



- **PONTO DE INTERROGAÇÃO:** produtos q. exigem **grandes investimentos e baixo retorno**. Possibilidade de se tornar um “abacaxi” em pouco tempo. Porém, por estar em um mercado com alto crescimento, pode também se tornar uma “estrela”, desde que seja bem tratado pela empresa.
- **ESTRELA:** produtos **líderes de mercado, exigindo grandes investimentos para retorno proporcional**. Se o crescimento do mercado for reduzido, pode facilmente se tornar uma “vaca leiteira”.
- **VACA LEITEIRA:** produtos com **investimentos moderados e bons lucros** (vez que o crescimento do mercado é baixo).
- **ABACAXI** (ou “cão vira-lata”): produtos q. **devem ser evitados ao máximo** pela empresa ou desalinhados.

ESTUDO DE CASO (empresa fictícia)

Há muitos anos a empresa “Sorvetes & Café do Zé” vende *sorvetes caseiros* no parque. A empresa tem um grande volume de vendas de sorvete no verão, no inverno o volume de vendas cai, mas, ainda é interessante e se mantém estável. Estes sorvetes apresentam um bom volume de vendas. Aliás, vendas bem superiores as das sorveterias ao redor, ou seja, tem uma boa participação no mercado. Porém o volume de vendas se mantém estável durante alguns anos, não apresentando crescimento.

Há alguns meses, após uma análise estratégica com a Matriz SWOT, a Sorveteria & Café do Zé criou um novo produto, um *café expresso com licor de açaí* e ingredientes especiais com uma receita secreta. Desde sua criação, o café é um sucesso na região, tem um volume de vendas surpreendente e todos os dias chegam mais clientes querendo conhecer a famosa bebida.

Juntamente com a criação da nova receita, a sorveteria passou a oferecer a seus clientes *sorvetes industrializados com baixa caloria*, visando àquelas pessoas mais preocupadas com a saúde e a boa forma. As vendas deste novo sorvete crescem a cada dia, porém em um ritmo mais lento. Após uma pesquisa de mercado os consultores da sorveteria perceberam que outros concorrentes vendem muito mais este tipo de produto.

Analisando mais a fundo a venda de cada um de seus produtos, o proprietário da sorveteria percebeu que um tipo de sorvete que já foi muito vendido no passado hoje praticamente não tem mais saída, são os *sorvetes secos*, produto que não chama mais a atenção da criançada nos dias de hoje, além de destoar da nova proposta “TMSS – Da Tradição para a Modernidade com Sabor e Saúde” engendrada e adotada pela Sorveteria do Zé.

TAREFA: Discutir o texto a luz da administração e **ENQUADRAR** os produtos dentro da Matriz BCG.