

Caso de Estudio

La empresa distribuidora de productos alimenticios Gran Distribuidor desea instalar un sistema de DW para hacer un seguimiento más eficiente de sus productos. Se trata de una empresa nacional, que cuenta con diversos centros de fabricación y/o elaboración de productos alimenticios y trabaja también en cooperación con productores agrícolas de la región. La empresa se encarga también de la distribución de los productos en todo el territorio nacional. Se comenzó con la distribución de productos envasados y bebidas, incorporándose luego los lácteos y panificados. Recientemente, gracias a los acuerdos con cooperativas agrarias se incluyó la distribución de productos agrícolas. Muchos de los productos que se distribuyen son muy perecederos (la mayor parte de los lácteos, panificados y vegetales), por lo que se debe ajustar muy bien las cantidades en stock de estos productos. La empresa trabaja con empresas mayoristas y supermercados, pero también con almacenes y restaurantes. Algunos de estos clientes tienen casas en varias ciudades del país por lo que debe resolverse el traslado de mercaderías al interior. Actualmente se está apuntando a incrementar las ventas en las ciudades del interior y ganar mercado incorporando comercios locales.

La empresa desea resolver los siguientes requerimientos:

Evolución de las ventas:

- Se desea hacer un seguimiento de las ventas comparando los distintos meses del año, y del año anterior, estudiando la evolución por familia de productos, y pudiéndola refinar hasta un producto en concreto.
- Se desea también observar las variaciones en las ventas para las distintas ciudades del país.

Análisis de mercado.

- Las diferentes promociones están orientadas a un determinado perfil de clientes, por lo que es necesario medir los volúmenes de venta para los diferentes rubros (mayoristas, supermercados, almacenes y restaurantes) estudiando los efectos positivos y/o negativos de la promoción en cada sector. No interesa comparar cliente por cliente, alcanza con un fraccionamiento vertical por rubros.

Distribución geográfica.

- Interesa comparar las ventas por departamentos y ciudades. Esto nos indica las regiones que están en riesgo y necesitan de mayor atención.

Desempeño de vendedores.

- Se necesita comparar el desempeño de los distintos vendedores, y la evolución de dicho desempeño a lo largo del tiempo.
- Un estudio de ventas por producto ayuda a planificar qué productos se asignarán a qué vendedores, y un estudio de ventas por ciudad ayuda a planificar las giras a las que se asignarán los mismos.