1. Hervis Rent-A-Car tienes tres sucursales de renta de automóviles en el área principal de Houston: las sucursales Northside, West End y Suburban. Los clientes pueden rentar un auto en cualquiera de estos lugares y entregarlo en cualquier otro sin cargo adicional. Sin embargo, esto crearía un problema para Hervis, si demasiados autos se entregan en la popular sucursal Northside. Para fines de planeación, Hervis desea predecir dónde estarán los autos al final. Los datos históricos indican que 80% de los automóviles rentados en Northside regresan ahí y el resto quedarán distribuidos por igual entre las otras dos sucursales. Para West End, cerca del 70% de los autos rentados regresan ahí, y 20% se entrega en Northside y el resto en Suburban. De los autos rentados en Suburban, 60% regresan ahí, 25% se entregan en Northside y el otro 15% se dejan en West End. Si en la actualidad tienen 100 autos que se rentan en Northside, 80 en West End y 60 en Suburban, ¿cuántos de ellos se entregarán en cada una de las sucursales?
2. La industria de las computadoras personales avanza con rapidez y la tecnología proporciona una motivación para que los clientes actualicen sus computadoras cada pocos años. La lealtad a la marca es muy importante y las compañías tratan de hacer cosas para conservar a sus clientes contentos. Sin embargo, algunos clientes cambian a otra compañía. Tres marcas en particular, Doorway, Bell y Kumpaq, tienen las mayores participaciones de mercado. De las personas que tienen computadoras Doorway 80% comprarán otra Doorway en la siguiente actualización, en tanto que el resto cambiarán a una de las otras compañías por partes iguales. Entre los dueños de una computadora Bell, 90% comprarán Bell de nuevo, mientras que 5% comprarán Doorway y 5% Kumpaq. Cerca del 70% de los dueños de una Kumpaq elegirán la misma marca la siguiente vez, 20% comprará Doorway, y el resto, Bell. Si cada marca hoy tiene 200,000 clientes que planean comprar una nueva computadora el próximo año, ¿cuántas computadoras de cada tipo se comprarán en el largo plazo?
3. Hicourt Industries es una empresa de impresión en un pueblo mediano en el área central de Florida. Sus únicos competidores son Printing House y Gandy Printers. El mes pasado, Hicourt Industries tenía aproximadamente 30% del mercado de impresión en el área. Printing House tenía 50% y Gandy Printers, 20% del mercado. La asociación de impresores, que es una asociación local, recientemente había determinado cómo podían estas tres imprentas, así como las imprentas más pequeñas no integradas al mercado comercial, retener a su base de clientes. Hicourt era el más exitoso en conservar a sus clientes: 80% de sus clientes en cualquier mes seguían siendo clientes el siguiente mes. Printing House, por otro lado, tan solo tenía 70% de tasa de retención. Gandy Printers estaba en la peor condición: únicamente 60% de sus clientes de un mes permanecían con la empresa. En un mes, la participación en el mercado cambiaba significativamente. Eso era muy emocionante para George Hucourt, presidente de Hicourt Industries. Este mes Hicourt Industries pudo obtener una participación en el mercado de 38%. Printing House, por otro lado, perdió mercado. Este mes tenía solamente 42% del mercado. Gandy Printers siguió igual: mantuvo su 20% del mercado. Con tan solo ver las participaciones en el mercado, George concluyó que podía llevarse 8% mensual de Printing House; estimó que en unos cuantos meses, podría básicamente sacar del negocio a Printing House. Su deseo era captar 80% del mercado total, lo cual representaba su 30% original más el 50% con el que Printing House había iniciado. ¿Podrá George alcanzar su meta? ¿Cuáles cree usted que serán las participaciones en el mercado a largo plazo, para las tres imprentas? ¿Podrá Hicourt Industries eliminar del mercado a Printing House?