

IN627

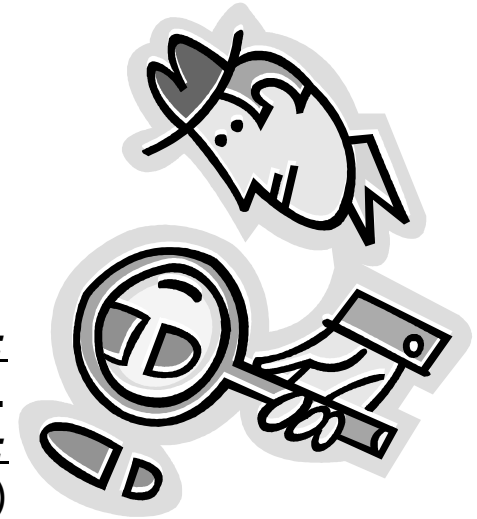
Investigación de Mercados

Auxiliar N°7

□ Percepciones y Posicionamiento

Auxiliar:
□ Mauricio Ramírez F.

Auxiliares:
□ Gonzalo León (grupos 1 a 4)
□ Martín Fuentes (grupos 5 a 8)



Lunes 09 de Mayo de 2005

Agenda

1. Percepciones y Posicionamiento
2. Caso Análisis de Factores
3. Aplicación (SPSS)

1. Percepciones y Posicionamiento

- ❑ Métodos para análisis de posicionamiento:
 - De descomposición:
 - ❑ **Escalamiento multidimensional (MDS)**
 - De composición:
 - ❑ **Análisis de Factores (factor analysis)**
 - ❑ Análisis discriminante
- ❑ **Análisis de posicionamiento** es un input, para el diseño de beneficios ofrecidos por la marca/pdcto, y las campañas comunicacionales y promocionales.
- ❑ Para asegurar que se **perciba** a la marca/pdcto como se ideó inicialmente

2. Caso

- ▣ La empresa XX tiene presupuestado invertir 100 u.m. en publicidad televisiva el año 2004. Esta empresa ha contratado una consultoría en inv. de mcdo para conocer cuanto debe invertir en cada uno de los 3 canales “grandes” de TV abierta.
- ▣ La consultora realizó una encuesta en la cual solicitaba al encuestado manifestar su grado de acuerdo con los siguientes juicios (1 totalmente de acuerdo, 5 totalmente en desacuerdo)

2. Caso

Pregunta 1	Me río viendo este canal
Pregunta 2	Es un canal con alto contenido periodístico
Pregunta 3	La programación de este canal es liviana
Pregunta 4	Es un canal que exhibe imágenes eróticas
Pregunta 5	Es un canal con el cual aprendo
Pregunta 6	Es un canal tradicionalista

2. Caso

- La tabla de resultados promedio se muestra a continuación:

	TVN	Mega	Canal13
1	2,5	4,5	3,5
2	4	2,5	3
3	2	4,5	4
4	4	1,5	1
5	4	2	2,5
6	2,5	3,2	4,5

2. Caso

- ❑ Con esta información se realizó un análisis de factores que arrojó los siguientes resultados

	Factor Loadings		
	Factor 1	Factor 2	Factor 3
1	0,1	0,84	0,2
2	0,75	0,1	0,25
3	0,22	0,76	0,23
4	0,1	0,08	-0,9
5	0,8	0	0,2
6	0,2	0,25	0,7

2. Caso

	Factor Score Coefficient		
	Factor 1	Factor 2	Factor 3
1	0,05	0,33	0,04
2	0,22	0,05	0,08
3	-0,07	0,21	0,05
4	0,08	-0,1	-0,1
5	0,35	0	0,1
6	0	0,1	0,3

2. Caso

- Un alumno en práctica de la consultora calculó los factor score solamente para TVN y Canal13.

