

Análise dos Dados da Linha PetShop (2020-2024)

1. Visão Geral do Desempenho de Vendas por Filtros Aplicados

A análise por filtros revela padrões importantes ao longo dos anos:



Faturamento Total

- Comportamento cíclico: Há uma oscilação significativa no faturamento, com picos nos anos ímpares (2021: R\$ 23,27 Mi e 2023: R\$ 24,51 Mi) e valores menores nos anos pares (2020: R\$ 16,33 Mi, 2022: R\$ 16,46 Mi e 2024: R\$ 15,57 Mi);
- Pico em 2023: O melhor desempenho foi registrado em 2023, com R\$ 24,51 milhões;
- Estabilidade relativa: Apesar das oscilações, o faturamento manteve-se sempre acima de R\$ 15 milhões anuais desde 2020.

Total de Pedidos

- Notável consistência: O número de pedidos permaneceu estável, oscilando entre 49,25 mil e 50,40 mil ao longo de todos os anos;
- Máxima eficiência: O ano de 2022 registrou o maior número de pedidos (50,40 mil), porém, considerando que os dados são de até abril de 2024, esse ano é o mais performático com seus 49,25 mil pedidos até então;

Ticket Médio

- Comportamento espelhado ao faturamento: O ticket médio segue o mesmo padrão cíclico do faturamento, com valores mais altos nos anos ímpares;
- Surpreendente pico em 2021 e 2023: Os valores de R\$ 465,32 (2021) e R\$ 489,00 (2023) são significativamente maiores que os demais anos;
- Retorno à média em 2024: Queda expressiva para R\$ 316,34, voltando a patamares similares a 2020/2022.

Insights Estratégicos

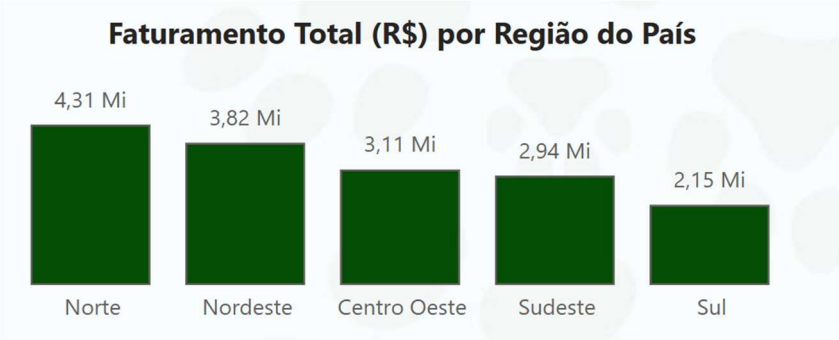
1. Estratégia cíclica deliberada: Este padrão consistente sugere uma estratégia comercial planejada, possivelmente com campanhas promocionais de maior valor nos anos ímpares;
2. Fidelidade da base de clientes: A estabilidade no número de pedidos indica uma base de clientes fiel e consistente, que tende a aumentar significativamente em 2024, indicando uma mudança estratégica para atração de novos clientes;
3. Variação na cesta média: A grande oscilação no ticket médio sem variação significativa no volume de pedidos sugere mudanças na composição das compras, possivelmente com produtos de maior valor nos anos de pico;
4. 2024 em transição: O retorno a patamares menores de ticket médio em 2024 pode indicar uma mudança estratégica em direção a maior volume com menor valor por pedido.

