

## IN58B INGENIERÍA DE MARKETING

Pauta Controla 1, 2 Septiembre 2004.

### Pregunta 1

Un modelo **descriptivo** es aquel en que se lista los atributos o variables que caracterizan el estado actual de un determinado fenómeno. Un modelo **normativo** caracteriza como debieran ser los atributos o variables para alcanzar un determinado estado deseado. Ejemplos:

- **descriptivo:** Pronóstico de demanda, estudios de percepciones, etc.
- **normativo:** Fijación de precios, determinación de localizaciones, etc.

### Pregunta 2

1. Las preferencias y valoraciones de los individuos dentro de un segmento no son completamente homogéneas. Si usamos la regla de la primera opción diremos que TODOS los individuos que pertenecen al segmento elegirán la marca que en promedio tenga mayor utilidad capturando toda la participación de mercado. Esto, por supuesto, es inconsistente con la realidad.
2. Las preferencias de los individuos se ven modificadas por una gran cantidad de elementos que no pueden ser incluidos en un modelo: efecto de los vendedores, disponibilidad del producto, restricciones presupuestarias, etc.

### Pregunta 3

1. Alto involucramiento: que la compra sea una decisión importante para el consumidor.
2. Alta diferenciación de marcas: que las distintas opciones presentes en el mercado presenten diferencias distinguibles por los consumidores

Ejemplos:

- **Adecuado:** Compra de automóvil, instrumentos musicales, elección de universidad, etc.
- **No adecuado:** Compra de snacks, gaseosas, azúcar, etc.

## Pregunta 4

La base del espacio generado con las técnicas de análisis de factores es arbitraria. Luego se puede hacer cualquier rotación de ejes sin perder validez. En el contexto de estudio de percepciones, los ejes son rotados para que sea más fácil darle un significado semántico a cada dimensión.

En clases discutimos al menos 3 criterios de rotación:

- Varimax: Maximizar la asociación atributo factor, es decir buscar que las correlaciones entre factores y atributos tomen valores cercanos a 0, 1 o -1.
- Oblimin: Minimizar la oblicuicidad de los factores.
- Quartimax: Minimiza el numero de factores requeridos para explicar cada variable.

## Pregunta 5

Al aplicar componentes principales encontramos los valores y vectores propios de una matriz. Los valores propios encontrados, divididos por el número original de atributos, pueden interpretarse como el porcentaje de varianza explicada por el factor asociado. Luego podemos ordenar los factores de acuerdo a su varianza explicada y usar alguno de los siguiente criterios:

- Incluir factores hasta explicar un  $x\%$  de la varianza (típicamente  $x 90$ ).
- Incluir solo los factores que explique mas de un  $y\%$  de la varianza (típicamente  $x 10$ ).

## Pregunta 6

- **Medidas de asociación:** Corresponde a una indicación de que tan cercanos son dos objetos dadas los valores de sus variables de segmentación. Ejemplos:
  - Para variables continuas, distancias euclideanas, absolutas o de manhattan, distancia de Chebychev.
  - Para variables discretas, medidas de Jaccard, Russell y Rao, etc.
- **Métodos de asignación:** Corresponde a un conjunto de reglas que dicen como asignar los objetos a cada grupo conociendo todos los pares de distancias entre objetos. Ejemplos:
  - Métodos jerárquicos divisivos y aglomerativos
  - K-means, Fuzzy-C-means.