

ANÁLISE GEOGRÁFICA E DE MERCADO

Case técnico: identificar a melhor região para a expansão com base em dados.

Linkedin:
@alinesoaress138

CONTEÚDO

- Resumo Executivo
- Metodologia
- Diagnóstico do Mercado
- Recomendação
- Riscos e Estratégias
- Conclusão



RESUMO EXECUTIVO

A **Zona Norte** se destaca como a melhor opção para expansão, combinando um alto índice de atratividade (100%) com baixa concorrência (2 concorrentes), sugerindo um mercado pouco saturado. Sua renda média (R\$ 3.200,00) indica potencial de demanda, enquanto o faturamento médio das lojas (R\$ 220.000,00) reforça a viabilidade financeira.

A **Zona Sul** (índice de 85%) também é promissora, com a renda média mais alta (R\$ 5.000,00), sugerindo um público com maior poder de compra. No entanto, o faturamento médio mais baixo (R\$ 180.000,00) indica que estratégias de preços e diferenciação devem ser bem planejadas.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada para identificar a melhor região para expansão foi baseada em uma **análise quantitativa** dos principais fatores que influenciam o desempenho comercial. Inicialmente, consolidamos dados sobre o **perfil sociodemográfico da população, concorrência e desempenho das lojas existentes**, garantindo uma visão abrangente do mercado.

A partir desses dados, calculamos um **índice de atratividade** que pondera variáveis-chave, como população total (40%), renda média (30%), nível de concorrência (20%) e faturamento médio das lojas (10%).

Para validar essa métrica, realizamos **análises de correlação**, verificando a relação entre renda e faturamento, e aplicamos **técnicas de clustering no SQL** para categorizar as regiões em alto, médio e baixo potencial.

Além disso, utilizamos **visualizações gráficas em Python, como gráficos de dispersão e gráficos de barra**, para interpretar melhor as tendências e discrepâncias entre as regiões. Esse processo permitiu uma recomendação embasada, identificando oportunidades de expansão com maior potencial de retorno e menor risco de saturação do mercado.

DIAGNÓSTICO DO MERCADO

Perfil das Regiões Analisadas

Foram avaliadas diferentes regiões com base em quatro indicadores-chave:

- População Total: Estimativa do público potencial.
- Renda Média: Indicador do poder de compra da região.
- Concorrência: Número de estabelecimentos concorrentes.
- Faturamento Médio das Lojas Existentes: Reflexo da atratividade comercial.

Correlação entre Renda e Faturamento

A análise demonstrou uma correlação negativa forte (-0,97) entre a renda média e o faturamento médio das lojas. Isso indica que regiões com maior renda não necessariamente apresentam maior faturamento, reforçando a importância de outros fatores para o sucesso da expansão.

Clusters de Potencial

As regiões foram classificadas em três categorias de atratividade:

- Alto Potencial: Regiões com elevada demanda e boas condições de mercado.
- Médio Potencial: Regiões com oportunidade moderada, exigindo diferenciação estratégica.
- Baixo Potencial: Regiões com desafios significativos para expansão.

