

Análise Estratégica PIC Money: Comportamento de Usuários e Otimização de Performance C-Level

Relatório de Análise de Dados

1. Introdução: O Desafio C-Level da PIC Money

Este documento apresenta uma análise aprofundada dos dados de uso do aplicativo PIC Money, um desafio proposto pela parceria educacional com a FECAP. O objetivo central deste projeto foi desenvolver um Dashboard Interativo de alta performance, voltado especificamente para o público C-Level. A solução de inteligência de negócios (BI) foi estruturada para fornecer visões personalizadas e acionáveis para o CEO (visão holística e de crescimento), o CFO (visão de rentabilidade e custos) e o CTO (visão de eficiência operacional e plataforma).

Mais do que apenas exibir números, o objetivo é transformar dados brutos de uso em uma narrativa coerente sobre o desempenho do aplicativo. Esta análise visa identificar padrões de comportamento, diagnosticar oportunidades de crescimento, retenção e engajamento, permitindo uma tomada de decisão executiva fundamentada. Em suma, este relatório é a tradução dos dados visuais do dashboard em inteligência estratégica.

2. Visão Geral Estratégica (Dashboard CEO)

A visão do CEO fornece o panorama holístico do ecossistema, respondendo à pergunta fundamental: "O negócio está saudável e crescendo?". Os indicadores-chave de desempenho (KPIs) apresentados nesta visão confirmam a saúde da operação. Com 4.813 usuários ativos engajando com 33 lojas parceiras, o aplicativo demonstra uma base sólida e equilibrada entre oferta e demanda. O volume expressivo de 100.000 cupons capturados no período, aliado a um ticket médio consistente de R\$ 550,49, indica uma forte adesão do usuário às mecânicas de promoção e um alto valor percebido.

Fundamental para o CEO, a análise da "Evolução da Receita vs. Usuários Ativos" (presente também na visão do CFO) mostra uma correlação direta e estável. Isso sugere que o motor de engajamento de usuários se traduz confiavelmente em receita, validando o core business. Esta visão de performance geral estabelece a saúde do ecossistema, que é então decomposta em detalhes financeiros e operacionais nas seções seguintes.

3. Análise de Performance e Rentabilidade de Cupons

Os cupons são o principal motor de engajamento e receita do aplicativo. Aprofundando a análise, observamos que a receita bruta total de R\$ 55,04 milhões se distribui de forma notavelmente equilibrada entre as três mecânicas principais: "Cashback" (R\$ 18,4M), "Produto" (R\$ 18,2M) e "Desconto" (R\$ 18,2M). Isso indica que a base de usuários é receptiva a diferentes tipos de incentivo. No que tange ao perfil de consumo, a categoria de "Restaurantes & Gastronomia" lidera com folga, sendo responsável por 17,86% de toda a receita.

Entretanto, uma análise financeira mais profunda (Visão CFO) revela nuances críticas na rentabilidade. A receita bruta similar esconde eficiências distintas: os cupons de "Produto" geram a maior Receita Líquida (R\$ 17,65M) e a maior Margem Operacional (96,49%). Em contrapartida, cupons de "Desconto" trazem a menor receita líquida (R\$ 12,7M) e uma margem significativamente inferior (78,00%). Esta análise permite uma alocação estratégica de investimentos: o "Cashback" é a melhor ferramenta para *alcance* de clientes (atraindo 4.697 clientes únicos), mas o "Produto" é a ferramenta mais eficiente para a *rentabilidade* do negócio.

4. Análise Financeira e Operacional (Visão CFO/CTO)

Para o CFO, a saúde financeira, a eficiência de custos e a escalabilidade são primordiais. O dashboard consolida uma Receita Total (Bruta) de R\$ 55M e uma Receita Líquida (pós-custos e repasses) de R\$ 48M. O Custo Total da operação, composto pelos repasses aos parceiros, soma R\$ 7,04M. Isso resulta em uma Margem Operacional média saudável de 87,20%, demonstrando alta lucratividade. O gráfico de "Evolução da Margem Operacional" é vital, pois demonstra que Receita, Custos e Lucro Operacional crescem em paralelo, indicando um modelo de negócio escalável onde a lucratividade não é sacrificada pelo crescimento.

Em paralelo, a visão do CTO foca na robustez e eficiência da plataforma. A "Central de Validação" é essencial para ambas as visões (CTO e CFO), e seus dados demonstram uma eficiência impecável: 100% dos 100.000 cupons capturados no sistema foram validados, com zero pendências. Consequentemente, o "Controle de Repasses" mostra que 100% dos R\$ 7,04M devidos aos parceiros estão com status "Pago". Esta eficiência operacional de ponta a ponta não só garante a saúde financeira, mas também fortalece a confiança da rede de parceiros, um pilar essencial para o sucesso do ecossistema.

