



Relatório Olist - Três Pilares

Contexto Histórico

O período de 2016 a 2018 foi bastante importante para o e-commerce brasileiro. Desde 2014, há um cenário otimista sobre esse setor, iniciando 2016 com o número de e-consumidores ativos 22% maior na comparação com 2015, de 39,14 milhões para 47,93 milhões, segundo dados do G1 e esse número chegaria a incríveis 73 Milhões em 2018, o que traria uma conclusão de que ainda havia muito o que explorar nesse segmento.

1. Vendas

Para a Olist, as vendas no período resultaram em um valor acumulado de R\$ 16.008.872,11. Esse valor, foi distribuído em 73 categorias, com 3.095 vendedores e 96.096 clientes espalhados pelo território brasileiro. Na série histórica, a empresa vem em uma crescente, seja no número de vendas, quanto no valor acumulado destas.

Apesar do último quadrimestre do ano de 2016 terminar com um total acumulado de R\$ 59.362,34, com mais de 90% desse valor se concentrando no mês de outubro que, sozinho, foi responsável por R\$ 49.507,66, o ano de 2017 tornou o cenário mais otimista. O ano fechou com R\$ 7.249.746,72, uma considerável melhora em relação ao ano anterior, principalmente se compararmos com o último quadrimestre de 2016, totalizando R\$ 3.042.806,66, uma valorização de mais de 5.000%.

2017

Mês	Valor
Setembro	R\$ 624.401,69
Outubro	R\$ 664.219,43
Novembro	R\$ 1.010.271,37

2016

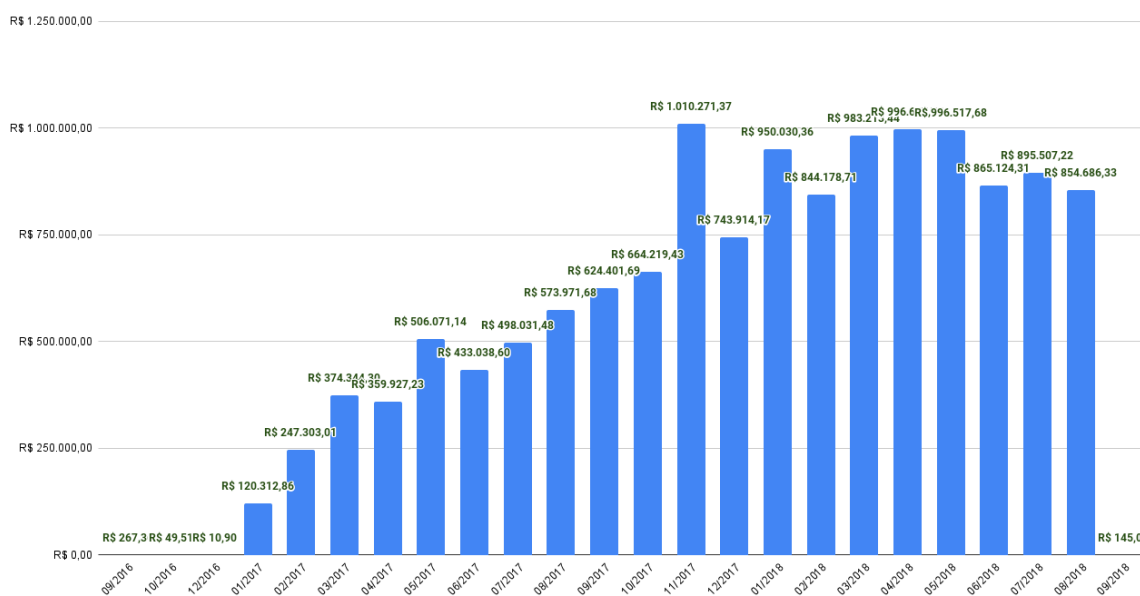
Mês	Valor
Setembro	R\$ 267,36
Outubro	R\$ 49.507,66
Novembro	Sem Registro

Mês	Valor
Dezembro	R\$ 743.914,17

Mês	Valor
Dezembro	R\$ 10,90

Esses resultados estão longe de serem outliers, pois no ano de 2018 o resultado foi ainda melhor, atingindo a marca de R\$ 8.699.763,04, sendo este o melhor resultado acumulado da série histórica. Vale a pena ressaltar, que na base de dados não estão presentes os resultados do último trimestre de 2018, o que pode ser um indício de resultados ainda mais expressivos.