2. Análise de Receita por Região (Evolução Anual)

Distribuição Geográfica por Ano

A análise por filtros anuais revela tendências importantes na distribuição regional:

2020:



2021:

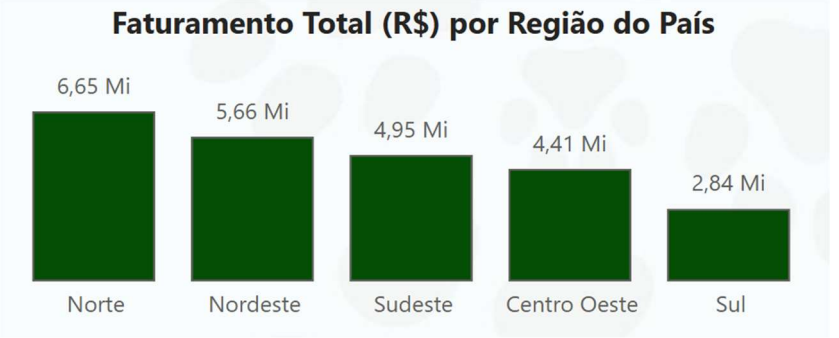


Patricia Sato

2022



2023



2024



Acumulado 2020-2024



Insights Estratégicos

Esta evolução revela padrões importantes:

- **Consistência no Norte:** Liderança constante do Norte em todos os anos, com participação crescendo de 26,4% em 2021 para 33,5% em 2024
- **Fortalecimento do Nordeste:** Progressão de 16,4% em 2020 para estabilização em torno de 22-23% nos anos seguintes
- **Perda de relevância do Sudeste:** Embora seus valores absolutos tenham variado, e o Sudeste tenha alcançado a terceira posição de maior faturamento a partir de 2021, houve perda relativa de relevância, de 30,5% em 2020 para cerca de 20% nos anos recentes.
- **Sul como oportunidade:** Menor participação consistente, indicando potencial inexplorado

A distribuição contraria a tendência típica do mercado brasileiro, onde o Sudeste geralmente domina em volume de vendas, sugerindo uma estratégia deliberada de expansão em regiões menos saturadas.

3. Top Produtos Mais Vendidos (Evolução por Ano)

Perfil de Produtos por Ano

2020:



2021:



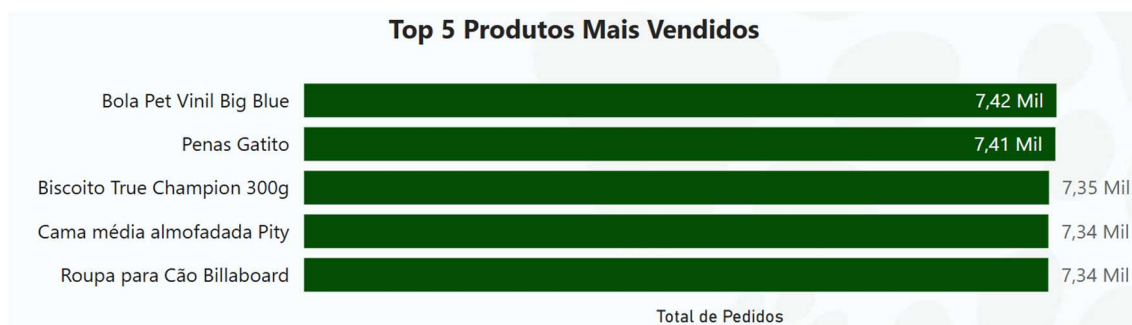
2022:



2023:



2024:



Insights de Comportamento do Consumidor

- Produtos consistentes: Biscoito True Champion 300g aparece em 4 dos 5 anos analisados
- Mudanças de preferência:

2020: O foco estava em produtos básicos de alimentação e cuidados, liderados pelo Biscoito True Champion 300g (9,43 Mi), seguido por ração Royal Canin (8,30 Mi) e complementos alimentares (Vitamina E - 9,24 Mi).

2021: Continuou a preferência por alimentos, mas com inclusão de acessórios, destacando-se o Biscoito True Champion 300g (10,93 Mi), petiscos (9,83 Mi) e a primeira aparição da Bola Pet Vinil Big Blue (9,58 Mi).

2022: Mudança significativa para produtos de conforto e acessórios, com a Bandana Disney Mickey Fábrica Petti (6,27 Mi) assumindo a liderança, seguida por produtos de saúde (antipulgas - 5,54 Mi) e itens de higiene.