5. Comportamento e Perfil do Usuário

Tão importante quanto os números financeiros é entender o "quem" e o "quando" do engajamento do usuário, uma visão crucial para as estratégias de marketing do CEO e de plataforma do CTO. A análise de comportamento temporal revela padrões claros: os horários de pico de atividade concentram-se no período da tarde (com 15:00h sendo o pico geral) e o sábado se destaca como o dia mais ativo da semana. O mapa de calor detalhado mostra picos secundários estratégicos nos horários de almoço (11h-14h) e início da noite (17h-19h). Demograficamente, o perfil do usuário é composto majoritariamente pelo gênero feminino (42%) e se concentra fortemente nas faixas etárias de 25-34 anos e 35-44 anos.

O dashboard não apenas aponta esses dados, mas os traduz em recomendações acionáveis. Isso inclui: 1) "Timing para Notificações Push", sugerindo o envio de notificações nos horários de pico para maximizar a taxa de abertura; 2) "Promoções Semanais", focando as melhores ofertas nos dias de maior volume; e 3) "Alocação de Suporte", recomendando o dimensionamento da equipe de suporte para garantir a melhor experiência do usuário nos momentos de maior tráfego.

6. Inteligência de Mercado e Oportunidades Geográficas

Se as seções anteriores analisam o desempenho *atual*, a inteligência geográfica responde à pergunta estratégica do CEO: "Para onde crescer?". Esta análise é, talvez, o indicador mais claro de oportunidade de expansão. O dashboard revela que, nas regiões analisadas, o aplicativo possui uma taxa de penetração de 60,0% sobre um total de 100.000 pedestres mapeados. Isso deixa um potencial imediato de 40.043 usuários (pedestres na área que ainda não têm o app) a serem explorados.

A inteligência de mercado vai além e quantifica essa oportunidade: com uma estimativa conservadora de 15% de conversão e mantendo o ticket médio de R\$ 550, o potencial de receita mensal inexplorado nessas áreas é de R\$ 3,3 milhões. O dashboard segmenta essa oportunidade em prioridades estratégicas: regiões de "Alta Prioridade" (ex: Centro & Copacabana) para *expansão* agressiva; regiões de "Média Prioridade" (ex: Leblon & Ipanema) para campanhas de *fidelidade*; e regiões de "Oportunidade de Crescimento" (ex: Botafogo) para campanhas de *aquisição* de novos usuários.

7. Performance e Eficiência das Lojas Parceiras

Um ecossistema de marketplace depende de duas frentes: clientes (B2C) e parceiros (B2B). A saúde da rede de parceiros é fundamental para a retenção de usuários. A análise das 33 lojas ativas mostra uma performance robusta, com uma receita média de R\$ 213.559,82 por loja. O ranking de performance, liderado por farmácias ("Drogaria São Paulo", "Drogasil"), indica um alto volume e receita nesse segmento. A análise de eficiência (scatter plot) é crucial, pois demonstra uma correlação positiva e linear entre o volume de transações e a receita gerada, validando o modelo de negócio para o lojista. Do lado operacional (Visão CFO/CTO), o "Controle de Repasses" detalha a saúde de cada parceria, e a validação de 100% dos pagamentos reforça a confiança e a estabilidade da rede.

8. Conclusão e Ações Estratégicas Recomendadas

A análise dos dados do PIC Money, consolidada no dashboard C-Level, fornece uma visão 360º de um aplicativo maduro, com um modelo de negócio validado e visões claras para cada executivo. As ações estratégicas devem, portanto, focar em três vetores principais, que são sinérgicos:

1. **Crescimento e Aquisição (Geográfica - Foco CEO):** Focar na captura dos 40.043 usuários potenciais para buscar a receita estimada de R\$ 3,3 milhões/mês, implementando as estratégias de segmentação (Alta, Média, Oportunidade) para otimizar o ROI de marketing em cada região.
2. **Otimização e Engajamento (Comportamental - Foco CTO/CEO):** Utilizar os dados de comportamento (picos de horário, dias da semana) para aplicar as recomendações de timing de notificações push, promoções semanais e alocação de suporte, aumentando a frequência de uso e a satisfação da base atual.
3. **Eficiência de Rentabilidade e Operações (Financeira - Foco CFO):** Priorizar campanhas de cupons do tipo "Produto", que demonstraram a maior margem (96,49%), e manter a eficiência de 100% na validação e repasse, garantindo a sustentabilidade financeira e a confiança dos parceiros.

9. Demonstração Interativa do Projeto

Para uma visualização interativa das funcionalidades completas do dashboard, incluindo filtros dinâmicos, drill-downs e a navegação entre as diferentes visões C-Level (CEO, CFO, CTO) aqui apresentadas, acesse a demonstração do projeto no link abaixo:

<https://drive.google.com/drive/folders/1hhBWFL6rfz647dOADAD8H99gM71ZRIBQ?usp=sharing>