	Factor Score		
	Factor 1	Factor 2	Factor 3
TVN	2,59	1,3	1,27
Mega			
Canal13	1,51	2,5	2,08

2. Caso

□ Pregunta 1:

- A. Identifique el nombre de las dimensiones
- B. Obtener la posición (factor score) de Mega en cada dimensión
- c. Dibujar dos mapas perceptuales

2. Caso (P1.A)

	Factor Loadings		
	Factor 1	Factor 2	Factor 3
1 (Me río viendo este canal)	0,1	0,84	0,2
2 (Es un canal con alto contenido periodístico)	0,75	0,1	0,25
3 (La programación de este canal es liviana)	0,22	0,76	0,23
4 (Es un canal que exhibe imágenes erótica)	0,1	0,08	-0,9
5 (Es un canal con el cual aprendo)	0,8	0	0,2
6 (Es un canal tradicionalista)	0,2	0,25	0,7

Dimensión 1 : Contenido de la programación

Dimensión 2 : Entretenimiento.

Dimensión 3: Tradicionalismo

2. Caso (P1.B)

□ Factor Score (Mega en factor 1)=

$$4,5*0,05 + 2,5*0,22 + 4,5*(-0,07) + 1,5*0,08 + 2*0,35 + 3,5*0,0 =$$

1,28

□ Factor Score (Mega en factor 2)=

$$4,5*0,33 + 2,5*0,05 + 4,5*0,21 + 1,5*(-0,1) + 2*0,0 + 3,5*0,1 =$$

2,76

□ Factor Score (Mega en factor 3)=

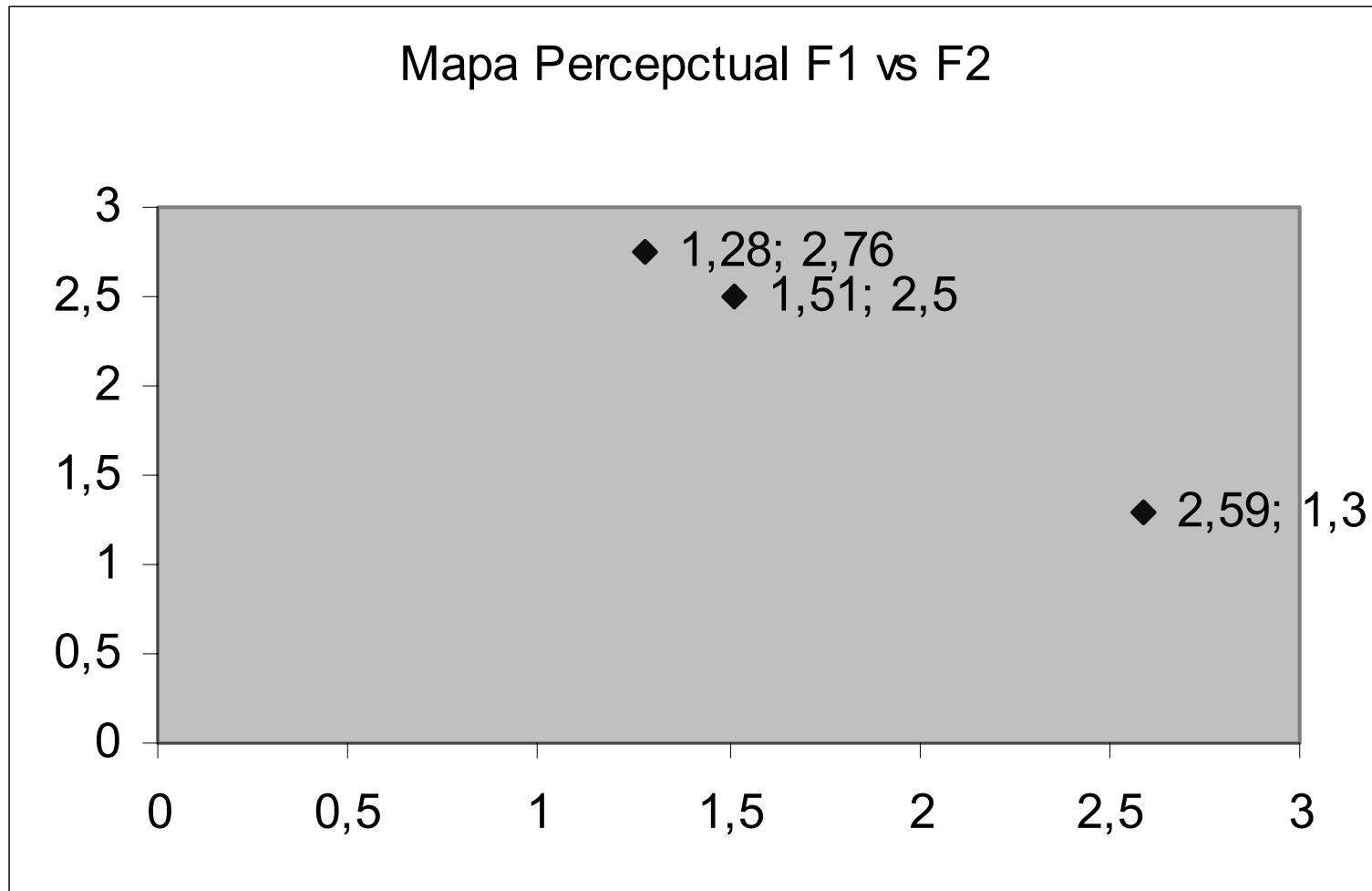
$$4,5*0,04 + 2,5*0,08 + 4,5*0,05 + 1,5*(-0,1) + 2*0,1 + 3,5*0,3 =$$

