



Mackenzie

TOTENS DE AUTO-ATENDIMENTO

ANALISE EXPLORATÓRIA DE NOVOS NEGÓCIOS PARA O IFOOD

Cristina Lellis Villanova - 10319958

Eduardo Pinheiro Canas – 10184419

Hugo de Moraes Holzer – 10142961

Luiz Rodrigo Alves Vergino - 10176038

04/05/2025

Contexto e Problema

O avanço tecnológico exige soluções que otimizem o atendimento ao cliente. No setor de alimentação, o iFood propõe os Totens de Autoatendimento como resposta à necessidade de agilidade.

Problema: A adoção enfrenta obstáculos como tempo de ativação, baixa performance em alguns estabelecimentos e desafios operacionais.



Objetivo do Projeto

Avaliar o desempenho dos totens, entender padrões de adoção e levantar variáveis que influenciam sua eficiência.



Existe correlação entre tempo de ativação e sucesso?



A quantidade de pedidos aumenta com o tempo?



Quais segmentos performam melhor?

Dados Utilizados

Dataset fornecido pelo iFood contendo 481 restaurantes com 11 atributos, incluindo tipo, data de ativação, volume de pedidos, localização e software.



Mackenzie

Limpeza e Normalização dos Dados



Mackenzie

Unificação de categorias semelhantes em “tipo de restaurante” (ex: "Lanches" e "Hamburgueria").

Exclusão de outliers com pedidos anormais (<10 ou >1500) e tempo de ativação negativo.

	loja	tipo	Shopping	software	data_assinado	data_entregue	data_primeiro_pedido	Irregular	pedidos_m0	pedidos_m1	pedidos_m2
0	Loja - 01	Lanches	Não	ANOTA	09/07/2024	19/08/2024	03/10/2024	NaN	2	0	0
1	Loja - 02	Hamburgueria / Hot Dog	Não	ANOTA	09/07/2024	18/07/2024	14/08/2024	NaN	101	251	187
2	Loja - 03	Hamburgueria / Hot Dog	Não	ANOTA	09/07/2024	18/07/2024	28/08/2024	NaN	16	71	113
3	Loja - 04	Hamburgueria / Hot Dog	Não	ANOTA	10/07/2024	23/08/2024	20/09/2024	NaN	10	18	19
4	Loja - 05	Hamburgueria / Hot Dog	Não	ANOTA	12/07/2024	27/07/2024	29/08/2024	NaN	20	112	85

Segmentos de Restaurante

A maior parte dos totens foi implantada em hamburguerias, seguidas de pizzarias e açaís.

Isso pode mostrar que o ifood procurou implantar em seus principais cliente do “Delivery” onde já possuem um bom relacionamento comercial.

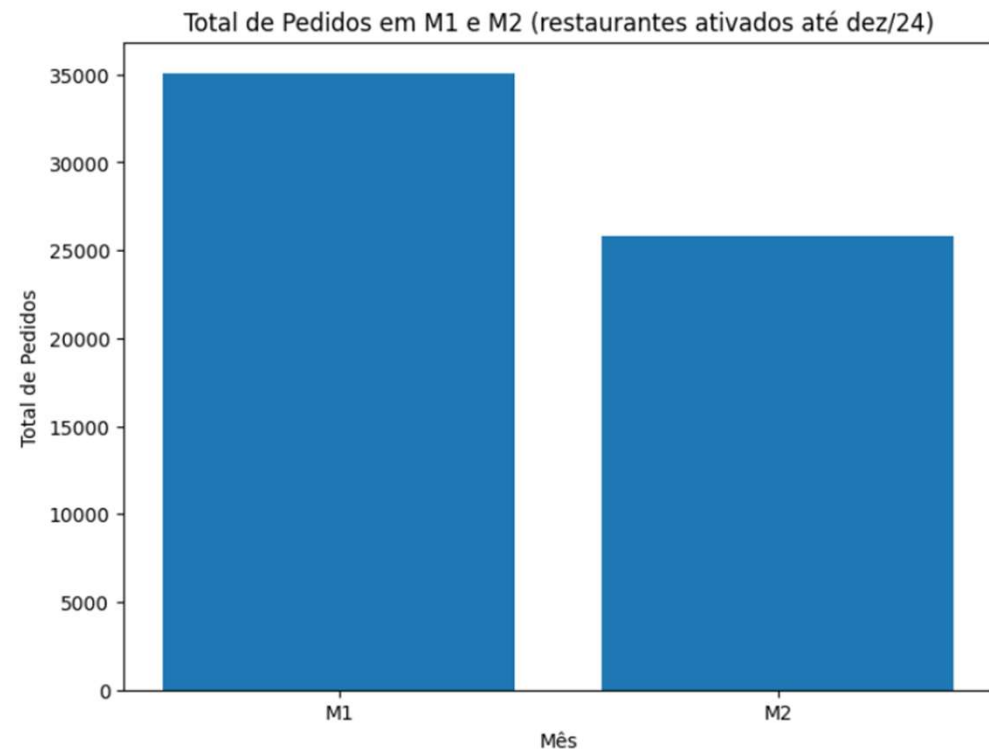
	tipo
Hamburgueria / Hot Dog	156
Pizzaria	69
Desconhecido	59
Açaí	27
Pastel	25
Asiática / Japonesa	23
Carnes	22
Árabe	20