2023: Retorno aos produtos naturais e premium, com Shampoo vegano (11,43 Mi) e suplementos alimentares (11,40 Mi) liderando, seguidos pelo Biscoito True Champion 300g (10,74 Mi).

2024: Diversificação completa com foco em conforto e entretenimento, tendo a Bola Pet Vinil Big Blue (7,42 Mi) e Penas Gatito (7,41 Mi) liderando, seguidos pelo Biscoito True Champion 300g (7,35 Mi) e produtos de conforto (camas - 7,34 Mi e roupas - 7,34 Mi).

Tendências observadas:

Crescente sofisticação do consumidor, que evoluiu de produtos básicos para soluções premium.

Aumento expressivo de produtos naturais/veganos em 2023.

Em 2024, clara diversificação com foco em conforto e brinquedos, mostrando uma clientela cada vez mais disposta a investir em produtos de qualidade e bem-estar para seus pets.

4. Faturamento por Categoria de Produto (Evolução por Ano)

Hierarquia de Categorias por Ano

2020:

1. Bebedouros e Comedouros: R\$ 5,29 Mi
2. Medicamento: R\$ 3,54 Mi
3. Alimentação: R\$ 3,46 Mi
4. Acessório: R\$ 2,09 Mi
5. Higiene e Limpeza: R\$ 0,90 Mi
6. Petisco: R\$ 0,66 Mi
7. Brinquedo: Menor categoria

2021:

1. Bebedouros e Comedouros: R\$ 8,73 Mi
2. Medicamento: R\$ 4,54 Mi
3. Alimentação: R\$ 4,22 Mi
4. Acessório: R\$ 3,08 Mi
5. Higiene e Limpeza: R\$ 1,31 Mi
6. Petisco: R\$ 0,82 Mi
7. Brinquedo: Menor categoria

2022:

1. Bebedouros e Comedouros: R\$ 6,82 Mi
2. Medicamento: R\$ 3,06 Mi
3. Alimentação: R\$ 2,04 Mi
4. Acessório: R\$ 1,92 Mi
5. Brinquedo: R\$ 1,38 Mi
6. Higiene e Limpeza e Petisco: Categorias menores

2023:

1. Bebedouros e Comedouros: R\$ 9,67 Mi
2. Medicamento: R\$ 4,69 Mi
3. Alimentação: R\$ 4,64 Mi
4. Acessório: R\$ 2,72 Mi
5. Higiene e Limpeza: R\$ 1,37 Mi

6. Brinquedo e Petisco: Categorias menores

2024:

1. Bebedouros e Comedouros: R\$ 5,23 Mi
2. Medicamento: R\$ 2,82 Mi
3. Alimentação: R\$ 2,12 Mi
4. Petisco: R\$ 2,11 Mi
5. Acessório: R\$ 1,80 Mi
6. Brinquedo e Higiene e Limpeza: Categorias menores

Insights da Evolução de Portfólio

Com base nos dados apresentados sobre faturamento por categoria de produto (2020-2024), podemos identificar os seguintes insights:

Consistência nas categorias principais: Bebedouros e Comedouros mantiveram-se como a categoria líder em todos os anos analisados, seguida por Medicamentos e Alimentação, demonstrando a base sólida do negócio.

Crescimento expressivo em anos ímpares: Todas as categorias principais apresentam valores significativamente maiores em 2021 e 2023, alinhados com o padrão cíclico já identificado no faturamento geral.

