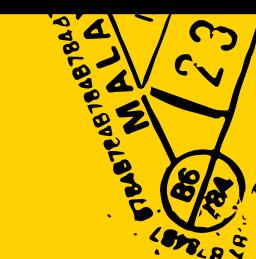


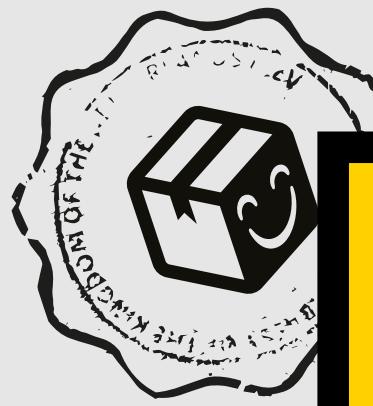


caixadaalegria  
.com.br



# REPORT 2025





# NOSSA VISÃO SOBRE O ANO DE 2025



Estamos chegando ao fim de 2025, um ano muito importante pra gente. **Um ano de importante reconstrução, de crescimento de margens, de otimização de investimentos e crescimento de ROI, de redução de despesas e dívidas e, principalmente, um ano de geração de caixa operacional, depois de dois duros anos.**

Estamos no caminho certos e preparados para voltar a crescer. Mas queremos crescer com os dois pés bem plantados no chão! E com a ajuda de vocês é claro!

Cheers!

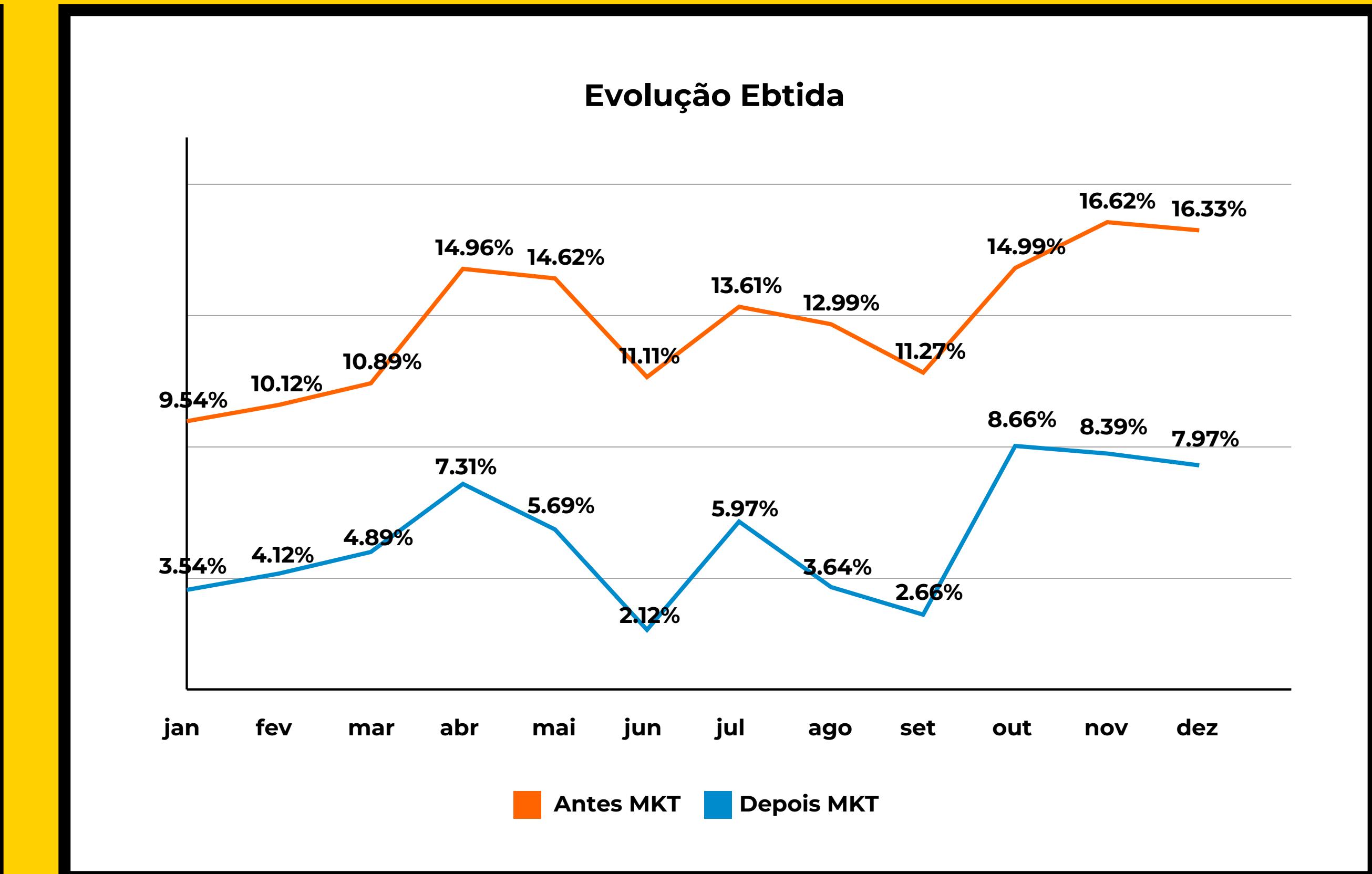


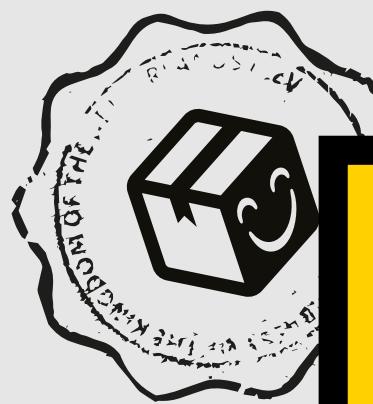


# VISÃO GERAL DO RESULTADO

Segue uma visão geral do resultado operacional de 2025 com os seus principais indicadores.

