

RELACIÓN ENTRE FASES DE LA LUNA Y LAS VENTAS



Dr. CÉSAR AUGUSTO ATOCHE PACHERRES¹

Profesor Principal Universidad Nacional de Piura-Perú (UNP)

Facultad de Ciencias Administrativas

www.cesar-augusto-atoche.com

Cada vez más son las personas que tienen negocios de diversos tamaños, que comentan haberse percatado que en determinadas fases de la luna las ventas de sus productos varían bastante bien sea aumentando o disminuyendo. Ante ello, nos corresponde preguntarnos ¿Existe relación entre las fases de la luna y las ventas de las empresas de la ciudad de Piura?

En tal virtud, nos propusimos realizar una investigación entre los meses de febrero y julio del año 2014. Dicha investigación constituye la búsqueda de una relación entre las fases de la luna y las ventas de las empresas de la ciudad de Piura, con el afán de verificar o descartar uno de los mitos que sobre la luna existen. Incluso, se ha podido recoger el sentir de algunos empresarios que creen en dicho mito (principalmente PYME's que llegan a establecer ofertas especiales en luna llena bajo el argumento que los clientes realizan compras en mayor cantidad, y que están interesados en los hallazgos o resultados que proyecte nuestro trabajo de investigación.

La metodología (procedimiento o métodos) utilizada fue: (a) investigación descriptiva, por cuanto se busca especificar las propiedades importantes de personas y grupos analizados, (b) diseño transversal, por cuanto se obtienen datos en un mismo momento, (c) la descripción es comparativa, a fin de establecer similitudes o diferencias entre lo estudiado.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes: (a) la luna nueva es la fase de la luna que mayor presencia tiene en los volúmenes de ventas de S/. 5,000 principalmente, (b) los meses de mayores ventas son: marzo, abril, mayo, junio y julio, que representan cinco de doce (41.67%) en el nivel de S/, 5,000 y muy poco en los niveles superiores de ventas, (c) los mayores volúmenes de ventas de las empresas de la ciudad de Piura corresponden a la fase de la luna nueva, mientras que las menores ventas corresponden a la fase de la luna llena.

Para determinar la existencia o no de alguna relación se utilizaron dos indicadores de correlación, tanto Pearson como Spearman's y en ambos casos se aprecia la inexistencia de relación estadística significativa; con lo cual es inexistente la relación entre las fases de la luna y las ventas de las empresas de la ciudad de Piura y adicionalmente es procedente la declaratoria de rechazar la

¹ El autor del artículo es Licenciado en Administración de Empresas por UDEP, Magíster en Administración con mención en negocios internacionales por Universidad del Pacífico, Doctor en Ciencias Administrativas con mención en dirección de empresas por UNP.

hipótesis de investigación ; por lo que queda todavía como un mito que las fases de la luna influyen en las ventas de las empresas.

Es pertinente señalar que se tomó como referencia una investigación de mercado realizada por Lizbeth Salgado, Lic. Comercio Exterior 2001 (UABCS), en virtud de Doctorado en Investigación y Técnicas de Mercado realizada en marzo del año 2009 (Universidad de Barcelona), en su calidad de Directora LSB Investigación de mercados. Los resultados de su investigación son: ¿Influyen las fases lunares en la venta? (a) Cuando estudiaba en la Facultad de Económicas de la Universidad de Barcelona, una catedrática nos explicó que los hallazgos de un estudio demostraban que la luna nueva ejercía un efecto favorable sobre las ventas. (b) Me ha parecido interesante retomarlo y ampliarlo en este artículo. Desde tiempos remotos se comenta y se ha llegado a decir que las fases lunares afectan o influyen en el comportamiento de todo ser viviente, muchos creen en ello y otros simplemente no. (c) Está comprobado científicamente que tanto la luna como el sol ejercen una gran influencia gravitacional sobre la Tierra, lo cual refleja los flujos y reflujos y las oscilaciones de la parte sólida de la corteza terrestre. (d) Para algunos especialistas, la luna no sólo moviliza periódicamente las aguas y tierras de nuestro planeta, sino también los sentimientos, ideas y acciones de sus habitantes. (e) Según otros, la única influencia de la luna sobre la humanidad es cultural, al dar origen a infinidad de leyendas, mitos y obras de ciencia ficción e inspirar rituales religiosos y poemas románticos. Pero, ¿ejercen las fases lunares algún efecto comprobado sobre la conducta y la vida de los seres humanos? (f) Para esto, revisé un estudio que demuestra la relación entre estas fases y el comportamiento de los mercados, realiza los cálculos para el índice Ibx 35, el más popular de la bolsa española, desde principios de 1991 hasta finales de 2007. (g) Los resultados son que en luna llena sólo ha subido un 21%, mientras que en cuarto menguante lo ha hecho un 28%, en cuarto creciente casi un 74% y, en luna nueva un 106%. Es decir, la probabilidad de que la bolsa suba en luna nueva es cinco veces mayor de que lo haga en luna llena. ¿Sorprendente, verdad? (h) Para no quedarme solo con estos datos, decidí (como es mi especialidad) hacer mi propia investigación. Utilicé datos de un restaurante, con bastante escepticismo. Tomé las ventas del 2008 y saqué la correlación con las fases lunares. Los resultados fueron que no existe una correlación significativa, es decir las ventas varían pero no con las fases lunares al igual que varios de los estudios científicos elaborados por Kelly en 1996.

Entonces, tal parece las fases lunares no están muy relacionadas con las ventas de las empresas. En todo caso nuestros hallazgos sirven como referencia para posteriores trabajos de investigación.

