

## Predictores de la intención de compra de productos avícolas. El caso de la empresa Mac Pollo en la ciudad de Bogotá

Tercer avance

Línea de profundización: Comportamiento del Consumidor

Grupo de Investigación Mercadeo I+2

**Jhon Wilson Hernández Rey (80165972)**

Asesor temático: Ms. Rodolfo Casadiego Alzate

Supervisor metodológico: Ms. Rodolfo Casadiego Alzate

*Octubre de 2023*

### Resumen

Mac Pollo es la organización de mayor participación de mercado en Colombia en lo referente a la venta de productos avícolas y sus derivados. El autor propone un trabajo conceptual basado en la poca literatura encontrada referente a la intención de compra (IP) de este tipo de bienes y, para ello, pretende identificar los predictores que conlleven a una compra de alimentos efectiva. Se aplicó una encuesta en línea a partir de la cual se logró una muestra de 358 personas en la ciudad de Bogotá. El análisis de los datos se realizó a partir del método de Ecuaciones Estructurales con Estructuras en Varianza (PLS-SEM), haciendo uso del software R. Los resultados muestran que variables como la confianza, capacidad empresarial, posicionamiento, conciencia de consumo y salud resultan ser las más relevantes para el consumidor de este tipo de productos. Lo anterior, representando un importante insumo para todos aquellos bienes primarios.

**Palabras clave:** Intención de compra, Productos avícolas, Ecuaciones Estructurales, Análisis Factorial.