Em uma perspectiva sazonal, as vendas costumam acumular-se no período entre o 2º e 3º trimestres, compreendendo de março a agosto o intervalo de maior atividade, sendo o mês de Maio como campeão em valor arrecadado, com R\$ 1.746.900,96 ao longo dos anos de 2017 e 2018 e Agosto como o mês em que houve a maior quantidade de vendas, com 10.843 transações.



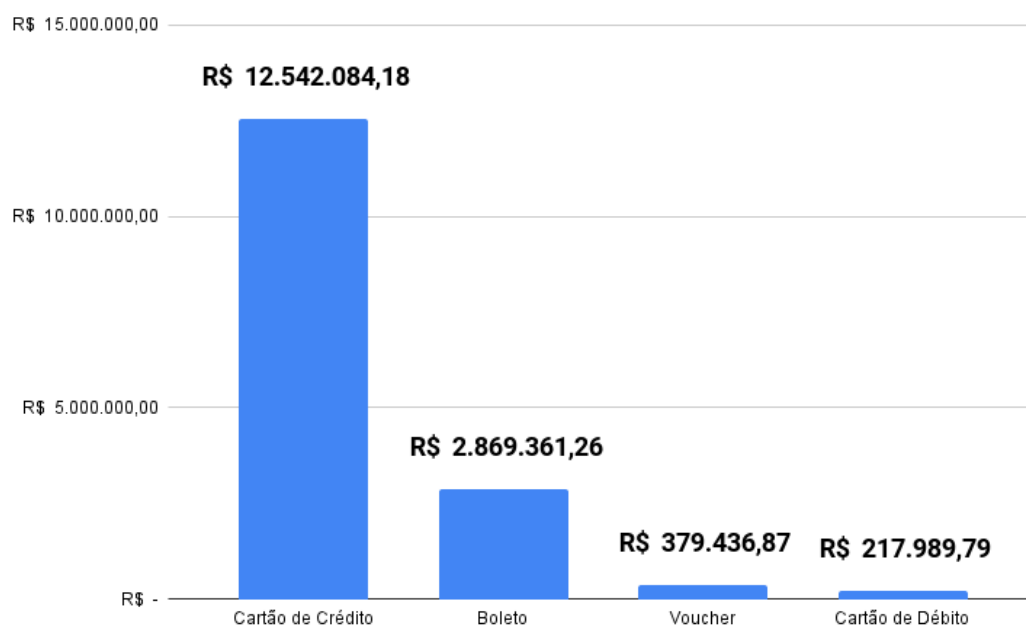
Vendas acumuladas em cada mês do período. Fonte: Própria

Essas vendas, estão distribuídas em 73 categorias de produtos, sendo: Cama Mesa Banho, Beleza e Saúde, Esporte e Lazer, Móveis e Decoração e Acessórios de Informática as 5 categorias que mais venderam no período, com um ticket médio, ou seja, o valor médio que cada cliente transaciona é de aproximadamente R\$ 166,59 e definitivamente, o cartão de crédito é o meio de pagamento mais utilizado.

Categoria	Quantidade de Vendas	Valor Total
Cama Mesa Banho	11.115	R\$ 1.712.553,67
Beleza e Saúde	9.670	R\$ 1.657.373,12
Esporte e Lazer	8.641	R\$ 1.392.127,56
Móveis e Decoração	8.334	R\$ 1.430.176,39

Categoria	Quantidade de Vendas	Valor Total
Informática e Acessórios	7.827	R\$ 1.585.330,44
Utilidades Domésticas	6.964	R\$ 1.094.758,12
Relógios	5.991	R\$ 1.429.216,68
Telefonia	4.545	R\$ 486.882,05
Ferramentas de Jardim	4.347	R\$ 838.280,75
Automotivo	4.235	R\$ 852.294,32

Apenas por esse meio de pagamento, foram realizadas 76.795 transações, o que corresponde a 73,92%, totalizando um valor acumulado de R\$ 12.542.084,18, gerando em torno de R\$ 163,31 em média por mês. Se compararmos com o cartão de débito, que é uma opção nativa da maioria dos cartões, percebe-se um verdadeiro abismo, com o cartão de débito somando apenas 1.529 operações, acumulando apenas R\$ 217.989,79, representando 1,47%, ficando atrás até do voucher.



