

EJERCICIOS IO2

Caso 1:

Ana María es dueña de casa muy profesional. Esto significa que ella planifica sus actividades hogareñas en una forma racional y coherente. Ella sabe que su marido generalmente es una persona fácil de tratar, pero en ocasiones está un poco gruñón y en otras con una alegría extraordinaria. Ana María con mucho tacto, prefiere preparar exquisiteces en aquellos días en que él está gruñón, aunque requieran más tiempo y sean mas caras. En los días que su marido está fácil de tratar, con una hamburguesa basta y cuando está alegre él le ayuda a preparar los biftecs. La tabla adjunta muestra su matriz de utilidad de la comida:

		Exquisitez	MENÚ Biftec	Hamburguesa
G	Alegre	30	80	60
E				
N	Fácil tratar	65	50	90
I				
O	Gruñón	100	70	00

Ellos llevan casados 12 años, tiempo suficiente para saber que su esposo el 60% de las veces es una persona fácil de tratar y que el 15% de las veces está gruñón. Hoy Ana María ha decidido hacer el siguiente experimento.

Ella llamará a su esposo a las 16h00 horas y le contará una historia comenzando con "Adivina qué pasó cuando me paró un carabinero en el semáforo...", ella piensa que probablemente él le responderá de una de las siguientes formas:

Resp 1: ¿Llamaste al abogado y al agente de seguros?

Resp 2: ¡¡Te lo dije!!

Resp 3: ¿Recordaste sonreír, puede ser la cámara indiscreta?

Ella cree que si su marido está gruñón su respuesta será Resp 1, con probabilidad 0.3, si está fácil de tratar su respuesta será Resp 1 con probabilidad 0.5 y si está alegre su respuesta será Resp 1 con probabilidad 0.3. Si está alegre la probabilidad de Resp 2 es 0.2 y si está gruñón la probabilidad de Resp2 es 0.6 y si está fácil de tratar la probabilidad de Resp 2 es 0.2.

Ella llamó a su marido y respondió Resp 2:

- ¿Cuál podría ser su menú para hoy?
- ¿En cuánto aumentó ella la utilidad esperada para hoy? (gracias al llamado telefónico)
- ¿Cuál sería el menú usando el criterio Maximin?

CASO 2

CocaCola Company cuenta con \$150 millones para nuevos proyectos y quiere decidir si introducir o no su nuevo producto al mercado: CocaCola Limón. CocaCola tiene 3 alternativas:

- Alternativa 1: Testear el producto localmente (Hacer un estudio de mercado) y utilizar los resultados para determinar si introducir o no CocaCola Limón a nivel nacional
- Alternativa 2: Introducir CocaCola Limón a nivel nacional (Sin hacer un estudio)
- Alternativa 3: No introducir CocaCola Limón a nivel nacional (Sin hacer un estudio)

En ausencia de un estudio de mercado (como el de la alternativa 1), CocaCola Company cree que CocaCola Limón tiene un 55% de probabilidad de ser un éxito y 45% de ser un fracaso. Si CocaCola Limón es un éxito, los bienes de CocaCola Company aumentarán en \$300.000. Si es un fracaso disminuirán en \$100.000.

Si CocaCola Company lanza el estudio de mercado (a un costo de \$30.000), hay un 60% de probabilidad de que el estudio entregue resultados favorables (éxito local) y un 40% de que entregue resultados desfavorables (fracaso local). Si hay un éxito local, entonces con un 85% de probabilidad será un éxito nacional. Si en cambio se observa un fracaso local, hay sólo un 10% de probabilidad de que CocaCola Limón sea un éxito nacional. ¿Qué estrategia debiera seguir la compañía?