

Após resumir os dados em uma lista decrescente do Total de Vendas percebe-se que produtos facial estão entre os mais vendidos ocupando as posições 1, 2 e 4. Depois de agrupar os dados por etapa de uso; Limpeza, Hidratação e Proteção, notamos a respectiva distribuição 22,09%, 32,67% e 45,24%, os protetores solar são mais comuns. Repetindo esse cálculo para a característica do produto, Facial, Corporal e Antioleosidade, obtemos 56,02%, 18,35%, 30,58% respectivamente.

Seguindo essa segmentação, é aplicado a fórmula (Total de Vendas / Quantidade) e encontra-se o quão rentável é cada segmento, obtendo Proteção: 50,19, Hidratação: 47,22 e Limpeza: 45,92. Proteção é mais rentável apesar de todas as etapas apresentarem um valor próximo. Facial: 36,51, Antioleosidade: 80,29 e Corporal: 62,31 são as rentabilidades para cada característica, facial a menos rentável e a antioleosidade a mais rentável.

Olhando os gráficos temporais desses segmentos em quantidade, nota-se que a linha facial é a mais vendida de Fevereiro até Dezembro com muita folga. Há picos nos meses de Fevereiro, Abril, Junho e Dezembro, para a linha antioleosidade. Já a linha corporal supera as demais apenas em Janeiro. No segmento 'Etapa' nota-se que 'Proteção' tem picos em Maio e Agosto, porém ambos estão abaixo dos meses Dezembro e Fevereiro, meses de verão. A linha hidratação oscila menos durante o ano com picos em Dezembro e Janeiro. Por fim a linha Limpeza é mais errática com picos em Junho e Novembro.

Dessa forma, aponta-se foco para os produtos Antioleosidade devido a alta rentabilidade, destacando-se o produto hidratante antioleosidade pois o segmento Hidratação já apresenta altas taxas de venda. Por fim, há de se considerar a criação de uma linha 'Facial Antioleosidade' pois ela uniria o segmento mais comum com o mais rentável.