



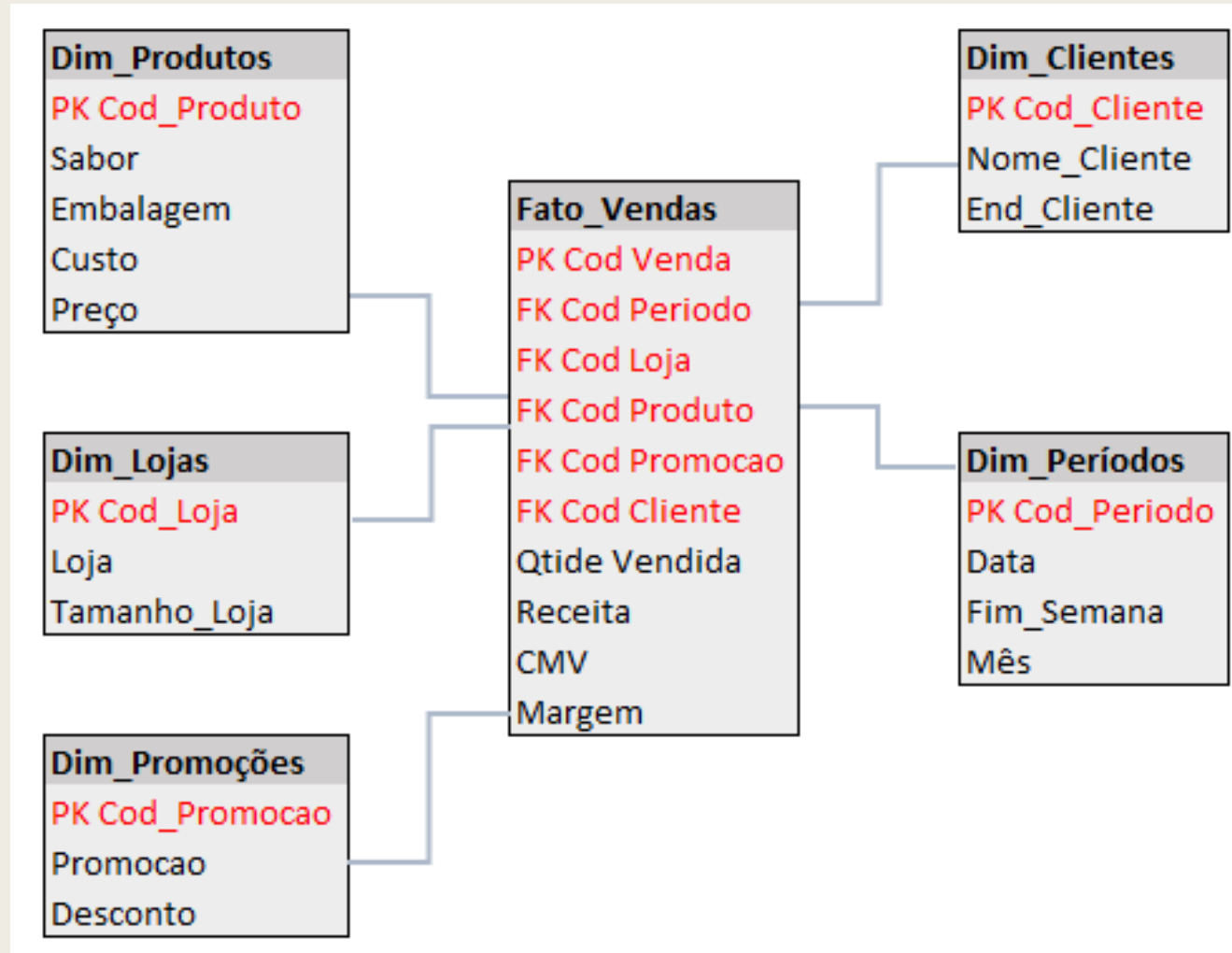
CASO DOCE SWEET

Fabio Marçolia

Principais Desafios e Objetivos

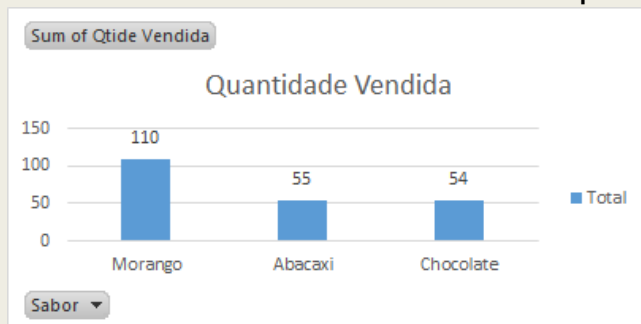
- A rede de sorveterias Sweet Delight, sediada em São Paulo-SP, desde 2017 apresenta um desempenho fraco em algumas de suas lojas, fazendo com que haja uma grande diferença de distribuição de margem entre os seus Franqueados. Diante disso, o presente estudo pretende apresentar uma estratégia para que as lojas de menor desempenho voltem a performar e trazer lucros para os franqueados.

