

# Consultas MDX

LUIS ARDÉVOL MESA

A

## 1. IDENTIFICAR LAS COMBINACIONES DE DIRECTOR Y PRODUCTOR CON MAYOR RENTABILIDAD, CALCULANDO EL RETORNO DE INVERSIÓN (ROI) PROMEDIO DE SUS PROYECTOS.

Esta consulta permite a las productoras identificar dúos creativos que generan altos retornos de inversión, lo cual es valioso para futuras colaboraciones y asignación de recursos. Identificación de colaboraciones rentables.

```
WITH MEMBER [Measures].[ROI Promedio] AS
AVG(
    [Tiempo].[Tiempo].Members,
    ( [Measures].[Ingresos] - [Measures].[Coste] ) / NULLIF( [Measures]
        .[Coste], 0 )
)

SELECT
    {[Measures].[ROI Promedio]} ON COLUMNS,
    ORDER(
        NONEMPTY(
            [Director].[Nombre].[Nombre].Members * [Productor].[Nombre].[
                Nombre].Members
        ),
        [Measures].[ROI Promedio],
        BDESC
    ) ON ROWS
FROM [Finanzas]
```

## 2. DETERMINAR LA TENDENCIA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS POR PRODUCTORA EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS, IDENTIFICANDO SI VA EN AUMENTO O DESCENSO.

Esta consulta ayuda a las productoras a evaluar cómo percibe el público su contenido a lo largo del tiempo, permitiendo tomar acciones para mejorar o mantener la satisfacción.

```
WITH MEMBER [Measures].[Tendencia Satisfaccion] AS
LinRegSlope(
    LastPeriods(5, [Tiempo Votacion].[Ano].CurrentMember),
    [Tiempo Votacion].[Ano].CurrentMember.MemberValue,
    [Measures].[Satisfaccion]
```

```
)  
  
SELECT  
    {[Measures].[Tendencia Satisfaccion]} ON COLUMNS,  
    [Productora].[Nombre].[Nombre].Members ON ROWS  
FROM [Satisfaccion Usuarios]
```

### 3. COMPARAR EL PORCENTAJE DE MERCADO EN INGRESOS DE CADA PRODUCTORA POR AÑO.

Permite identificar la cuota de mercado de las productoras en términos de ingresos, ayudando a entender su posición competitiva en la industria.

```
WITH MEMBER [Measures].[Ingresos Totales Industria] AS  
SUM(  
    [Productora].[Nombre].Members,  
    [Measures].[Ingresos]  
)  
  
MEMBER [Measures].[Cuota de Mercado] AS  
([Measures].[Ingresos] / [Measures].[Ingresos Totales Industria]) *  
    100  
  
SELECT  
    {[Measures].[Cuota de Mercado]} ON COLUMNS,  
    NONEMPTY(  
        [Productora].[Nombre].[Nombre].Members *  
        [Tiempo].[Ano].[Ano].Members  
    ) ON ROWS  
FROM [Finanzas]
```

### 4. IDENTIFICAR LOS MESES EN LOS QUE LAS PRODUCTORAS TIENEN PICOS DE INGRESOS Y ANALIZAR PATRONES ESTACIONALES.

Esta consulta es útil para planificar lanzamientos futuros en los meses con mayor potencial de ingresos, optimizando así el rendimiento financiero.

```
SELECT  
    {[Measures].[Ingresos]} ON COLUMNS,  
    NONEMPTY(  
        [Productora].[Nombre].[Nombre].Members *  
        [Tiempo].[Mes].[Mes].Members  
    ) ON ROWS  
FROM [Finanzas]  
ORDER BY [Measures].[Ingresos] DESC
```

## 5. EVALUAR EL IMPACTO DE LOS VOTOS DE USUARIOS EN LOS INGRESOS, ANALIZANDO SI MAYORES VOTOS SE CORRELACIONAN CON MAYORES INGRESOS PARA CADA DIRECTOR.

Esto ayuda a entender la relación entre la participación de la audiencia y el desempeño financiero, lo que puede influir en estrategias de marketing y engagement.

```
SELECT
    {[Measures].[Ingresos], [Measures].[Votos]} ON COLUMNS,
    NONEMPTY(
        [Director].[Nombre].[Nombre].Members
    ) ON ROWS
FROM [Finanzas]
INNER JOIN [Satisfaccion Usuarios]
ON (
    [Finanzas].[Director].CurrentMember = [Satisfaccion Usuarios].[
        Director].CurrentMember
    )
```