

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTECEDENTES GENERALES	1
1.1 Ventas y participación de mercado	1
1.2 Canasta de consumo y Mercado NABs.....	1
1.3 Canales de venta	3
1.4 Categorías de productos	4
1.5 Principales competidores de la industria	6
1.6 Funcionamiento de la empresa	7
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN	9
2.1 Oportunidad de la empresa	9
2.2 Hipótesis del proyecto y alternativas de solución	10
3. OBJETIVOS.....	11
3.1 Objetivo general.....	11
3.2 Objetivos específicos.....	11
4. ALCANCES.....	12
5. RESULTADOS ESPERADOS	13
6. MARCO TEÓRICO	14
6.1 Participación de mercado	14
6.2 Descripción de variables.....	14
6.2.1 Variables Tácticas de gestión de categorías.....	14
6.2.2 Variables externas.....	16
6.2.3 Variables transaccionales	17
6.3 Regresión lineal	18
6.3.1 VIF.....	18
6.4 Modelos de participación de mercado	18
6.4.1 Modelo de Interacción Competitiva Multiplicativa (MCI).....	19
6.4.2 Modelo Logit Multinomial (MNL).....	20
6.4.3 Modelo MCI Generalizado	21
6.5 Métricas de ajuste y medidas de error	21
6.5.1 Coeficiente de Determinación (R^2).....	22
6.5.2 Coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustado).....	22
6.5.3 Mean Absolute Error (MAE)	22
6.5.4 Mean Absolute Percentage Error (MAPE)	23
6.5.5 Weighted Absolute Percent Error (WAPE)	23

6.5.6	Weighted Mean Absolute Percent Error (WMAPE).....	23
6.5.7	Root Mean Squared Error (RMSE)	24
7.	METODOLOGÍA.....	25
7.1	Definición del caso.....	25
7.1.1	Estudio de situación actual en la empresa	25
7.1.2	Elección de categorías.....	26
7.2	Selección de datos.....	26
7.3	Preprocesamiento	26
7.4	Transformación de datos	26
7.5	Desarrollo de modelos	27
7.5.1	Selección de variables	27
7.5.2	Modelos de regresión lineal.....	28
7.5.3	Modelos de Atracción	28
7.5.4	Estimación de participación de mercado en base a modelos de estimación de demanda.....	29
7.6	Evaluación de modelos	29
7.7	Desarrollo de recomendaciones tácticas	29
8.	DESARROLLO METODOLÓGICO Y RESULTADOS OBTENIDOS	31
8.1	Elección de categorías principales	31
8.2	Selección de datos.....	32
8.2.1	Recolección de datos.....	32
8.2.2	Descripción de datos.....	34
8.3	Identificación de variables relevantes	41
8.3.1	Reducción de variables	41
8.3.2	Detección de variables relevantes.....	44
8.3.2.1	Regresión lineal tipo 1.....	45
8.3.2.2	Regresión lineal tipo 2	46
8.3.2.3	Regresión lineal tipo 3	49
8.3.2.4	Modelo de atracción MCI	50
8.3.2.5	Modelo de atracción MCI Generalizado	51
8.3.2.6	Elección de mejor modelo explicativo	54
8.4	Segmentación de categoría Gaseosas	57
8.5	Desarrollo de modelos basados en estimación de demandas.....	59
8.6	Evaluación de capacidad predictiva de modelos.....	61
8.7	Análisis de planes de acción	65
8.7.1	Análisis por categoría.....	66

8.7.1.1 Gaseosas Regulares.....	66
8.7.1.2 Gaseosas Light	74
8.7.1.3 Aguas Plain.....	75
8.7.2 Recomendaciones generales.....	76
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
10. TRABAJOS FUTUROS	80
11. GLOSARIO	81
12. BIBLIOGRAFÍA.....	83
ANEXOS	84
Anexos 1: Evolución de Share por categoría	84
Anexos 2: Organigrama Business Intelligence	87
Anexos 3: Estadísticos descriptivos	88
Anexos 4: Análisis VIF por categoría, canal y embotellador	92
Anexos 4.1: Análisis VIF Canal Tradicional	92
Anexos 4.2: Análisis VIF Canal Moderno.....	95
Anexos 4.3: Análisis VIF Canal Moderno 2014.....	99
Anexos 5: Detección de variables relevantes	102
Anexos 5.1: Regresión lineal tipo 1	102
Anexos 5.2: Regresión lineal tipo 2	103
Anexos 5.3: Regresión lineal tipo 3	103
Anexos 5.4: Modelo de atracción MCI	103
Anexos 5.5: Modelo de atracción MCI Generalizado	104
Anexos 5.6: Ajustes de modelos de participación de mercado	104
Anexos 6: Segmentación de categorías	105
Anexos 7: Modelos de estimación de demandas.....	105
Anexos 7.1: Regresión lineal tipo 1	105
Anexos 7.2: Regresión lineal tipo 2	107
Anexos 7.3: Regresión lineal tipo 3	110
Anexos 7.4: Ajustes de modelos de ventas de la compañía y la industria	112
Anexos 8: Predicción de participación de mercado	112
Anexos 8.1: Mean Absolute Error (MAE).....	112
Anexos 8.2: Mean Absolute Percentage Error (MAPE)	113
Anexos 8.3: Weighted Absolute Percent Error (WAPE)	113
Anexos 8.4: Weighted Mean Absolute Percent Error (WMAPE)	114
Anexos 8.5: Root Mean Squared Error (RMSE)	114
Anexos 7.6: Predicciones regresión lineal tipo 1	115

Anexos 9: Análisis de planes de acción	117
Anexos 9.1: Análisis de elasticidades.....	117
Anexos 9.2: Proyecciones 12 meses	120