

## RESUMEN

El estudio del comportamiento del consumidor es interesante para aquellas organizaciones y empresas que operan en mercados saturados. Esta es precisamente, una característica estructural que, en general, domina en los mercados vitivinícolas. Un análisis completo del comportamiento del consumidor se hace necesario, a fin de identificar segmentos de mercados objetivos y de desarrollar nuevos productos con el fin de obtener unos resultados económicos más satisfactorios. En este sentido, el presente trabajo tiene como objetivos en primer lugar, analizar el comportamiento de compra de los consumidores de vino y el nivel de conocimiento de las Denominaciones de Origen, tanto de forma espontánea como sugerida, y en segundo lugar, detectar su estructura de preferencias utilizando la técnica del análisis conjunto.

**Palabras clave:** Vino, Denominación de origen, Comportamiento consumidor, Análisis conjunto.

## ABSTRACT

The study of consumer behaviour is interesting for those organizations and business that operate in saturated markets. This is a precisely a characteristic that generally prevails in the wine markets. A complete analysis of consumer behaviour is necessary, in order to identify sectors of target markets and to develop new products with the goal of achieving more satisfactory economic results. In this way, this paper has the goal of studying the attitude of "appellation d'origine" wine consumers and to understand their preferences using combined analysis techniques, through the process