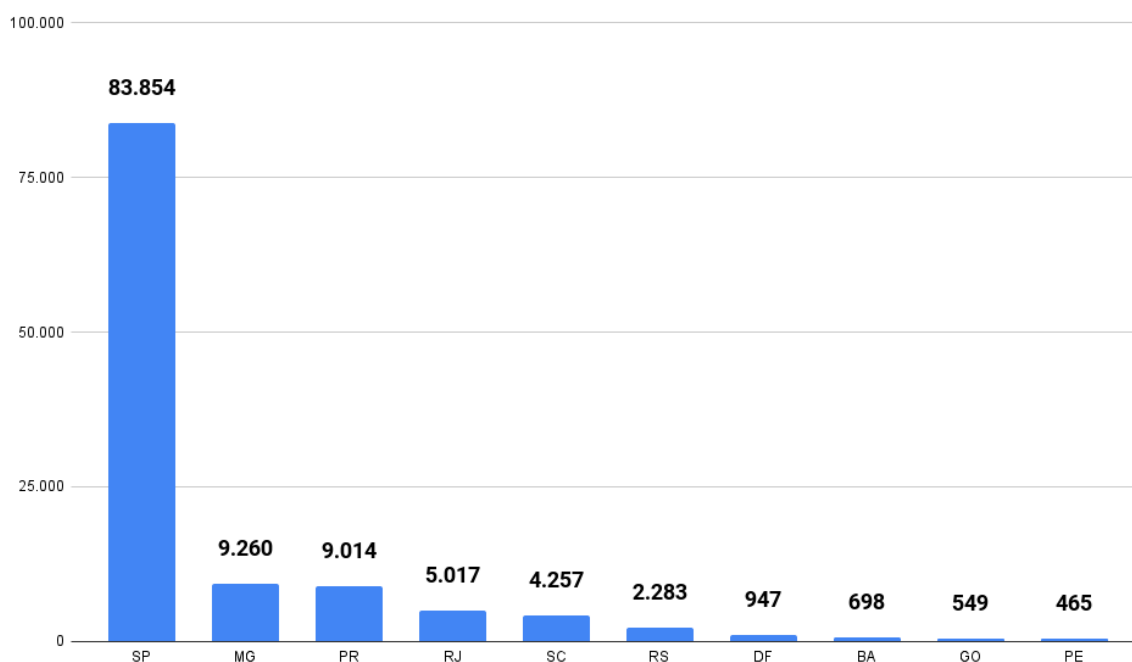
Vendas efetuadas por cada meio de pagamento. Fonte: Própria

Geograficamente, a distribuição destes resultados é bastante desigual entre as regiões brasileiras. 68,67% das atividades estão concentradas na região sudeste, sendo São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais os 3 que mais acumularam vendas no período. Em segundo lugar está a região sul, apresentando 14,12% de contribuição, com seus 3 estados presentes entre os 10 que contribuíram percentualmente, com Rio Grande do Sul ocupando o 4º lugar neste ranking. Em Terceiro está a região Centro Oeste, com Brasília e Goiás representando 4,15% e ocupando a 8ª e 9ª posição no Ranking, respectivamente. Por fim, a Bahia é a única representante do nordeste, com 3,47% e em 7ª no ranking.

Entre as cidades, o cenário se regionaliza ainda mais para o estado de São Paulo, com 4 das 10 cidades que mais venderam, percentualmente.

Cidade	Percentual de Vendas	Média de Vendas Mensais
São Paulo	15.61%	706
Rio de Janeiro	6.93%	312
Belo Horizonte	2.76%	126
Brasília	2.11%	101
Curitiba	1.51%	69
Campinas	1.45%	68
Porto Alegre	1.36%	65
Salvador	1.29%	62
Guarulhos	1.20%	54
Sao Bernardo do Campo	0.94%	44

Por fim, temos o ranking de vendedores. Na base de dados, existem 3.095 vendedores, espalhados pelo território brasileiro. Os nomes dos vendedores são codificados por conta de LGPD, nesse caso, o vendedor sob código o vendedor que trouxe o maior valor acumulado em vendas, obteve um total de R\$ 507.166,91, em média por venda, o primeiro do ranking possui uma média de R\$ 525,94 e o que possui mais vendas, chegou a marca de 2.133 vendas no período.



Quantidade de Vendas acumuladas pelos vendedores de cada estado. Fonte: Própria.