<b>Receita Bruta Total</b>	<b>R\$ 9.708.954,00</b>
Receita Assinatura	R\$ 6.015.741,00 61,96%
Receita Spot	R\$ 3.448.110,00 35,51%
Outras Receitas	R\$ 245.103,00 2,52%
<b>Margem de Contribuição Total</b>	<b>R\$ 3.078.136,00</b> 31,70%
<b>Despesas Totais</b>	<b>R\$ 1.882.503,00</b>
<b>EBITDA 1 (antes do invest. mkt)</b>	<b>R\$ 1.195.633,00</b>
Investimentos mkt assinatura	R\$ 421.819,00
Investimentos mkt spot	R\$ 256.924,00
<b>EBITDA 2 (após o invest. mkt)</b>	<b>R\$ 516.890,00</b>

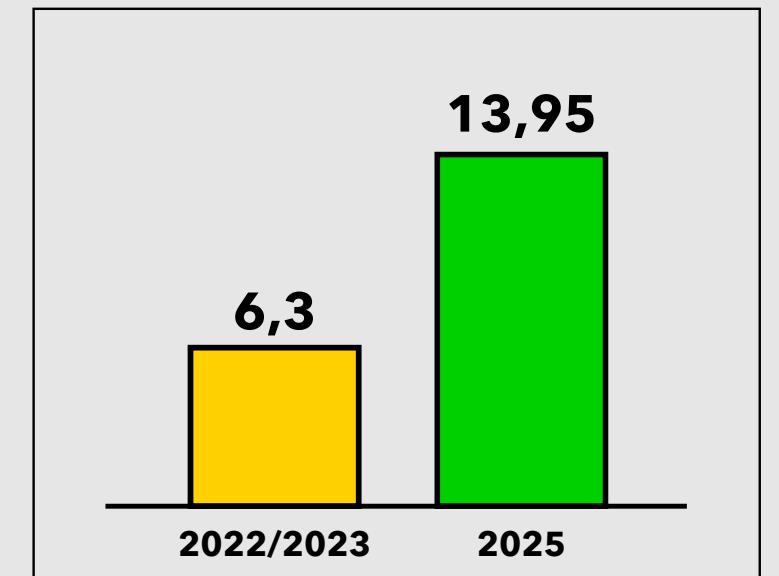




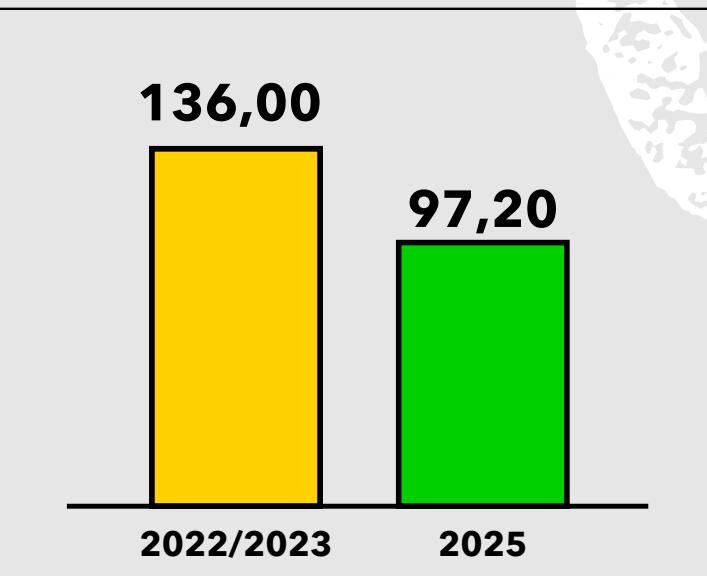
## NOSSA ESTRATÉGIA AO LONGO DO ANO

Nós tínhamos um drive bem claro no começo do ano: **preservar margens, otimizar investimentos e reduzir um pouco mais a nossa estrutura**. Se fôssemos fazer uma metáfora com o futebol, era um ano de jogar fechado e no contra-ataque, já que ainda enfrentamos juros altos, concorrência acirrada e alta ruptura de produtos. Tivemos dificuldades pontuais, mas mantivemos a disciplina, mesmo sabendo que algumas oportunidades poderiam passar. Observem ao lado a evolução num cenário de 3 anos.