Volume de Pedidos



Mackenzie

Quando analisada sob uma ótica de crescimento do produto; os dados mostram queda dos pedidos de M1 para M2. O que pode mostrar uma tendência de queda de uso, representando grande ameaça a sustentabilidade do produto.

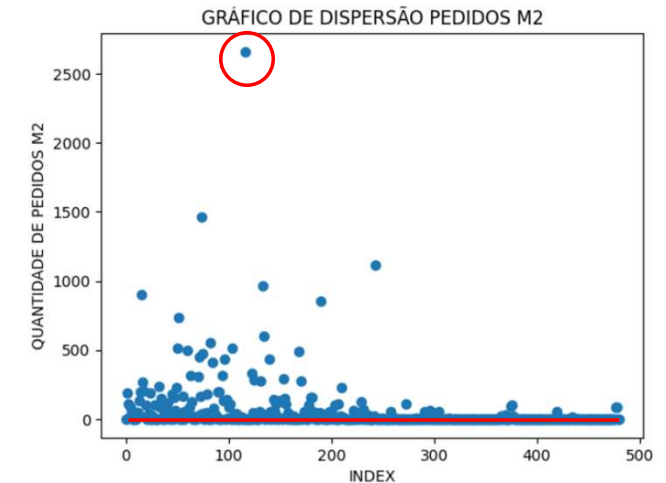
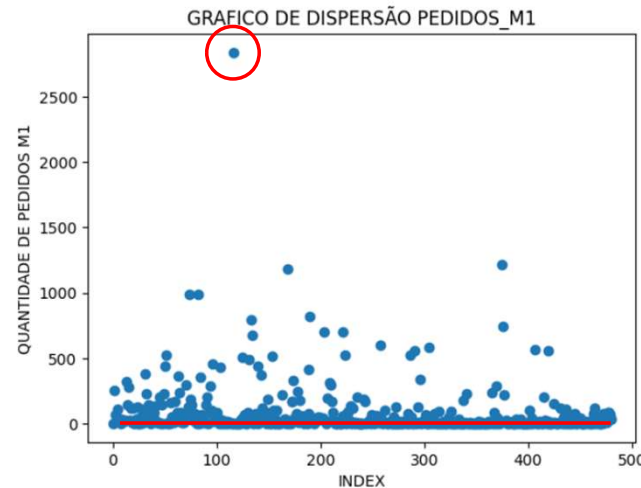
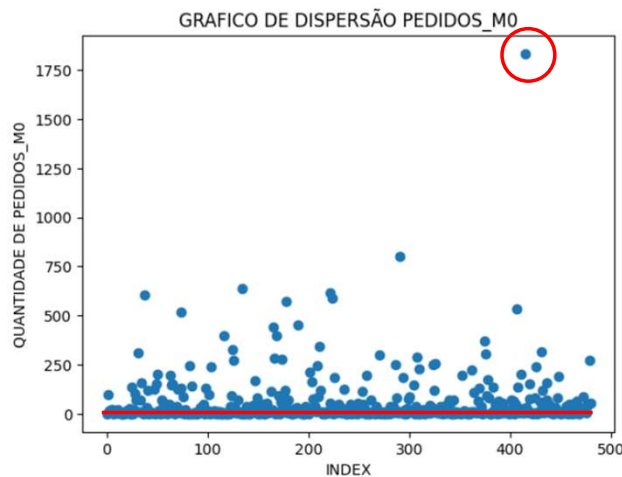


Outliers



64 restaurantes apresentaram dados extremos, os de baixo número de pedidos já mostram a necessidade de contato para verificar se há algum problema sistemático ou recuperar o Totem.

