

# Análise de Demanda

Marketplace Vs Competidores





# Sobre os dados

\*Análises sobre métricas nos arquivos “.html” que acompanha os arquivos





# Considerações

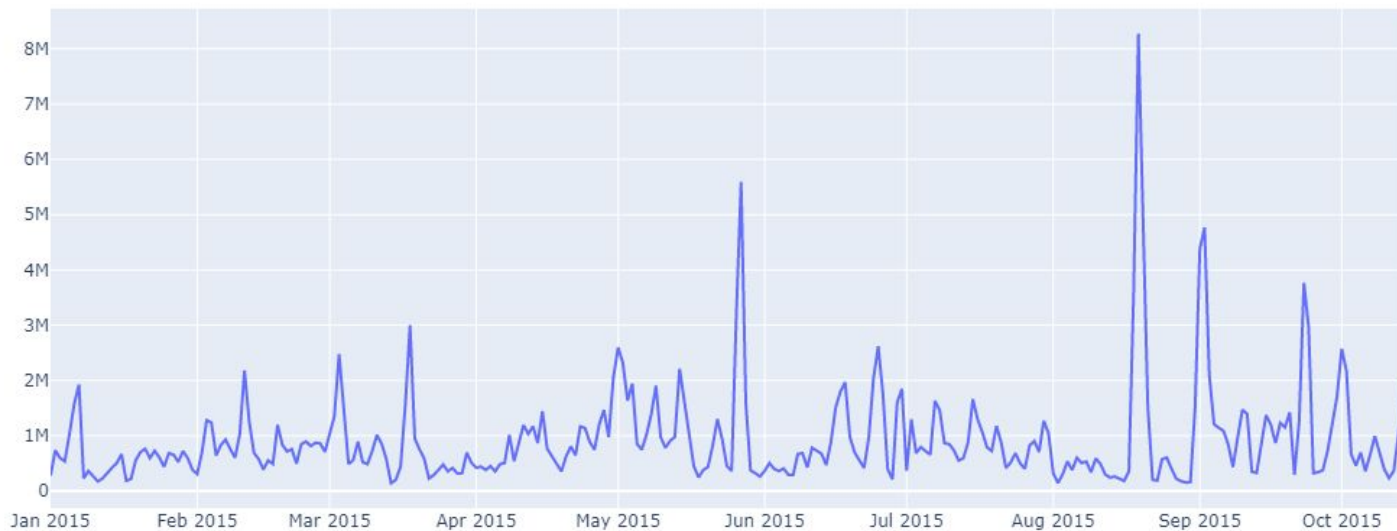
Devido a natureza do conjunto de dados apresentados seguem as seguintes observações:

- É estacionário, sem médias móveis
- É 'Não-Gaussiano', assimétrico
- Apresenta pouca eficácia preditiva



# Teste de estacionariedade

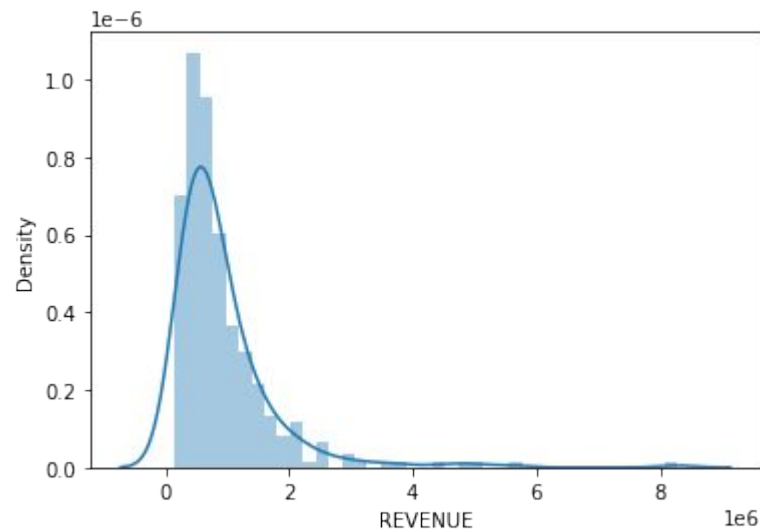
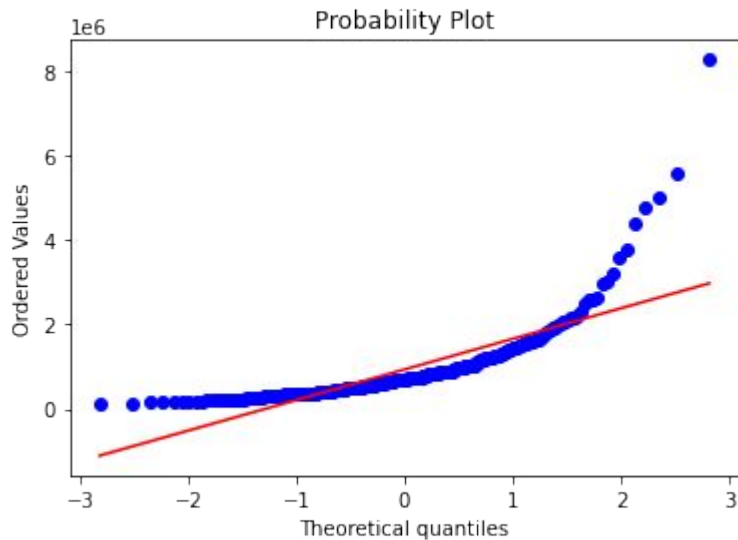
Vendas com tendência estacionária





