



Mercadotecnia Estratégica

Cuota de Mercado: Caso Token



www.christiancruzcastro.com

Facebook: @christian.investigador

christiancruz3@yahoo.com

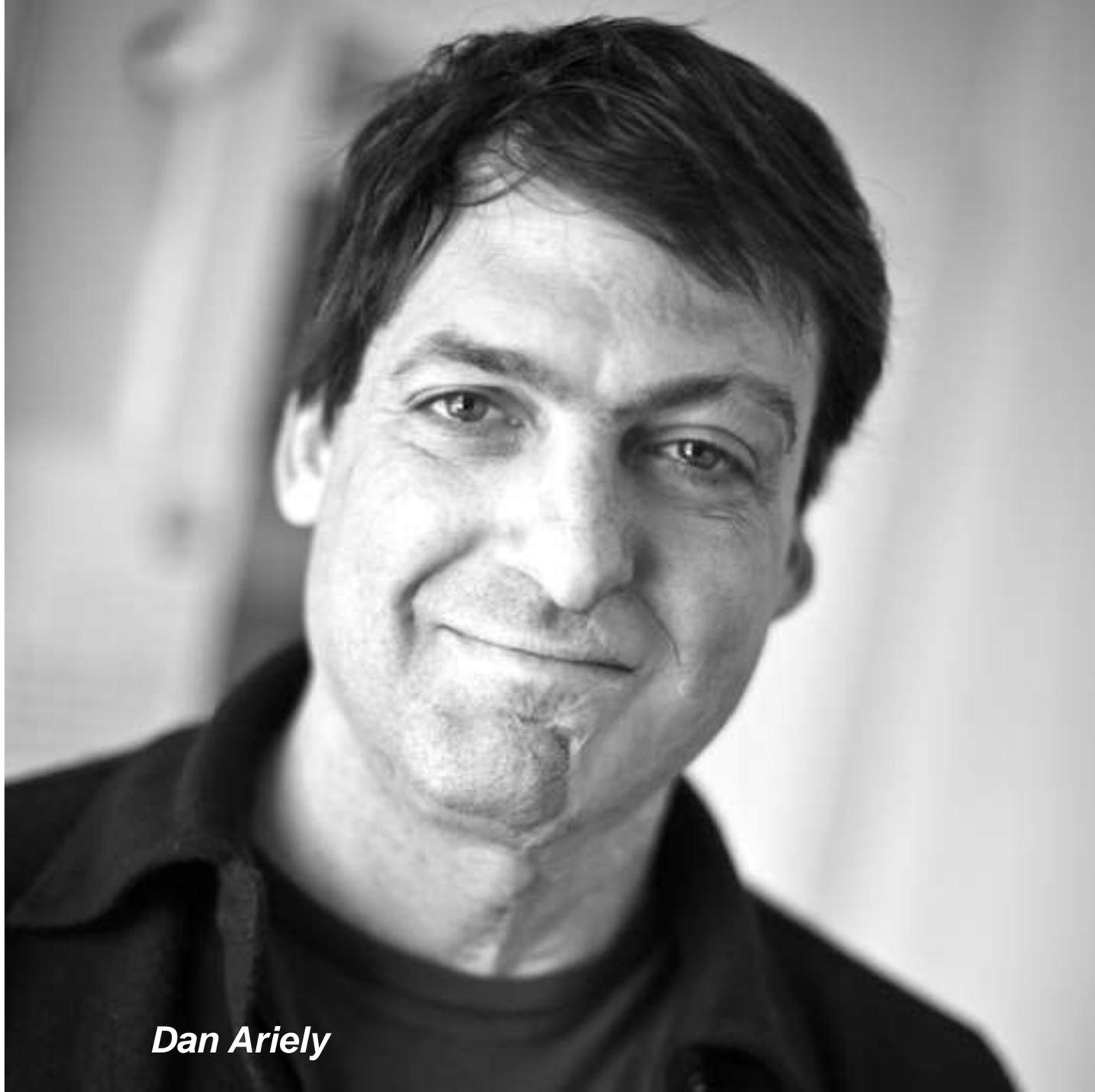
1. Presentación de la empresa: **Token**

One ring to access everything.