Os de alta devemos criar um grupo de pesquisa qualitativa para entender variáveis qualitativas que os dados não trazem.



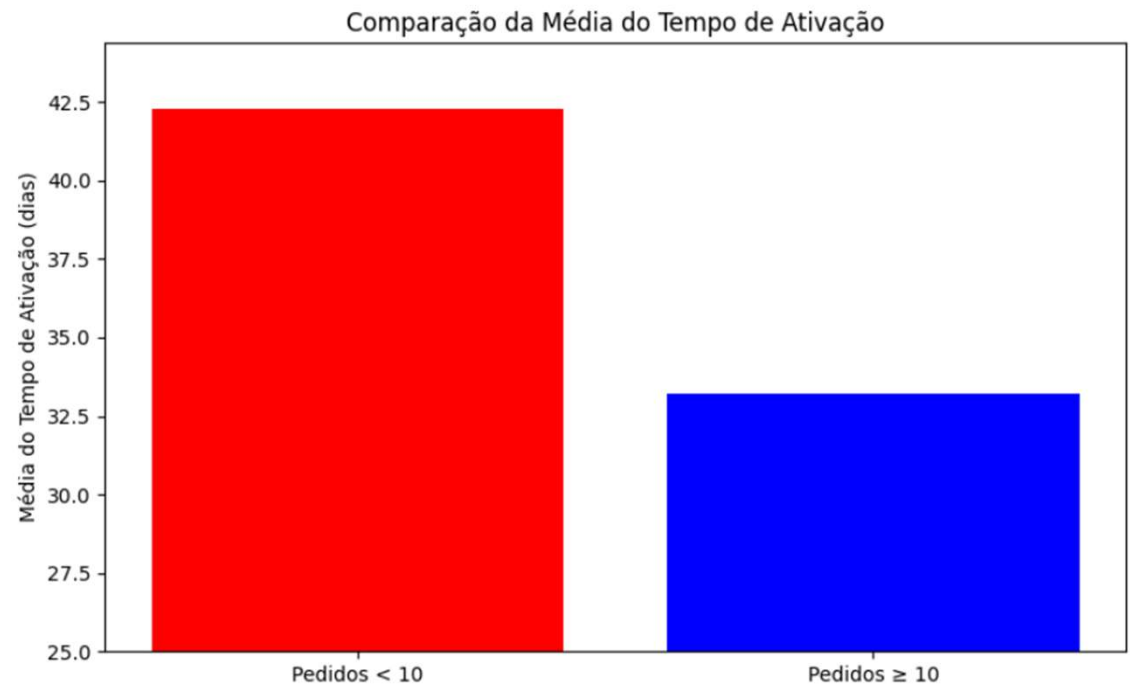
Correlação: Tempo de Ativação x Pedidos

O Gráfico ao lado mostra como o tempo de ativação pode impactar o número de pedidos do restaurante.

Fizemos dois grupos, restaurantes com menos de 10 pedidos e restaurantes com mais de 10 pedidos.



