

3. Caso BOPS

Después de leer el PDF adjunto al caso, lo primero que hice fue realizar los cálculos necesarios para verificar que los datos de la tabla 1 estuvieran correctos. Aquí pude percatarme de que el conteo de semanas se encuentra desfasado en ambos archivos (ventas en línea y B& M) pues de acuerdo con el calendario del 2011, el 11 de abril y el 11 de octubre de 2011 corresponden a las semanas 15 y 41, respectivamente. Dentro de los registros de ventas en línea, el periodo antes del proyecto BOPS está marcado como aquel comprendido entre las semanas 17 y 42, mientras que *after* entre 43 y 14 (2011 cuenta con 53 semanas); para los registros de B&M los periodos son durante las semanas 16 a 42 (antes) y 43 a 16 (después). Esto me llevo a creer que tal vez los promedios de la tabla no eran los correctos.

Una vez que consideré el desfase y verifiqué las cifras de la tabla 1, lo que pude notar fue que, si no consideramos como métrica de *performance* los montos de las ventas, sino la proporción que representan las ventas en tienda respecto al total, se puede observar un aumento para las ventas en formato B&M en Estados Unidos, mientras que para Canadá se observa el fenómeno contrario.

	Canadá	Estados Unidos
Antes de BOPS	13.12 %	52.4 %
Después de BOPS	12.5 %	54.3 %

Lo anterior puede sugerirnos que la implementación del proyecto BOPS ha generado un aumento en las ventas en tienda, pues en Canadá no se lleva a cabo aún.