

# 2<sup>DO</sup>. COLOQUIO DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y GESTIÓN PARA EL DESARROLLO.

**“GESTIÓN Y GOBERNANZA: ACTORES E INSTITUCIONES”**

**Estrategia para Dimensionar la Participación de  
Mercado de Nuevos Negocios  
(Codificación J.E.L.: M31, M13, M21)**

**Modalidad: Resultados preliminares de investigaciones en  
proceso**

***Divvio Gallegos Paniagua***

# Agenda

Problemática

Fundamentos

Objetivos

Metodología empleada

Resultados

Propuesta de procedimiento

Fuentes de información

Anexos

# Problemática

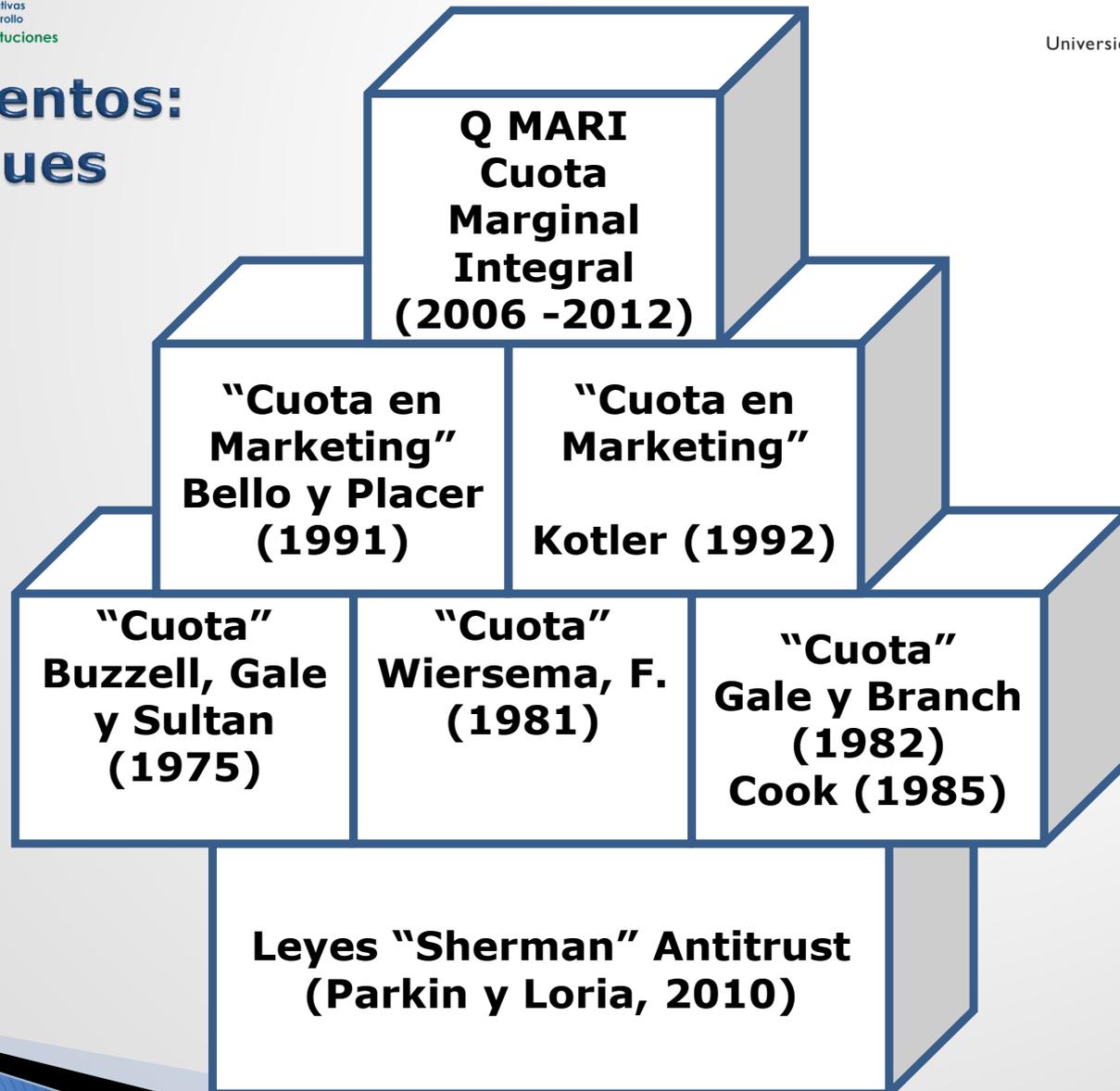
- ▶ Cuando un microempresario elabora el plan de negocios para su nueva empresa. se encuentra ante la necesidad de calcular las ventas que habrá de tener; para tal propósito hay varios procedimientos muchos de ellos complicados en su ejecución para un micro o pequeño empresario que no tiene formación académica o que si la posee es en áreas poco familiarizadas con la estadística

## Fundamentos: Complejidad

- ▶ Algunos de dichos procedimientos son: proyección, regresión, correlación, series de tiempo y suavización exponencial (Baca, 2013)

- ▶ “El cuarto método es el más empleado y se basa en el uso de datos de series temporales, que mediante análisis regresionales multivariantes busca definir la función de la demanda más adecuada al proyecto” (Sapag y Sapag, 2008: 75).

