

# Caso BOPS

Jorge Salvador Ruiz Montaño

23/11/2020

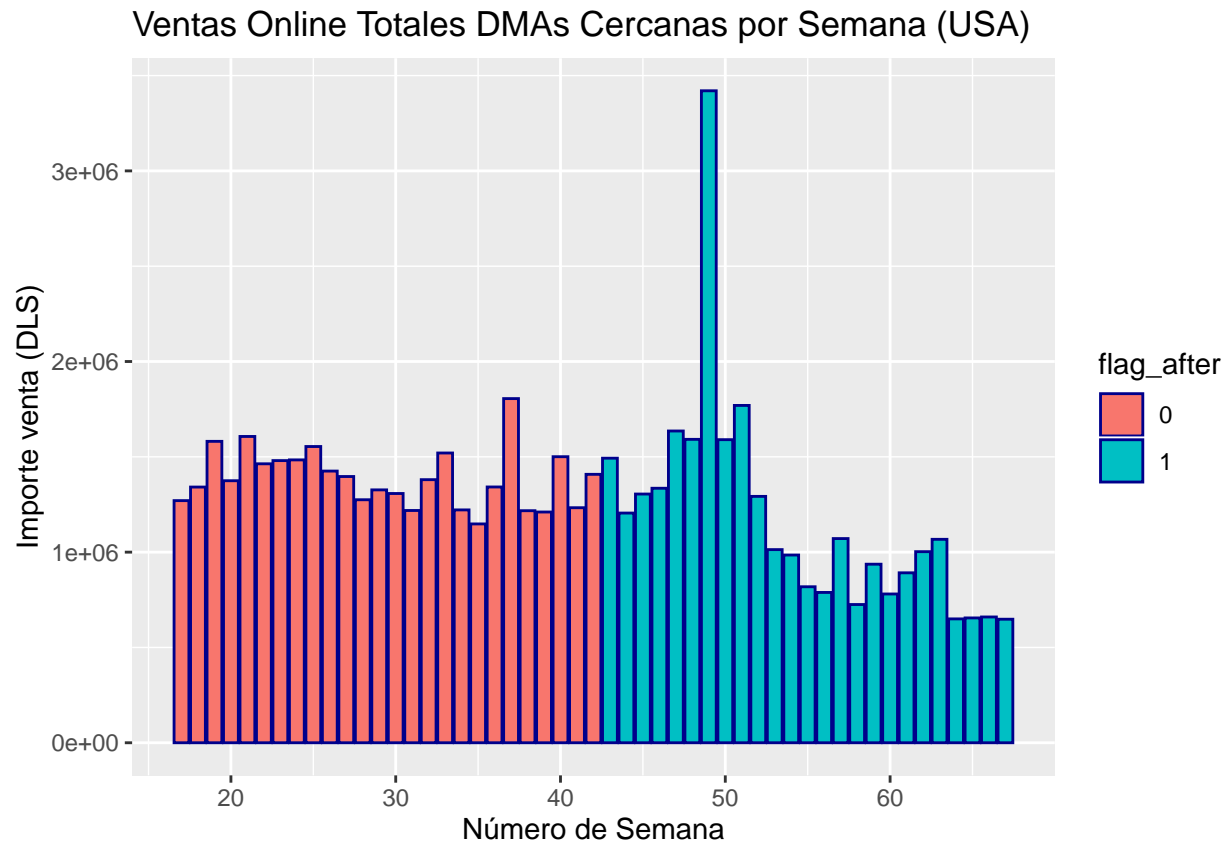
## Sección C

### C.1 BOPS

Resuelve el caso **Evaluating BOPS at Home and Kitchen**

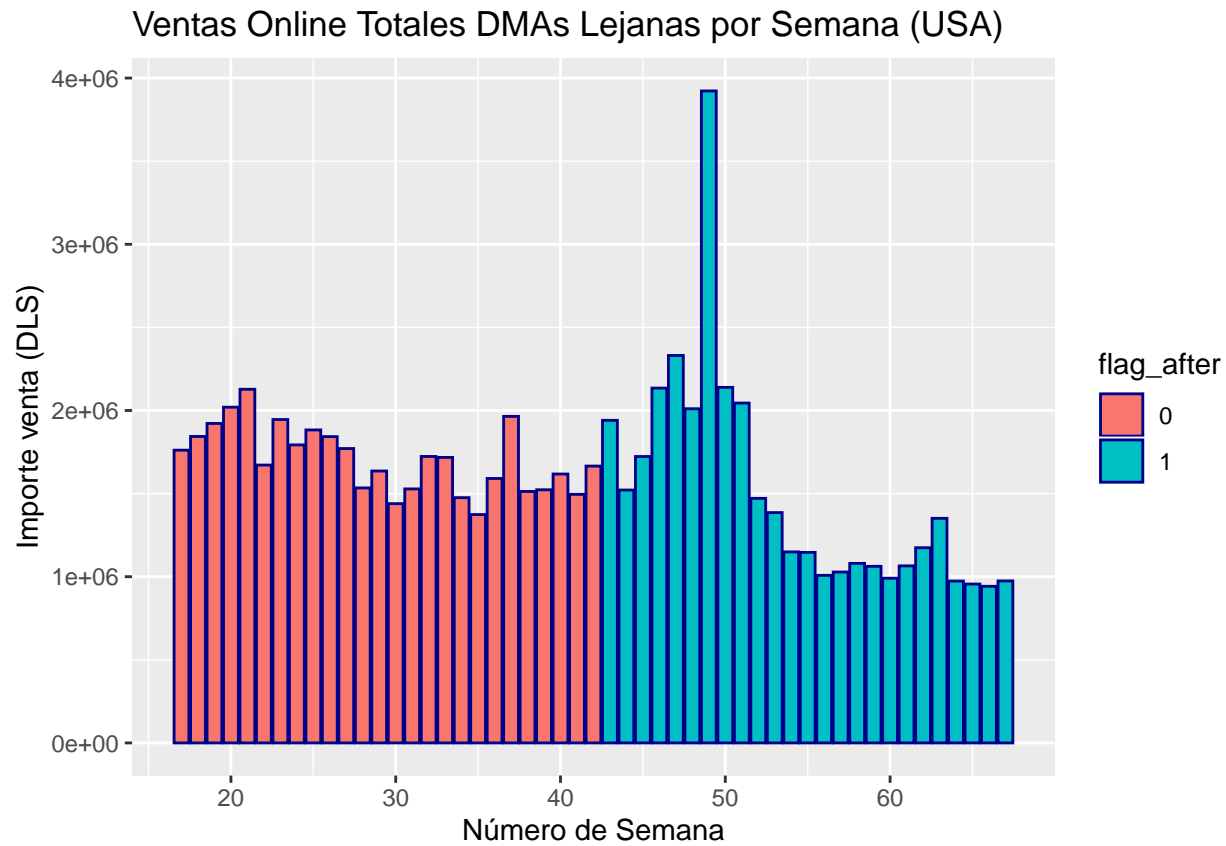
1. ¿Deberían expandirse a Canadá?
2. ¿Cuántos millones de dólares se ganaron o perdieron a partir del programa? Explica tu razonamiento y metodología.
  - Como nos dice el caso, se realizó un estudio tomando como base las DMA (Designed Market Areas) que son las áreas donde se concentra el mayor número de posibles clientes dentro de un radio definido.
  - Ahora tenemos dos tipos de mediciones, antes de antes de lanzar BOPS y otras después de lanzar BOPS.
  - Usando estos datos podemos comparar como fluctuó la venta por DMA y además podemos separar aquellos DMA que estaban cerca de una tienda y lejos de una tienda (Radio de 50 millas), lo cual puede influir bastante en el uso de BOPS ya que se requiere que el cliente recoja su producto en tienda.
  - Se realizaron 3 graficas para comparar la venta online a nivel DMA en (USA) y por BM en Canadá, se tomaron en cuenta todas la suma de la venta de todas las tiendas por semana.

