

Saúde da Rede de Cafeterias Aroma Café

O presente relatório analisa a performance da rede de cafeterias Aroma Café abrangendo o período de janeiro a junho de 2023. A avaliação se fundamenta na análise descritiva dos sete gráficos apresentados no painel de controle do Google Sheets, adotando-se uma abordagem executiva para interpretar os resultados. O foco da interpretação recairá sobre o desempenho, a eficiência operacional e a rentabilidade, convergindo na resposta à questão central: Qual é o estado geral da sua saúde financeira e operacional?

1. Evolução da Receita (Gráfico de Linha)

O gráfico de linha demonstra uma tendência de crescimento contínuo e consistente da receita ao longo dos seis meses. O faturamento evoluiu de R\$ 81.677,74 em janeiro para R\$ 166.485,88 em junho, representando um aumento de aproximadamente 104%. Essa expansão evidencia a boa performance comercial da rede, indicando ampliação do volume de vendas, maior frequência de clientes ou possível aumento no mix de produtos de maior valor agregado. Não há indícios de queda ou sazonalidade negativa significativa no período analisado.

2. Categorias Mais Vendidas (Gráfico de Barras Verticais)

As categorias com maior volume de transações foram Coffee (89.250), Tea (69.737) e Bakery (23.214), demonstrando a predominância das bebidas tradicionais no portfólio. Essas três categorias somam mais de 80% das vendas totais em volume. A alta representatividade dessas categorias reforça o posicionamento central da rede como especialista em cafés e chás, embora revele também uma dependência operacional significativa desses produtos.

3. Categorias Mais Rentáveis (Gráfico de Barras Horizontais)

Em termos de receita, as categorias mais rentáveis seguem a mesma ordem: Coffee (R\$ 269.952,45), Tea (R\$ 196.405,95) e Bakery (R\$ 82.315,64), mas, além disso, também apresentam volume e rentabilidade indicando que as categorias mais

vendas também são as que mais contribuem financeiramente. Contudo, produtos como Coffee Beans e Branded, embora menos vendidos, apresentam alto valor unitário, sugerindo potencial para estratégias de *upsell* e expansão de margem por meio de comunicação direcionada e/ou promoções específicas.

4. Participação Percentual por Categoria (Gráfico de Barras Empilhadas)

A análise mensal da participação percentual das categorias demonstra estabilidade na composição das vendas. Coffee manteve média de 38,6% de contribuição, seguido de Tea (28,1%) e Bakery (11,8%). Essa consistência reflete um portfólio consolidado e de comportamento previsível, característica positiva para planejamento de estoque e logística. No entanto, a baixa variação entre os meses também pode sinalizar ausência de inovação ou campanhas de diversificação de consumo.

5. Receita por Região (Gráfico de Rosca)

A análise regional revela equilíbrio entre as três localidades: Hell's Kitchen (R\$ 236.511), Astoria (R\$ 232.244) e Lower Manhattan (R\$ 230.057). A diferença percentual entre as regiões é inferior a 2,5%, o que demonstra uma operação homogênea e bem distribuída geograficamente. Esse resultado indica que as estratégias comerciais e de marketing podem estar funcionando de forma consistente em todos os pontos da rede, mas, para afirmarmos categoricamente este ponto, precisaríamos de mais dados para serem analisados em conjunto com o *dataset* disponível.

6. Análise de Pareto (80/20)

O gráfico de Pareto confirma que aproximadamente 80% da receita total é proveniente de apenas três categorias: *Coffee*, *Tea* e *Bakery*. Essa concentração reforça a necessidade de monitorar riscos de dependência, pois variações de demanda nesses produtos teriam impacto direto e imediato na receita. Por outro lado, o foco nesses itens-chave tem potencial para maximização da eficiência operacional e direcionamento de esforços por meio do marketing de produtos com maior retorno financeiro.

7. Ticket Médio por Categoria (Gráfico de Área)

O ticket médio por categoria evidencia disparidades relevantes. Coffee e Tea, apesar do alto volume de vendas, possuem *tickets* médios baixos (R\$ 3,02 e R\$ 2,82, respectivamente). Já Coffee Beans (R\$ 21,93) e Branded (R\$ 17,53) apresentam *tickets* significativamente superiores. Essa diferença pode resultar em oportunidade clara para aumento de rentabilidade por meio de estratégias de *upsell* e/ou combinações de produtos (ex.: café acompanhado de item de marca ou pacote de grãos premium).

8. Crescimento % Mensal das Transações por Loja (Gráfico de Linha)

O gráfico de linha de crescimento percentual mensal das transações evidencia a variação do fluxo de clientes em cada loja ao longo do semestre.

Astoria: apresentou queda inicial em fevereiro (-7%), seguida por crescimento expressivo em março (+31%) e manutenção de tendência positiva nos meses seguintes, encerrando junho com +4%.

Hell's Kitchen: apresentou leve retração em fevereiro (-4%) e crescimento consistente nos meses seguintes, alcançando +7% em junho.

Lower Manhattan: comportamento semelhante, com queda inicial em fevereiro (-5%) e recuperação gradual, fechando junho com +5%.

O gráfico mostra que, apesar de pequenas flutuações no início do semestre, todas as lojas seguem uma **tendência de crescimento positivo**, reforçando a expansão uniforme da rede e o aumento contínuo do número de transações.

9. Conclusão

A análise consolidada dos indicadores do primeiro semestre de 2023 atesta o excelente desempenho da rede de cafeterias. A receita cresceu de forma consistente, e o crescimento percentual mensal das transações demonstra uma expansão positiva e homogênea entre as lojas. Flutuações pontuais no início do período, como a queda inicial da Astoria em fevereiro (-7%) e da Lower Manhattan (-5%), foram rapidamente superadas, com todas as unidades retomando a tendência positiva e

fechando o semestre com taxas de crescimento sólidas (Astoria: +4%; Hell's Kitchen: +7%; Lower Manhattan: +5%).

O faturamento é robustamente sustentado pelas categorias principais (Coffee, Tea e Bakery), indicando a maturidade e solidez do modelo de negócio.

Contudo, a dependência de poucas categorias e o baixo ticket médio em itens de alto volume representam desafios estratégicos para o segundo semestre. Para garantir uma expansão sustentável e consistente, pode-se implementar imediatamente de estratégias focadas na diversificação do portfólio, elevação do ticket médio e monitoramento contínuo dos indicadores de rentabilidade.