Geograficamente, os vendedores da cidade de São Paulo possuem, com uma margem astronômica, o posto de maior valor acumulado com R\$ 13.369.880,60. A surpresa fica para o segundo lugar, que se antes, Rio de Janeiro possuía o lugar cativo, da perspectiva de vendedores, o estado que mais acumulou foi o Paraná, com R\$ 1.846.047,65, seguido por Minas Gerais, com R\$ 1.564.757,79 e em quarto lugar aparece o Rio de Janeiro R\$ 1.098.242,22. Uma outra surpresa, é o estado de Pernambuco, que não aparecia no ranking de vendas, mas aparece aqui, em 9º Lugar com R\$ 124.894,83.

2. Produto/Categoria

Para analisarmos a performance dessas categorias, é preciso entender que, na base de dados, o nome dos produtos estão codificados. Dessa forma, será pouco produtivo apenas observar códigos sem alguma referência visual para facilitar os insights, portanto, o foco será mais nas categorias do que nos produtos propriamente ditos.

A Olist possui 73 categorias de produtos. A primeira pergunta que pode vir a cabeça é: "Qual produto vendeu mais?" Analisando apenas a quantidade de vendas, a categoria de "móveis e decoração" possui o produto mais vendido e entre o produto que mais acumulou valor em vendas foi um da categoria de Telefonia Fixa. Entretanto, aprofundando a análise, encontramos um padrão nas duas óticas de performance. A categoria de Ferramentas de Jardim e Informática possuem mais de um produto em cada um dos rankings.

Produto	Categoria	Qtd. Vendas	Valor Acum.
Produto 1 - Móveis	Móveis Decoracao	536	R\$ 63.788,12
Produto 1 - Cama, Mesa	Cama Mesa Banho	525	R\$ 63.161,39
Produto 1 - Ferramentas de Jardim	Ferramentas Jardim	505	R\$ 79.512,22
Produto 2 - Ferramentas de Jardim	Ferramentas Jardim	406	R\$ 48.616,43
Produto 3 - Ferramentas de Jardim	Ferramentas Jardim	395	R\$ 52.508,62
Produto 4 - Ferramentas de Jardim	Ferramentas Jardim	389	R\$ 53.445,34
Produto 1 - Informática	Informática Acessórios	357	R\$ 70.557,90
Produto 1 - Relógios	Relógios Presentes	327	R\$ 48.994,30
Produto 1 - Beleza e Saúde	Beleza e Saúde	283	R\$ 11.826,06
Produto 2 - Informática	Informática Acessórios	278	R\$ 58.962,13

No caso das Ferramentas de Jardim, 4 dos 10 produtos que mais venderam, pertencem a essa categoria, ocupando da 3ª a 6ª posição no ranking. Além disso, o produto mais vendido dessa categoria também é o 3º que mais acumulou valor em vendas, com 505 pedidos e um acumulado de R\$ 79.512,22 no período de análise. Juntos, esses 4 itens acumularam 1.695 pedidos e R\$ 234.082,61 em arrecadação.

Quando olhamos para a categoria de Informática, a perspectiva se torna ainda mais atrativa. No ranking dos 10 produtos que mais venderam, dois são deste segmento, mas o que chama a atenção, é que no ranking dos 10 produtos que mais acumularam valor,

existem 3 produtos de informática. Sozinhos, eles representam mais de 700 pedidos e quase R\$ 200.000,00 em valor acumulado.

Produto	Categoria	Qtd. Vendas	Valor Acum.
Produto 1 - Telefonia Fixa	Telefonia Fixa	8	R\$ 109.312,64
Produto 1 - Beleza e Saúde	Beleza e Saúde	209	R\$ 81.887,42
Produto 1 - Ferramentas de Jardim	Ferramentas Jardim	505	R\$ 79.512,22
Produto 1 - Informática	Informática Acessórios	357	R\$ 70.557,90
Produto 2 - Beleza e Saúde	Beleza e Saúde	159	R\$ 64.825,67
Produto 2 - Informática	Informática Acessórios	106	R\$ 64.143,25
Produto 1 - Móveis	Móveis Decoracao	536	R\$ 63.788,12
Produto 1 - Relógios	Relógios Presentes	228	R\$ 63.167,36
Produto 1 - Cama, Mesa	Cama Mesa Banho	525	R\$ 63.161,39
Produto 3 - Informática	Informática Acessórios	278	R\$ 58.962,14

