Khrystyna Budzak

[Company name]  [Company address]

[Document title]

Introdução

Objetivos:

* Vendas: Análise das tendências de consumo sustentável
* Impacto ambiental: análise do impacto ambiental dos produtos
* Segmentação de clientes: identificação de segmentos de consumidores com base nas suas preferências e comportamentos de compra
* Feedback de clientes: análise das perceções e feedback em relação aos produtos sustentáveis
* Estratégias: desenvolvimento de estratégias para aumentar a venda de produtos sustentáveis

Consumo de água, consumo de energia e emissões de gases CO2 e custo de produção

Identificar categorias com baixo:

- Com mais consumo de água, energia e emissões de CO2

- Com menos consumo

Dentro de categoria identificar os produtos:

- Com mais consumo de água, energia e emissões de CO2

- Com menos consumo

**Análise e Tratamento de Dados**

Para definir as categorias e produtos mais e menos sustentáveis normalizamos as variáveis para uma escala de 0 e 1 e calculamos um índice ponderado da seguinte forma:

Índice sustentável = (×

– 20% peso atribuído ao consumo de água

– 30% peso atribuído ao consumo de energia

– 50% peso atribuído a emissão de CO2

Classificação utilizada:

* > 0.75 sustentável
* 0.5 -0.75 médio
* < 0.50 baixa sustentabilidade