# Teste de normalidade

No gráfico à esquerda observa-se dispersão nas extremidades e à direita um histograma assimétrico tipo ‘despenhadeiro’



# Competidores

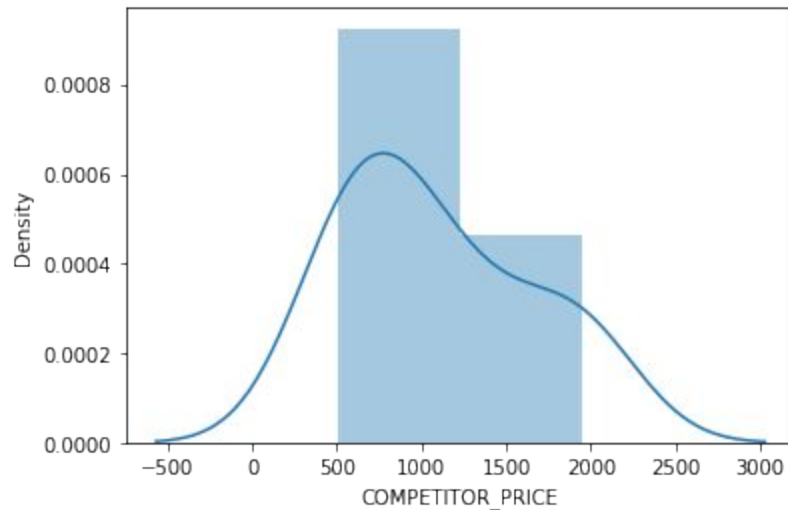
Aumentando a vantagem dos vendedores do Marketplace





## Média por produto

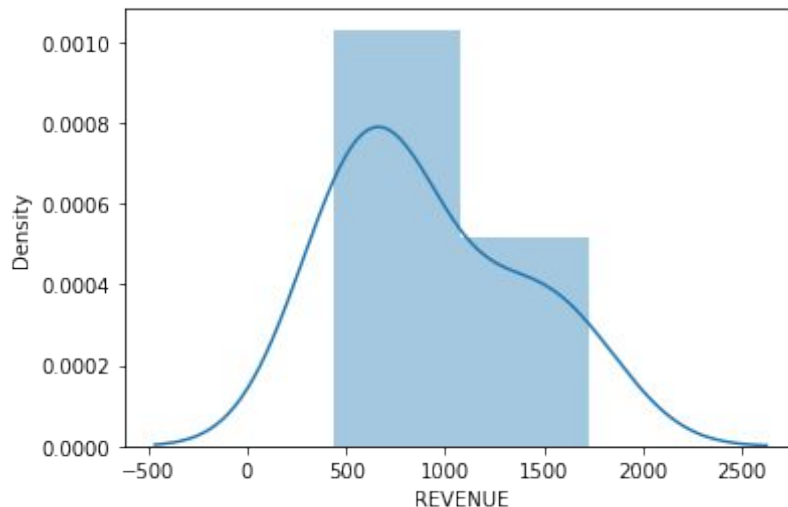
Acompanhando o intervalo mais frequente do preço médio por produto e tipo de pagamento. No intervalo entre 500 e 1964.





## Média receita Marketplace

Acompanhando o intervalo de receita média por produto.  
No intervalo entre 400 e 1730.



Comparando as duas médias, constata-se não só maiores preços praticados pelos concorrentes em todos os produtos como também um possível aumento nos preços dos produtos dos vendedores(marketplace), para aumentar receita, nos produtos P1, P5, P6, P3 e P9, principalmente no tipo de pagamento 1.  
Quanto menor a diferença maior a receita em todos os produtos.



