

# 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**

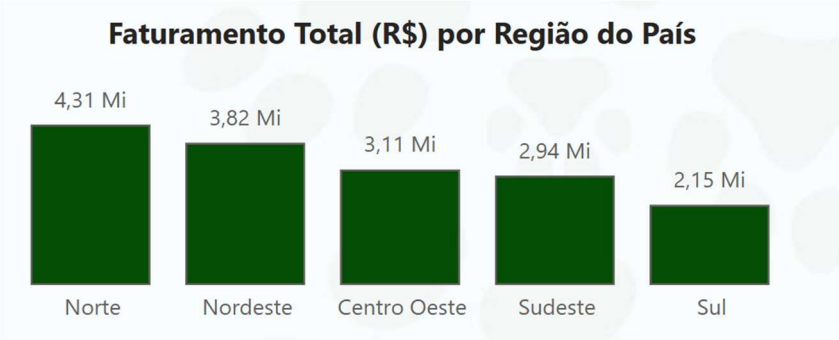
1. Estratégia cíclica deliberada: Este padrão consistente sugere uma estratégia comercial planejada, possivelmente com campanhas promocionais de maior valor nos anos ímpares;
2. Fidelidade da base de clientes: A estabilidade no número de pedidos indica uma base de clientes fiel e consistente, que tende 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:



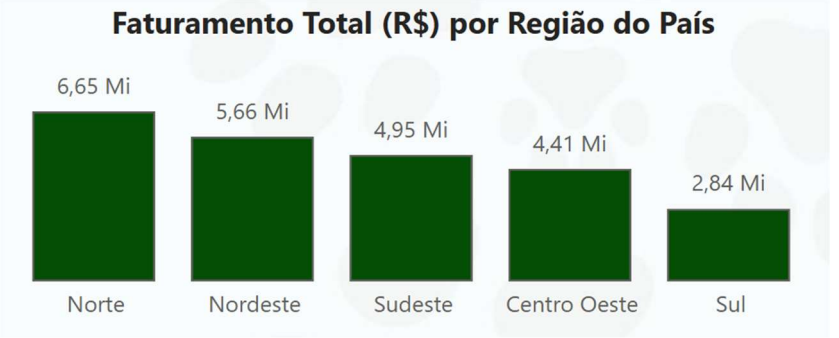
2021:



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.

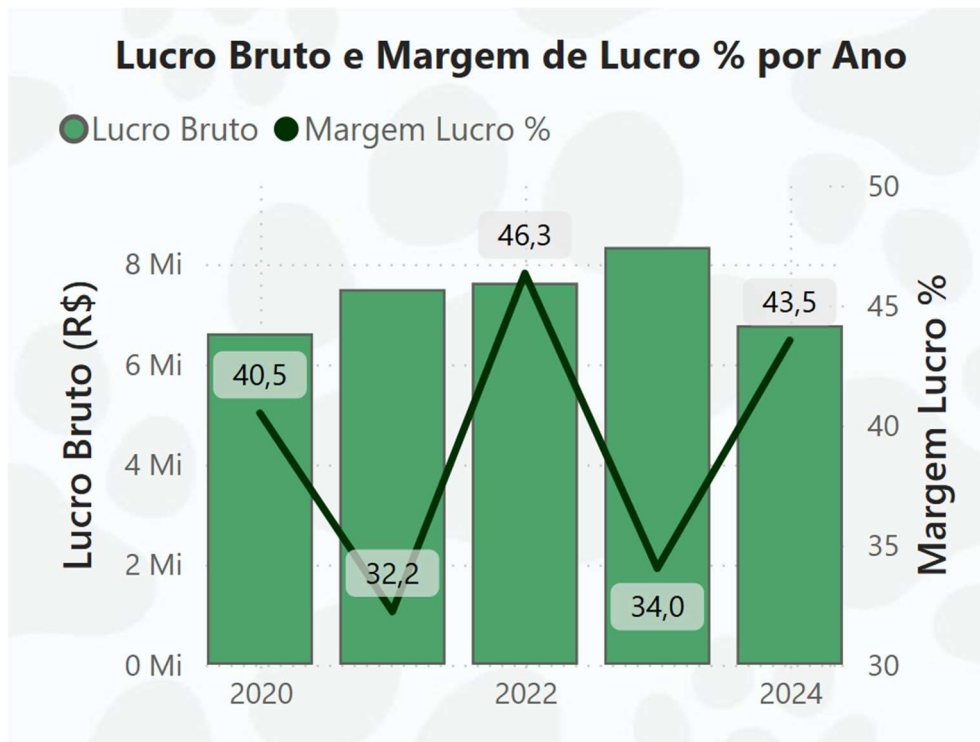
**Evolução dos Brinquedos:** Categoria que era a menor em 2020-2021, ganhou relevância a partir de 2022, indicando uma mudança no comportamento de consumo para produtos de entretenimento pet.

