

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCION	2
OBJETIVOS	8
HIPÓTESIS	9
JUSTIFICACIÓN	10
CAPITULO I	
1. MARCO TEÓRICO	12
1.1. Preferencia mediante atributos diferenciadores	12
1.1.1. Concepto de calidad	12
1.1.2. Atributos de calidad	13
1.1.3. Indicadores de los atributos de calidad	13
1.2. Enfoque de perfil completo	16
1.2.1. Matriz ortogonal	16
1.2.2. Fundamento para el estímulo experimental	17
1.3. Base para la recopilación y análisis de datos	17
1.4. Modelo de preferencias	19
CAPITULO II	
2. METODOLOGÍA	23
2.1. Diseño de la investigación	23
2.2. Muestra y unidad de muestra	23
2.3. Análisis de preferencias	23
2.4. Selección de los atributos y niveles por atributo	24
2.4.1. Cepa	25
2.4.1.1. Merlot	25
2.4.1.2. Carménère	25

2.4.1.3.	Cabernet Sauvignon.....	25
2.4.2.	Sistema de producción.....	26
2.4.2.1.	Orgánico.....	26
2.4.2.2.	No orgánico.....	26
2.4.2.3.	Biodinámico.....	26
2.4.3.	Región de origen.....	27
2.4.3.1.	Valle del Maule.....	27
2.4.3.2.	Valle del Maipo.....	27
2.4.3.3.	Valle de Colchagua.....	28
2.4.4.	Precio.....	28
2.5.	Diseño de los perfiles según sus atributos y niveles por atributo.....	28
2.6.	Diseño del instrumento de medición.....	30
2.7.	Recolección de Datos.....	30
CAPITULO III		
3.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	33
3.1.	Descripción de la muestra.....	33
3.2.	Hábitos de consumo y comportamiento de compra de los consumidores.....	36
3.3.	Análisis de preferencias mediante Análisis Conjunto.....	39
3.3.1.	AC para la muestra completa según ranking de preferencias.....	39
3.3.2.	AC para la muestra completa según nota de puntuación a cada una de las preferencias.....	42
3.3.3.	AC la muestra consumidora de vino Carménère, según ranking de preferencias.....	44
3.3.4.	AC para la muestra consumidora de vino Carménère según nota de puntuación a cada una de las referencias.....	46
CAPITULO IV		
CONCLUSIONES.....		50
BIBLIOGRAFÍA.....		52
ANEXOS		
	Anexo 1 Encuesta.....	55

Anexo 2 Plan ortogonal.....	60
Anexo 3 Análisis conjunto para ranking de preferencias de toda la muestra.....	65
Anexo 4 Análisis conjunto según notas a cada una de las preferencias, muestra completa.....	69
Anexo 5 Análisis conjunto para la muestra consumidora de vino Carménère según ranking de preferencias.....	71
Anexo 6 Análisis conjunto para la muestra consumidora de vino Carménère según notas de puntuación a cada una de las preferencias.....	73

INDICE DE TABLAS

Tabla 2.4.1 Atributos y niveles de atributos escogidos para el Análisis Conjunto.....	24
Tabla 2.5.1 Diseño ortogonal para los perfiles de producto.....	29
Tabla 3.1: Lugar de residencia de los encuestados.....	33
Tabla 3.2: Género de los individuos encuestados.....	34
Tabla 3.3: Nivel de educación de los encuestados.....	35
Tabla 3.4: Edad de los encuestados.....	35
Tabla 3.5 Ingreso liquido de los encuestados.....	35
Tabla 3.6: Cepa de vino consumida normalmente por los encuestados.....	36
Tabla 3.7: Lugar de consumo de vino de los encuestados.....	37
Tabla 3.8: Preferencia por tipo de producción del vino.....	37
Tabla 3.9: Momento de decisión de compra.....	38
Tabla 3.10: Lugar donde compra vino normalmente.....	38
Tabla 3.11: Utilidades parciales por atributo para el AC muestra completa, según ranking de preferencias.....	39
Tabla 3.12: Correlaciones para el modelo AC muestra completa, ranking de preferencias.....	42
Tabla 3.13: Utilidades parciales por atributo para el AC muestra completa, según notas de puntuación a cada una de las preferencias.....	43
Tabla 3.14: Correlaciones para el modelo AC muestra completa, notas por preferencias.....	44
Tabla 3.15: Utilidades parciales por atributo para el AC muestra consumidora de	

vino Carménère, según ranking de preferencias.....	45
Tabla 3.16: Correlaciones para el modelo AC muestra consumidora de vino Carménère, ranking de preferencias.....	46
Tabla 3.17: Utilidades parciales por atributo para el AC muestra consumidora de vino Carménère, según puntuación de preferencias.....	47
Tabla 3.18: Correlaciones para el modelo AC muestra consumidora de vino Carménère, notas de preferencias.....	48

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.1.3.1: Atributos de calidad y sus indicadores.....	14
Figura 1.4.1: Importancia relativa por atributo.....	20
Figura 3.3.1.1: Importancia relativa, muestra completa, ranking de preferencias.....	41
Figura 3.3.2.1: Importancia relativa muestra completa, notas por preferencias.....	43
Figura 3.3.3.1: Importancia relativa muestra consumidora de vino Carménère, ranking de preferencias.....	46
Figura 3.3.4.1: Importancia relativa muestra consumidora de vino Carménère, notas de preferencias.....	48