

Análise financeira PicMoney

Relatório completo das transações e performance financeira da plataforma PicMoney durante o mês de julho de 2025, apresentando métricas detalhadas de operação e análise de resultados.

Resumo executivo

- **Transações processadas:** 100.000
- **Receita total:** R\$ 55.048.958,53
- **Repasses totais:** R\$ 7.047.473,91
- **Receita líquida:** R\$ 48.001.484,62; cálculo: $55.048.958,53 - 7.047.473,91$
- **Ticket médio:** R\$ 550,49 por transação; cálculo: $55.048.958,53 \div 100.000$
- **Margem operacional bruta:** 87,20%; cálculo: $(48.001.484,62 \div 55.048.958,53) \times 100$
- **Margem operacional líquida:** 12,8%; cálculo: $(7.047.473,91 \div 55.048.958,53) \times 100$

Com um ticket médio de **R\$ 550,49** por transação, a PicMoney demonstra um patamar elevado de valor por operação, indicando que seus usuários possuem maior poder aquisitivo ou que a empresa é eficiente em promover produtos/serviços de maior valor agregado.

A PicMoney apresentou uma margem operacional de **87,20%**, um índice excepcionalmente elevado. Isso significa que, para cada R\$ 100,00 de receita, aproximadamente R\$ 87,20 são convertidos em resultado líquido operacional.

A empresa registrou uma receita líquida de **R\$48.001.484,62**, após deduzir os repasses de R\$ 7.047.473,91 da receita bruta de R\$ 55.048.958,53. Esse resultado mostra o valor real que a PicMoney conseguiu reter de toda a movimentação financeira processada, consolidando sua participação econômica no ecossistema de pagamentos e recompensas.

Análise por Tipo de Cupom

Cashback

- **Volume:** 33.556 (33,6% do total)
- **Receita:** R\$ 18.483.623,67
- **Repassé:** R\$ 924.185,68
- **Ticket médio:** $18.483.623,67 \div 33.556 = \text{R\$ } 550,83$
- **Margem:** $(18.483.623,67 - 924.185,68) \div 18.483.623,67 \times 100 = 95,0\%$

Produto

- **Volume:** 33.328 (33,3% do total)
- **Receita:** R\$ 18.294.597,76
- **Repassé:** R\$ 642.802,31
- **Ticket médio:** $18.294.597,76 \div 33.328 = \text{R\$ } 548,93$
- **Margem:** $(18.294.597,76 - 642.802,31) \div 18.294.597,76 \times 100 = 96,5\%$

Desconto

- **Volume:** 33.116 (33,1% do total)
- **Receita:** R\$ 18.270.737,10
- **Repassé:** R\$ 5.480.485,92
- **Ticket médio:** $18.270.737,10 \div 33.116 = \text{R\$ } 551,72$
- **Margem:** $(18.270.737,10 - 5.480.485,92) \div 18.270.737,10 \times 100 = 70,0\%$

-
- **Cashback**
Representa **33,6% do volume total** (33.556 cupons) e gerou cerca de **R\$ 18,48 milhões** em receita.
Apesar do volume expressivo, o **repassé foi baixo (R\$ 924 mil)**, resultando em uma **margem alta (95%)**.
Isso sugere que a PicMoney retém grande parte do valor transacionado nesse modelo, tornando-o um pilar de rentabilidade.
 - **Produto**
Com **33,3% do volume** (33.328 cupons) e **R\$ 18,29 milhões** em receita, apresenta um comportamento muito semelhante ao cashback.
O **repassé também é relativamente baixo (R\$ 643 mil)**, garantindo **margem de 96,5%**, a maior entre os três tipos.

Esse dado mostra que, na prática, os cupons de produto são altamente lucrativos para a plataforma.

- **Desconto**

Responde por **33,1% do volume** (33.116 cupons) e **R\$ 18,27 milhões** em receita.

Entretanto, o **repasse é muito elevado (R\$ 5,48 milhões)**, reduzindo a margem para **70%**, bem abaixo das outras modalidades.