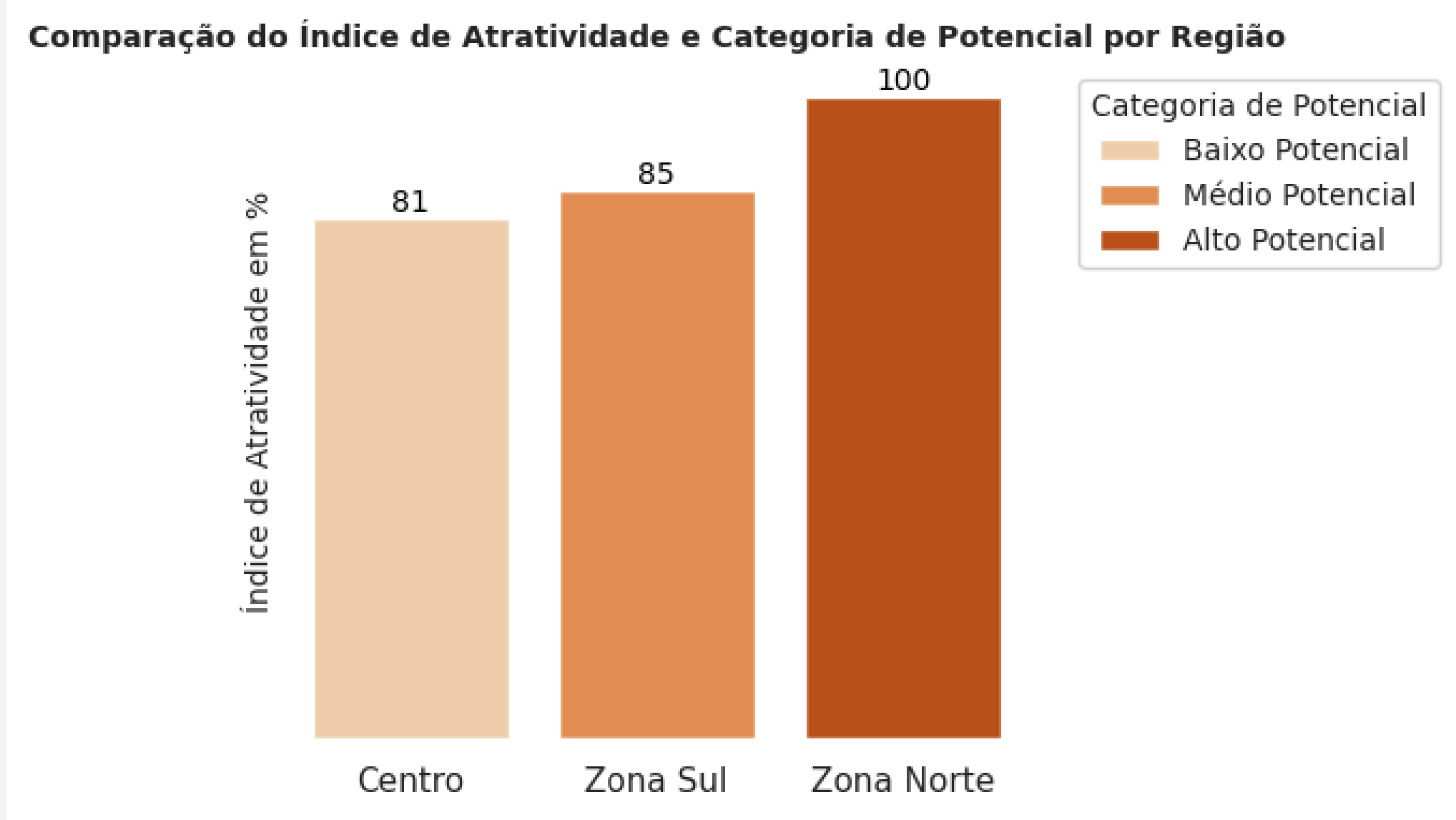
ANÁLISE COMPARATIVA DAS REGIÕES

Regiões com Maior Potencial

Com base no índice de atratividade calculado, identificamos as regiões prioritárias para expansão. A Zona Norte lidera a análise, seguida pela Zona Sul, cada uma com características estratégicas distintas.

Comparação do Índice de Atratividade

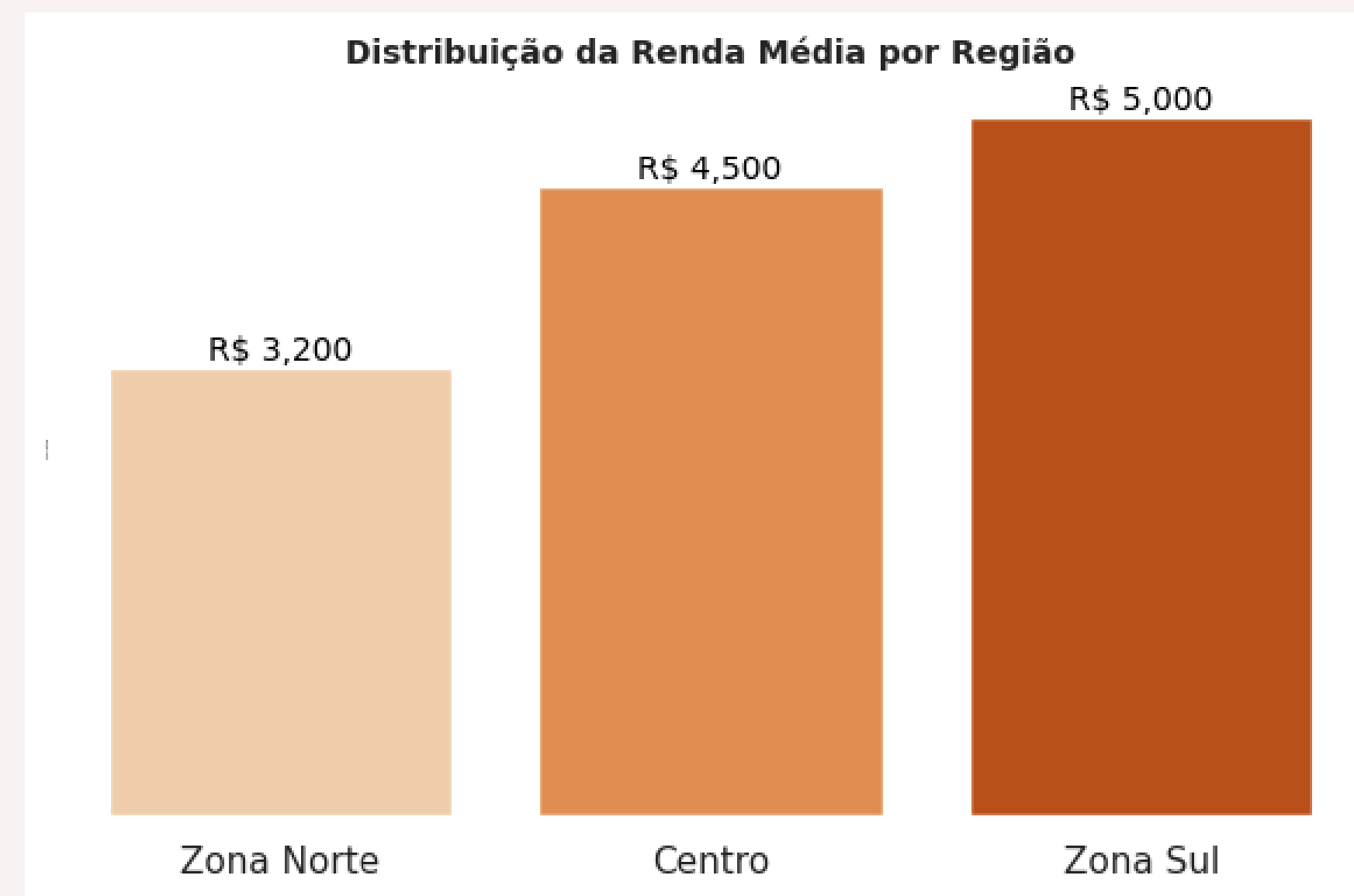
- A Zona Norte apresenta o maior índice de atratividade (100%), refletindo boas condições para expansão.
- A Zona Sul segue como uma opção viável, impulsionada pelo alto poder aquisitivo dos consumidores.
- O Centro, apesar da atratividade relativa, enfrenta desafios competitivos.