Mackenzie

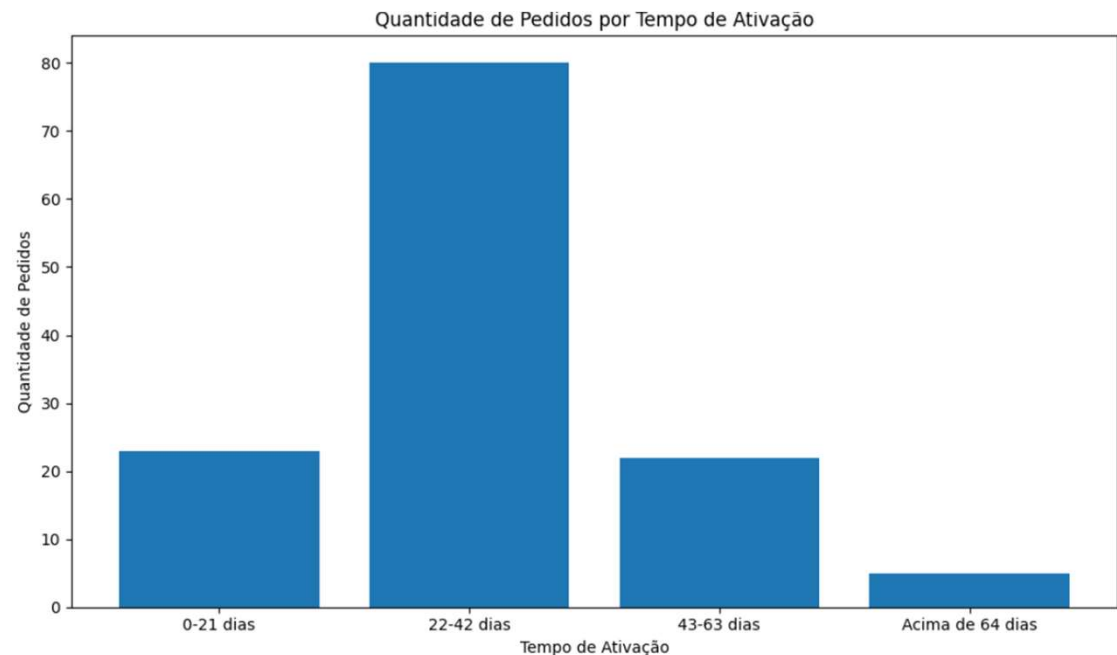


Correlação: Tempo de Ativação x Pedidos



Mackenzie

Ainda sobre o tempo de ativação, fica clara a relação entre o tempo de ativação e a quantidade de pedidos do restaurante quando dividimos em clusters de ativação.

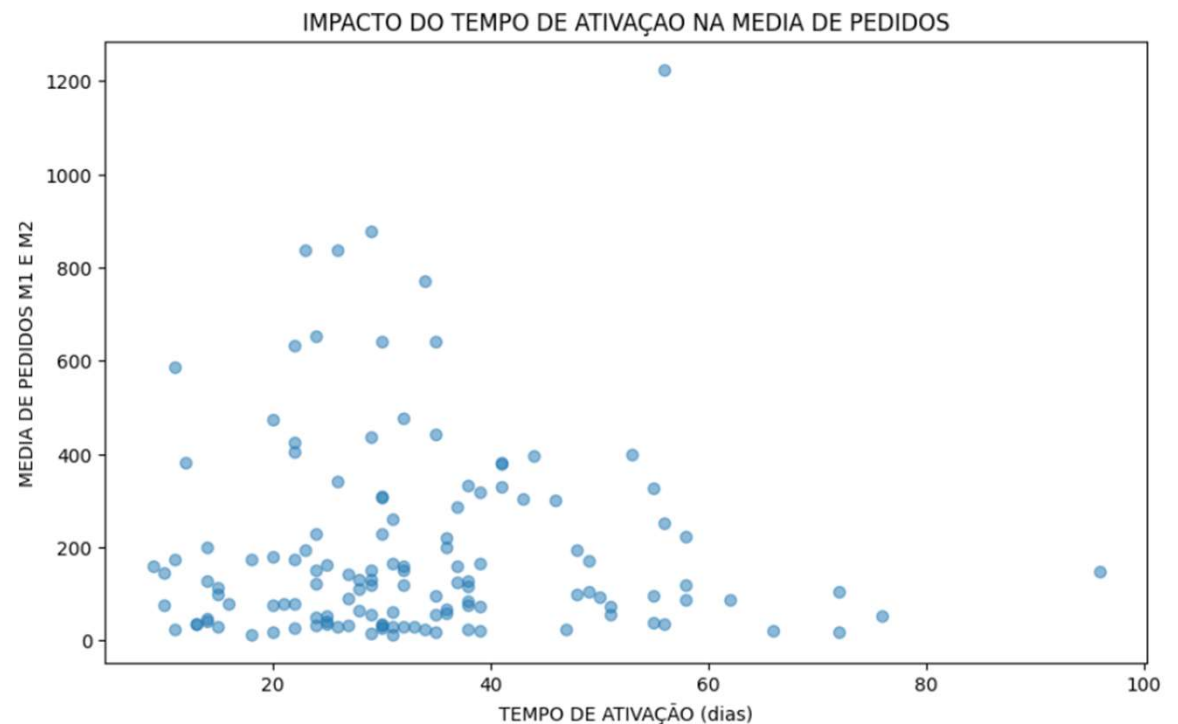


Correlação: Tempo de Ativação x Pedidos



Mackenzie

A dispersão ao lado mostra como restaurantes ativados depois de 40 dias tem queda na média de pedidos.



Projeções e Estratégias

Restaurantes com baixa performance podem ser realocados em estratégias similares aos bem-sucedidos.

A projeção sugere que ajustes nos primeiros 30 dias podem reverter quedas.



- Priorizar ativação rápida, no máximo em 40 dias.
- Expandir as operações para segmentos intensivo em salão, não em delivery.
- Incentivo a pedidos no totem com restaurantes com baixo engajamento.