

# Canibalización de Ventas

BEN AND FRANK 2019

# Índice

Estatus inicial  
Mercado compartido  
Evolución del mercado compartido  
Conclusiones  
Recomendaciones  
Bibliografía

# Introducción

Se realiza una comparación entre dos tiendas A/ B . Se pretende determinar la interacción en mercado compartido entre ellas. Como ideal que sean mutuamente excluyentes.

<b>Totales</b>	STORE A	STORE B
Productos	12,170	1,993
Total \$	\$23,576,150	\$3,853,450
Neto \$	\$22,656,800	\$3,703,150
Descuento \$	\$919,350	\$150,300

# Evolución del mercado compartido

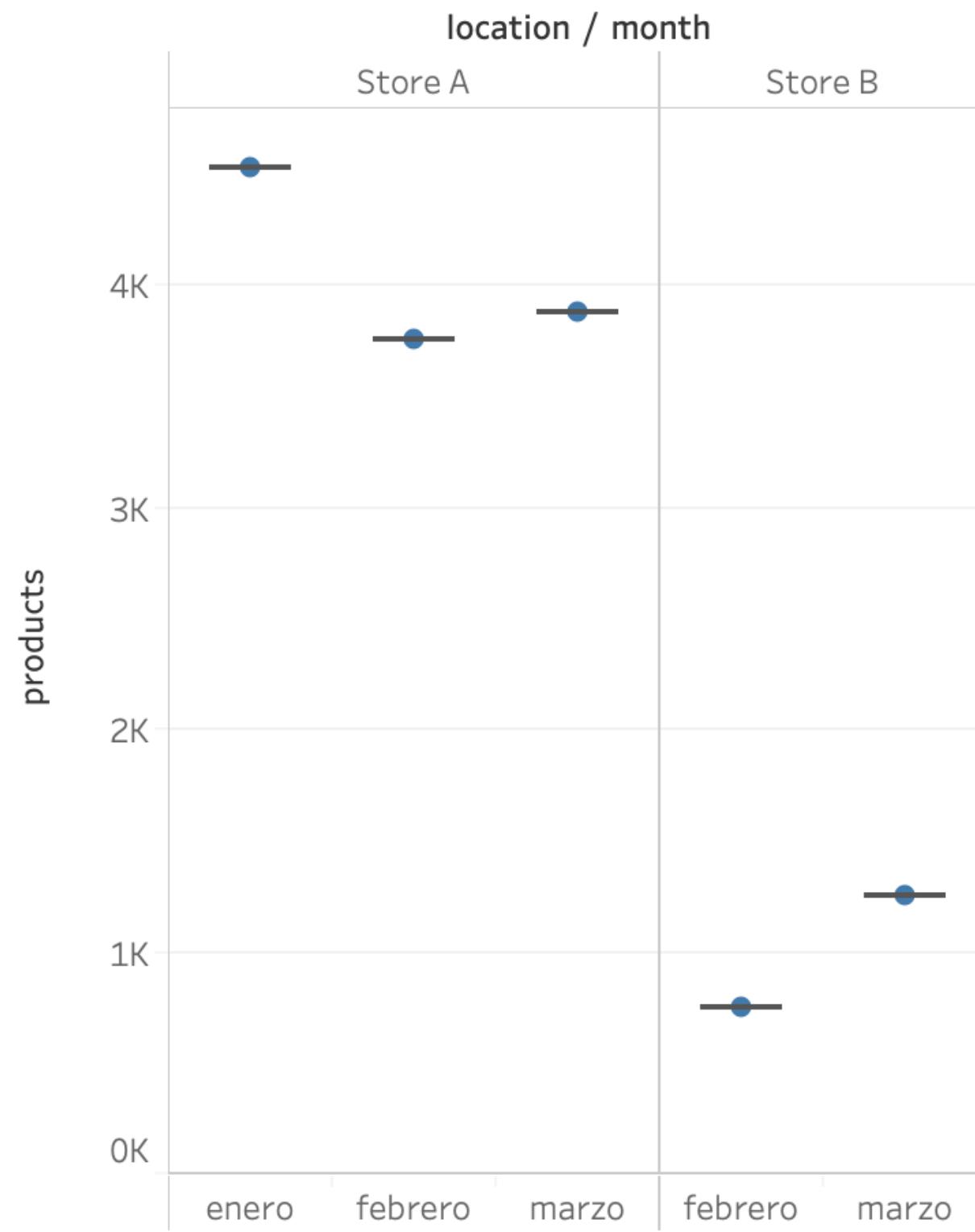
La venta de la tienda A tiende a la baja en los meses de Febrero y Marzo.