ANÁLISE COMPARATIVA DAS REGIÕES

Distribuição da Renda Média por Região

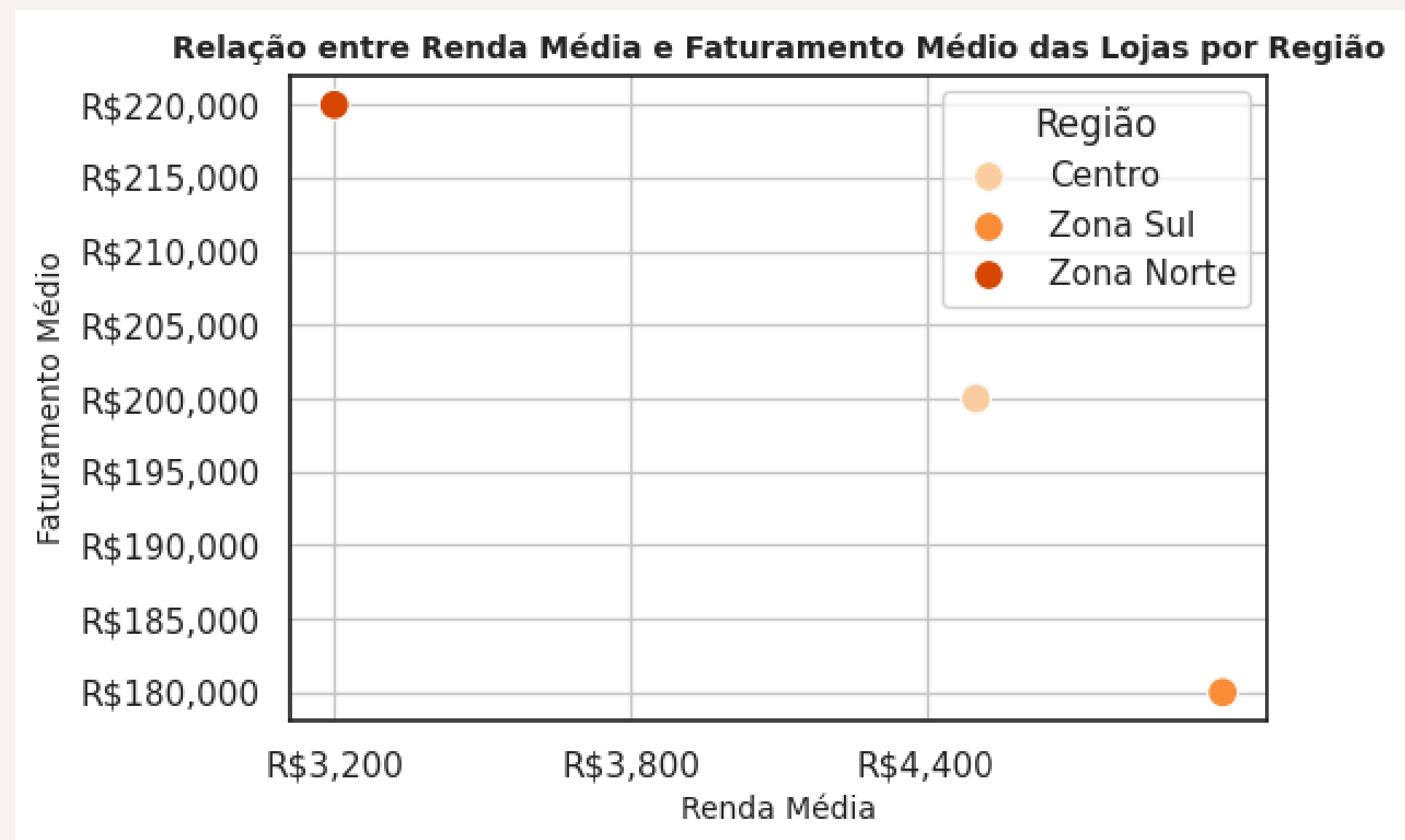
- Regiões com maior renda média nem sempre correspondem a maiores faturamentos.
- A Zona Sul possui a maior renda, mas um faturamento médio inferior à Zona Norte.