# Fundamentos: Enfoques



## Objetivo

- ▶ Elaborar un instrumento para **estimar** las **ventas** futuras de las **microempresas**, que sea **amable** en su construcción, sus usos y sus resultados, a partir del concepto **Cuota de Mercado** (Market Share)

# Metodología empleada

Prueba ensayo:

1. **Generación de la idea**
2. **Desarrollo de la idea**
3. **Aplicación piloto de la idea**
4. **Desarrollo del Procedimiento**
5. **Aplicación del Procedimiento**
6. **Evaluación del Procedimiento**
7. Complementación del Procedimiento
8. Diseño del Modelo

## Resultados

- ▶ De una muestra de 19 de 34 empresas y transcurridos tres años:
  - a) Ventas Reales/ Ventas Estimadas = **.9408**

Coeficientes Menores y mayores:  
**0.8168 a 1.0652**

- b) Ventas Reales 1er año/ Ventas Estimadas  
= **.8571**

Coeficientes Menores y Mayores:  
**0.6671 a 1.0453**

# Propuesta de Procedimiento



## **1. Información de Mercados:**

**1.1 Recabar información  
de: competidores,  
valores para el cliente  
por competidor, precios  
por competidor y  
segmentos atendidos  
por competidor**

**1.2 Recabar información  
de: preferencias de  
consumidores por  
competidor**

## **2. Determinación de: competidores a enfrentar:**

**2.1 Capacidad de  
la NE para crear  
Valores para el  
Cliente**

**2.2 Contrastación  
de NE con  
competidores**

**3. Cálculo de Cuota para la Nueva  
Empresa**

**4. Cálculo de nuevas Cuotas  
por Competidor**

# Fuentes de información

- Baca, G.(2013). *Evaluación de proyectos*.7ma. Edición.México:McGraw Hill.
- Bello, L. y Placer, J. (1991): "Cuotas de Mercado y Estrategia de Marketing. Medición del Impacto de Variables de Marketing", *Esic-Market*, 209-218.
- Buzzell, R., Gale, B. y Sultan, R. (1975): "Market Share-A Key to Profitability", *Harvard Business Review*, 53(1), 97-106.
- Buzzell, R. y Wiersema, F. (1981): "Modelling Changes in Market Share: A Cross-Sectional Analysis", *Strategic Management Journal*, Vol. 2, 27-42.
- Buzzell, R., Gale, B. y Sultan, R. (1975): "Market Share-A Key to Profitability", *Harvard Business Review*, 53(1), 97-106.
- Cook, V. (1985): "The Net Present Value of Market Share", *Journal of Marketing*, 49, 49-63.
- Gale, B. y Branch, B. (1982): "Concentration versus Market Share: What Determines Performance and Why Does It Matter?", *Antitrust Bulletin*, 27, 83-106.
- Kotler, P y Amstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Parkin, M. y Loria, E. Microeconomía. Versión para Latinoamérica. Novena edición. México: Pearson.

# 2<sup>ER</sup>. COLOQUIO DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y GESTIÓN PARA EL DESARROLLO.

**“GESTIÓN Y GOBERNANZA: ACTORES E INSTITUCIONES”**

## Gracias

# Anexo A/1

## Ejemplo

1. Información de cuotas de mercado actuales
  - ▶ Preferencias de clientes por competidor (%)
  - ▶ A: 24   B: 36   C: 5   D: 14   E: 12   F: 9
2. Evaluación Likert de oferta de valores para el cliente por competidor

| <b>Valores</b>          | <b>A</b>  | <b>B</b>  | <b>C</b> | <b>D</b>  | <b>E</b>  | <b>F</b>  | <b>Nueva Empresa (NE)</b> |
|-------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|---------------------------|
| <b><i>Ubicación</i></b> | 5         | 4         | 4        | 4         | 3         | 3         | ?                         |
| <b><i>Precio</i></b>    | 4         | 5         | 2        | 4         | 4         | 4         | ?                         |
| <b><i>Variedad</i></b>  | 4         | 3         | 2        | 2         | 3         | 5         | ?                         |
| <b><i>Total</i></b>     | <b>13</b> | <b>12</b> | <b>8</b> | <b>10</b> | <b>10</b> | <b>11</b> | <b>?</b>                  |