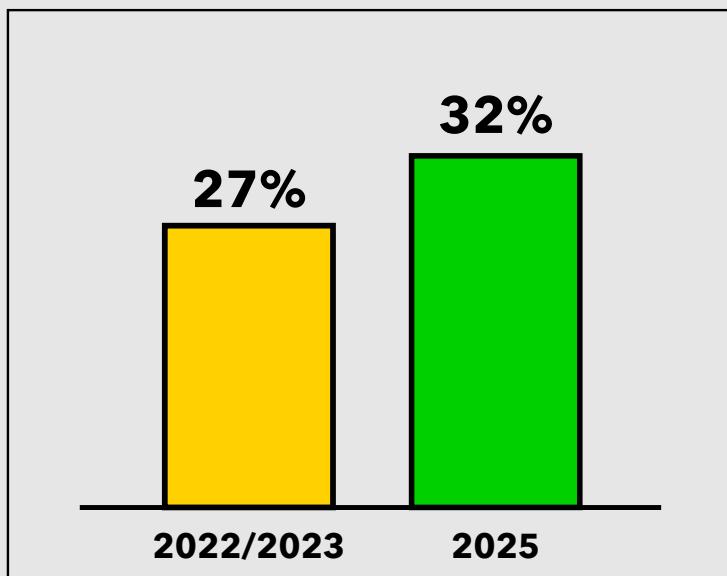
ROI SPOT



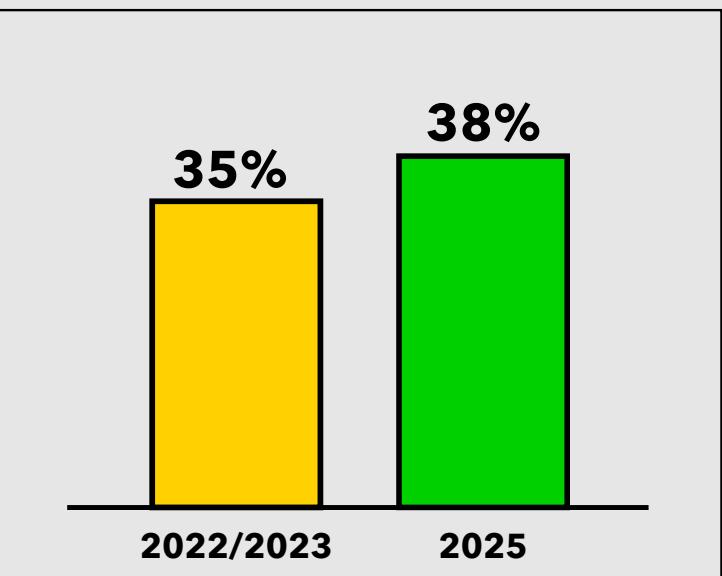
CAC ASSINATURA



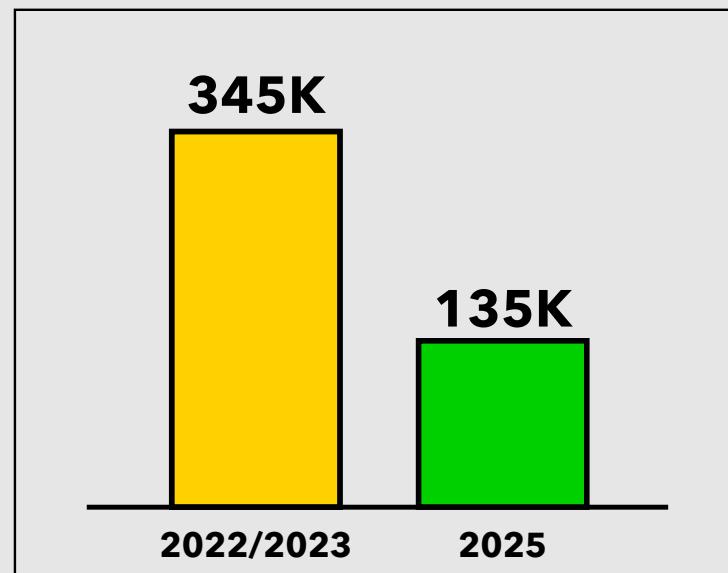
MARGEM SPOT



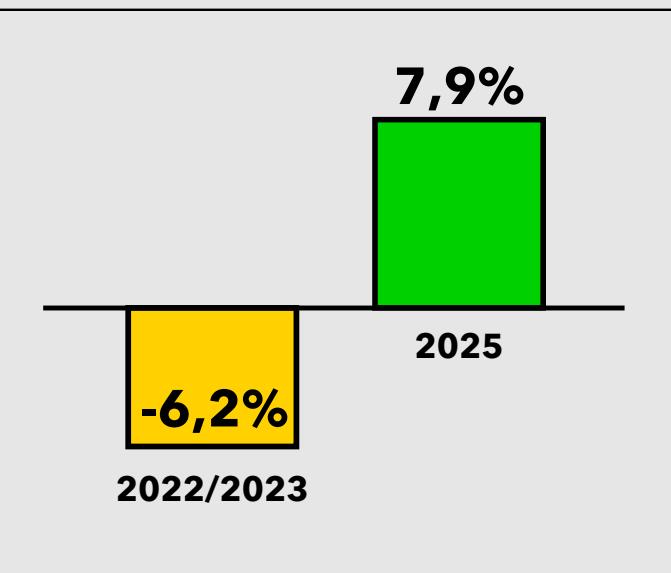
MARGEM ASSINATURA

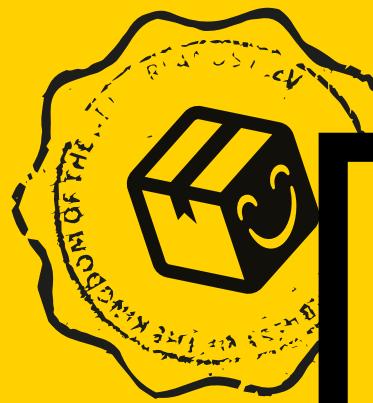


DESPESA/MÊS



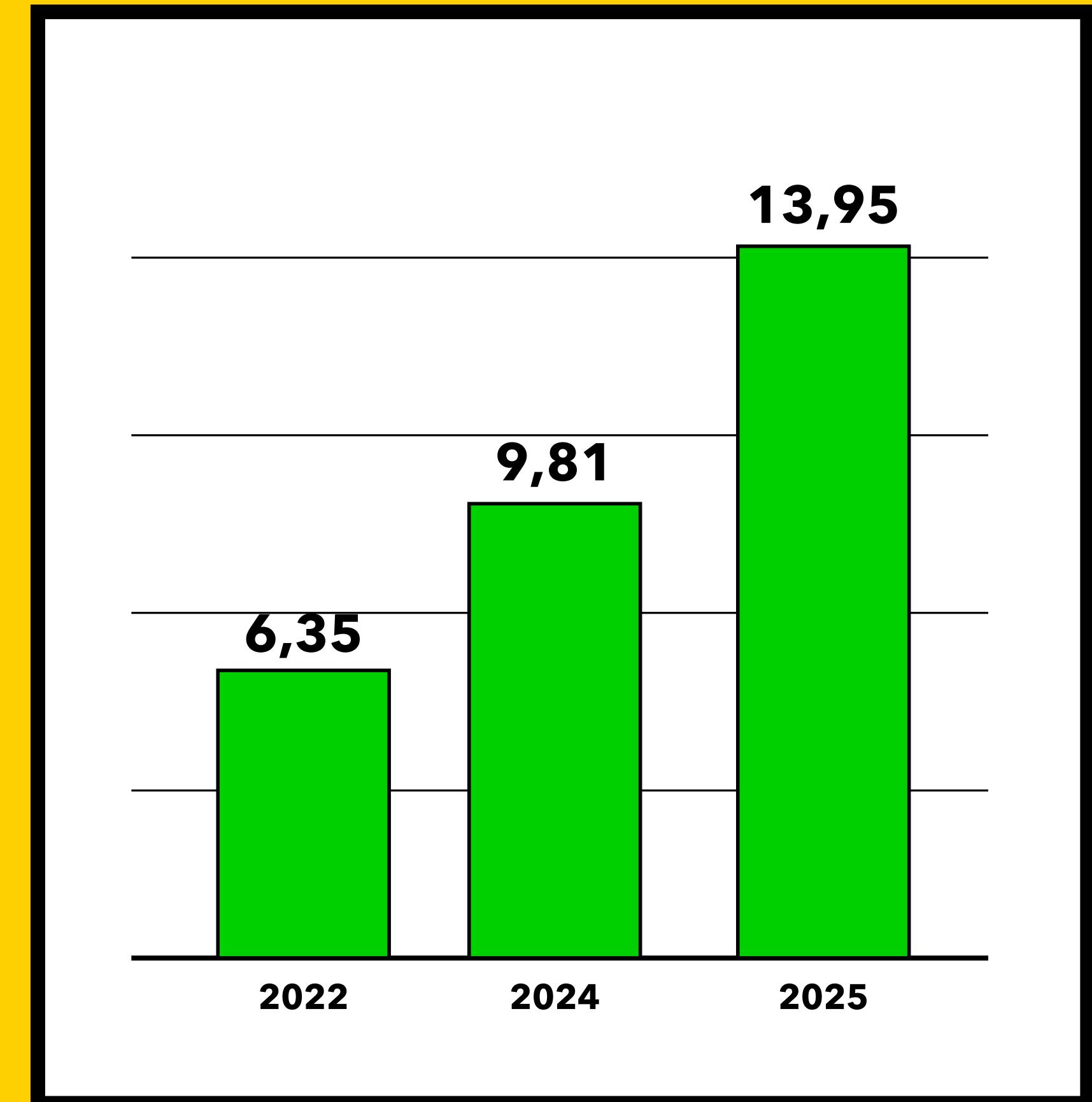
EBITDA

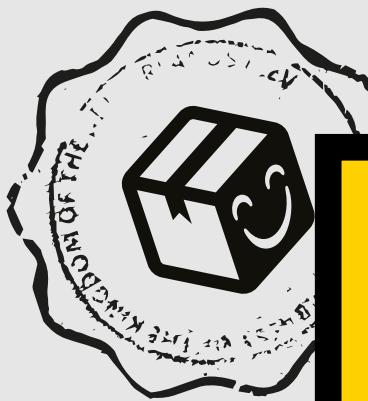




# A RECONSTRUÇÃO DO NOSO ROI DE MARKETING

O ROI (ou ROAS) é a tradução da sigla Return of Investment. De uma forma bem simples, é um indicador que mostra quanto é o retorno para cada 1 real investido em marketing. Para calcular esse indicador, pegamos o valor da receita bruta do mês e dividimos por todo o investimento realizado em Google, Facebook, Instagram, e-mail marketing e plataformas em geral. **Pelas nossas projeções para os próximos anos, um ROI acima de 12 pode ser considerado bom para a geração de resultado.**