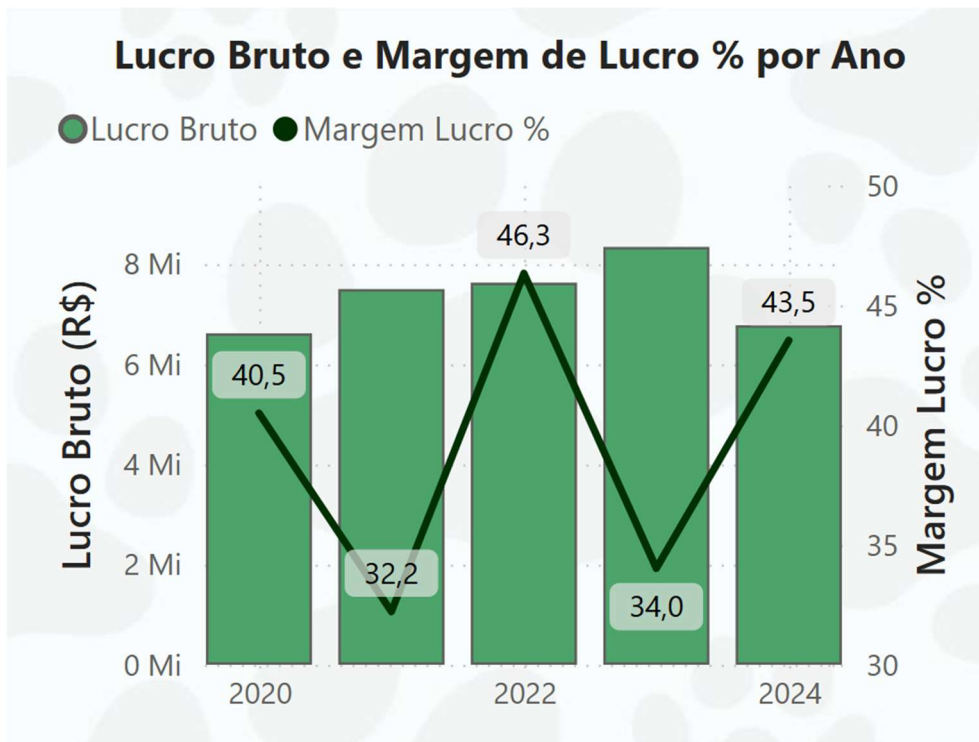
Ascensão de Petiscos em 2024: A categoria Petiscos saltou da sexta posição (2020-2023) para a quarta posição em 2024, com faturamento de R\$ 2,11 Mi, quase triplicando seu valor comparado a anos anteriores.

Evolução dos Brinquedos: Categoria que era a menor em 2020-2021, ganhou relevância a partir de 2022, indicando uma mudança no comportamento de consumo para produtos de entretenimento pet.

Estabilidade na hierarquia: Apesar das variações de valores, a hierarquia das três principais categorias manteve-se inalterada durante todo o período analisado.

5. Lucro Bruto e Margem de Lucro por Ano

Evolução Financeira



2020:

Lucro Bruto: Aproximadamente R\$ 6,5 Mi

Margem de Lucro: 40,5%

Principais contribuintes: Bebedouros e Comedouros, seguidos por Medicamentos

Desempenho equilibrado entre categorias com margens relativamente uniformes

2021:

Lucro Bruto: Aproximadamente R\$ 7,5 Mi

Margem de Lucro: 32,2% (queda significativa em relação a 2020)

Aumento no lucro bruto absoluto, mas compressão na margem percentual

Possível estratégia de volume com sacrifício de margem

2022:

Lucro Bruto: Aproximadamente R\$ 7,6 Mi

Margem de Lucro: 46,3% (pico no período analisado)

Excelente otimização de custo, com foco em produtos de maior margem

Eficiência operacional máxima, mesmo com faturamento menor que 2021

2023:

Lucro Bruto: Aproximadamente R\$ 8,3 Mi (maior valor absoluto)

Margem de Lucro: 34,0% (queda expressiva em relação a 2022)

Estratégia focada em volume, possivelmente com maior investimento em marketing ou descontos

Crescimento impulsionado por categorias de menor margem

2024:

Lucro Bruto: Aproximadamente R\$ 6,7 Mi

Margem de Lucro: 43,5% (recuperação significativa)

