**IN 58B**

**INGENIERÍA DEL MARKETING**

Primavera 2009, Prof. Manuel Reyes

Viernes de 21 de Agosto de 2009

**TAREA 1**

**Entregar viernes 28 de Agosto** vía UCURSOS en un archivo “.zip”**.**

**IMPORTANTE:**

* Llamar al archivo “.zip” de la siguiente forma **“*Tarea1 IN58B Prim09 NombreApellido*”.**
* Usar la base de datos bd\_i, donde i es el número del dígito verificador de su RUT (K=10).
* Elimine aleatoriamente el 10% de los registros.

**Tamaño de grupos: 1**.

**Entregables**: documento Word con respuestas verbales, documento Excel con cálculos.

**P1 Elección discreta.**

1. Modele las decisiones de compra o no compra de la marca A de los individuos de la base de datos, maximizando la verosimilitud con SOLVER de Excel.
2. Compare sus resultados con el ajuste realizado con SPSS.
3. Evalúe el ajuste de su modelo en Excel.
4. **Punto adicional:** estime y evalúe el modelo de compra entre los seis productos.

**P1 Artículo de Guadagni & Little.**

1. ¿Qué ventajas y desventajas ve en la metodología propuesta en el artículo?
2. ¿Cómo resuelve el problema de colinealidad entre variables?
3. ¿Sirve el método si se incluye una variable con dependencia convexa? ¿Qué haría?
4. **Punto adicional:** ¿En qué caso funcionaría mejor este método, que otras técnicas supervisadas como árbol jerárquico o análisis discriminante? ¿Qué estadísticos utilizaría para comparar los métodos?