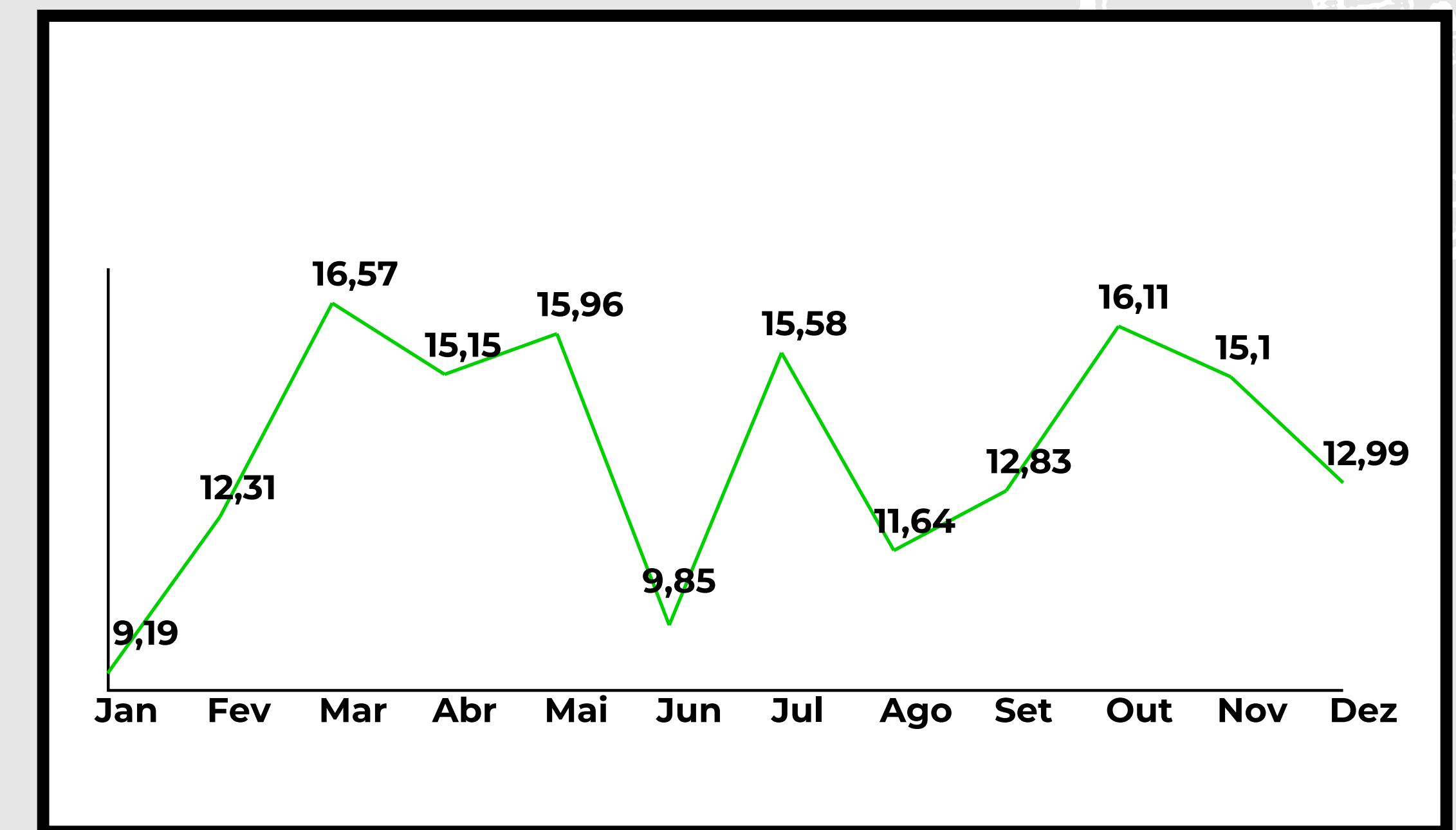


## O ROI AO LONGO DOS MESES

### Porque o nosso ROI vem melhorando?

Em setembro de 2024 fizemos uma movimentação importante: **internalizamos os trabalhos de growth performance**. A primeira mudança estratégica que fizemos foi focar, tanto em Google quanto em Meta, em campanhas de conversão (fundo de funil).

Retiramos o investimento das campanhas de tráfego e de buscas mais amplas. Também começamos a utilizar mais as IAs das plataformas trabalhando em conjunto com os gerentes de contas do Meta. E para finalizar, investimos em bons dashboards para otimizar as campanhas num menor intervalo de tempo.



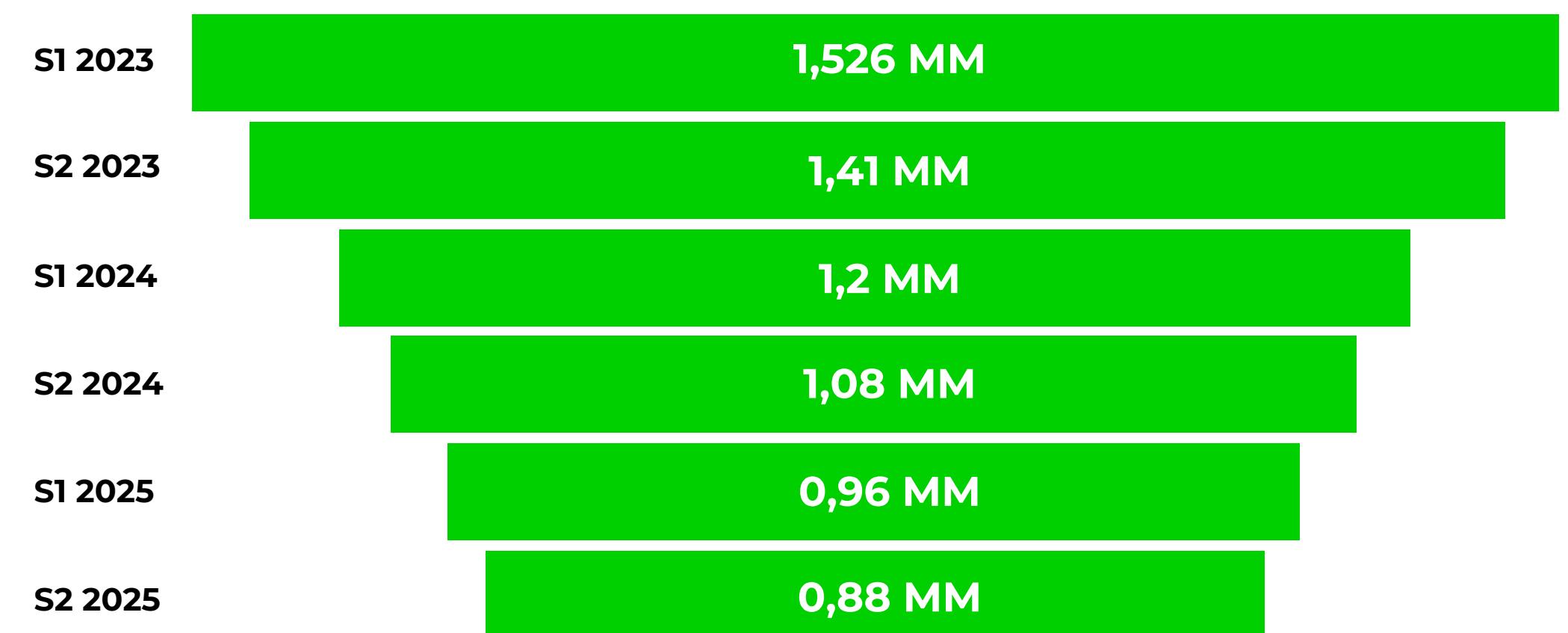


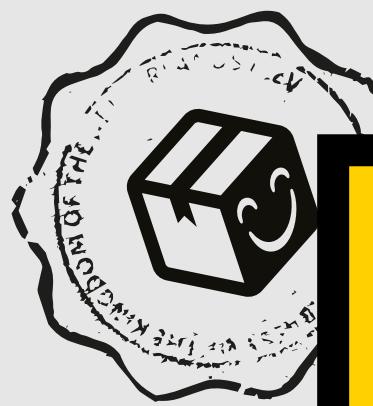
# A ESTRUTURAÇÃO DA NOSSA DESPESA

Apesar de termos trabalhado fortemente na redução da nossa estrutura durante 2024, em 2025 continuamos ajustando a empresa otimizando algumas oportunidades.

Renegociamos alguns contratos e conseguimos reduzir um pouco mais os custos de logística e de pessoal. **Nossa visão para o ano que se inicia é que ainda estamos em tempos de estrutura enxuta com foco em ganhos de margem e bom ROI nos investimentos em marketing.**

