

Diseño Dimensional

Ejemplo #1

Una empresa distribuidora se dedica a la venta de diferentes productos comestibles, así como bebidas a través de su cadena de Hipermercados y Supermercados. La empresa tiene una considerable cantidad de locales en gran parte de Latinoamérica y tiene planes de ampliar a otros mercados.

Los analistas de la empresa, a solicitud de sus directivos, necesitan realizar informes o reportes en donde se pueda analizar:

- La cantidad de unidades vendidas en los países del mercado actual.
- El costo de cada unidad vendida
- El valor de venta de cada producto.
- La ganancia obtenida en la venta de cada producto.

Toda esta información, requiere que sea presentada por zona geográfica y sucursal .

También se han planteado la necesidad de armar canastas de productos de acuerdo al perfil de compra de los clientes de cada ciudad en la que tienen presencia. Sin embargo, para esto requieren un estudio de las ventas realizadas por categoría de producto (e inclusive con el detalle del producto específico), por ciudad, por mes, para los últimos 13 meses (esto con el fin de detectar posibles estacionalidades)

Adicionalmente, se ha pensado en un plan de incentivos, para premiar a aquellos vendedores que superen los objetivos de venta asignados.

Ejemplo #2

Venta al detalle en una cadena de supermercados

La cadena de supermercados opera solamente en los Estados Unidos, tiene 1000 locales o tiendas en 5 estados. En cada tienda hay alrededor de 60000 productos y todas tienen los mismos departamentos: abarrotes, lácteos, carnes, congelados, panadería, floristería y vegetales.

Los productos individuales son llamados SKU (Stock Keeping Unit). De los 60mil productos que se manejan, 55mil provienen de fabricantes externos y llevan códigos de barras en sus respectivos empaques. A estos códigos de barras se les llama UPC (Universal Product Code).

Los SKU y los UPC tienen la misma granularidad. Cada variación de un producto, por ejemplo un tamaño menor o una presentación distinta, tiene su propio SKU y UPC.

Hay 5000 SKUs que son de departamentos como carnicería, vegetales, floristería. Estos SKUs no tienen un UPC reconocido a nivel nacional. Estos productos también tienen etiquetas con código de barras, pero lo que está impreso es el SKU.

Es un hecho que los datos más útiles se recolectan en la caja, cuando los códigos de barras son escaneados y pasan directamente al sistema de punto de venta (POS).

Los gerentes tienen una serie de preocupaciones alrededor de la logística de las órdenes, el inventario y la venta de los productos, así como la maximización de las ganancias. Actualmente, la decisión más importante para ellos tiene que ver con la asignación de precios y posibles promociones de productos.