ANÁLISE COMPARATIVA DAS REGIÕES

Correlação entre Renda Média e Faturamento

- Evidencia-se a relação negativa entre renda e faturamento, destacando a necessidade de estratégias focadas no perfil de consumo e não apenas no poder aquisitivo.



RECOMENDAÇÃO DE EXPANSÃO



RECOMENDAÇÃO PRINCIPAL: ZONA NORTE

A Zona Norte é a região com maior potencial de expansão. A combinação de um **índice de atratividade elevado** (100%), **baixa concorrência** (2 concorrentes) e uma **demand crescente** (renda média de R\$ 3.200,00) a torna a área mais estratégica para abertura de novas lojas. O **faturamento médio das lojas existentes** (R\$ 220.000,00) corrobora a viabilidade comercial e o potencial de lucratividade.



ZONA SUL: OPORTUNIDADE VIÁVEL, MAS COM DESAFIOS

A Zona Sul possui um **alto poder aquisitivo** (renda média de R\$ 5.000,00) e um **índice de atratividade significativo** (85%). No entanto, o **faturamento médio das lojas** (R\$ 180.000,00) é ligeiramente inferior ao da Zona Norte, o que sugere a necessidade de uma **estratégia diferenciada**, levando em conta fatores como preços e mix de produtos.

RISCOS E CONSIDERAÇÕES

CONCORRÊNCIA CRESCENTE

Embora a Zona Norte tenha uma concorrência atualmente baixa, existe o risco de saturação no futuro. A entrada de novos concorrentes pode reduzir a atratividade da região e afetar a lucratividade das novas lojas. Para mitigar esse risco, a estratégia de diferenciação, como produtos exclusivos ou uma experiência de compra superior, deve ser considerada.

MUDANÇAS NO PERFIL DE CONSUMO

A renda média pode ser um indicativo de demanda, mas mudanças nas condições econômicas ou mudanças no comportamento de consumo podem impactar a viabilidade do mercado-alvo. A empresa deve estar atenta a tendências locais e às flutuações da economia que podem afetar o poder aquisitivo dos consumidores.

CAPACITAÇÃO E INFRAESTRUTURA LOCAL

Apesar de uma região parecer promissora, é essencial garantir que haja infraestrutura adequada e força de trabalho qualificada. A falta de qualificação da mão de obra ou a inexistência de uma boa infraestrutura logística podem dificultar a operação das lojas e afetar o desempenho esperado.

CONCLUSÃO DA ANÁLISE

Recomendação para expansão: Zona Norte e Sul

A recomendação de priorizar a Zona Norte para expansão se baseia em uma análise detalhada de **dados socioeconômicos, desempenho de concorrência e faturamento das lojas**. A região apresenta um **índice de atratividade elevado, com baixa concorrência e um bom potencial de lucratividade**, indicando que é o ambiente mais promissor para expansão imediata. Além disso, o **faturamento médio das lojas** na Zona Norte reforça a viabilidade financeira dessa estratégia.

A Zona Sul, embora tenha uma **renda média** mais alta, apresenta um **faturamento médio** menor, o que exige uma estratégia mais cuidadosa e diferenciada, mas ainda assim é uma região com grande potencial.



CONTATO

E-MAIL

alinesoaress138@gmail.com

LINKEDIN

@alinesoaress

GITHUB

@alinesoares138