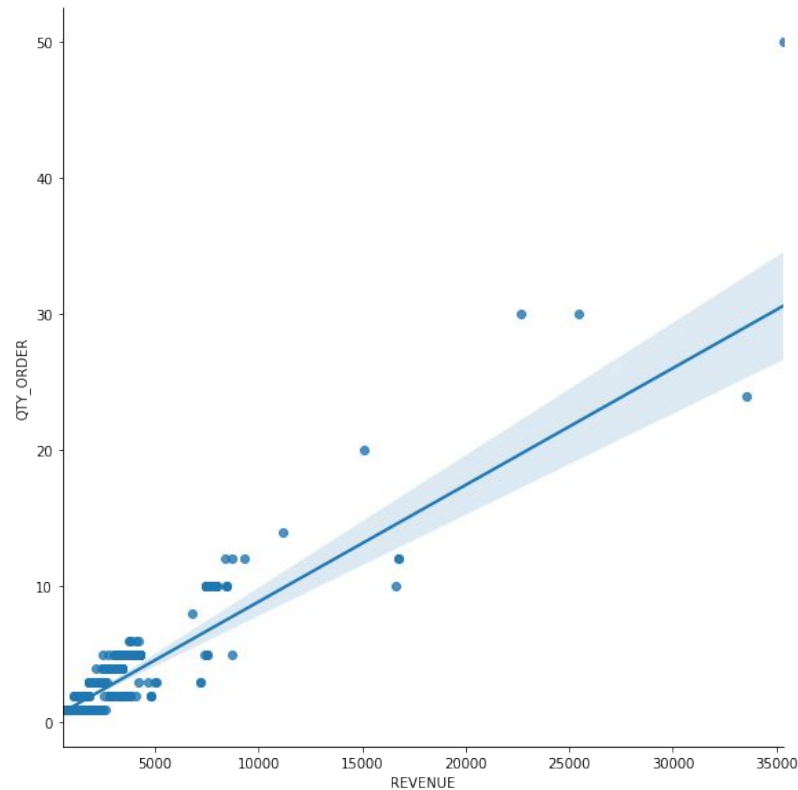
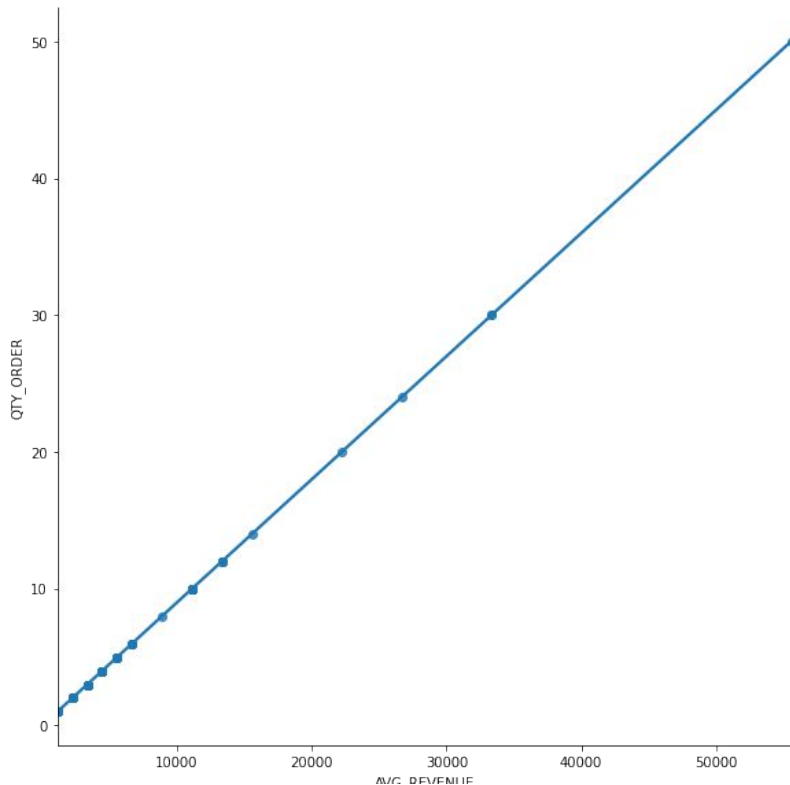
# Modelos





# Comparativo

A esquerda média de receita praticada pelos competidores, e a direita pelos vendedores do Marketplace(mais dispersa).





# Regressão e Elasticidade

quantidade demandada =  $1.268 - 6.411 * i$

lucro =  $(i - \text{cost}) * \text{quantidade demandada}$

Na curva ao lado (caso o conjunto de dados não fosse tão homogêneo) o modelo encontraria um coeficiente e interceptação ótimo para obter lucro através de receita máxima.

No entanto a receita apresentada no conjunto não gera margem suficiente.

