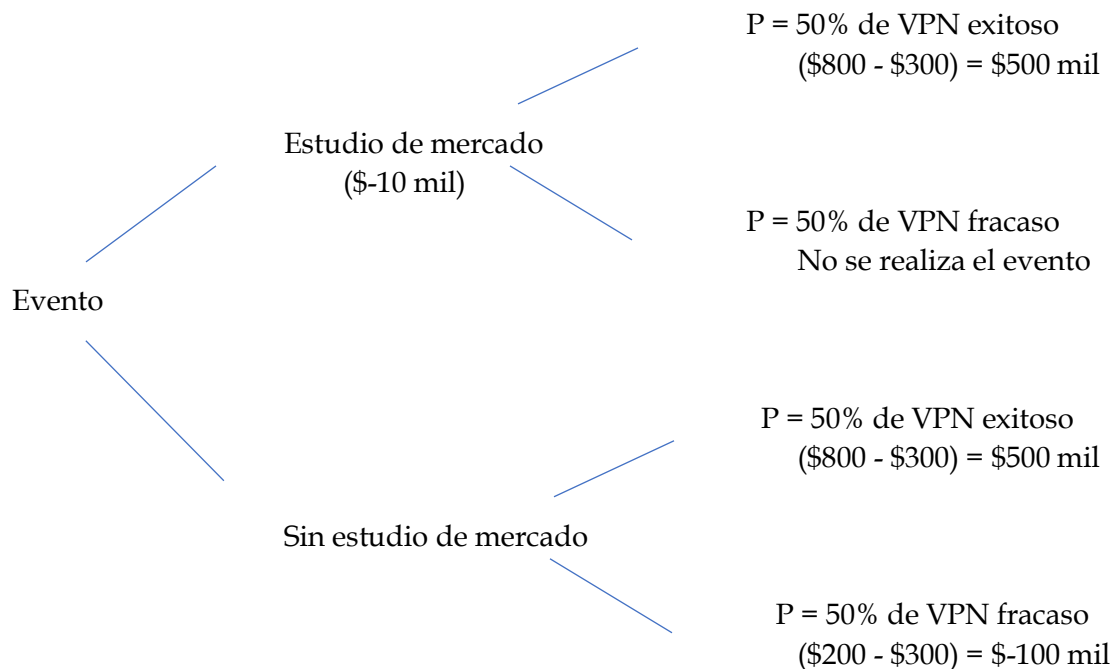


Se está contemplado la idea de realizar un evento para la promoción de un producto nuevo. Se contempla que pueden llegar 1,000 personas al evento, pero hay una probabilidad de 50 % de que sean 1,500 personas y una probabilidad de 50 % de que solo lleguen 500 personas. Si la cantidad de personas que lleguen al evento es de 1,500, el valor presente de los flujos de efectivo sería de \$800,000 y se consideraría un evento exitoso. Si la cantidad es de solo 500 personas, entonces el valor presente será de solo \$200,000 y se consideraría un fracaso. Cuesta \$300,000 realizar el evento. Supón que un estudio de mercado para poder determinar con precisión el éxito del evento cuesta \$10,000, ¿vale la pena pagar por dicho estudio de mercado? Utiliza un árbol de decisión para justificar tu respuesta.



Si se realiza el estudio de mercado,  $VPN = -10 + 0.50(500 - 0) = \$240$

Si no se realiza el estudio de mercado,  $VPN = 0.5 (500 - 100) = \$200$

Con esto se concluye que sí conviene invertir en el estudio de mercado, y así determinar si vale la pena o no realizar el evento.