Problema

9. Una economista de la compañía publicitaria, Flag-Poole Advertising Company, opina que puede conocer la forma óptima de distribuir los dólares invertidos en publicidad de un cliente mediante un programa lineal. Basta con identificar las audiencias a las que quiere dirigirse el cliente- tales como adolescentes, parejas recién casadas, tercera edad, etc. Sea i el índice que representa la i-ésima audiencia. El cliente debe especificar el nivel de exposición que desea para cada audiencia i, E_i. Entonces se evalua en función de su efectividad cada uno de los medios publicitarios (tales como un anuncio en televisión, un anuncio en color en un suplemento dominical, etc.). Sea j el índice que representa el j-ésimo medio publicitario, y a_{ij} la efectividad evaluada de invertir un dolar para la i-ésima audiencia en el j-ésimo medio. Cada variable de decisión se designa por x_j, que representa la cantidad total de dólares que se invierten en el medio publicitario j durante una campaña de promoción. El objetivo del cliente es minimizar el gasto total publicitario, manteniendo sus niveles deseados de exposición. Suponiendo que hay 4 audiencias y 5 medios publicitarios, escribir el modelo lineal que se describe anteriormente.

Tenenos i andiencias, j redios publicitarios. Sea Ei el rivel de exposición que quiere el chempe para cada tipo de andreca. Aij la efectuadad de invertir in dolar para andienca i y par modio j. Entonces la variable Xj, representa la contidad do dinero invertido al nedo El objetivo es minimar el gasto de direro, s'enpre y mado manfaniado la niveles de exposición deseado. F.dy: Min Z Xj Xj Zo Ei 20 aj = 0 El ejemplo que específica el problema tiase 4 andrecias y 5 medios publicitarios. Min Z X; Sa: \frac{5}{5} \text{Xj. aij = E. Gizo £ x; azj = EZ E xj - aqj = Eq