



CONTROL 1

Pregunta 1

Discuta o describa brevemente los siguientes conceptos:

- a) Cuales son en marketing las áreas de aplicación, más importante del Análisis Conjunto.
- b) En los modelos de atributos es importante distinguir entre "Importancia, Determinancia y Saliencia", ¿cómo definiría cada uno de ellos?
- c) Describa las cualidades y defectos de MDS y Análisis de Factores como técnicas para medir Percepciones ¿Cuándo usar una y cuándo usar otra?
- d) Suponga el mercado de las tarjetas de Crédito Bancarias. Asuma que se ha hecho un Laddering de este producto y que seis niveles de análisis son apropiados. ¿Cuáles podría ser según usted estos seis niveles en el caso de la Tarjetas de crédito?.

Pregunta 2

Lea la Lectura adjunta "Los spa con sus masajes y máscaras faciales, son también cosas de hombres" y conteste las siguientes preguntas.

- a) Según lo visto en clases, defina el negocio de los Spas para hombres.
- b) Indique en qué parte del ciclo de vida se encuentran los Spas para el público en general y los nuevos Spas, orientados al público masculino. Justifique con lo dicho en la lectura sus afirmaciones.
- c) Si usted fuera dueño de un nuevo spa exclusivo para hombres, detalle : i) las principales preocupaciones o variables del negocio a observar y ii) los elementos principales de la estrategia de negocios a seguir. Esta pregunta debe ser contestada de acuerdo a las indicaciones sugeridas en la presentación de la Teoría del Ciclo de Vida (ppt del curso).

Pregunta 3

Un restaurant desea establecer las tarifas para brindar el servicio de comida (cena). Para ello se cuenta con la información sobre las utilidades que genera a tres segmentos de personas. Suponga que el tamaño de cada segmento es de 30 personas. Obviamente el precio de cada plato es el mismo para todos los comensales.

	Contenido Principal			Acompañamiento			Precio		
	Pato	Pavo	Pollo	Papas Duquesa	Arroz	Ensalada	\$ 7.000	\$ 4.000	\$ 2.000
Persona 1	-4	1	3	-1	5	-4	-5	1	4
Persona 2	-4	3	1	-6	3	3	-3	2	1
Persona 3	3	3	-6	4	4	-8	3	2	-5

Utilidad para cada
segmento

Costos unitarios (de compra)

Pollo	\$600
Pavo	\$1900
Pato	\$3000
Papas Duquesa	\$700
Arroz	\$250
Ensalada	\$550
Costos varios	\$150

Ir a otro restaurant
4
3
2

- ¿Cuál es la importancia relativa de cada atributo para cada segmento?
- Suponga que los clientes pueden irse a otro restaurant si no hay ningún plato que les guste (ver tabla utilidad de ir a otro restaurant, por cada segmento). Suponga que el chef quiere ofrecer sólo dos platos en su menú. Pavo con arroz y Pollo con Papas Duquesas (no se permiten sustituciones de los acompañamientos). ¿Cuál es el precio que maximiza la utilidad?. (NOTA: En caso de indiferencia entre locales cobre 1 peso menos y se queda con el segmento)

