

Reto JUMP2DIGITAL

Somos un conglomerado de supermercados, MWC Markets, y disponemos de los datos históricos de nuestros centros (TYPE_A: Bon Digital Talent, TYPE_B: MWC Supermercados, TYPE_C: MercaBDT). En estos datos se pueden ver las siguientes variables:

Demanda semanal

- id: ID único de la instancia
- week: Número de la semana
- center_id: ID del centro
- meal_id: ID del producto
- checkout_price: Precio de venta final del producto (después de aplicarles descuentos, cargas de transporte, etc.)
- base_price: Precio base del producto
- emailer_for_promotion: Campaña de emails enviada para promocionar el producto (1: Sí se ha enviado ; 0: No se ha enviado)
- homepage_featured: Producto promocionado en la página web
- num_orders: Número de órdenes de cada producto

Información del centro

- center_id: ID del centro
- city_code: Código para una ciudad en particular
- region_code: Código para una región en particular
- center_type: Tipo de Supermercado
- op_area: Area de operaciones y tamaño de supermercado (en km²)

Información del producto

- meal_id: ID del producto
- category: Tipo de producto (beverages/snacks/soups, etc.)
- cuisine: Tipo de cocina del producto (Indian/Italian, etc.)

Hasta ahora todas las operaciones y gestión de datos lo hemos hecho de maneras rudimentarias, pero nuestra intención es digitalizar todos los procesos. Es por eso que con estos datos puedes abarcar alguno de estos problemas:

- 1) Diseñar una plataforma para el equipo logístico para poder tener información de nuestros centros y predecir el número de pedidos que vamos a necesitar en nuestros supermercados.
- 2) Diseñar una plataforma para nuestros clientes para que puedan comprar los productos por Internet y les lleven la compra a casa (teniendo en cuenta el stock y las limitaciones operativas (Los clientes sólo pueden pedir comida desde los centros que están en su ciudad de manera gratuita si superan un mínimo de u.m., sino se cobran gastos por envío. También tienen que poder comprar a un supermercado de otra ciudad que esté en la misma región, pero se les cobra sí o sí por envío). En la plataforma se tiene que poder comprar de los tres tipos de centros.
- 3) Diseñar una plataforma para nuestro equipo de estrategia y marketing para que puedan ver cuáles son los productos más exitosos, los centros de dónde sacan más rendimiento y cuáles son las mejores estrategias para conseguir maximizar el número de pedidos.