1,71

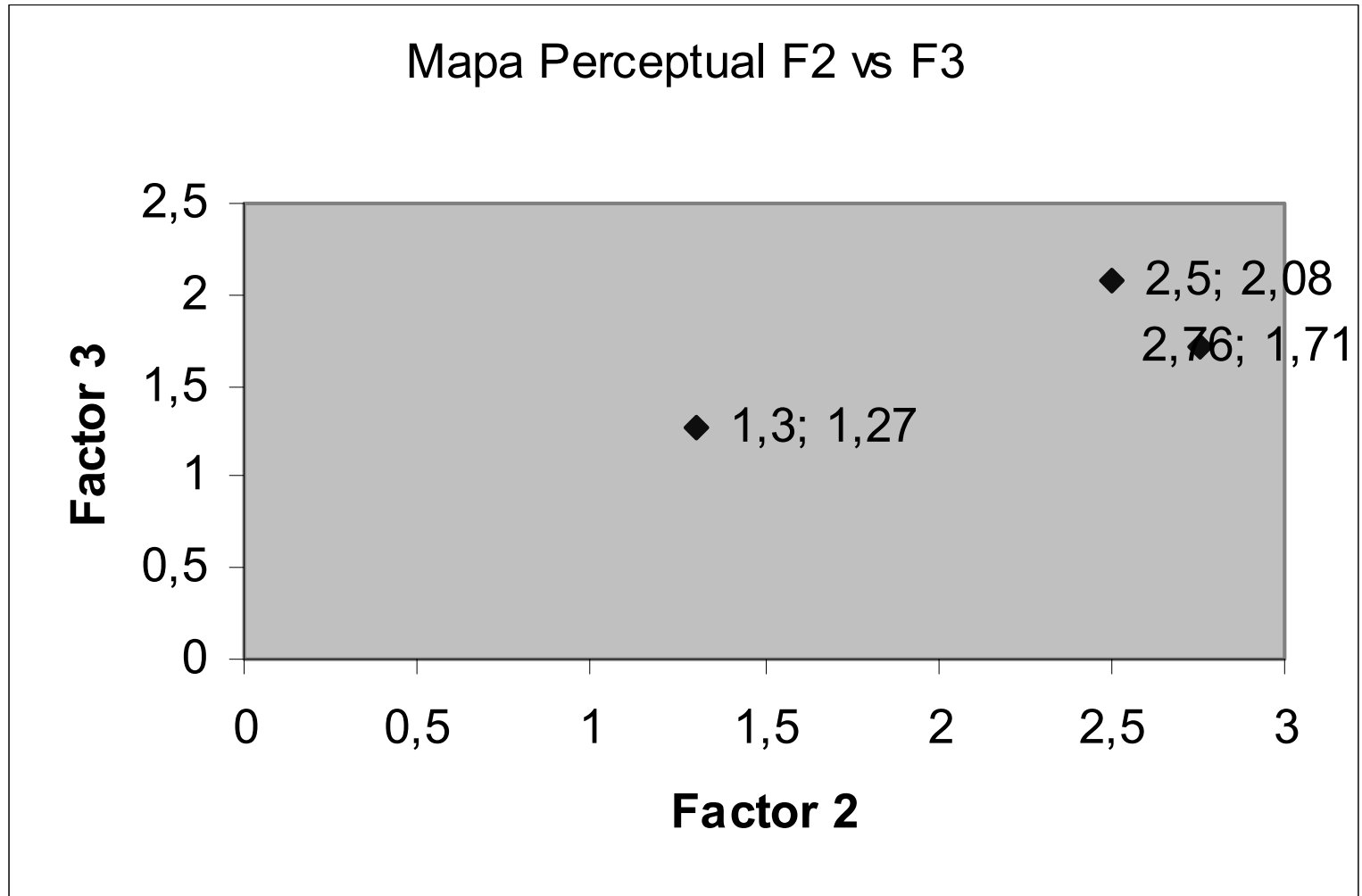
2. Caso (P1.B)

