



**Módulo 1**

# **Casos de uso de análise de dados em diferentes setores empresariais**

## Contexto

**A Starbucks**, gigante do setor de cafés, já consolidada como uma das maiores cadeias do mundo, estava em busca de formas mais precisas e eficazes de expandir seus negócios, abrindo novas lojas em locais estratégicos.

Para isso, eles decidiram adotar uma abordagem baseada em **análise de dados** para suportar suas decisões de expansão.

## O problema

A empresa queria garantir que as novas lojas tivessem **alta probabilidade de sucesso**, evitando abrir unidades em locais com **pouca demanda** ou **competição acirrada**, o que poderia afetar a lucratividade.



## A solução

A Starbucks começou a usar uma combinação de análise geoespacial e dados demográficos para escolher os locais ideais para novas unidades.

**A empresa começou a coletar dados sobre fatores como:**

- **Distribuição demográfica:** idade, renda, estilo de vida dos moradores nas proximidades.
- **Padrões de trânsito** e fluxo de pedestres.
- **Proximidade de concorrentes** ou de outras lojas da própria Starbucks.
- **Preferências dos clientes** em relação a produtos e serviços.



Utilizando esses dados, a Starbucks aplicou modelos de análise para identificar quais áreas tinham as características demográficas e econômicas que mais se alinhavam ao perfil de seus clientes-alvo, informação que já tinha na base.

Eles também analisaram **padrões de movimentação em tempo real**, como o fluxo de pessoas durante **horários específicos** do dia e da semana, cruzando esses dados com o perfil de consumidores que **mais frequentam suas lojas**.



## Tomada de Decisão

Com essas informações, a empresa pôde tomar decisões fundamentadas sobre **onde abrir novas lojas** e quais serviços oferecer em cada local, como “**drive-thru**” em regiões suburbanas ou conceitos mais premium em áreas de alta renda.

Além disso, a análise de dados influenciou decisões sobre quais produtos seriam oferecidos em determinadas lojas, baseados nas preferências dos consumidores daquela localidade.



## Resultados

Ao adotar essa abordagem **data-driven**, a Starbucks conseguiu otimizar sua expansão, **minimizando o risco de abrir lojas em locais pouco viáveis.**

O uso estratégico de dados possibilitou uma **expansão mais inteligente**, levando a um crescimento de receitas e à otimização de suas operações.

Isso também ajudou a Starbucks a identificar áreas com **alto potencial de crescimento** e a ajustar sua oferta de acordo com as preferências dos clientes locais, gerando um impacto direto na **receita e na satisfação dos consumidores.**