## Resultados de DMAs cercanas.



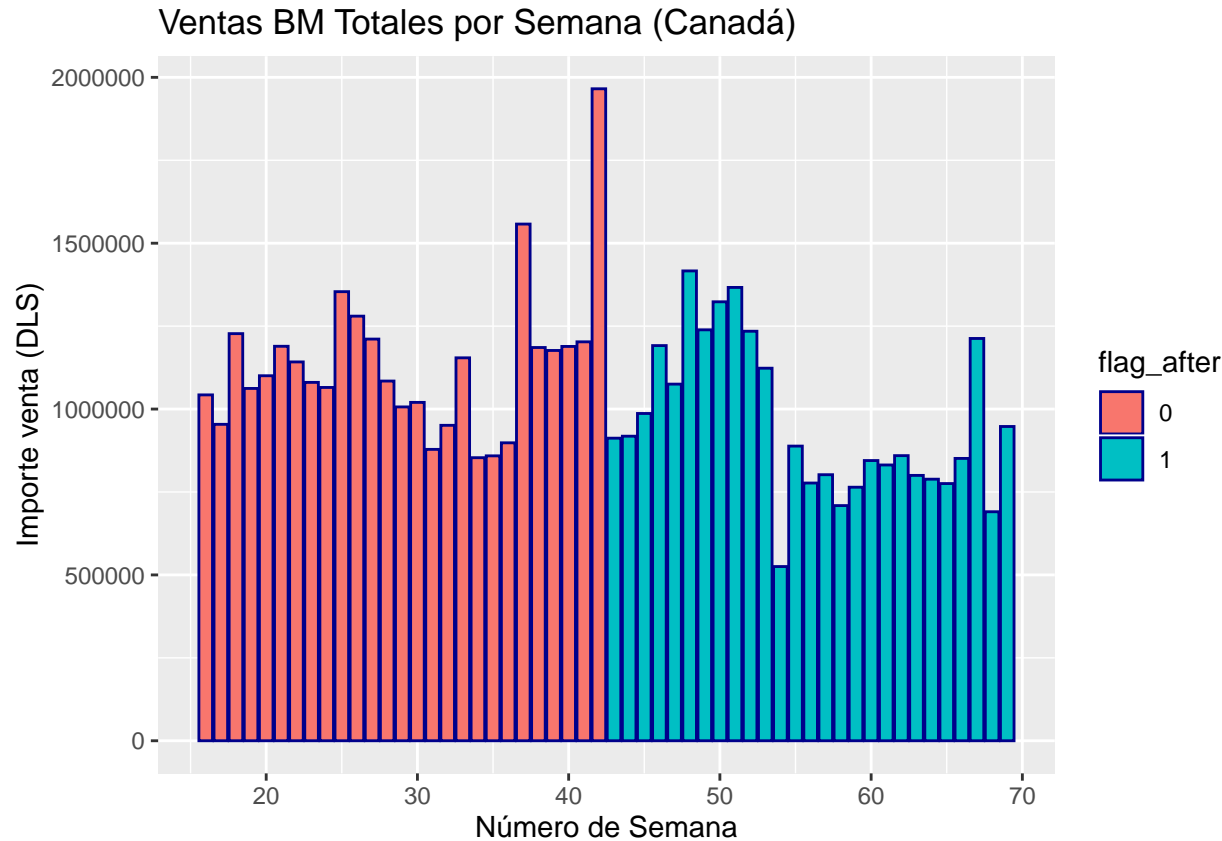
- Se puede observar como la venta online tendió a bajar después de que se lanzó BOPS (exceptuando el pico por ventas de fin de año).

## Resultados de DMAs lejanas.



- cabría esperar que las ventas de tiendas lejanas tuviera una distribución diferente a las cercanas, pero demos ver casi la misma tendencia, lo que nos dice que a los usuarios no les importa mucho el lugar donde se encuentra la tienda física al comprar en Linea.

## Resultados de Venta BM en Canadá



- La ventas en Cánada por BM también están bajando luego de incorporar BOPS en USA, puede ser debido a los problemas de lógista que arrastra la empresa debido a BOPS.

## Conclusiones

- Dado que la tendencia en las ventas online no se ve afectada por el sitió de la tienda física, a los clientes no se les ve muy motivados a usar BOPS y recoger sus productos en tienda. Al menos en USA. Mi recomendación sería no expandir BOPS a Canadá si no se tiene cambios en la tendencia de venta online que favorezcan a las tiendas que se encuentran cerca del cliente. Se podrían trazar indicadores como de % de compra por BOPS vs envios a domicilio por DMA.
- En cuanto a lo que se perdió debido a DMAs, viene en la descripción del problema (a grandes razgos) que fueron \$2000 DLS en promedio por DMA y \$7545 DLS en promedio por tienda física, por tiempo no será posible hacer una estimación más a fondo de las pérdidas, pero se podría hacer sacando totales de las ventas antes y después (mismas que use para las gráficas) de BOPS o utilizando el promedio de pérdidas y el total de BOPS y tiendas registradas.