	Factor Score		
	Factor 1	Factor 2	Factor 3
TVN	2,59	1,3	1,27
Mega	1,28	2,76	1,71
Canal13	1,51	2,5	2,08

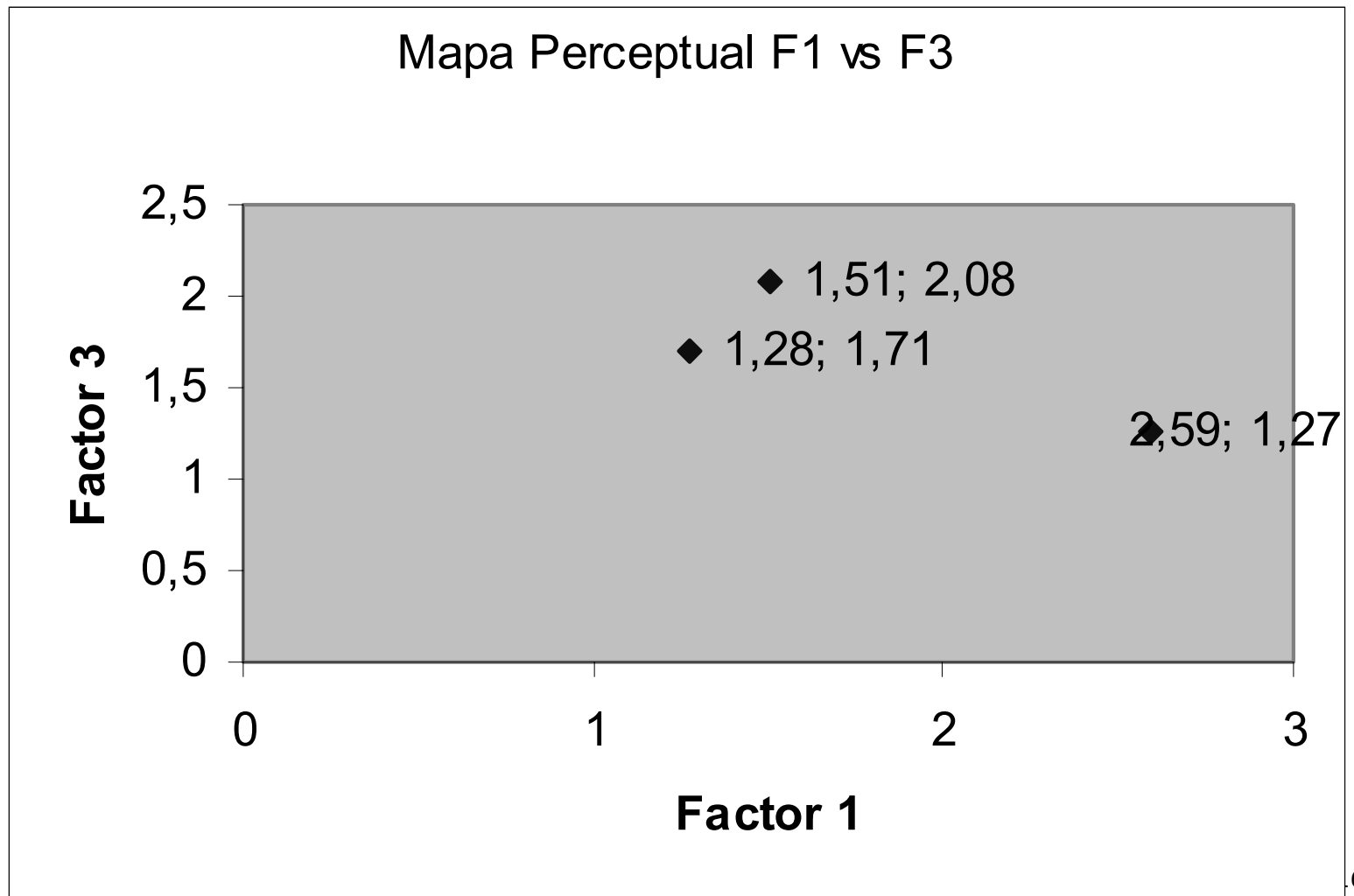
2. Caso (P1.C)



