

1. El dueño de una CIA está analizando qué hará con su negocio en los próximos cinco años. El crecimiento de las ventas en años recientes ha sido bueno, pero éstas podrían crecer sustantivamente si se construye un importante hipercentro en su zona. El dueño de CIA, ve tres opciones. La primera es ampliar su tienda actual, la segunda es ubicarla en otro lugar y la tercera es simplemente esperar y no hacer nada. La decisión de cambiarse no tomaría mucho tiempo y, por lo mismo, la tienda no perdería ingresos. Si se expandiera solo se lo permitirán por un año y después tiene trasladarse. Si no hiciera nada en el primer año y si hubiera un crecimiento notable, entonces consideraría la decisión de expandirse. Si esperara más de un año, la competencia empezaría a llegar y provocaría que la expansión no fuera viable. Los supuestos son:

- A. Un crecimiento notable como consecuencia del incremento de la población de fanáticos de las computadoras procedentes de la nueva empresa electrónica tiene una probabilidad de 55%.
- B. Un crecimiento notable en otro lugar produciría un rendimiento anual de 195 000 dólares al año. Un crecimiento flojo en otro lugar significaría un rendimiento anual de 115 000 dólares.
- C. Un crecimiento notable con una expansión produciría un rendimiento anual de 190 000 dólares al año. Un crecimiento flojo con una expansión significaría un rendimiento anual de 100 000 dólares.
- D. En la tienda existente, sin cambio, el rendimiento anual sería de 170 000 dólares al año, si hubiera un crecimiento notable y de 105 000 dólares si el crecimiento fuera débil.
- E. La expansión del local actual costaría 87 000 dólares.
- F. El cambio a otro lugar costaría 210 000 dólares.
- G. Si el crecimiento es notable y si se amplía el local existente en el segundo año, el costo seguiría siendo de 87 000 dólares.
- H. Los costos de operaciones son iguales para todas las opciones

2. *Tarsos tiene en la actualidad activos por 150 millones de pesos y desea decidir si vende o no un producto, para esto tiene las siguientes opciones: Probar de forma local el producto y, a continuación, usar los resultados del estudio de mercados para determinar si vende el producto a nivel nacional o no. Vender de inmediato sin prueba de mercado, el producto a nivel nacional. Decidir de inmediato sin prueba del mercado, no vender el producto a nivel nacional. A falta de un estudio de mercados, la empresa cree que el producto tiene un 55% de probabilidad de ser éxito nacional, si el producto es éxito nacional, el estado de inversión de tarsos aumentaría en \$300000 y si es fracaso nacional los activo disminuirían en \$100000.*

Si la empresa lleva a cabo un estudio de mercados, a un costo de \$30000 hay un 60% de probabilidad que el estudio dé resultados favorables, a lo que se llama éxito local, si se obtiene éxito local, hay 85% de probabilidad de que el producto sea éxito nacional. Si se obtiene un fracaso local, hay solo el 15% de probabilidad de que el producto sea éxito nacional. Qué estrategia debe seguir

3. *Un empresario adquiere manzanas en el mercado para su posterior venta. Cada caja de manzanas la identifica como excelente o no excelente en función del porcentaje de manzanas que se considere de calidad excelente. Una caja de manzanas excelente contiene un 90% de manzanas de alta calidad, mientras que una caja de manzanas no excelente contiene solo un 20% de manzanas de alta calidad. Una caja de manzanas excelente genera un beneficio de \$10.000.00 pesos, mientras que una caja de manzanas no excelente causa unas pérdidas de \$9.000 pesos por la mala imagen de la empresa llevada por los clientes. Antes de comprar una caja el empresario puede comprobar la calidad de la misma extrayendo un ejemplar de manzana con el objetivo de verificar si se trata o no de manzanas de alta calidad, si es así se genera un probabilidad del 82% en una caja excelente, de lo contrario se generaría una probabilidad de del 10% en una caja excelente y reafirmaría que el porcentaje de esta calidad es del 45%. Establezca la estrategia que debe seguir el empresario, así como el coste de la información.*

4. tarsos implementa un nuevo producto. El Ingeniero de tarsos puede: poner en marcha una prueba de mercado antes de tomar una decisión, vender dicho producto a una gran compañía por 70 millones de pesos o bien, adelantar la campaña de marketing del nuevo producto con la finalidad de adelantarse a la competencia, esperando en que el desarrollo del mismo culminará con éxito. Las pruebas de mercado del producto ascienden a 10 millones de pesos, existiendo un 63% de probabilidades de que los resultados de las mismas sean favorables, en cuyo caso se estima que valor del nuevo producto asciende a 52 millones de pesos. En caso de un resultado desfavorable pueden encontrarse aplicaciones de opciones para el producto en uno de cada cinco casos, si bien el valor del mismo se reduce a 25 millones de pesos. En caso de que el resultado de las pruebas de mercado sea favorable, la probabilidad de que el producto tenga una buena acogida por parte de los clientes es tan solo del 62%. Si se opta por comercializar el producto, los gastos de comercialización ascienden a 6 millones de pesos. La posibilidad de que el gerente adopte la tercera opción, adelantar la campaña de marketing del nuevo producto, se estiman en una entre cuatro. Sin embargo, los resultados esperados si hiciera esto con éxito son de ciento ochenta millones de pesos. En caso de resultado desfavorable de las pruebas de mercado como siempre, existe la posibilidad de encontrar aplicaciones opcionales para el producto en uno de cada cinco casos, en cuyo caso el valor del mismo es de 92 millones de pesos. Esta tercera opción requiere llevar a cabo las pruebas de mercado así como la comercialización del producto, tanto si el producto tiene éxito como sino. Indique la decisión que deberá tomar el Ingeniero de la empresa.