## Evolução de despesa ano a ano

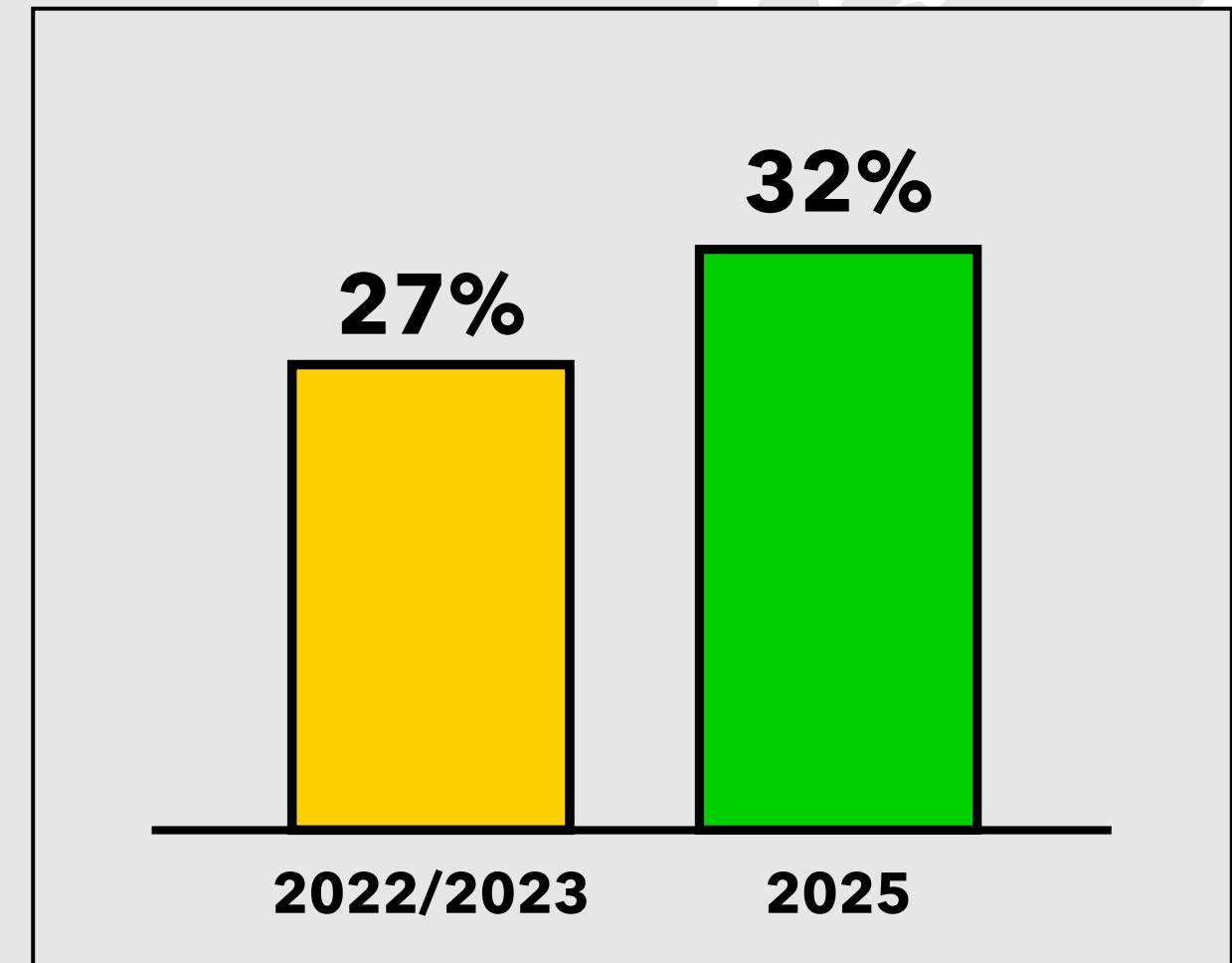




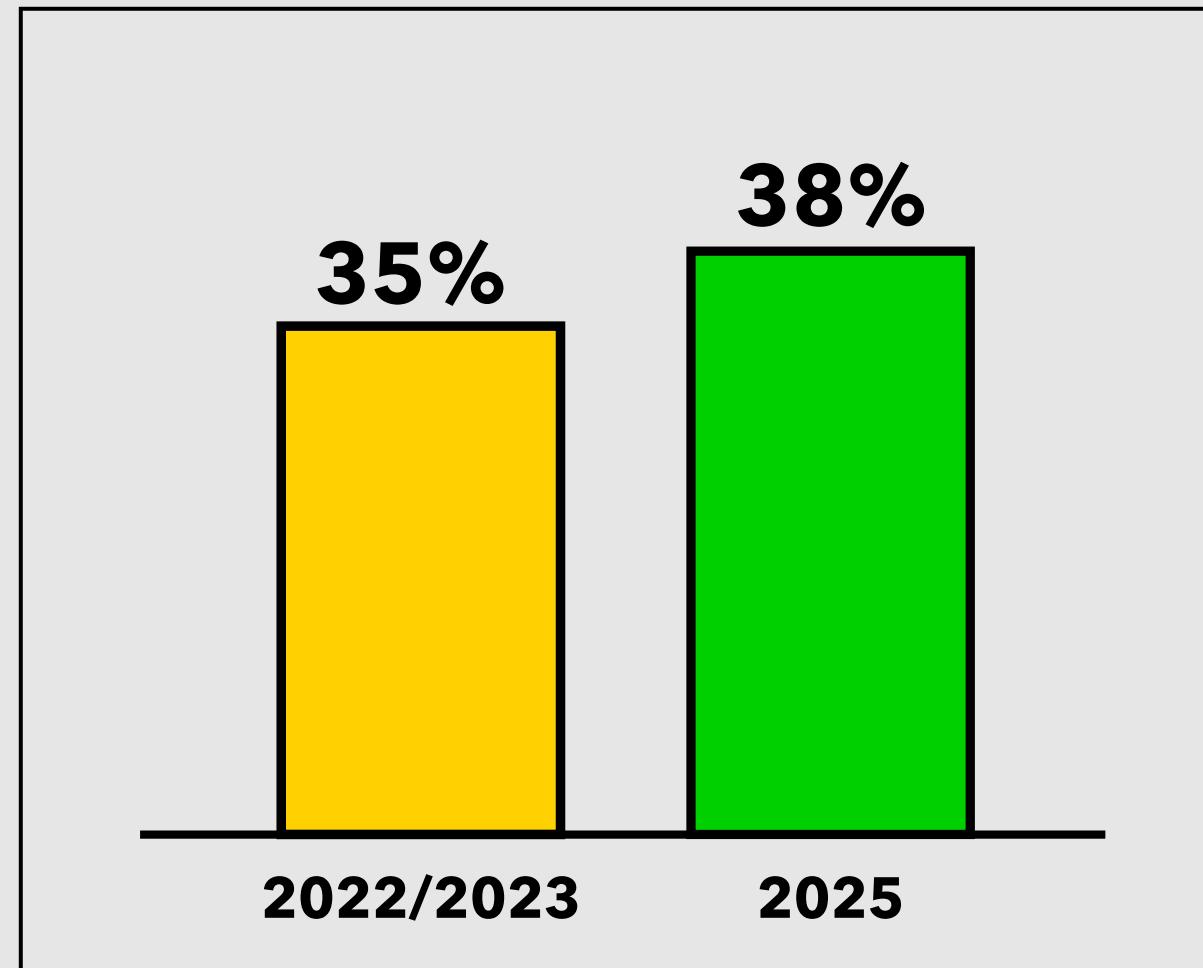
## AS MARGENS DE ASSINATURA E SPOT

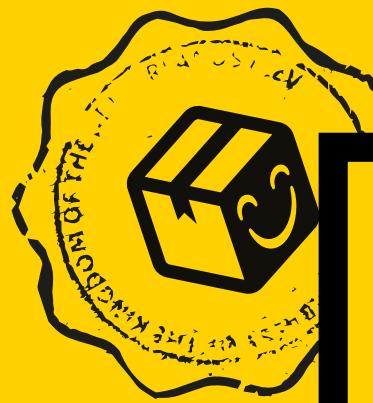
A redução de receita bruta prevista no nosso plano de 2025 precisava vir acompanhada de um ganho de margem. E conseguimos buscar um resultado satisfatório tanto em assinatura