La suma conjunta de las ventas en el primer mes de funcionamiento de la tienda B son similares en los meses de Enero y Febrero.

Venta por mes

location	month			Total ge..
	enero	febrero	marzo	
Store A	4,530	3,757	3,883	12,170
Store B		745	1,248	1,993
Total gener..	4,530	4,502	5,131	14,163

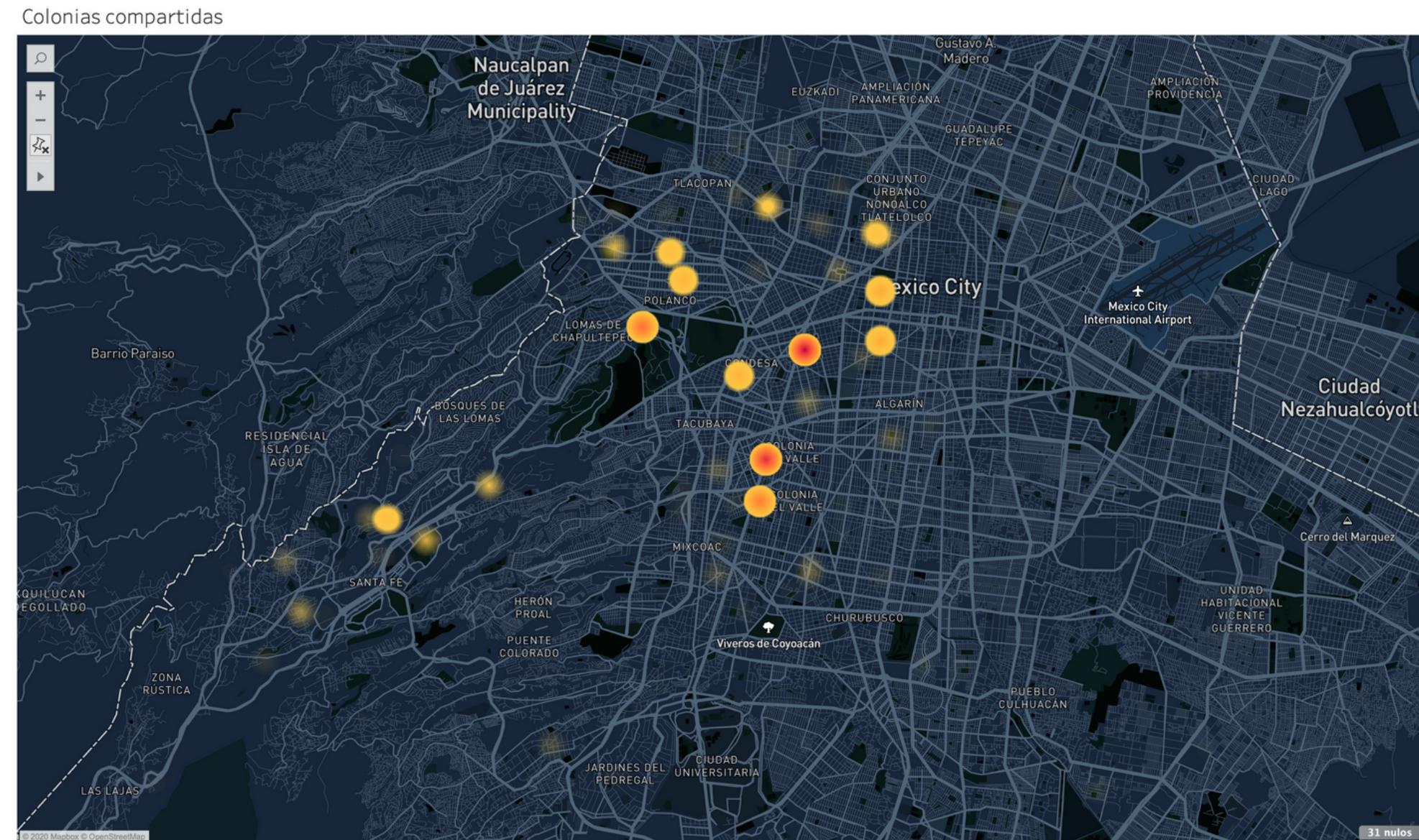
## Tendencia de venta de productos



Las ventas de la tienda B aumentan un +1.66% de Febrero a Marzo  
Las ventas de la tienda A aumentan un +29.43% de Febrero a Marzo