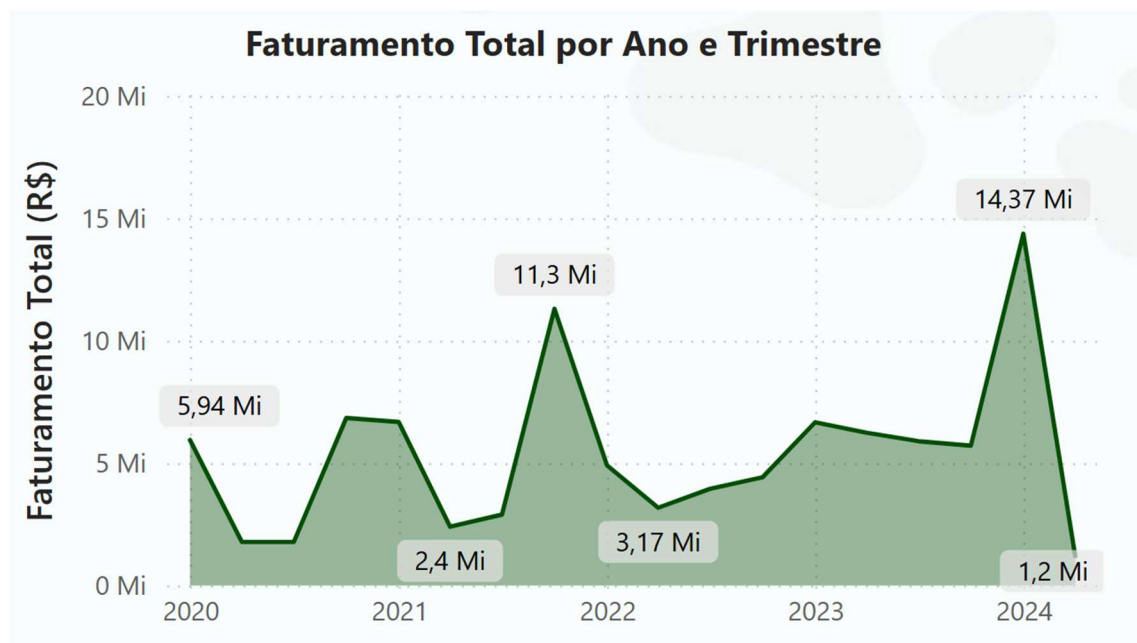
Reequilíbrio do portfólio com foco em rentabilidade

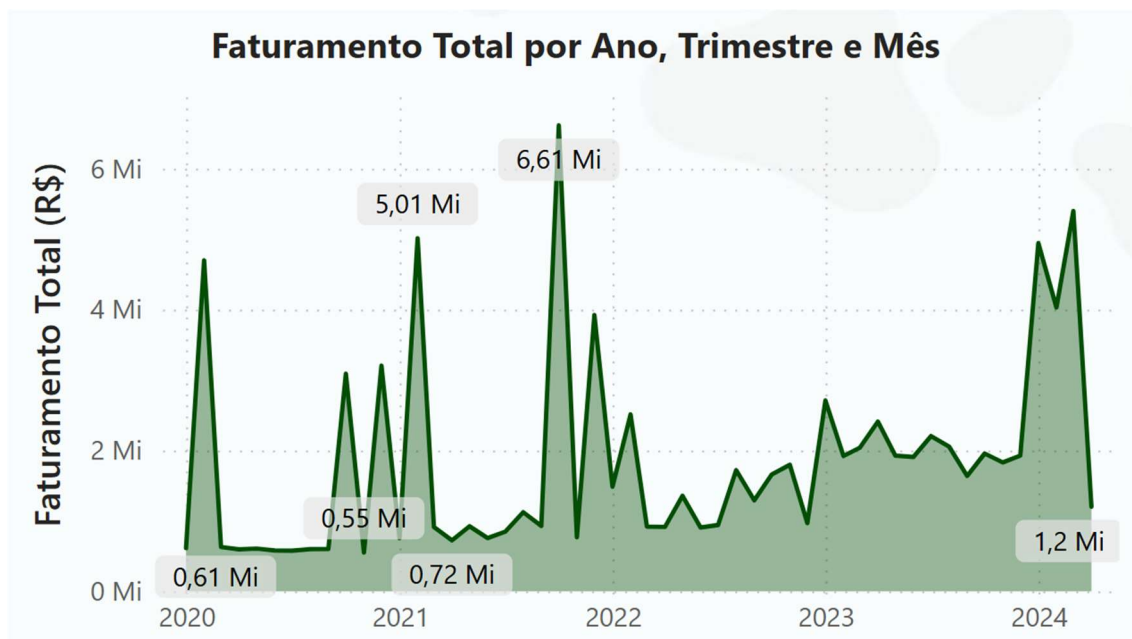
Diversificação para categorias de maior valor agregado