quanto em loja. As principais medidas foram: **zeramos subsídios de frete, reajuste de preços para base de não assinantes e renegociação de embalagens**. Em assinaturas conseguimos manter as bases de custos sem reajuste durante todo o ano.

### MARGEM SPOT



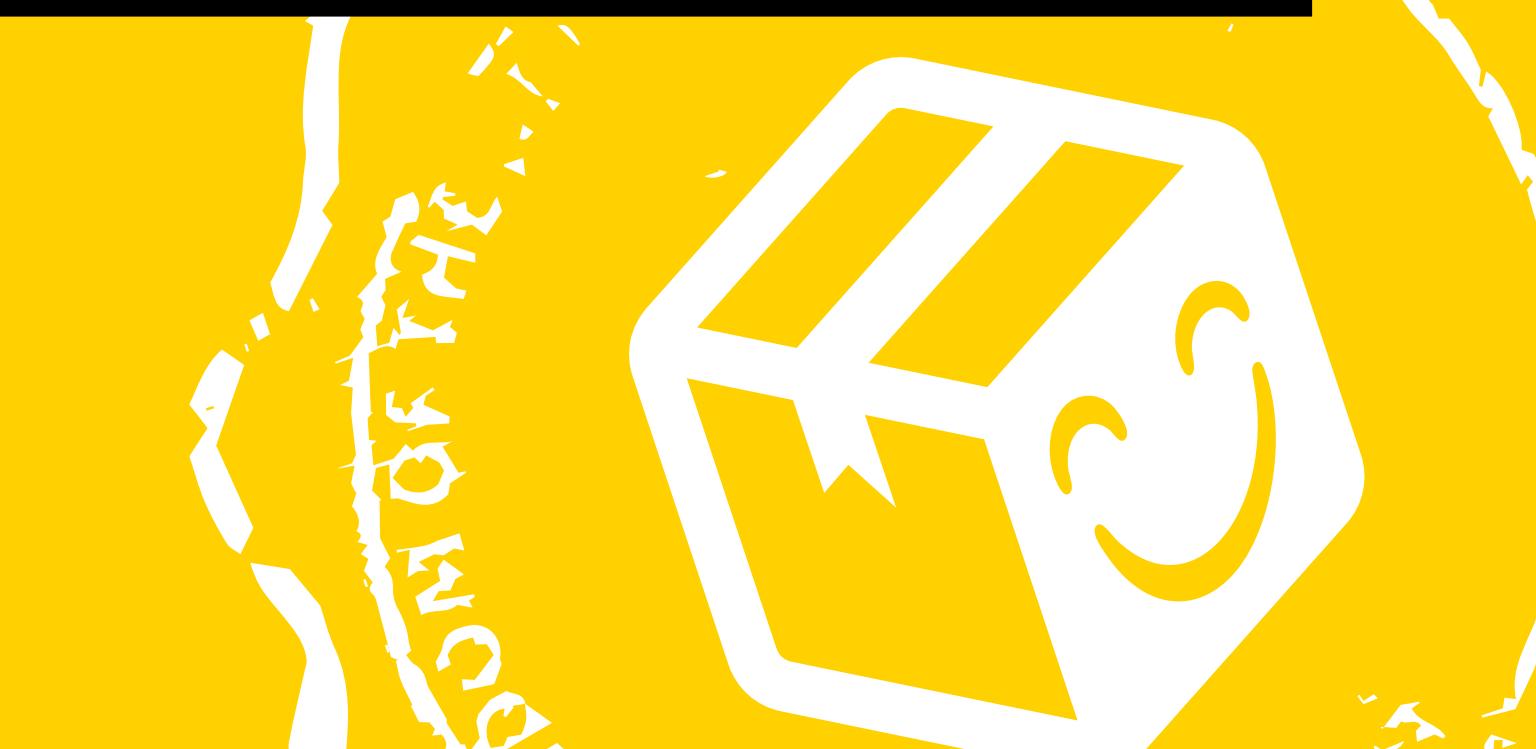
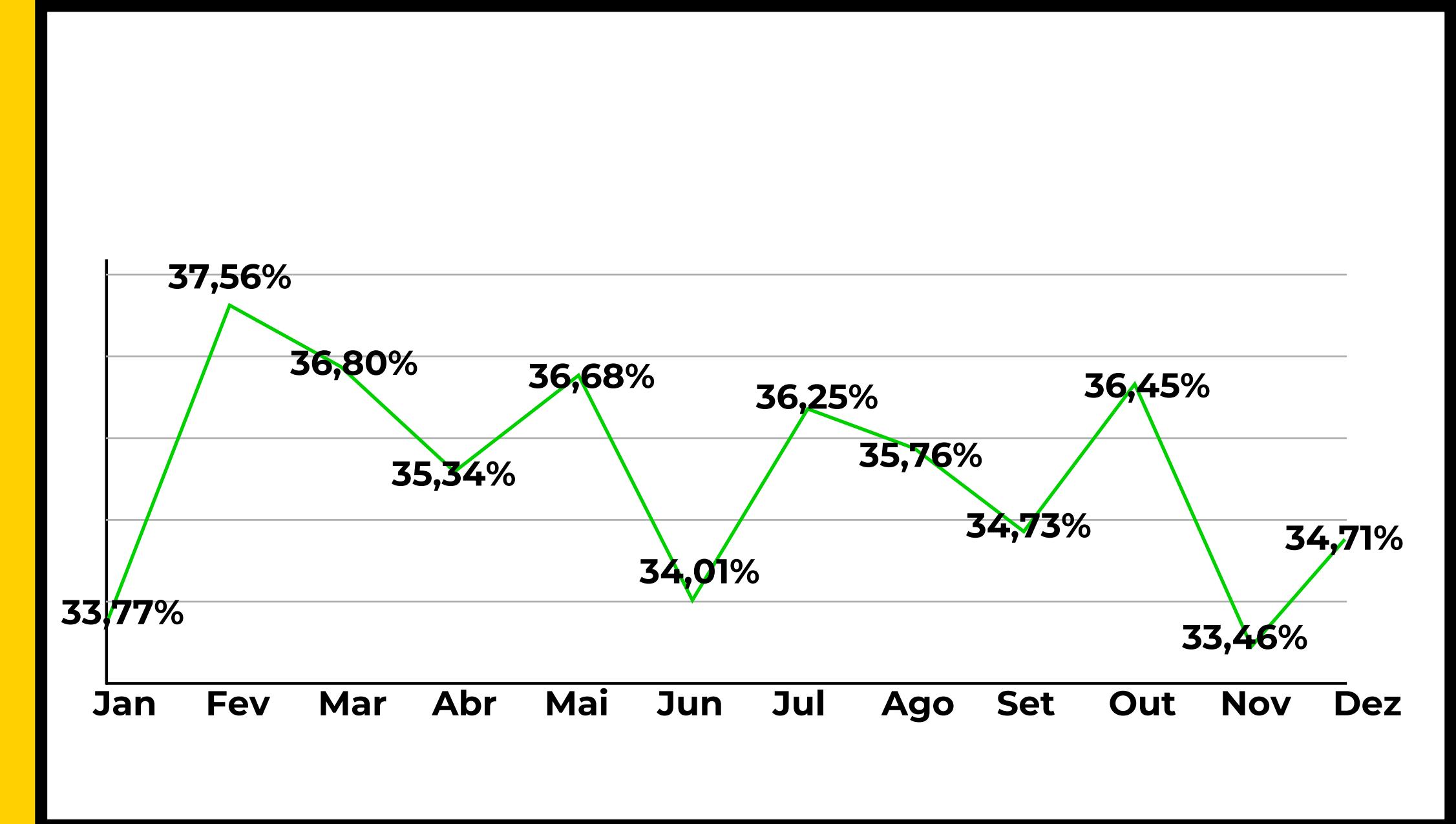
### MARGEM ASSINATURA