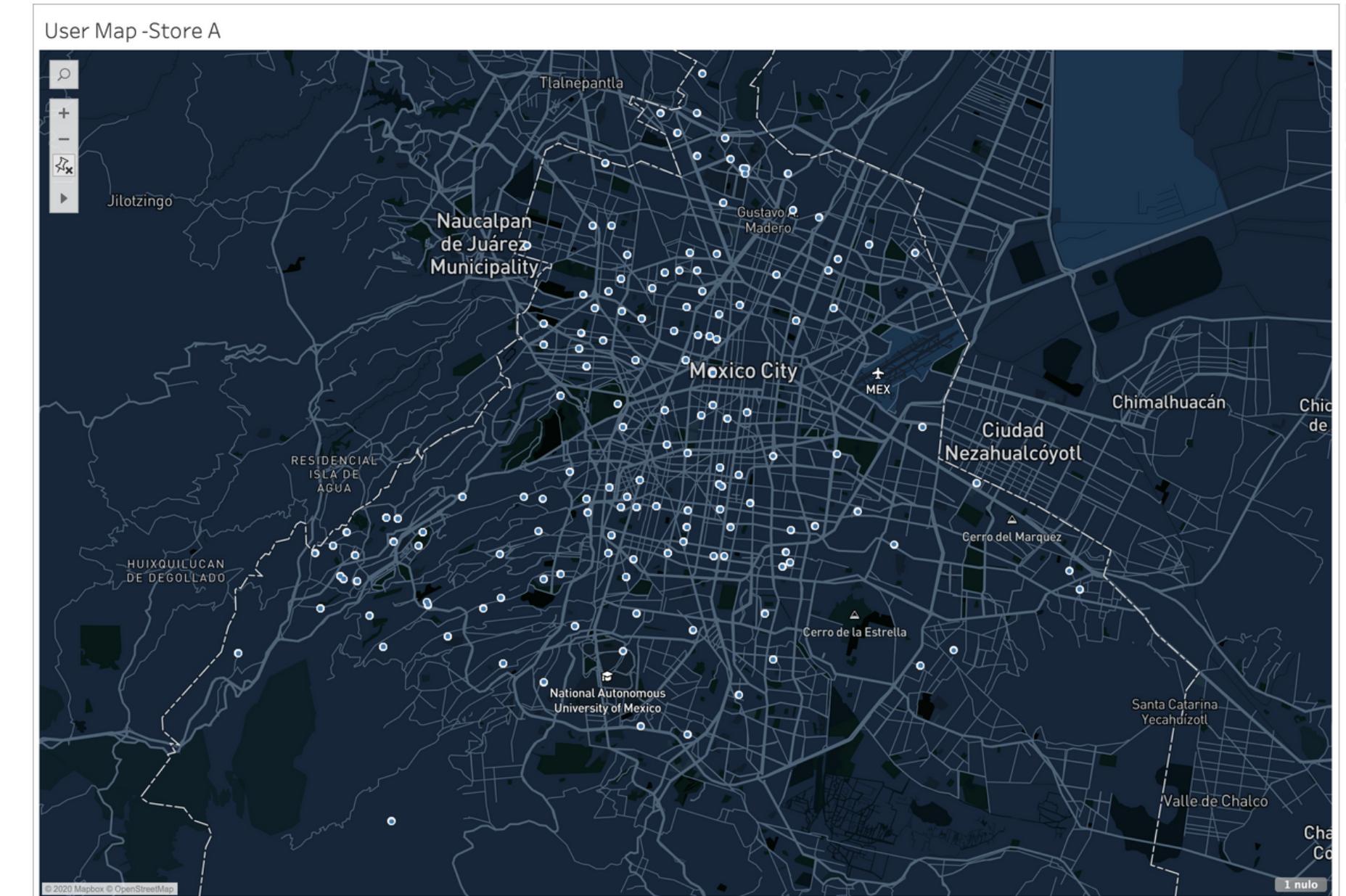
# Zonas compartidas

En los meses de Febrero y Marzo las tiendas  
comparten algunos puntos en la Ciudad.  
