**ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO MANUEL BELGRANO**

**NIVEL PREGRADO**

ANALISTA UNIVERSITARIO

DE SISTEMAS INFORMÁTICOS

**APLICACIONES CUÁNTICAS PARA LA GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES II**

**RESOLUCIÓN de EJERCICIOS PRÁCTICOS**

**UNIDAD III:**

**PROCESO de DECISIÓN y**

**APOYO CUANTITATIVO**



**2021 - Cra. Carola Garbino**

**Ejercicios Prácticos**

1. Una fábrica está valuada en $ 150 millones. La fábrica desea incorporar un nuevo producto al mercado. Existen tres estrategias para incorporar el nuevo producto:

**Alternativa 1: hacer un estudio de mercado del producto de forma de determinar si se introduce o no al mercado.**

**Alternativa 2: introducir inmediatamente el producto al mercado (sin estudio previo).**

**Alternativa 3: no lanzar inmediatamente el producto al mercado (ni hacer estudio previo).**

* En ausencia de estudio de mercado, la fábrica estima que el producto tiene un 55% de probabilidad de ser exitoso y de 45% de ser un fracaso.
* Si el producto es exitoso, la fábrica aumentaría en $ 300 millones su valor, si el producto fracasa se devaluaría en $ 100 millones.
* El estudio de mercado vale $ 30 millones.
* Existe un 60% de probabilidad de que el estudio determine que el producto será exitoso.
* Si el estudio de mercado determina que el producto sería exitoso, existe un 85% de posibilidades de que efectivamente lo sea.
* Si el estudio de mercado determina que el producto sería un fracaso, existe solo un 10% de posibilidades de que el producto sea exitoso.

Si la empresa no desea correr riesgos (desea maximizar el valor esperado de la empresa), ¿qué estrategia debería seguir?

