

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTECEDENTES GENERALES	1
1.1. Programas de lealtad	1
1.2. Programas de lealtad en retail	1
1.3. Programa de Fidelización de estudio	2
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN.....	3
3. ESTADO DEL ARTE.....	4
3.1. Programas de lealtad	4
3.2. Psicología del Consumidor	6
3.2.1. Goal Gradient	6
3.2.2. Ilusión de progreso	8
4. OBJETIVOS.....	9
5. ALCANCES.....	10
6. MARCO TEÓRICO.....	10
6.1. Datos de Panel	10
6.2. Regresión lineal con efectos fijos	11
6.3. Elección de modelos	12
6.4. Diseño Experimental.....	12
6.5. Método de Block Randomization	13
6.6. Treatment effects	13
7. DESARROLLO METODOLÓGICO	14
7.1. Ingreso de un nuevo nivel de canje.....	14
7.1.1. Base de Datos	14
7.1.2. Análisis Descriptivo	16
7.1.3. Análisis estadístico	24
7.1.4. Discusión Ingreso del Nuevo Nivel de Canje.....	39
7.2. Promociones en los niveles de canje.....	40
7.2.1. Hipótesis para el estudio.....	40
7.2.2. Diseño Experimental	41
7.2.3. Mensaje.....	42
7.2.4. Grupos Experimentales.....	43
7.2.5. Tamaño Muestral	44
7.2.6. Lanzamiento del experimento	45
7.2.7. Base de Datos	46
7.2.8. Análisis Descriptivo	47
7.2.9. Análisis Estadístico	51

7.2.10.	Análisis de promociones en el nivel de canje	63
7.3.	Discusión General	65
8.	CONCLUSIONES	66
9.	LIMITACIONES Y TRABAJOS FUTUROS	68
10.	BIBLIOGRAFÍA	70
11.	ANEXOS	73
11.1.	Anexo A	73
11.2.	Anexo B.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Equivalencia pesos-puntos según programa de lealtad	2
Tabla 2: Niveles de canjes añadidos al programa de lealtad.	2
Tabla 3: Ejemplo de Datos de Panel.....	11
Tabla 4: Variables de la base de datos.....	15
Tabla 5: Descripción de canjes antes y después del ingreso del nivel de 18.000 puntos.	24
Tabla 6: Regresión lineal con efectos fijos y errores clusterizados para los tiempos entre compra	26
Tabla 7: Diferencia de boletas mensuales Antes y Después del ingreso del nivel de 18.000 puntos	28
Tabla 8: Resultados regresiones con efectos fijos	30
Tabla 9: R^2 , varianza y ajustes de modelos	31
Tabla 10: Comparación entre modelos con distintas variables de puntos.....	32
Tabla 13: Regresiones de gasto según puntos acumulados	34
Tabla 14: Interacciones de rango de puntos e ingreso del nivel de 18.000 puntos	35
Tabla 11: Comparación entre modelos de variación de canjes.	38
Tabla 15: Diseño Experimental	42
Tabla 16: Tasa de lectura experimento.....	45
Tabla 17: Asuntos y Pre-Headers de correos electrónicos enviados	46
Tabla 18: Descripción base de datos de experimento.....	47
Tabla 19: Resultados Experimento.....	48
Tabla 20: Regresiones para Gasto y Días con compras durante experimento – Goal Gradient Natural	53
Tabla 21: Regresiones para Gasto y Días con compras durante experimento – Grupos experimentales	56
Tabla 22: Regresiones para Gasto y Días con compras durante experimento – Estrategia de campaña	58
Tabla 23: Cumplimiento y lectura de grupos experimentales	60
Tabla 24: Test de proporciones – diferencias entre estimadores CACE	61
Tabla 25: Regresión logística: cumplimiento de meta de compra	62

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1: Respuesta de clientes a programas de lealtad.	5
Figura 2: Impacto potencial en ventas de programas de lealtad.....	5
Figura 3: Relación Puntos-Premios	6
Figura 4: Goal Gradient en ratas.....	7
Figura 5: Experimento Ilusión de Progreso.....	8
Gráfico 4: Canjes semanales por nivel de canje.....	17
Gráfico 5: Participación de nivel de canje antes y después del ingreso del nivel de 18.000 pts... 17	
Gráfico 6: Tiempos entre compras según Distancia Relativa Recorrida.....	18
Gráfico 7: Tiempos entre compra por rango de puntos acumulados antes y después del ingreso del nivel de 18.000 puntos.....	19
Gráfico 8: Frecuencia de compra para rangos entre 12.000 y 18.000 puntos en el tiempo.....	20
Gráfico 9: Frecuencia de compra para rangos entre 18.000 y 24.000 puntos en el tiempo.....	20
Gráfico 10: Diferencias en las diferencias de compra por rango de puntos antes y después del ingreso del nivel de 18.000 puntos.	21
Gráfico 11: Gasto mensual según Distancia Relativa Recorrida y nivel canjeado.	22
Gráfico 12: Gasto mensual según Distancia Relativa Recorrida e ingreso del nivel de 18.000 puntos.	23
Gráfico 13: Total de puntos canjeados por nivel.....	24
Gráfico 14: Variación anual de canjes por nivel	37
Gráfico 15: Gasto durante campaña según puntos acumulados.	49
Gráfico 16: Cantidad de boletas emitidas durante campaña según puntos acumulados.	49
Gráfico 17: Gasto intencionado en campaña por condición experimental.....	50
Gráfico 18: Boletas por persona emitidas durante campaña por condición experimental	50
Gráfico 19: Cumplimiento de meta de compra según condición experimental	51
Gráfico 20: Tasas de respuesta según estimador CACE	60