Destacando las colonias ROMA NORTE y DEL  
VALLE



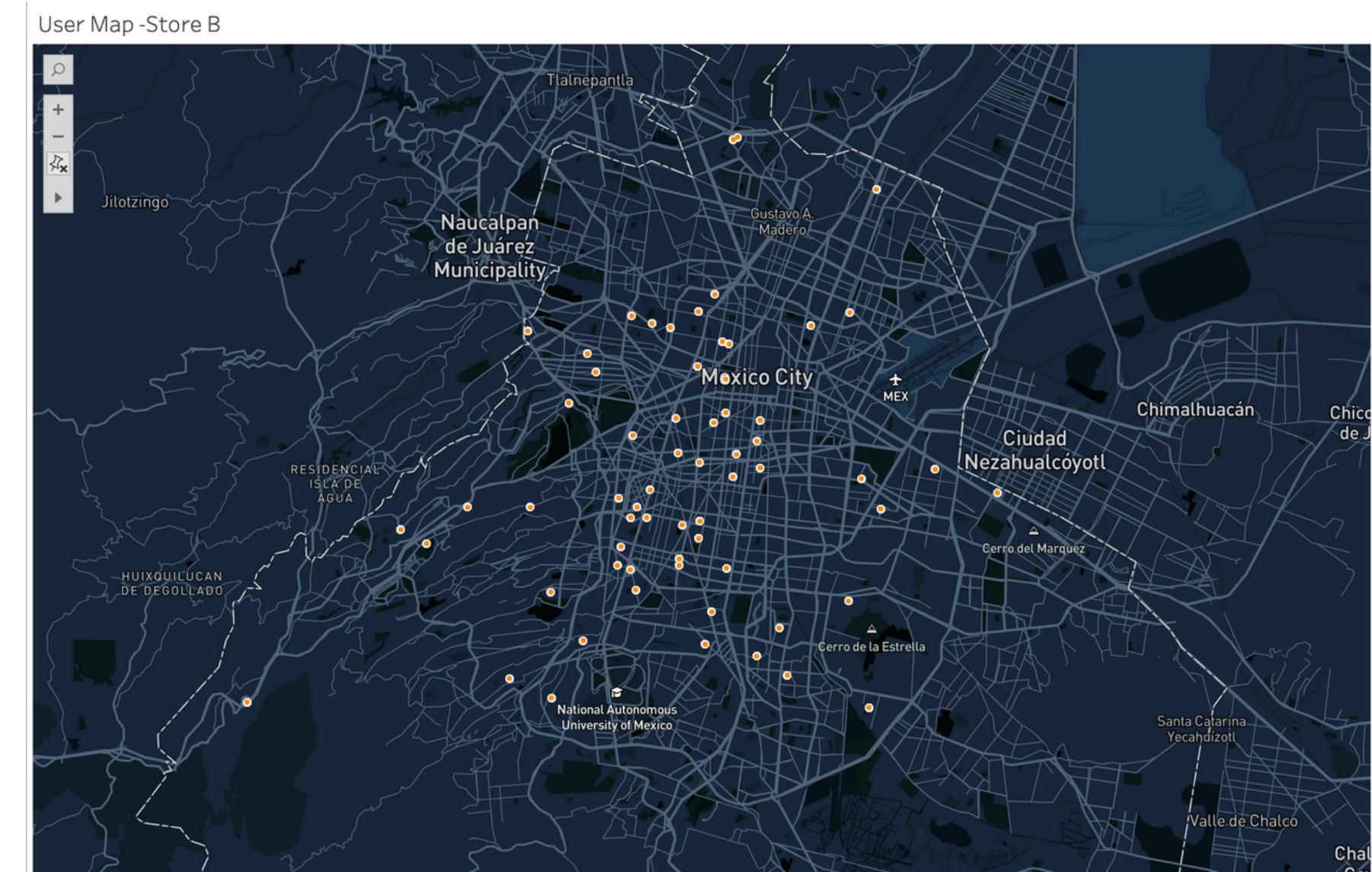
# Evolución de las zonas compartidas- Store A