# Anexo A/2 Ejemplo

## 3. Determinación de competidores de la NE

3.1 Capacidad de crear valores de NE:      3.2 Valoración Likert de NE:

Muy buena **Ubicación**  
Muy buen **Precio**  
Excelente **Variedad**

Ubicación = 4  
Precio = 4  
Variedad = 5

| <b>3.3 Valores</b> | <b>A</b>  | <b>B</b>  | <b>C</b> | <b>D</b>  | <b>E</b>  | <b>F</b>  | <b>NE</b> |
|--------------------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Ubicación</b>   | 5         | 4         | 4        | 4         | 3         | 3         | 4         |
| <b>Precio</b>      | 4         | 5         | 2        | 4         | 3         | 4         | 4         |
| <b>Variedad</b>    | 4         | 3         | 2        | 2         | 5         | 4         | 5         |
| <b>Total</b>       | <b>13</b> | <b>12</b> | <b>8</b> | <b>10</b> | <b>11</b> | <b>11</b> | <b>13</b> |

**3.4 Competidores de NE:  
A y B**

## Anexo A/3 Ejemplo

4. Calcular cuota de Nueva Empresa (NE)

|          | <b>A</b> | <b>B</b> | <b>NE</b> |
|----------|----------|----------|-----------|
| <b>Q</b> | 24       | 36       | ?         |

**$Q_{NE} = Q_A + Q_B /$  Nueva cantidad de Competidores**

$$\text{Cuota NE} = (24 + 36) / 3 = 20$$

**Empresa A cede  $24 / 3 = 8$  unidades a NE**

**Empresa B cede  $36 / 3 = 12$  unidades a NE**

**5. Calcular nuevas cuotas**

| Empresas                          | A                      | B                       | NE        |
|-----------------------------------|------------------------|-------------------------|-----------|
| <b><i>Nueva participación</i></b> | $24 - 8 = \mathbf{16}$ | $36 - 12 = \mathbf{24}$ | <b>20</b> |

# Anexo B

## Comparativo de Ventas



| Empresa      | Vtas. Estimadas* | Vtas. Reales Promedio**           | Vtas. Primer año |
|--------------|------------------|-----------------------------------|------------------|
| 1            | 440,180          | 421,563                           | 362,712          |
| 2            | 560,200          | 467,712                           | 420,617          |
| 3            | 380,600          | 405,420                           | 274,414          |
| 4            | 621,340          | 618,412                           | 560,218          |
| 5            | 480,600          | 446,624                           | 415,619          |
| 6            | 470,120          | 410,376                           | 412,315          |
| 7            | 390,080          | 318,634                           | 260,216          |
| 8            | 480,700          | 442,785                           | 312,307          |
| 9            | 540,680          | 510,347                           | 418,611          |
| 10           | 420,000          | 388,463                           | 419,217          |
| 11           | 310,250          | 321,235                           | 423,200          |
| 12           | 490,340          | 438,562                           | 385,634          |
| 13           | 532,000          | 535,374                           | 489,617          |
| 14           | 540,100          | 562,340                           | 564,560          |
| 15           | 460,150          | 438,622                           | 410,864          |
| 16           | 630,200          | 658,482                           | 518,760          |
| 17           | 710,000          | 618,915                           | 600,018          |
| 18           | 652,000          | 560,346                           | 519,704          |
| 19           | 613,050          | 582,460                           | 564,220          |
| <b>Total</b> | <b>9,722,590</b> | <b>9,146,672</b>                  | <b>8,332,823</b> |
|              | <b>* Anuales</b> | <b>**Promedio anual tres años</b> |                  |

# Anexo C

## Coeficientes: Ventas Reales/ Ventas Estimadas

| Empresa      | Vtas.Reales/Vtas.Estimadas | Vtas.1er.Año/Vtas.Reales |
|--------------|----------------------------|--------------------------|
| 1            | 0.957705938                | 0.824008360              |
| 2            | 0.834901821                | 0.750833631              |
| 3            | <b>1.065212822</b>         | 0.721003678              |
| 4            | 0.995287604                | 0.901628738              |
| 5            | 0.929305035                | 0.864791927              |
| 6            | 0.872917553                | 0.877042032              |
| 7            | <b>0.816842699</b>         | <b>0.667083675</b>       |
| 8            | 0.921125442                | * 0.649692116            |
| 9            | 0.943898424                | 0.774230599              |
| 10           | 0.924911905                | 0.998135714              |
| 11           | 1.035406930                | ** 1.364061241           |
| 12           | 0.894403883                | 0.786462455              |
| 13           | 1.006342105                | 0.920332707              |
| 14           | 1.041177560                | <b>1.045287910</b>       |
| 15           | 0.953215256                | 0.892891448              |
| 16           | 1.044877817                | 0.823167248              |
| 17           | 0.871711268                | 0.845095775              |
| 18           | 0.859426380                | 0.797092025              |
| 19           | 0.950101949                | 0.920349074              |
| <b>Total</b> | <b>0.940764961</b>         | <b>0.857057944</b>       |