

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTECEDENTES GENERALES	1
1.1 Características de la empresa	1
1.2 Servicios y desempeño organizacional	2
1.3 Contextualización mercado	5
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN	6
3. OBJETIVOS.....	8
3.1 Objetivo general.....	8
3.2 Objetivos específicos.....	8
4. Alcances.....	9
5. Marco conceptual.....	9
5.1 Investigación de Mercado.....	9
5.2 Segmentación de clientes	11
5.2.1 Análisis de conglomerados	11
5.2.2 K-modes	13
5.3 Posicionamiento: análisis factorial	14
5.4 Análisis multi-atributo	16
5.4.1 Modelo de actitudes Ajzen & Fishbein (1980)	16
5.5 Modelo de clasificación	16
5.5.1 Árbol de decisión	17
5.6 Marketing estratégico	17
6. Metodología	20
6.1 Etapa 1: Comprensión de los actuales pacientes de MEDS	21
6.2 Etapa 2: Determinación de atributos	21
6.3 Etapa 3: Trabajo en campo: encuestas.....	21
6.4 Etapa 4: Análisis de datos.....	22
6.5 Etapa 5: Caracterización de los pacientes	23
6.6 Etapa 6: Estrategia STP	23
6.7 Etapa 7: Propuesta de recomendaciones	23
7. Aplicación de la metodología.....	23
7.1 Comprensión de la situación actual	23
7.2 Investigación exploratoria.....	25
7.3 Investigación descriptiva.....	26
7.4 Formulación de los cuestionarios.....	28

7.5	Trabajo en campo	29
7.6	Datos demográficos	29
7.7	Análisis de datos	33
7.7.1	Análisis encuesta 1: pacientes de MEDS	33
7.7.2	Análisis Encuesta II: Top of mind y asociación de MEDS	37
7.7.3	Encuesta II: Análisis multi-atributo.....	38
7.7.4	Análisis de segmentación.....	42
7.7.5	Análisis de targeting	47
7.7.6	Análisis de posicionamiento	48
7.8	Modelo de clasificación: árbol de decisión.....	54
7.8.1	Limpieza de datos	54
7.8.2	Selección de variables y criterios	56
7.8.3	Árbol de decisión	59
8.	Propuesta de recomendaciones y estrategia de marketing STP.....	60
8.1	Medicina para personas que aspiran tener una vida sana y activa.....	60
8.2	Mantener MEDS como medicina deportiva.....	62
9.	Conclusiones.....	63
10.	Recomendaciones y trabajos futuros.....	65
11.	Bibliografía	66
12.	Anexos	68
12.1	Anexo 1: “Encuesta: Pacientes MEDS”	68
12.2	Anexo 2: “Encuesta: Todos los pacientes”	71
12.3	Anexo 3: “Resultados Encuesta I: Pacientes MEDS”	83
12.4	Anexo 4: “Resultados Encuesta II: Todos los pacientes”	84
12.5	Anexo 5: “Resultados del análisis multi-atributo para cada clínica”	86
12.6	Anexo 6: “Análisis multiatributo simplificado en posiciones para cada clínica”	87
12.7	Anexo 7: “Tabla de correlaciones de atributos (Encuesta II: Todos los pacientes)”	88
12.8	Anexo 8: “Tabla de correlaciones de las variables independientes para el árbol de decisión”	89
12.9	Anexo 9: “Árbol de decisión”	90