La tienda A cuenta con 945 zip codes diferentes en los 3 meses analizados.



# Evolución de las zonas compartidas- Store B

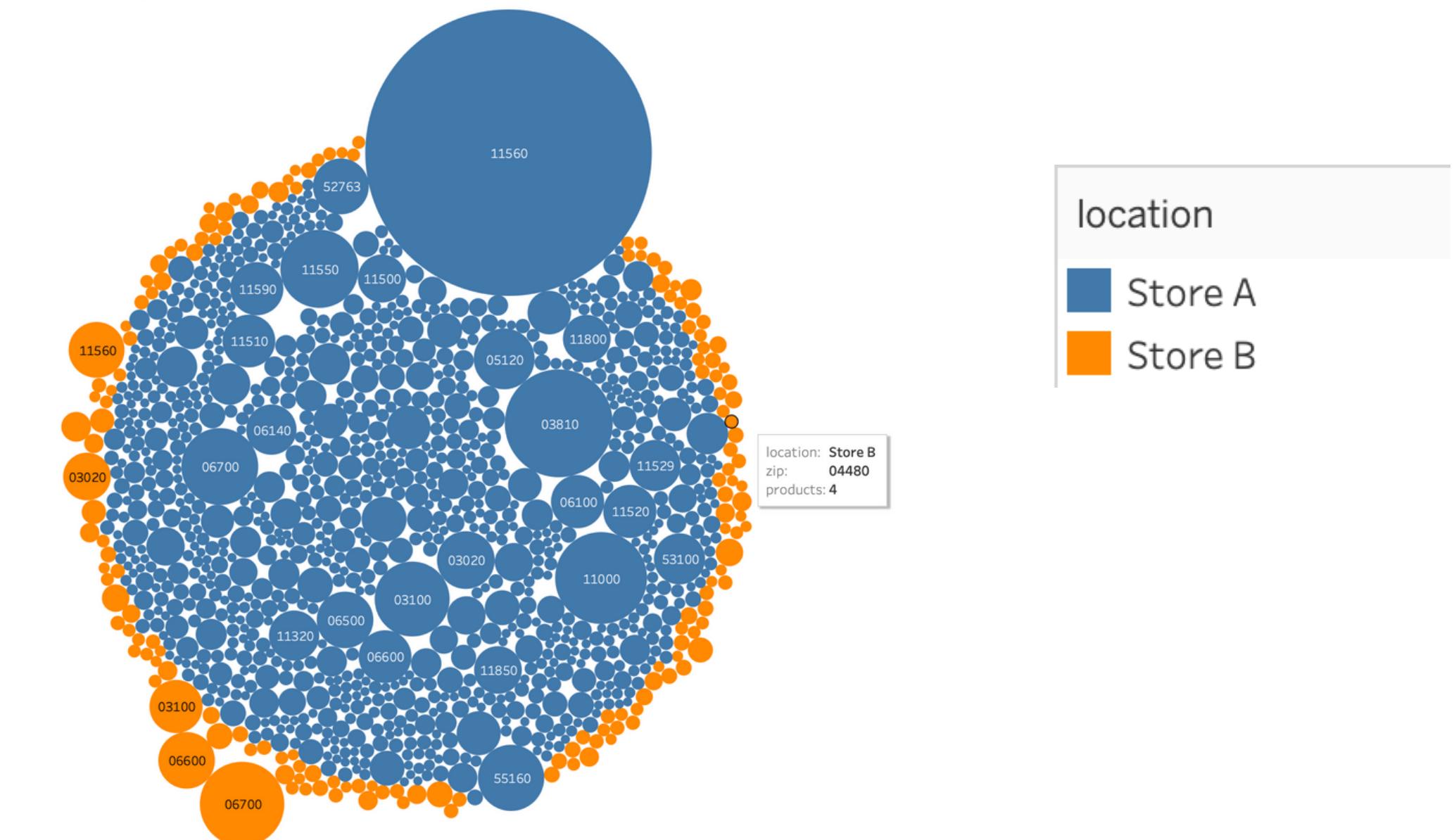
La tienda B cuenta con 162 códigos postales diferentes en los 2 meses analizados.