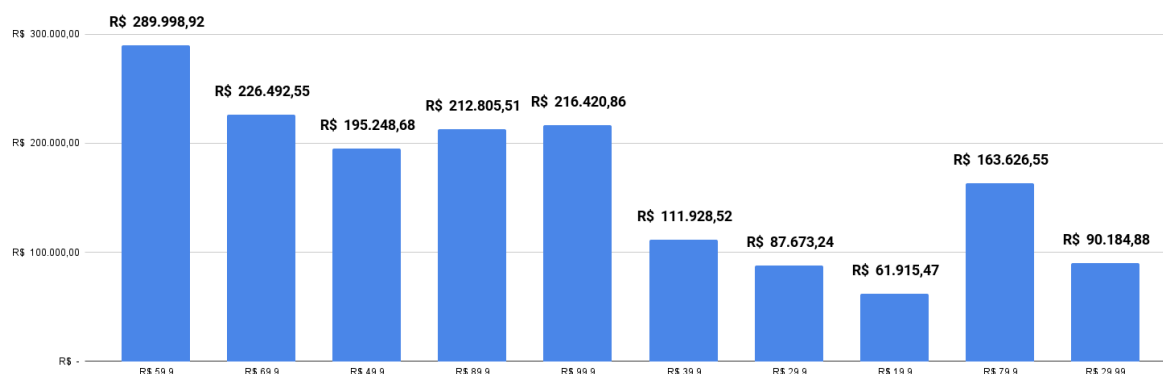
Mas não podemos resumir as performances apenas pela quantidade de vendas brutas. Pelas métricas de pirata, um bom indicador de performance é o Basket Size Purchase, ou seja, o tamanho da cesta de compra. Em outras palavras, significa quantidade média de produtos que cada cliente está comprando em um único pedido. Nesse quesito, há uma disputa acirrada entre beleza e saúde, automotivo e informática, com uma média de 11 para o primeiro e 10,5 para os seguintes. Isso quer dizer que, para cada pedido dessas categorias, a quantidade média de itens comprados juntos em um mesmo pedido é de 11 e 10,5 respectivamente. Esses resultados são importantes para gerar insights de recomendação para clientes.

Categoria	Basket Size Purchase
Beleza Saude	11,0
Automotivo	10,5
Informatica Acessorios	10,5
Ferramentas Jardim	8,0
Moveis Decoracao	8,0
Telefonia	7,5
Ferramentas Jardim	7,5
telefonia	7,0
utilidades_domesticas	6,5
bebes	6,5

Uma outra ótica de observação interessante, é em relação as categorias que alcançaram o maior valor médio por pedido. Nesse quesito, destacam-se as categorias de PCs e Relógios. Esse último, apesar de possuir a menor média de preços entre as 10 principais

categorias, registrou um alto índice de compras, obtendo um bom saldo entre o preço médio e quantidade de vendas.

Apesar disso, é nas faixas mais baratas que há a maior concentração de vendas e valor acumulado. No período, o preço que mais houve transações foi R\$ 59,90, com 2.606 vendas e R\$ 289.998,92 em valor acumulado. Só entre as 10 precificações que mais transacionaram, esse número representa 15,87% das vendas e 17,51% do valor acumulado total. Se considerarmos uma faixa que vai de R\$ 29,90 a R\$ 69,90, obtemos aproximadamente 50% das vendas e do valor acumulado deste ranking.



Entre as cidades brasileiras, a preferência é clara a produtos de Cama, Mesa e Banho. Das 10 cidades com mais vendas, 7 aparecem como maiores compradoras de itens desta categoria, isso inclui São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Campinas, Porto Alegre, Guarulhos e Niterói. Com essa variedade de produtos, aliada a crescente demanda em outras regiões do país, é salutar observarmos outra métrica, que é o custo médio de frete, em especial o Shipping Time.

