

## CONCLUSAO

A Farina in Natura é especializada em produtos de panificação, tendo como destaque o croissant. A variedade de produtos oferecidos abrange um total de 212 itens, sendo que os 12 mais vendidos correspondem a 36% das vendas totais. Há potencial para otimizar a administração do estoque e introduzir estratégias promocionais, como a criação de combos de produtos.

A análise aprofundada dos dados operacionais evidenciou discrepâncias nas informações de vendas e faturamento, sobretudo no que se refere à comercialização de croissants. A ausência de detalhes a respeito dos diferentes recheios dos croissants dificultou a percepção das preferências dos consumidores, impactando negativamente a tomada de decisões sobre gerenciamento de estoque e oferta de produtos.

Esta análise contempla informações sobre a distribuição das vendas ao longo do dia, itens mais vendidos por dia da semana e sugestões para aumentar o faturamento. Durante a semana, as vendas apresentam maior volume no intervalo das 16h às 20h. Já nos finais de semana, o maior movimento ocorre pela manhã. Os itens à base de café têm desempenho aquém do esperado, o que poderia ser aprimorado com a implementação de promoções e combos exclusivos.

O algoritmo Apriori foi empregado para identificar combinações de produtos que possam ser ofertadas em horários diferenciados a preços promocionais, visando aumentar a quantidade de itens vendidos e a margem de lucro. Entre as sugestões, destacam-se o ajuste dos recursos disponíveis conforme os horários de maior demanda e a promoção de doces e cafés no horário do almoço para atrair um maior número de clientes.