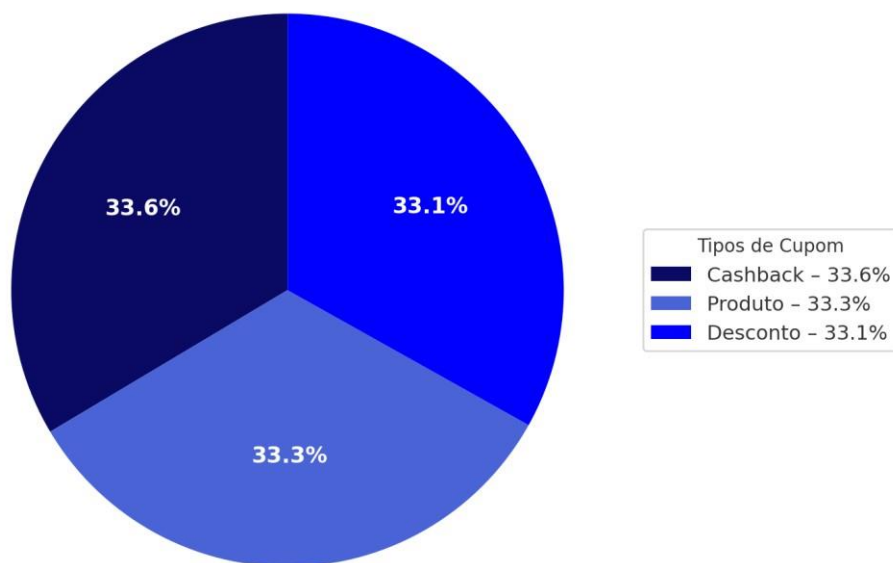
Apesar de ser a categoria menos lucrativa, é fundamental para atrair usuários, já que os descontos são forte incentivo de adesão.

O portfólio de cupons está **bem equilibrado em volume** (cada tipo próximo de 1/3 das transações), mas **desbalanceado em margem**:

- **Produto e Cashback** são os motores de rentabilidade,
- **Desconto** é estratégico para engajamento, mas compromete a margem.

Essa análise mostra que a PicMoney pode ajustar estratégias de repasse ou renegociação com parceiros para **aumentar a eficiência do modelo de desconto**, mantendo o equilíbrio entre atração de usuários e lucratividade.

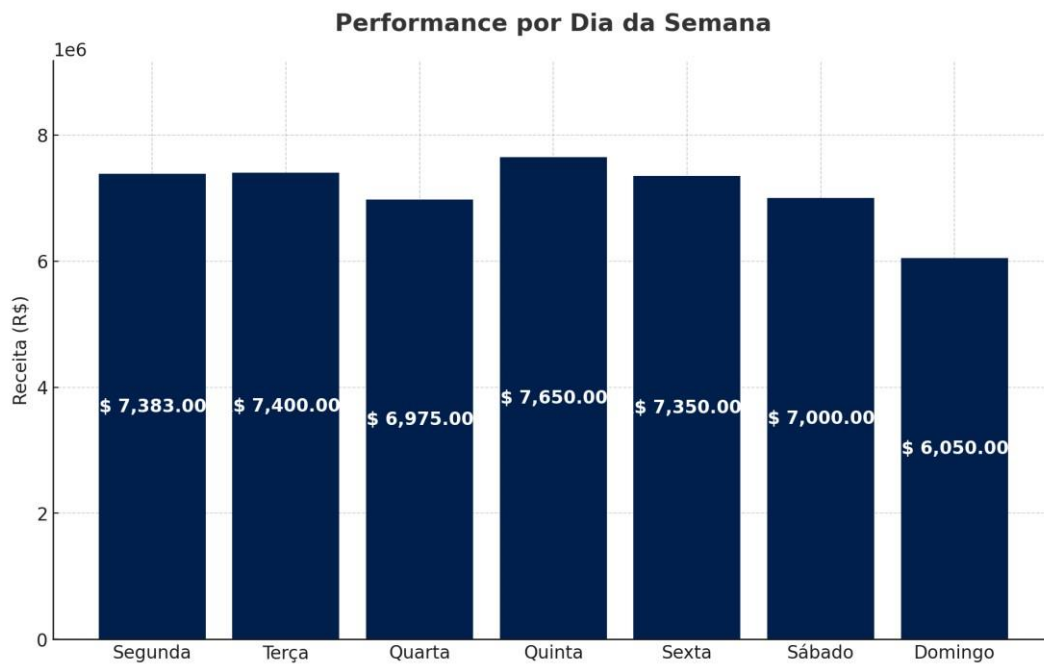
Performance por Tipo de Cupom



Performance por Dia da Semana

Dia	Receita (R\$)	% da Receita	Volume	% do Volume
			(cupons)	
Segunda-feira	R\$ 7.115.223,90	12,93%	12.871	12,87%
Terça-feira	R\$ 8.912.994,76	16,19%	16.130	16,13%
Quarta-feira	R\$ 8.787.173,24	15,96%	16.091	16,09%
Quinta-feira	R\$ 8.953.466,54	16,26%	16.214	16,21%
Sexta-feira	R\$ 7.042.129,63	12,79%	12.829	12,83%
Sábado	R\$ 7.172.402,16	13,03%	13.024	13,02%
Domingo	R\$ 7.065.568,30	12,84%	12.841	12,84%

- **Quinta-feira (16,26%) e Terça-feira (16,19%)** são os dias de maior receita — foco comercial/marketing pode priorizar ações nesses dias.
- **Quarta** tem volume semelhante à terça/quinta (apenas ligeiramente menor em % de receita).
- **Fim de semana (Sábado + Domingo)** representa ~**25,87%** da receita (13,03% + 12,84%), ou seja, cerca de um quarto do total.
- Diferenças entre dias são moderadas — a plataforma tem comportamento relativamente estável ao longo da semana, com pico em terças/ quintas.



