

Mediante el procedimiento Orthoplan, el número de perfiles posibles que nos da el modelo de perfil completo y que ascendía a 18 perfiles, queda reducido a 9 como se aprecia en la Tabla 3.

Vino nº	Precio (ptas)	Origen	Tipo
1	>600	Castilla-La Mancha	Del año
2	<300	Otras regiones	Reserva
3	>600	Castilla-La Mancha	Reserva
4	<300	Castilla-La Mancha	Crianza
5	300-600	Castilla-La Mancha	Reserva
6	>600	Otras regiones	Crianza
7	300-600	Otras regiones	Del año
8	300-600	Castilla-La Mancha	Crianza
9	<300	Castilla-La Mancha	Del año

**Tabla 3.** Vinos hipotéticos expuestos a los encuestados

En cuanto a la cuantificación de las preferencias mediante la ordenación de los estímulos según la preferencia de los consumidores encuestados. El sujeto encuestado ordenó los perfiles que se le presentaban de acuerdo a sus preferencias asignando un rango a cada tarjeta, en nuestro caso del 1 a 9 siendo 9 la opción menos preferida.

A continuación se procedió a la estimación de las utilidades y la importancia relativa de los atributos mediante el procedimiento Conjoint, a dos niveles:

- Preferencias individuales.
- Por segmentos de consumidores

### *2.2.1. Estimación de las utilidades y la importancia relativa de los atributos en las preferencias individuales*

Los niveles elegidos con mayor preferencia dentro de cada atributo muestran que los consumidores prefieren: vino de Otras Regiones, Del año y con un precio entre 300-600 Ptas (Tabla 4).