

INDICE

CAPITULO I: INTRODUCCION

1. Introducción	1
-----------------	---

CAPITULO II: JUSTIFICACION

2. Justificación	3
------------------	---

CAPITULO III: MARCO TEORICO

3.1	Factores De riesgo Cardiovascular	4
3.2	Riesgo	4
3.3	Vino	5
3.4	Polifenoles	5
3.5	Flavonoides	5
3.6	Antioxidantes	6
3.7	Beneficios del Consumo Moderado de Vino	6
3.8	Que se Entiende por Moderación	8
3.9	Definición de Consumo	8
3.1.1	Teoría de la Motivación	9
3.1.2	Teoría de la jerarquía de Maslow	9
3.1.3	Teoría De La Modificación De Conducta De B. F. Skinner	10
3.1.4	Definición de Actitud	10
3.1.5	Importancia de las Actitudes en la Investigación	11
3.1.6	Características de las Actitudes	11
3.1.7	Fuentes de Desarrollo de las Actitudes	11
3.1.8	Componentes de la Actitud	12
3.1.9	Modelo de Respuesta del Comportamiento	12
3.1.1.1	Componente Cognoscitivo	13
3.1.1.2	Componente Afectivo	13
3.1.1.3	Componente de Comportamiento	13
3.1.1.4	Gestión del Marketing	14

CAPITULO IV. PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS

4.1	Objetivo General	15
4.2	Objetivos Específicos	15

CAPITULO V. METODOLOGIA

5.1	Introducción	16
5.2	Diseño de la investigación	16
5.3	Fuentes de la Información	16
5.4	Fuentes de Información Primaria	16
5.5	Entrevista con Expertos	17
5.6	Grupo Foco	17
5.7	Fuentes de Información secundaria	17
5.8	Etapa Exploratoria	18
5.9	Etapa Descriptiva	18
5.1.1	Diseño del Cuestionario	18
5.1.2	Definición de la Población	18
5.1.3	Marco Muestral	19
5.1.4	Tamaño de la Muestra	19
5.1.5	Método de Muestreo	20
5.1.6	Trabajo en terreno	20
5.1.7	Aplicación de Cuestionario	20
5.1.8	Análisis Estadístico	22
5.1.9	Programa Estadístico utilizado	22
5.2.1	Procesamiento Base de Datos	22

CAPITULO VI RESULTADOS

6.1	Caracterización de la Muestra	23
6.2	Objetivo 1	24
6.3	Objetivo 2	28
6.4	Objetivo 3	31
6.5	Objetivo 4	33
6.6	Objetivo 5	37
6.7	Objetivo 6	40

CAPITULO VII. CONCLUSIONES 47

CAPITULO VIII. LIMITACIONES Y SUGERENCIAS

8.1	Limitaciones	50
8.2	Sugerencias	50

BIBLIOGRAFIA 52

ANEXOS

Anexo 1	Grupo Foco	57
----------------	------------	----

Anexo 2	Segmentación de la Ciudad de Talca	59
Anexo 3	Piloteo Cuestionario y Cuestionario Final	63
Anexo 4	Gráficos y Tablas de Frecuencias	77
Anexo 5	Estratificación de la ciudad de Talca según Novomerc	85
Anexo 6	Análisis Factorial y Alfa de Cronbach y Objetivos 3 y 6	86