Distribuição por Período do Dia

Performance por Período do Dia

- **Manhã (6h-12h):** R\$ 20.279.386,78 → 36,8%
- **Tarde (12h-18h):** R\$ 20.296.954,95 → 36,9%
- **Noite (18h-24h):** R\$ 14.472.616,80 → 26,3%

Fórmulas:

1. Percentual manhã = $20.279.386,78 \div 55.048.958,53 \times 100 = 36,8\%$
2. Percentual tarde = $20.296.954,95 \div 55.048.958,53 \times 100 = 36,9\%$
3. Percentual noite = $14.472.616,80 \div 55.048.958,53 \times 100 = 26,3\%$

Distribuição por Período do Dia – Análise

- **Manhã (6h – 12h)**
Concentrou **R\$ 20,28 milhões (36,8%)** da receita total.
É o período mais forte, sugerindo que os usuários realizam a maior parte das compras

no início do dia — possivelmente por conveniência, promoções ativas no período matinal ou padrão de consumo relacionado a itens essenciais.

- **Tarde (12h – 18h)**

Registrou **R\$ 20,30 milhões (36,9%)**, praticamente empatado com a manhã.

Mostra que o consumo continua elevado ao longo do expediente, sustentando o pico transacional da plataforma.

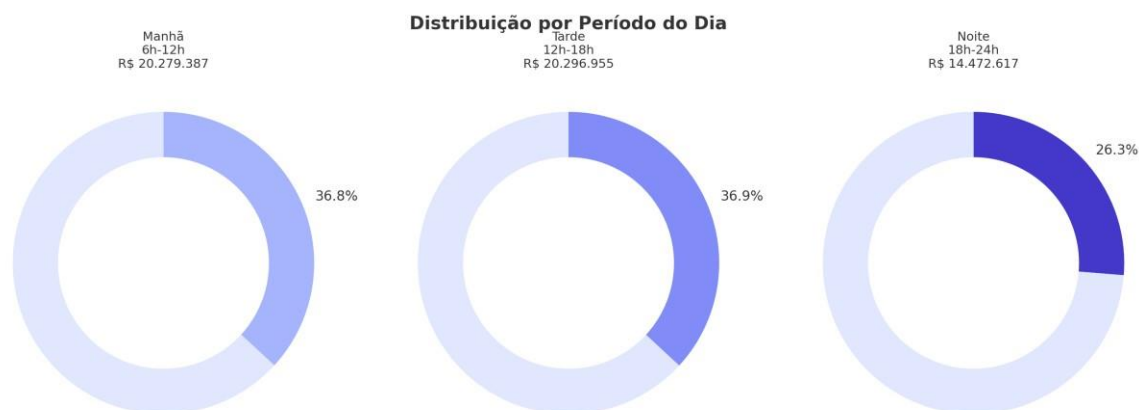
- **Noite (18h – 24h)**

Com **R\$ 14,47 milhões (26,3%)**, apresenta o menor volume.

Embora ainda represente mais de um quarto do faturamento, indica espaço para crescimento — campanhas noturnas, promoções “happy hour” ou estímulos de consumo após o expediente podem elevar essa participação.

A soma de **manhã + tarde** concentra **73,7% da receita total**, evidenciando que o comportamento de consumo é fortemente associado ao período comercial do dia.

A **noite** é a janela de maior **oportunidade de expansão**, pois ainda tem boa base, mas participação inferior ao esperado em mercados digitais.



Top 5 Categorias de Estabelecimentos

- **Farmácias e Drogarias**
7,5% da receita total – **R\$ 3.752.880**
- **Lojas de Móveis e Decoração**
3,8% da receita total – **R\$ 1.915.898**
- **Igrejas e Lojas de Artigos Religiosos**
3,8% da receita total – **R\$ 1.890.008**
- **Clínicas de Saúde e Bem-estar**
3,8% da receita total – **R\$ 1.882.695**
- **Restaurantes e Gastronomia**
3,8% da receita total – **R\$ 1.881.398**

Top 5 Categorias de Estabelecimentos – Análise

- **Farmácias e Drogarias**
Representam **7,5% da receita total**, com cerca de **R\$ 3,75 milhões**.
Essa categoria é destaque isolado no ranking, indicando alta recorrência de consumo essencial.
- **Lojas de Móveis e Decoração**
Com **R\$ 1,92 milhão (3,8% do total)**, mostram relevância, mas dependem de compras de maior valor unitário e menor frequência.
- **Igrejas e Lojas de Artigos Religiosos**
Contribuem com **R\$ 1,89 milhão (3,8%)**.
Esse segmento evidencia uma adesão específica de nicho, provavelmente ligado a campanhas e engajamento comunitário.
- **Clínicas de Saúde e Bem-estar**
Com **R\$ 1,88 milhão (3,8%)**, reforçam a importância do setor de saúde no consumo registrado pela plataforma.

