



APLICACIÓN DEL ANÁLISIS CONJUNTO AL ESTUDIO DE MERCADO CASO: ELECCIÓN DE UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA

JUDITH FARIAS NAVARRO

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

El objetivo de esta Tesis es presentar una metodología que permita analizar las ventajas y desventajas del Análisis Conjunto en el Estudio de Mercado. La importancia de esta contribución radica en el hecho que a medida que los mercados se han hecho mas competitivos, cada vez es más difícil comunicar al consumidor las diferencias entre determinados productos o servicios.

En la tesis se propone analizar la base metodológica del Análisis Conjunto, entregando un detallado análisis de las etapas en las cuales se estructura esta técnica.

Además desarrollar un ejemplo de aplicación, lo cual permitirá determinar los atributos relevantes a considerar en la elección de una Institución Financiera y obtener la importancia relativa de estos atributos. Para ello se identificarán los atributos importantes y sus respectivos niveles, los cuales serían incluidos en la encuesta que entregara los datos necesarios para el calculo de la utilidad individual y la posterior construcción del modelo.

Lo anterior permite obtener sensibilidades a los distintos factores de los que depende la participación de mercado de un determinado producto o servicio, a fin que permita planificar la introducción o modificación del mismo.