Categoria	Shipping Time
moveis escritorio	31.6 DIAS
seguros e servicos	31.0 DIAS
fashion calçados	29.2 DIAS
artigos de natal	26.7 DIAS
cds dvds musicais	26.4 DIAS
telefonica fixa	26.3 DIAS
market place	25.7 DIAS
moveis quarto	25.6 DIAS
climatizacao	25.3 DIAS
eletrodomesticos 2	25.3 DIAS

Categoria	Frete Médio	Maior Frete
PCs	R\$ 48,45	R\$ 193,21
Eletrodomesticos	R\$ 44,53	R\$ 170,80
Móveis, Colchao e Estofado	R\$ 42,90	R\$ 82,70
Móveis, Cozinha, Jantar e Jardim	R\$ 42,70	R\$ 251,39
Móveis Quarto	R\$ 42,49	R\$ 147,65
Móveis Escritório	R\$ 40,55	R\$ 256,13
Portáteis, Casa, Forno e Café	R\$ 36,15	R\$ 115,63
Móveis Sala	R\$ 35,72	R\$ 237,11
Sinalização e Seguranca	R\$ 32,70	R\$ 299,16
Indústria, Comércio e	R\$ 29,42	R\$ 317,47

Categoria	Frete Médio	Maior Frete
negócios		

O shipping time é uma métrica de retenção muito importante para os e-commerces, pois é a medida do tempo médio, dado em dias, que um produto leva pra chegar ao cliente. Em outras palavras, quanto maior o shipping time, maior a probabilidade de um cliente fazer um churn - deixam de utilizar o produto ou serviço - assim, é imperativo que haja um controle no tempo gasto no traslado do produto, visando cada vez mais a redução desse indicador.

Região	Ship. Time	Estado	Ship. Time	Estado	Ship. Time
Sudeste	24,7	AP	45,6	ES	25,2
Sul	25,5	RR	45,5	PR	24,3
Centro Oeste	26,1	AM	45,2	MG	24,2
Nordeste	30,8	AC	40,6	DF	24,0
Norte	42,9	RO	38,6	SP	18,8

3. Cliente

Na base de dados, estão registrados 96.096 clientes em mais de 100.000 ordens, ou seja, a maioria dos consumidores realizaram apenas uma compra. Mas, entre os que fizeram mais de uma, qual é sua distribuição e aspectos a serem notados? Nessa seção, vale o mesmo aviso da anterior. Pela LGPD, os nomes dos clientes foram codificados, tornando inviável a sua identificação.

A distribuição geográfica dos clientes, segue a tendência já comentada nas outras seções, com São Paulo, Rio de Janeiro e Minas nas 3 primeiras colocações, respectivamente, seja entre as cidades ou entre os estados. Ainda entre as 10 cidades que possuem a maior taxa de clientes cadastrados estão Brasília, Curitiba, Porto Alegre e Salvador, em 4º, 5º, 7º e 8º respectivamente. Entre os estados, a região sul ocupa, o 4º, 5º e 6º lugares, com RS, PR e SC, respectivamente. Bahia, Distrito Federal, Espírito Santo e Goiás fecham o ranking.

No ranking dos 10 clientes que mais compraram ao longo dos dois anos da base de dados, o que está na primeira colocação realizou a compra de 75 produtos, quase o dobro do segundo lugar com 38. Ambos, são das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, o que não é nenhuma novidade. Entretanto, em 4º e 6º estão clientes do Mato Grosso, localizados em Cuiabá e Sinop, com a compra de 29 e 24 produtos, respectivamente. Outra surpresa, são clientes de Porto Alegre e Itaqui no Rio Grande do Sul, com 24 produtos cada um. Em valor acumulado de cada cliente por estado, há uma mesma conclusão.

Estado	Valor Acum.
SP	R\$ 5.998.226,95
RJ	R\$ 2.144.379,68
MG	R\$ 1.872.257,26
RS	R\$ 890.898,53
PR	R\$ 811.156,37
SC	R\$ 623.086,42
BA	R\$ 616.645,82
DF	R\$ 355.141,79
GO	R\$ 350.092,31
ES	R\$ 325.967,54

Estado	Qtd. Vendas/mês	Valor Médio
SP	2.253	R\$ 153,27
RJ	729	R\$ 180,68
MG	649	R\$ 170,56
RS	294	R\$ 176,88
PR	271	R\$ 178,56
SC	204	R\$ 182,78
BA	192	R\$ 196,98
DF	117	R\$ 174,93
GO	115	R\$ 211,47
ES	111	R\$ 173,56

Entre os que possuem as maiores médias de compras, temos o primeiro indicador em que São Paulo não lidera ou sequer está no top5. O Rio de Janeiro lidera o ranking, com um comprador que efetuou 8 transações com uma média de R\$ 13.664,08 por pedido, o estado carioca ainda possui mais um representante, na 8ª colocação, com 10 compras e um valor médio de R\$3.018,59. A surpresa está em um cliente representando o estado da Paraíba. Este, que não costuma estar no ranking dos 10 primeiros, possui um comprador, em 9º com 6 compras e um valor médio de R\$ 2.844,95.