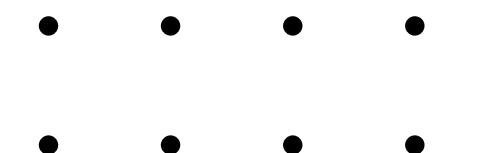
Se cuenta con una variación de 1,009 códigos postales de los cuales 1,002 son únicos. Lo que implica que 7 de ellos son compartidos .

## Zip Compartidos

zip	location / month	
	Store A	Store B
03020	74	44
03100	120	58
03810	242	16
06600	56	63
06700	127	156
11000	189	4
11560	1,752	69



# Conclusiones



1

- Se comparten 7 códigos postales de los cuales el 06770 el efecto de canibalización esta más presente

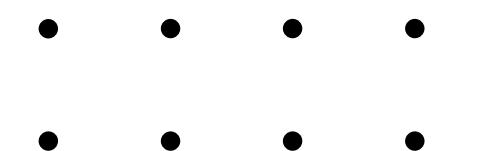
2

- Para entender que ese efecto se presentó se recomienda la adquisición de más datos.
- Así como la implementación de indices de canibalización como en [1]

$$\text{Cannibalization Rate (\%)} = \frac{\text{Sales Lost from Existing Products (\$,\$)}}{\text{Sales of New Product (\$,\$)}}$$

3

- El volumen del mercado y la penetración del mismo ayudarían a una comprensión del fenómeno.
- El horario de ventas en las tiendas puede ayudar a la compresión de la dinámica .
- El solicitar el Zip code de trabajo de la persona, ayuda ría a entender la dinámica de ventas y expansión del mercado.



# Bibliografía

- [1] Farris, P., Bendle, N., Pfeifer, P., & Reibstein, D. (2015). Marketing metrics: The manager's guide to measuring marketing performance. FT Press.
- [2] Singh, S., Darwish, T. K., & Potočnik, K. (2016). Measuring organizational performance: A case for subjective measures. *British Journal of Management*, 27(1), 214-224.
- [3] Frösén, J., Luoma, J., Jaakkola, M., Tikkanen, H., & Aspara, J. (2016). What counts versus what can be counted: The complex interplay of market orientation and marketing performance measurement. *Journal of Marketing*, 80(3), 60-78



# Thank you!

LET US KNOW IF YOU HAVE  
QUESTIONS OR CLARIFICATIONS.