

ÍNDICE

RESUMEN	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPITULO I: ANTECEDENTES GENERALES	6
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	9
2.1 Estado del Arte	9
2.2 La Utilidad	11
2.2.1 Las Preferencias de los Consumidores	11
2.3 Restricción Presupuestaria	11
2.3.1 Recta Presupuestaria	12
2.4 Elección del consumidor	12
2.5 Disposición a Pagar	12
2.6 Teoría de la Utilidad Aleatoria	13
2.6.1 Comportamiento de Maximización de la Utilidad	13
2.6.2 Demanda Hicksiana	14
2.7 Método de Valoración Contingente	15
2.7.1 Ventajas	16
2.7.2 Desventajas	16
2.8 Análisis de Preferencias	17
2.8.1 Análisis Conjunto	17
2.9 Comportamiento del Consumidor	18
2.9.1 Proceso de Decisión de Compra de los Consumidores	18
2.9.2 Factores Psicológicos que Influyen en el Comportamiento	

de los Consumidores	19
CAPITULO III: OBJETIVOS	20
3.1 Objetivo General	20
3.2 Objetivo Específico	20
CAPITULO IV: METODOLGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	21
4.1 Diseño de la Investigación	21
4.1.2 Población y Método de Muestreo	22
4.2 Estimación de la Disposición a Pagar	24
4.3 Análisis Conjunto	26
4.3.1 Disposición Marginal a Pagar	27
4.4 Selección de los Atributos y Niveles por Atributos	27
4.4.1 Definición de los Atributos	28
4.4.2 Diseño de los Perfiles de Producto	29
CAPITULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS	30
5.1 Análisis Descriptivo de la Muestra	30
5.2 Decisión de Compra, Comportamiento y Actitud de los Consumidores	32
5.3 Análisis de Preguntas Sobre la Disposición a Pagar de los Consumidores	34
5.4 Descripción de las Preferencias de los Consumidores a través del Análisis Conjunto	39
5.5 Análisis de Puntuación de cada Producto Hipotético	42
CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45
BIBLIOGRAFÍA	48

ANEXOS	51
Anexo 1: Cuestionario Oficial	52
Anexo 2: Consumo de Productos Orgánicos	58
Anexo 3: Lugar de Compra	58
Anexo 4: Variedad de Manzanas Consumidas	59
Anexo 5: Disponibilidad del Producto en el Lugar de Compra	59
Anexo 6: Calidad del Producto en el Lugar de Compra	60
CUADROS	
Cuadro 1: Variación Compensatoria y Equivalente versus Disposición a Pagar (DAP) y Disposición a Aceptar (DDA)	15
TABLAS	
Tabla 1: Etapas en la Aplicación del Análisis Conjunto	18
Tabla 2: Precios Marginales por Kilogramo de Manzanas Orgánicas	25
Tabla 3: Precios por Kilogramo de Manzanas Orgánicas	25
Tabla 4: Atributos y Niveles Identificados para el Análisis Conjunto	27
Tabla 5: Diseño Ortogonal para los Perfiles de Productos	29
Tabla 6: Estratificación de la Muestra	30
Tabla 7. Distribución del Sexo de los Encuestados	31
Tabla 8. Distribución de Edad de los Entrevistados	31
Tabla 9: Nivel Educativo	32
Tabla 10: Disposición a Pagar un Sobreprecio por el Kg de Manzanas	35
Tabla 11: Estimación del Modelo Logit Lineal	36
Tabla 12: Disposición a Pagar por Kilogramo de Manzanas Orgánicas	37

Tabla 13: Estimación del Modelo Logit Lineal	38
Tabla 14: Correlación	39
Tabla 15: Descripción del Modelo	40
Tabla 16: Puntuaciones de Utilidades	40
Tabla 17: Valores de Importancia Relativa	41
Tabla 18: Correlaciones	41
Tabla 19: Coeficiente Precio	42
Tabla 20: Utilidades	43
Tabla 21: Valores de Importancia	43
Tabla 22: Correlaciones	43
Tabla 23 Coeficiente Precio	44