Análise de Ciclos:

- Padrão cíclico claro na margem de lucro, alternando entre otimização de rentabilidade (anos pares) e crescimento de volume (anos ímpares);
- Correlação inversa entre faturamento e margem percentual.

6. Receita Total por Ano, Trimestre e Mês





Padrão Sazonal e Crescimento por Categoria e Ano:

Sazonalidade trimestral: Os dados mostram picos de faturamento no primeiro e quarto trimestres de cada ano, com destaque para o T4 de 2022 (11,3 Mi) e T1 de 2024 (14,37 Mi).

Vales consistentes: Segundo trimestre geralmente apresenta os menores valores (2,4 Mi em 2021, 3,17 Mi em 2022, 1,2 Mi em 2024).

Padrão mensal: Pico significativo em fevereiro de 2021 (5,01 Mi), seguido por queda acentuada a partir de março até setembro.

2023 mais estável: Diferente dos outros anos, 2023 mostrou uma distribuição mais equilibrada ao longo dos meses, sem os vales pronunciados dos trimestres 2 e 3.

Crescimento das vendas em início e final de ano: Em todos os anos, há uma tendência clara de aumento nas vendas no primeiro e último trimestres, sugerindo um comportamento sazonal do consumidor de produtos pet, possivelmente influenciado por datas festivas e período de férias.

Conclusão e Recomendações:

Conclusões Gerais:

A linha PetShop apresenta um padrão cíclico bienal consistente, com anos ímpares focados em volume e faturamento, e anos pares em rentabilidade e margem.

A distribuição geográfica contraria o padrão tradicional do mercado brasileiro, com forte presença nas regiões Norte e Nordeste, e oportunidades inexploradas no Sul e Sudeste.

O comportamento do consumidor evoluiu de produtos básicos para itens premium, naturais e de conforto, indicando sofisticação crescente do mercado.

Existe uma sazonalidade marcante com picos no primeiro e último trimestres de cada ano, predominantes em meses alternados (outubro, dezembro e fevereiro).

O negócio mantém uma base de clientes fiel e consistente, com número estável de pedidos ao longo dos anos.

Recomendações Estratégicas:

Gestão de Portfólio:

Fortalecer a categoria de Petiscos que mostrou crescimento expressivo em 2024;

Continuar investindo em produtos premium e naturais, seguindo a tendência observada em 2023;

Desenvolver linhas exclusivas para a categoria Bebedouros e Comedouros, que é líder consistente.

Expansão Regional:

Implementar estratégia específica para a região Sul, que apresenta oportunidade significativa de crescimento;

Reforçar ações no Sudeste para recuperar participação de mercado;

Consolidar a liderança nas regiões Norte e Nordeste com produtos adaptados às preferências locais.

Gestão de Sazonalidade:

Criar campanhas específicas para o segundo e terceiro trimestres visando reduzir os vales de faturamento;

Otimizar o planejamento de estoque para os picos de final de ano;

Desenvolver promoções sazonais alinhadas com o ciclo bienal identificado.

Inovação de Produtos:

Ampliar o portfólio de produtos de conforto e brinquedos, categorias em ascensão;

Investir em linhas veganas e naturais que mostraram excelente desempenho em 2023;

Manter o foco no Biscoito True Champion 300g, produto consistentemente entre os mais vendidos.