da receita total. Em seguida há um bloco de categorias na faixa de  $\sim 3\%$ . O Top 10 concentra  $\sim 34\%$  da receita, indicando cauda longa relevante fora do top 10.

Conclusão: priorizar categorias líderes com ações dedicadas e, em paralelo, capturar bolsões de crescimento nas categorias de  $\sim 3\%$  com melhor negociação de repasse.

## **Análise - 7) Validação e consistência**

As somas por tipo, período e dia são consistentes com a Receita Total (diferenças residuais podem advir apenas de arredondamentos de exibição).

A taxa total de repasse (~12.87%) é o médio ponderado das taxas por tipo. A margem global (~87.13%)

é coerente com a presença de 'Desconto' (alto repasse) e de 'Produto/Cashback' (baixo repasse).

Na tabela por tipo, a “margem observada” representa repasse/receita (%) — isto é, custo relativo daquele tipo; não é a margem líquida.

## **Análise - 8) Implicações práticas**

1) Planejamento de campanhas: usar 'Desconto' em janelas de aquisição/reactivação (aceitando custo

maior) e priorizar 'Produto/Cashback' para recorrência/eficiência.

2) Calendário e horários: sincronizar push/mídia com manhã/tarde (~2/3 da receita) e dias de pico; em noite/madrugada, ações nichadas.

3) Parcerias por categoria: fortalecer Farmácias/Drogarias (top 1) e capturar oportunidades nas categorias ~3% com boa negociação de repasse.

4) Metas e indicadores: acompanhar repasse% por tipo como KPI de eficiência e monitorar volume de

transações como principal driver de receita.