

* BASES DE DATOS

⇒ Ejemplo

Es una base de datos que consistente en 100 observaciones de 14 variables separadas de una empresa llamada HATCO, es un ejemplo de un estudio de segmentación de la situación empresa a empresa, específicamente un informe sobre sus clientes actuales. Se utilizan tres tipos de datos. La primera clase es la percepción de HATCO sobre siete atributos identificados en estudios pasados como los más influyentes en la elección de distribuidor. Los encuestados, ejecutivos de compras de empresas clientes de HATCO, puntúan a HATCO sobre cada atributo. La segunda clase de información hace referencia a los resultados de compras reales, bien sobre las evaluaciones de la satisfacción de los encuestados con HATCO, bien sobre el porcentaje de sus compras de productos a HATCO. La tercera clase de información contiene características generales de las empresas clientes (por ejemplo, tamaño de la empresa, tipo de industria).

Los datos proporcionados deberían dar a HATCO una mejor comprensión tanto de las características de sus clientes como de las relaciones entre sus percepciones de HATCO y sus acciones hacia HATCO (compras y satisfacción).

En la Tabla se proporciona una breve descripción de las variables, que aparecen clasificadas como dependientes o independientes y métricas o no métricas.

<i>Descripción de variable</i>		<i>Tipo de variable</i>
PERCEPCIONES DE HATCO		
X_1	Velocidad de entrega	Métrica
X_2	Nivel de precios	Métrica
X_3	Flexibilidad de precios	Métrica
X_4	Imagen del fabricante	Métrica
X_5	Servicio conjunto	Métrica
X_6	Imagen de fuerza de ventas	Métrica
X_7	Calidad de producto	Métrica
RESULTADOS DE COMPRA		
X_9	Nivel de fidelidad	Métrica
X_{10}	Nivel de satisfacción	Métrica
CARACTERÍSTICAS DEL COMPRADOR		
X_8	Tamaño de empresa	No métrica
X_{11}	Compra al detalle	No métrica
X_{12}	Estructura de adquisición	No métrica
X_{13}	Tipo de industria	No métrica
X_{14}	Tipo de situación de compra	No métrica

Percepciones de HATCO

X_1 : velocidad de entrega - tiempo que transcurre hasta que se entrega el producto, una vez que se hubo confirmado el pedido.

X_2 : nivel de precio - nivel de precios percibido por los clientes industriales.

X_3 : flexibilidad de precios - la disposición percibida en los representantes de HATCO para negociar el precio de todas las compras.

X_4 : imagen del fabricante - imagen conjunta del fabricante/distribuidor.

X_5 : servicio - nivel conjunto de servicio necesario para mantener una relación satisfactoria entre el oferente y el comprador.

X₆: imagen de la fuerza de ventas - imagen conjunta de la fuerza de ventas del fabricante.

X₇: calidad del producto - nivel de calidad percibido en un producto particular (por ejemplo, el acabado o el rendimiento).

Resultados de compra

X₉ Nivel de fidelidad - cuánto se compra a HATCO del total del producto de la empresa, medido en una escala de porcentaje de 100, que va desde 0 al 100 por cien.

X₁₀ Nivel de satisfacción - satisfacción del comprador con las compras anteriores realizadas a HATCO

Características del comprador

X₁₁ Tamaño de la empresa - tamaño de la empresa relativo respecto a otras empresas en el mismo mercado. Esta variable tiene dos categorías: 1 = grande y 0 = pequeña.

X₁₂ Compra detallada - medida por la cual un comprador particular evalúa cada compra separadamente (análisis del valor total) o en función de una compra detallada, donde se especifican precisamente las características del producto deseado. Esta variable tiene dos categorías: 1 = emplea la aproximación al análisis del valor total, evaluando cada compra por separado y 0 = uso de la compra detallada.

X₁₃ Estructura de la adquisición - método de adquisición/compra de productos a una compañía en particular. Esta variable tiene dos categorías: 1 = adquisición centralizada y 0 = adquisición descentralizada.

X₁₄ Tipo de industria - clasificación de la industria a la que pertenece el comprador del producto. Esta variable tiene dos categorías: 1 = industria de la clase A y 0 = otras industrias.

X₁₅ Tipo de situación de compra - tipo de situación a la que se enfrenta el comprador. Esta variable tiene tres categorías: 1 = nueva tarea, 2 = recompra similar modificada y 3 = recompra simple.