 WATCH VIDEO

SIGN UP FOR UPDATES





Dan Ariely

Postura crítica desde la **economía conductual**



Winning the Battle but Losing
the War / PAPER DOWNLOAD



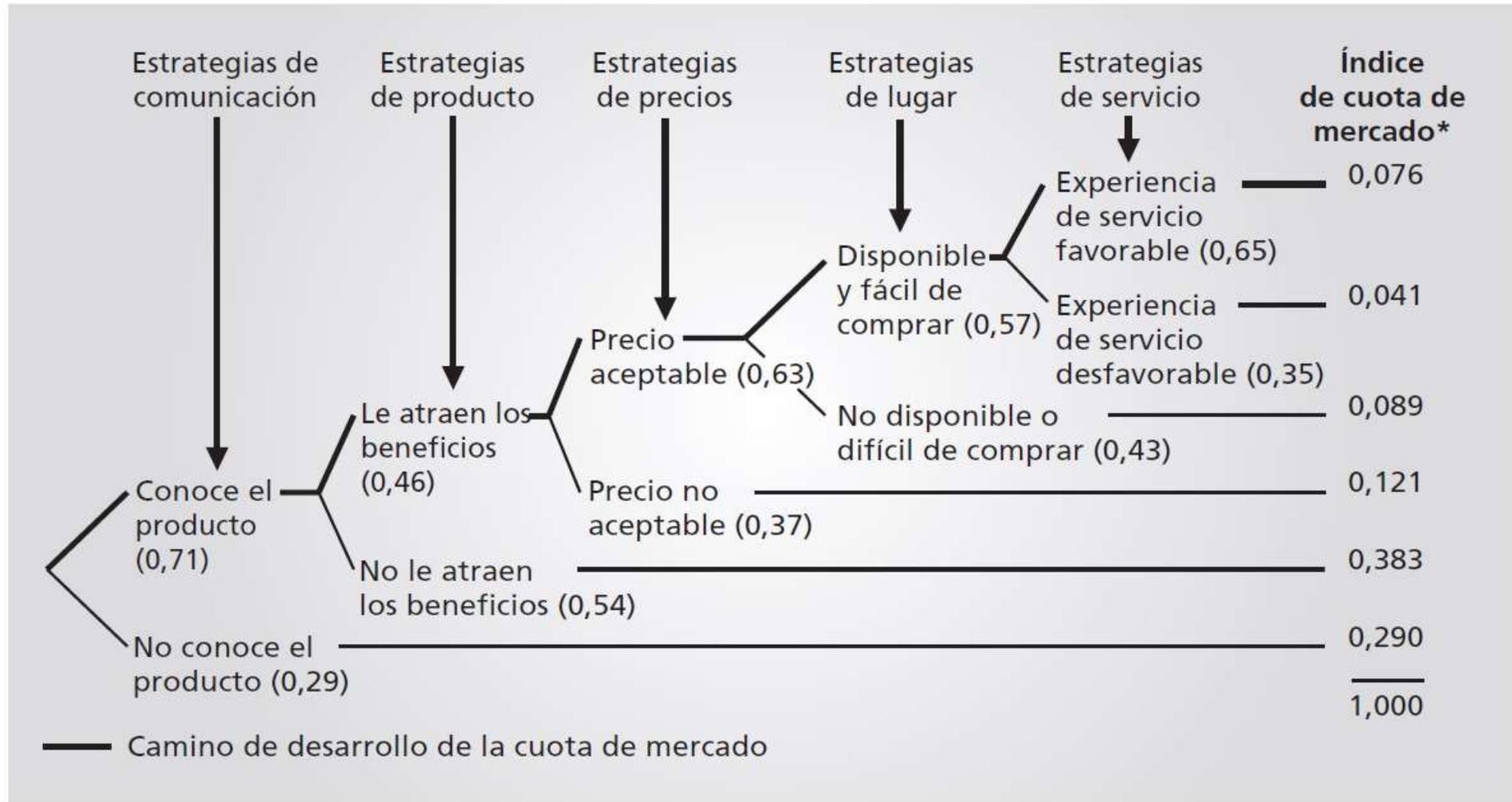
2. Teoría: Cuota de Mercado y Potencial de Cuota de Participación

Estimación de las ventas de una empresa

$$\text{Volumen} = \text{Demanda del mercado (unidades)} \times \text{Cuota de participación}$$

$$\text{Cuota de participación (Cuota de mercado)} = \text{Comunicación} \times \text{Posicionamiento de producto} \times \text{Precio} \times \text{Disponibilidad} \times \text{Servicio}$$

FIGURA 3-16 ÁRBOL DE DESARROLLO DE LA CUOTA DE MERCADO



* El índice de desarrollo de la cuota de mercado se obtiene multiplicando los distintos conceptos que aparecen en el camino.

Cuota de participación
(*Cuota de mercado*)

=

Comunicación

X

Posicionamiento de producto

X

Precio

X

Disponibilidad

X

Servicio



Visión de marketing

Índice de cuota de mercado

=

Notoriedad del producto

X

Preferencia del producto

X

Intención de compra

X

Disponibilidad del producto

X

Servicio del producto

Índice de cuota de mercado

Si seguimos el árbol de desarrollo de la cuota de mercado (notoriedad, preferencia, intención de compra, disponibilidad y servicio), podemos calcular un *índice de cuota de mercado*. Este índice es el resultado de multiplicar los valores de los cinco componentes antes citados. En el caso de la figura 3-16 se llega a un índice de 0,076 (7,6% de cuota de mercado), como resultado de las siguientes operaciones:

$$\begin{aligned}\text{Índice de cuota de mercado} &= \text{Notoriedad del producto} \times \text{Preferencia del producto} \times \text{Intención de compra} \times \text{Disponibilidad del producto} \times \text{Servicio del producto} \\ &= 0,71 \times 0,46 \times 0,63 \times 0,57 \times 0,65 \\ &= 0,076 (7,6\%) \end{aligned}$$