Modelo de Dados



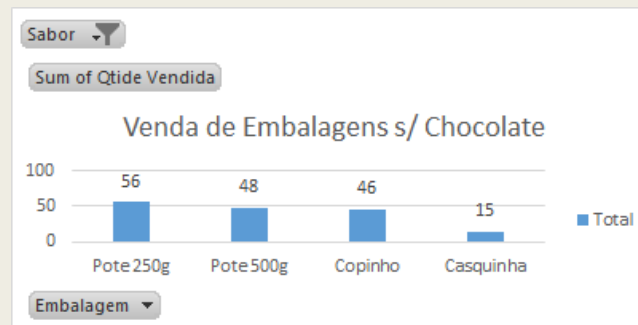
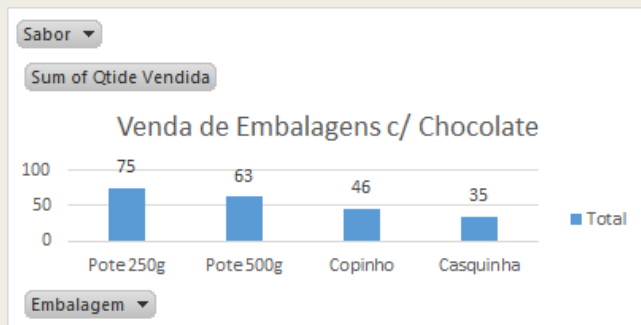
Análise dos Produtos

Venda do Sabor Chocolate é a pior dentre os 3 Sabores:

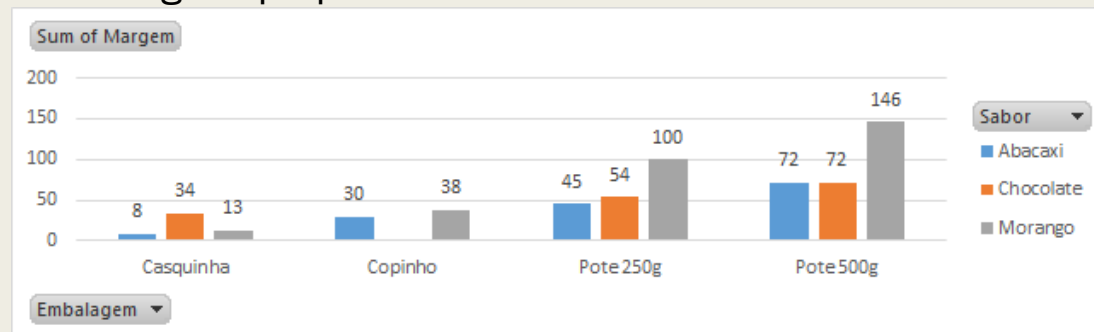


“Os sorvetes de chocolate são, de longe, os prediletos dos brasileiros. O sabor responde por quase 30% das vendas do setor no País, segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Sorvete (Abis).” Fonte: [Economia - iG @ http://economia.ig.com.br/empresas/comercioservicos/sorvete-de-chocolate-e-o-preferido-dos-brasileiros/n1237763242043.html](http://economia.ig.com.br/empresas/comercioservicos/sorvete-de-chocolate-e-o-preferido-dos-brasileiros/n1237763242043.html)

Não há disponibilidade do produto Chocolate na Embalagem Copinho, essa embalagem representa 28% das vendas dos outros sabores:



A Margem de contribuição do Chocolate casquinha (mesma quantidade do copinho), é a maior dentre as embalagens pequenas:



Análise das Lojas

Loja Villa lobos apresenta a menor quantidade vendida e menor margem entre as 4 lojas:

Sum of Qtide Vendida		Column Labels				
Row Labels		Iguatemi	Market Place	Morumbi	Villa Lobos	Grand Total
Cupom		14	17	11	7	49
e_mail		4	8	12	3	27
Nenhuma		21	8	14	10	53
SMS		7	6	13	16	42
WhatsUp		16	7	18	7	48
Grand Total		62	46	68	43	219

Sum of Margem		Column Labels				
Row Labels		Iguatemi	Market Place	Morumbi	Villa Lobos	Grand Total
Cupom		38	41	28	20	127
e_mail		8	22	36	7	73
Nenhuma		61	19	57	30	168
SMS		32	19	33	43	127
WhatsUp		33	20	41	22	117
Grand Total		172	123	195	122	612

Chocolate é o sabor menos vendido na Loja Villa Lobos:

Sum of Qtide Vendida		Column Labels				
Row Labels		Iguatemi	Market Place	Morumbi	Villa Lobos	Grand Total
Abacaxi		27	6	13	9	55
Chocolate		11	19	17	7	54
Morango		24	21	38	27	110
Grand Total		62	46	68	43	219

A Embalagem Copinho tem o pior desempenho na Loja Villa Lobos:

Sum of Qtide Vendida		Column Labels				
Row Labels		Iguatemi	Market Place	Morumbi	Villa Lobos	Grand Total
Casquinha		7	8	15	5	35
Copinho		23	8	11	4	46
Pote 250g		12	20	19	24	75
Pote 500g		20	10	23	10	63
Grand Total		62	46	68	43	219

Conclusão e Recomendações

- Conclusão 1: Apesar do sabor Chocolate ser a preferência do brasileiro quando se fala em sorvete, nas lojas sweet delight este sabor vem apresentando o pior desempenho. Notou-se que as lojas não disponibilizam a embalagem “copinho” para a venda de chocolate, mesmo esta embalagem representando 28% das vendas dos outros sabores. Outro fato é que nas embalagens pequenas (copinho e casquinha), a maior margem de contribuição vem do sabor chocolate. Diante dos fatos, o lançamento do sabor chocolate em “copinhos” representa uma excelente oportunidade de aumento na quantidade vendida e margem de contribuição.
- Conclusão 2: A Loja Villa Lobos é a que apresenta pior desempenho dentre as 4. Notou-se que a venda de chocolate está abaixo do normal, assim como a venda da embalagem “copinho”. Diante disso, apresenta-se como uma boa estratégia o lançamento do novo produto “chocolate copinho” na loja Villa Lobos, afim de aumentar a preferência dos consumidores pela embalagem e pelo sabor do novo produto.