

# Great Plains Roofing & Siding Company

## Introducción

Great Plains Roofing and Siding Company Inc., vende productos para techos y recubrimientos de paredes a minoristas en reparación de casas, como Lowe's y Home Depot y a contratistas comerciales. El propietario desea estudiar el efecto de diversas variables sobre el valor de las tarjetas americanas vendidas (miles de dólares). El gerente de marketing argumenta que la compañía debe gastar más dinero en publicidad, en tanto que un investigador de mercado sugiere que se debe enfocar más en diferenciar su marca y su producto de sus competidores.

La compañía dividió a Estados Unidos en 26 distritos de marketing. En cada distrito reunió información sobre las siguientes variables: Volumen de Ventas (en miles de dólares), Dólares Gastados en Publicidad, Número de Cuentas Activas, Número de Marcas de Competidores y una Calificación del Potencial del Distrito.

Los datos obtenidos en una muestra de los 26 distritos en las tiendas Great Plains Roofing and Siding Company Inc., durante un mes de ventas, se presentan en una base que se adjunta a este documento.

## Informe para los Directivos de la Great Plains Roofing & Siding Company Inc.

Los directivos de la Great Plains Roofing and Siding Company Inc. desean emplear esta información acerca de sus clientes para evaluar sus productos y en síntesis, su posicionamiento.

Con dichos resultados, los directivos tomarán decisiones vitales respecto a sus futuras promociones de cupones y rebajas; además de caracterizar el tipo de clientes que frecuentan sus tiendas.



## Requerimientos Estadísticos para el Informe de los Directivos de la Great Plains Roofing & Siding Company

Emplee los métodos tabulares, gráficos y numéricos de análisis para ayudar a los directivos de la Great Plains Roofing and Siding Company Inc., a elaborar un perfil de sus clientes y a evaluar su posicionamiento.

Proporcione un informe corporativo de las estadísticas del estudio en cuestión. Su informe debe contener los siguientes resultados estadísticos junto con sus interpretaciones y conclusiones generales.

## Indicaciones del gerente de marketing

I. Formule un modelo de regresión que pueda ser usado para explicar las ventas, junto con su prueba de utilidad y verificación de supuestos. ¿Se puede concluir que algunas de las variables de este sondeo son útiles para explicar la variación en las ventas? Verifíquelo.