

tos: precio, denominación de origen, zona de origen, baja graduación, tipo (del año, crianza, reserva), prestigio, marca, imagen/envase y calidad organoléptica (olor, color, sabor...). Posteriormente se realizó un análisis de componentes principales sobre estos aspectos, con lo que se redujo la información proporcionada únicamente a 3 factores. La escala utilizada para medir estos atributos contaba con 5 niveles jerarquizados, desde el 1 (menor importancia) al 5 (mayor importancia). Los resultados del análisis se recogen en la Tabla 2. El primer factor, "Precio", explica el 21,25% de la varianza, el segundo factor "Origen" explica el 16,689% de la varianza y el tercer factor "Tipo" explica el 13,391% de la varianza. En total, los 3 factores seleccionados explican el 51,33% de la varianza, por lo que se han elegido como los más relevantes.

ATRIBUTOS	Factor 1 (*) Precio	Factor 2 (*) Origen	Factor 3 (*) Tipo
Precio	0,698	0,452	-0,027
Denominación de origen	0,254	-0,438	0,131
Origen	0,313	0,824	-0,635
Baja graduación	0,184	0,429	0,164
Tipo	0,586	-0,565	0,859
Prestigio	0,624	0,397	0,083
Marca	0,487	0,398	-0,231
Imagen/envase	0,235	-0,234	0,012
Calidad organoléptica	0,531	0,445	0,254
Varianza explicada (%)	21,25	16,689	13,391
Varianza acumulada (%)	21,250	37,939	51,330

(*) Pesos de los factores.

Tabla 2. Análisis factorial de los atributos del vino

De los tres atributos obtenidos en la Tabla 2 (Precio, Origen y Tipo), se seleccionaron 3 niveles del atributo "Precio" (<300 ptas, 300-600 ptas, >600 ptas), 2 niveles en el atributo "Origen" (Castilla-La Mancha y Otras regiones) y 3 niveles en el atributo "Tipo" (Del año (joven), Reserva, Crianza).