Si bien la cuota de mercado real de la empresa puede ser ligeramente inferior o superior al valor calculado, éste índice de cuota de participación constituye una aproximación razonable. Este índice nos proporciona tres importantes beneficios:

1. Ayuda a identificar fuentes de oportunidades de mejora de la cuota de mercado.
2. Proporciona un mecanismo para poder estimar el cambio en la cuota de mercado, como consecuencia de la aplicación de unas acciones determinadas.
3. Permite estimar el potencial razonable de cuota de mercado para la empresa, para unos niveles razonables de resultados en cada uno de los elementos del proceso de decisión de compra.

3. Planteamiento de objetivos

a

Asignatura

Análisis de las acciones de marketing y estimación del índice de desarrollo de la cuota de mercado.

Conceptos de estudio:

Árbol de desarrollo de la cuota de mercado, Cuota de mercado, Notoriedad del producto, Atractivo del producto (preferencia), Precio aceptable (intención de compra), Disponibilidad del producto, Experiencia del servicio, Índice de cuota de mercado

Método de investigación:

Cualitativa,
Prueba de producto,
entrevista



WORD
por equipos

4ª edición

Marketing estratégico

Roger J. Best

PEARSON
Prentice
Hall

www.FreeLibros.net

b

Contenidos

- 1) En este inciso se describirán cuáles son las actividades a realizar
- 2) Para realizar tales actividades será necesario consultar el libro de **Marketing estratégico**, Capítulo 3
- 3) Da click en el ícono de la mano para descargar

b1

Análisis de las acciones de marketing

a) Analiza las decisiones de marketing que la empresa fabricante del Token está utilizando para desarrollar su cuota de mercado:

a1) Las 5 decisiones por analizar son:

- > *Estrategia de comunicación, notoriedad del producto*
- > *Atractivo del producto, preferencia*
- > *Precio aceptable, intención de compra*
- > *Disponibilidad del producto*
- > *Experiencia de servicio*

a2) Para cada una de las 5 decisiones indica:

- > *Qué actividades específicas ha llevado a cabo la empresa (agrega las fuentes de información que consultes)*
- > *Tu análisis sobre las decisiones (¿son acertadas? ¿la empresa debe mantener esa línea? ¿tienes sugerencias para el futuro?)*

Pág. 85-88

We're motivated by a shared belief that usability shouldn't suffer for the sake of security.

b2

Estimación del índice de desarrollo de la cuota de mercado



- a) Estima el **índice de desarrollo de la cuota de mercado** de Token
- a1) Entrevista a mínimo 5 personas
- > *Fase 1: Exposición (máximo 6 minutos)*
Prepara una exposición breve (puedes usar imágenes, videos, etc.) para presentar las estrategias de producto, precios, lugares y servicios de Token a los entrevistados (Nota: se parte del hecho de que el entrevistado no conoce el producto)
 - > *Fase 2: Construcción del árbol de desarrollo de la cuota de mercado (máximo 3 minutos)*
Aplica las cuatro preguntas del árbol, Ej: ¿Te atraen los beneficios del producto? (Nota: No se aplicará la pregunta sobre conocimiento del producto)
- a2) Construye los índices de cada variable (estrategia o decisión)
- > Ej: Si a la pregunta: ¿Te atraen los beneficios del producto? 4 entrevistados dijeron que sí y el resto que no, los índices serían: “Le atraen los beneficios ($4/6=0.66$)” y “No le atraen los beneficios ($2/6=0.33$)”
- a3) Estima el índice de cuota de mercado
- > *Multiplica los 4 índices calculados en el inciso a2)*
- a4) Analiza el valor obtenido del índice de cuota de mercado
- > ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del producto?
 - > ¿Qué es lo que la empresa debe corregir para impulsar el desarrollo de su cuota de mercado?

Pág. 86

Pág. 88

a. Anexo 1: Entrega

a

Nombre del archivo

(Actividad #) _ (Apellido Paterno,
Inicial del Nombre del Representante
de equipo) _ (Materia)

Ejemplo:

Actividad3_CruzC_Practicum1

b

Portada

- a) Enviar la actividad en Word o PDF
- b) La portada debe incluir:
 - b1) Nombre de todos los integrantes del equipo
 - b2) Número de actividad y nombre de la materia

c

Referencias

- a) Se sugiere incluir referencias de libros, revistas, páginas web, etc., para darle mayor peso al trabajo
- b) Incluir las referencias en formato APA

d

Ortografía

- a) Se descontará un punto si existen 3 errores ortográficos
- b) No se tomará en cuenta la actividad si existen 5 errores ortográficos

paréntesis



ÅK MED

Mobina KLÖVERN ERICSSON
Urban ICT Arena

YKT 720