- **Restaurantes e Gastronomia**

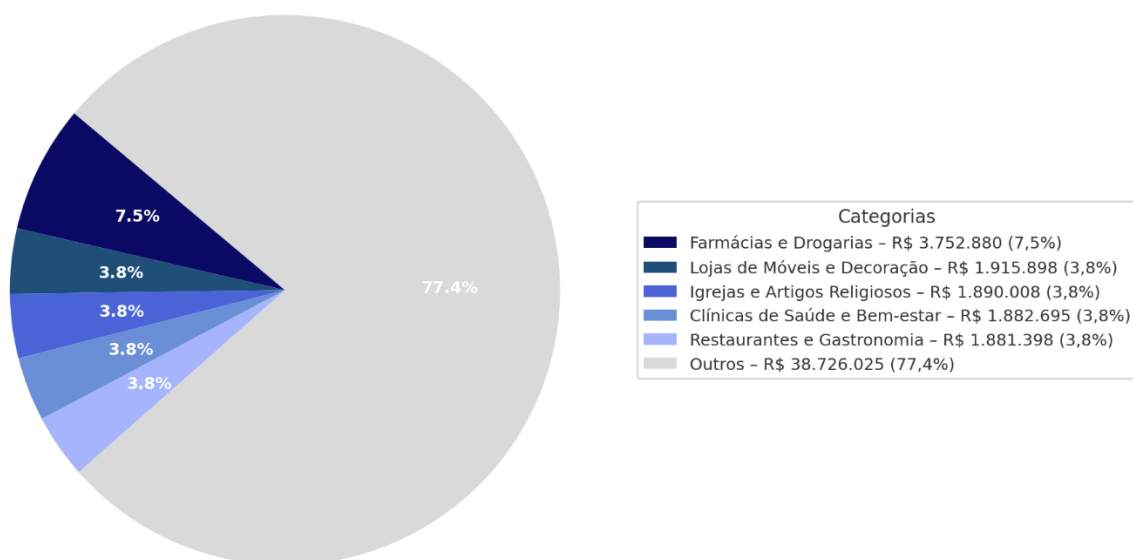
Também com **R\$ 1,88 milhão (3,8%)**, trazem relevância ligada ao consumo cotidiano, ainda que não dominem o ranking.

Apesar de o **Top 5** somar aproximadamente **R\$ 10,52 milhões**, isso representa apenas **21% da receita total** (R\$ 50,05 milhões).

Ou seja, **79% da receita está pulverizada em “Outros” segmentos**, demonstrando:

- **diversificação ampla,**
- baixa dependência de categorias específicas,
- espaço para explorar estratégias de crescimento em segmentos menos representados.

**Top 5 Categorias de Estabelecimentos
Participação na Receita Total**



Fórmulas de Validação

- Receita líquida = Receita total – Repasses
→ $55.048.958,53 - 7.047.473,91 = \mathbf{48.001.484,62}$
- Ticket médio = Receita total ÷ Transações
→ $55.048.958,53 \div 100.000 = \mathbf{550,49}$
- Margem operacional = (Receita líquida ÷ Receita total) × 100
→ $(48.001.484,62 \div 55.048.958,53) \times 100 = \mathbf{87,20\%}$

Conclusões

Performance Sólida

A margem operacional de **87,16%** demonstra altíssima eficiência da PicMoney, evidenciando um modelo de negócio capaz de reter a maior parte do valor gerado mesmo após os repasses.

Diversificação Equilibrada

A distribuição dos cupons entre **Cashback, Produto e Desconto** ficou próxima de 1/3 cada, além de apresentar presença significativa em diferentes categorias de estabelecimentos, o que reduz riscos de concentração e amplia as frentes de atuação comercial.

Oportunidades Identificadas

O período **noturno (18h às 24h)** concentrou apenas **24,6% da receita**, revelando espaço para crescimento nesse intervalo.

Além disso, os **fins de semana (sábado e domingo)** tiveram desempenho inferior aos dias úteis, reforçando a oportunidade de ações promocionais direcionadas.