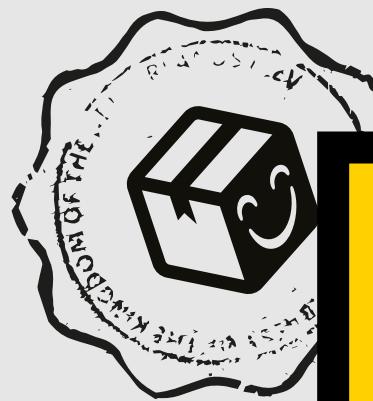




## A EVOLUÇÃO DAS MARGENS AO LONGO DO ANO

Mantivemos as margens médias num patamar de 33% a 34% ao longo de todo o ano. **Em assinaturas conseguimos manter os custos** de compra de produtos sem reajuste ao longo do ano. **E em spot, fizemos uma importante mudança de precificação subindo a margem de venda avulsa para os não sócios.** Também **mudamos o foco das ações de performance** pensando muito mais em trabalhar ofertas e marcas de forma individualizada do que temas de varejo tradicionais.





# PERSPECTIVAS PARA 2026

Seguem as principais diretrizes para o ano de 2026.

## CAPTAÇÃO

Finalizar a captação aberta com êxito para viabilizar plano econômico dos próximos 2 anos.

## CRESCIMENTO ASSINATURAS

Priorizar e acelerar os investimentos para crescimento da base de assinantes

## AUMENTO PORTFÓLIO

Aumentar portfólio de produtos da loja com foco em produtos refrigerados, estratégia para presentes e produtos de linha prória.

## ALONGAMENTO DE DÍVIDA

Repactuar parcela mensal de dívidas para ampliar a geração de caixa e aumentar potencial de investimento.

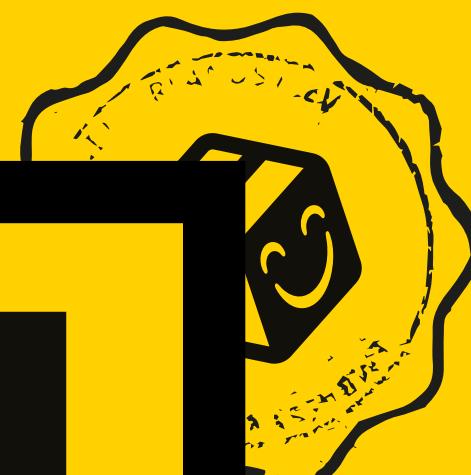
## GESTÃO DE CRM

Intensificar estratégias de CRM para melhorar ainda mais ROI e diminuir churn de assinaturas.

## DISCIPLINA DE CAIXA

Manter foco em margens e ROI saudáveis e estrutura enxuta.

**CHEERS!!!**



**caixadaalegria**  
.com.br