**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)

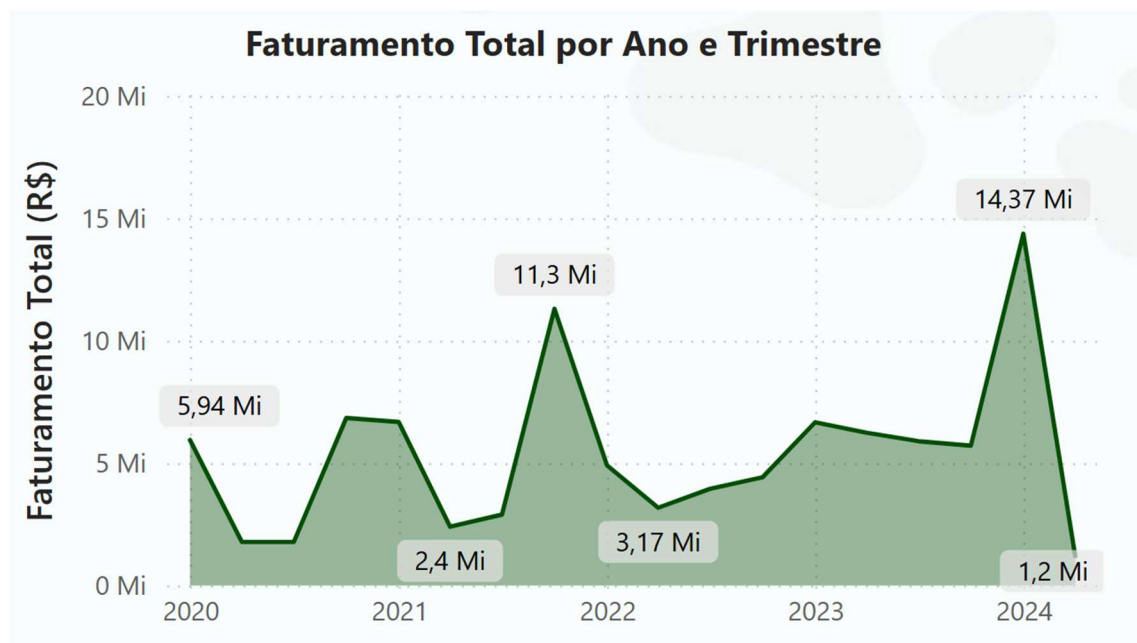
Reequilíbrio do portfólio com foco em rentabilidade

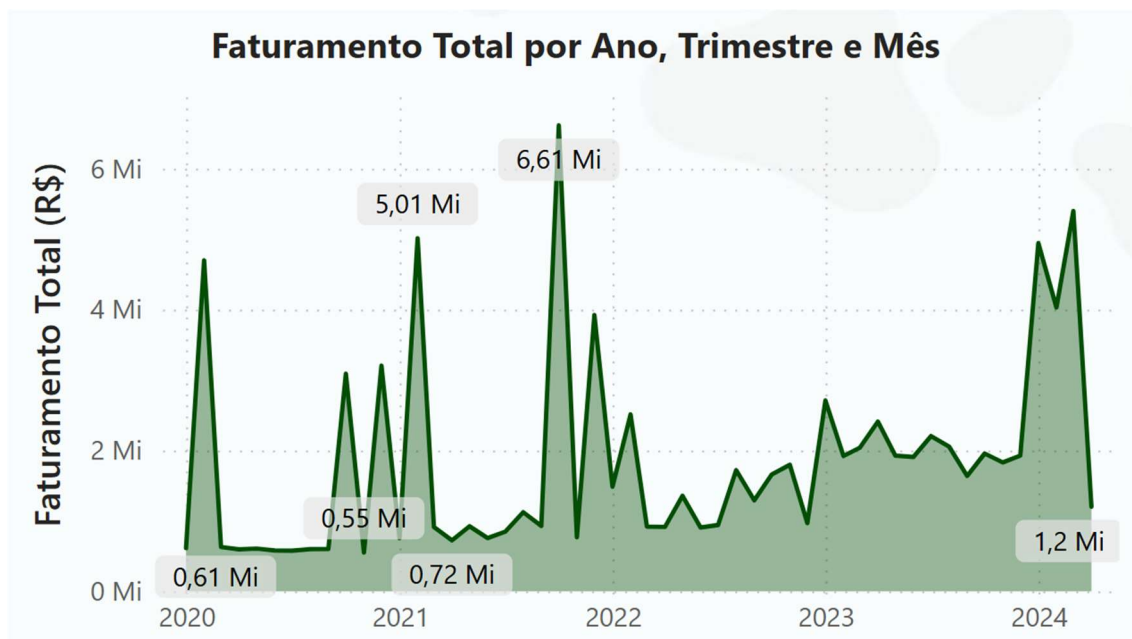
Diversificação para categorias de maior valor agregado

#### 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.