2. Caso (P1.C)



2. Caso (P1.C)



3. Aplicación SPSS

- ❑ Archivo: "datos de empleados.sav"
- ❑ Crear variable edad (Transform →compute):
edad=CTIME.DAYS(DATE.DMY(31,12,1997)-fechnac)/365
(crea la vble edad en años a fecha 31/12/1997)
- ❑ Analizar →reducción de datos →análisis factorial
- ❑ Seleccionar variables: educ, catlab, salario, salini, timeemp, exprev y edad.

3. Aplicación SPSS

- Descriptivos:

- Univariados, test KMO (AF apropiado si mayor 0,5) y Bartlett (apropiado si $\text{sig} < 0.05$)

- Extracción:

- Agregar gráfico de sedimentación

- Rotación:

- Varimax es la más usada

- Puntuaciones:

- Guardar como variables

3. Aplicación SPSS

- Con las **comunalidades**, se ve cuanta varianza explicada de cada variable se pierde de pasar de la situación inicial a la "extracción"
- La varianza explicada llega al 86% con los 3 factores encontrados

Communalities		
	Initial	Extraction
Educational Level (years)	1	0,681842638
Employment Category	1	0,7817708
Current Salary	1	0,900979077
Beginning Salary	1	0,887372962
Months since Hire	1	0,997151189
Previous Experience (months)	1	0,893624115
EDAD	1	0,889456429

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,16691091	45,24158438	45,24158438	3,16691091	45,24158438	45,24158438
2	1,8569285	26,52754999	71,76913437	1,8569285	26,52754999	71,76913437
3	1,00835781	14,40511151	86,17424587	1,00835781	14,40511151	86,17424587
4	0,42874596	6,124942275	92,29918815	<i>Iteración se detiene, pues autovalor < 1</i>		
5	0,24657734	3,522533379	95,82172153			
6	0,19435255	2,776465059	98,59818658			
7	0,09812694	1,401813415	100			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

3. Aplicación SPSS

Component Matrix

	1	2	3
Educational Level (years)	0,80616352	-0,17246697	0,04688461
Employment Category	0,84278962	0,26035654	-0,06075294
Current Salary	0,94411644	0,08910363	0,04103384
Beginning Salary	0,90971854	0,23213997	-0,07678651
Months since Hire	0,0433537	0,05276716	0,99623655
Previous Experience (months)	-0,17880453	0,92732783	-0,04142654
EDAD	-0,23221254	0,9137004	0,02617907

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a

3 components extracted.

•Factor 1: correlacionado con 4 primeras variables:

→Nombre: "Calidad del empleado para la empresa"

•Factor 2: correlacionado con 2 últimas:

→Nombre: "Empleado experimentado"

•Factor 3: correlacionado con la restante

→Nombre: "Antigüedad del empleado"



FIN

Nos vemos!!!