Cliente	Estado	Compras	Valor Médio
Cliente 1	RJ	8	R\$ 13.664,08
Cliente 2	ES	4	R\$ 7.274,88
Cliente 3	MG	6	R\$ 6.081,54
Cliente 4	SC	3	R\$ 3.666,42
Cliente 5	MT	6	R\$ 3.242,84
Cliente 6	MA	6	R\$ 3.195,73
Cliente 7	BA	4	R\$ 3.122,72
Cliente 8	RJ	10	R\$ 3.018,59
Cliente 9	PB	6	R\$ 2.844,95
Cliente 10	SP	3	R\$ 2.607,09

4. Conclusão

A partir da análise descritiva dos três pilares e dos resultados das métricas de pirata, podemos concluir inicialmente que das 10 categorias que mais venderam, o segmento de Casa e Decoração, comportando Cama Mesa Banho, Móveis e Decoração e Utilidades Domésticas, se posiciona como a faixa com mais retorno dentre as outras 73 da base de

dados, com Tecnologia e Eletrônicos figurando o segundo lugar por uma margem pequena. Além disso, todas essas vendas foram fortemente canalizadas para o meio de pagamento por cartão de crédito, com os vouchers sendo o ponto a ser observado como uma boa alternativa.

Uma parte representativa das vendas concentrada numa faixa que vai de R\$ 29,90 a R\$ 69,90, torna-se um bom horizonte de crescimento o incentivo a produtos nessa faixa, entretanto, não podemos abdicar das outras faixas de preço. Principalmente para as categorias de "Telefonia Fixa", "Beleza e Saúde", "Ferramentas de Jardim" e "Informática", as quais possuem uma boa relação entre quantidade de vendas e valor acumulado, principalmente a primeira, que conseguiu acumular o maior valor, com apenas 8 vendas. Além disso, a categoria "Beleza e Saúde" possui a maior taxa de itens comprados juntos, o que torna um atrativo para estratégias de retenção e receita, como promoções, combos e recomendações.

O segmento mais lucrativo é o de decoração do lar, com "Móveis", "Cama, Mesa e Banho" e "Ferramentas de Jardim" presentes nos rankings de vendas e valor acumulado, mesmo com um valor médio de frete mais alto, mas com um baixo shipping time. O segmento que se mostra como emergente é o de eletrônicos, em especial o de informática. Esta, se mostra como uma categoria bastante consistente, seja em vendas, valor acumulado e na média de mais itens em um mesmo pedido, empatado tecnicamente com "Beleza e Saúde". Possui o maior valor médio de frete, bem como o de frete mais alto já registrado em um pedido, mas que também não apresenta um alto valor de shipping time.

Falando em shipping time, é imperativo que as regiões com menor tempo médio de entrega sejam a sudeste e sul, mas o que chama atenção negativamente, é o shipping time para a região norte, não por ser o que mais demora - o que é de se esperar - mas por apresentar um valor acima da média de diferença entre regiões. Este é um sinal de alerta e que necessita do desenvolvimento de iniciativas para o controle do tempo médio de entrega, com o objetivo de evitar o aumento de churn.

Geograficamente, não há surpresas que São Paulo lidera a maioria dos quesitos com uma margem quilométrica. Minas Gerais e Rio de Janeiro revezam o cargo de segundo lugar, com a capital carioca sendo mais compradora e a capital mineira mais vendedora. A região sul se posiciona como a principal força em vendas fora do sudeste, com Paraná e Rio Grande do Sul se estabelecendo como grandes centros de consumo, tanto em quantidades de vendas, como em valor agregado e desempenho dos vendedores.

Por fim, apesar do Sudeste ainda possuir uma forte influência nos resultados, a região sul pode ser um ótimo ponto de investimento a longo prazo. Para além do eixo Sul-Sudeste, Brasília e Salvador são opções alternativas visando conquistar o centro e nordeste do país, com Goiás também possuindo bom desempenho entre vendas e vendedores. Por se tratarem de estados vizinhos, logisticamente pode ser vantajoso pensar nessa localidade como um ponto estratégico de desenvolvimento.