



Proyecto Capstone - La Batalla de los vecindarios

Ciencia de Datos IBM - Coursera

Andreina Peraza

04/05/2022

1. Antecedentes

La industria cosmética como se desarrolla a nivel mundial es un contaminante ambiental, pues conlleva al uso de productos químicos como sulfatos, alcoholes, parabenos, siliconas, entre otros que a la larga son dañinos tanto para el cuerpo como para el medio ambiente es por ello que se hace imprescindible desarrollar alternativas sustentables y crear conciencia de que el planeta que habitamos merece tanto amor como nosotros.

Por otro lado, la mala alimentación es uno de los grandes problemas de la vida moderna, debido a las prisas y a los horarios complicados se ha generado que la comida chatarra gane terreno y su exceso en grasas saturadas, sal, azúcar, etc., puedan dañar nuestra salud. Según datos y cifras de la Organización Mundial de la Salud publicadas en su página web, desde 1975 la obesidad se ha casi triplicado en todo el mundo, en 2016 más de 1900 millones de adultos de 18 o más años tenían sobrepeso, de los cuales más de 650 millones eran obesos y el 39% de las personas adultas de 18 o más años tenían sobrepeso. La mayoría de la población mundial vive en países donde el sobrepeso y la obesidad se cobran más vidas de personas que la insuficiencia ponderal

Por lo tanto es beneficioso tanto para la población como para el planeta migrar hacia alternativas cosméticas eco-amigables y hacia un estilo de alimentación saludable que nos aporte una mejor calidad de vida integral. Es por ello que el nacimiento de emprendimientos y empresas con modelos económicos que persiguen otros fines además de la rentabilidad financiera, como lo son generar un impacto social a través de acciones en determinadas comunidades y prácticas medioambientales que contribuyen a la mitigación del cambio climático son necesarias para enfrentar los problemas medioambientales y sanitarios que vivimos actualmente y que amenaza nuestra existencia de cara al futuro

1.2 Problema

La empresa Novaterra desea iniciar sus operaciones abriendo una tienda tanto física como virtual, dicha empresa desea realizar varias actividades económicas entre las que destacan: extracción de aceites esenciales, fabricación y venta de productos cosméticos naturales y compra y venta de productos orgánicos saludables. El tren ejecutivo de la empresa desea

conocer cuál es la mejor ubicación para establecer su tienda física y a qué tipo de personas de la ciudad de Montevideo, Uruguay puede dirigir su campaña publicitaria en redes sociales para captar sus primeros clientes.

La tienda física deberá estar ubicada en las adyacencias de los vecindarios donde la población tenga un nivel adquisitivo medio-alto, cercana a centros de bellezas, spa, restaurantes de comida saludable y si es posible cerca de espacios donde se pueda disfrutar de un ambiente natural.

Este proyecto tiene como objetivo seleccionar la mejor ubicación para establecer la tienda física y determinar a qué tipo de personas se debe dirigir la campaña publicitaria.

2. Fuente de los datos.

Los datos utilizados para la elaboración del proyecto se pueden encontrar en las siguientes fuentes:

- División geográfica de Uruguay de acuerdo a sus municipios y vecindarios:
https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Barrios_de_Montevideo
- Datos públicos del último censo poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas del Uruguay en el año 2011.
https://www.ine.gub.uy/c/document_library/get_file?uuid=4718ab8a-c64e-439c-ba8e-7d56371b6c89&groupId=10181
- Datos de ingresos percibidos por las personas en la ciudad de Montevideo así como el nivel socioeconómico de cada hogar extraído del Instituto Nacional de Estadísticas del Uruguay en el año 2017:
https://www.ine.gub.uy/c/document_library/get_file?uuid=75b6cb00-387e-40ee-a694-eb64314e81db&groupId=10181