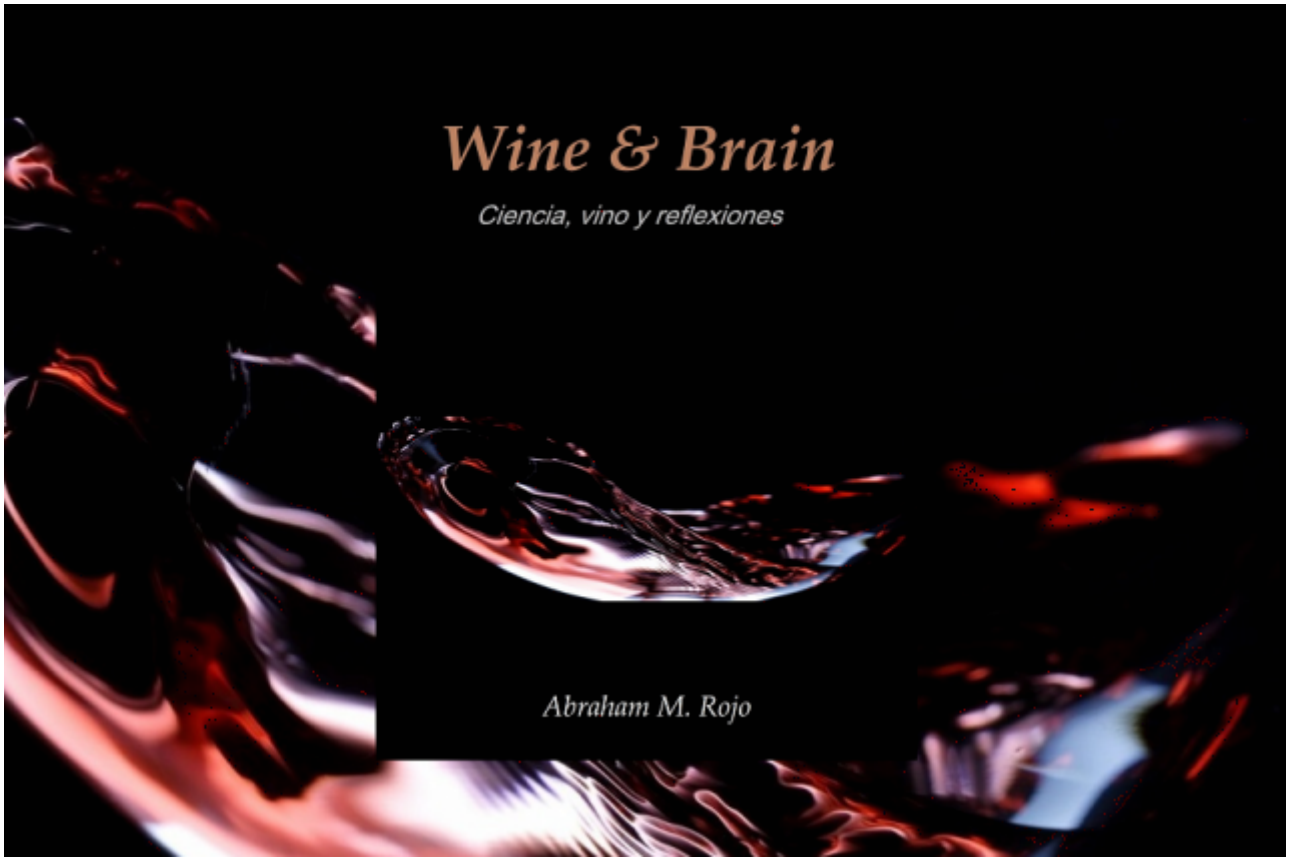
vinetur

Wine&Brain, un libro innovador que promueve un cambio de paradigma en el mundo del vino

martes 22 de diciembre de 2020

ESCRITO POR WINE&BRAIN

Wine & Brain, ciencia, vino y reflexiones, es una obra innovadora que promueve un cambio de paradigma, trascendiendo el pensamiento único y mostrando la enología, el vino y su cultura desde una perspectiva contemporánea, transversal e integradora.



A través esta aventura del conocimiento, abordaremos reflexiones y fundamentos relacionados con las ciencias del consumidor y de la percepción, la importancia del pensamiento crítico, el mecanismo de recompensa cerebral, las bases de la percepción, los mapas motivacionales del vino, la construcción del concepto de calidad, el entrenamiento sensorial como desafío cognitivo, los factores de impacto hedónico o la importancia de las personas en la cadena de valor del vino.

Wine & Brain es la única obra en la que se agrupan y categorizan más de 40 factores fisiológicos y cognitivos que afectan a la percepción del vino. A través de un lenguaje cercano, didáctico y divulgativo, en ocasiones sarcástico, pero estableciendo cierto grado de complicidad y confianza con el lector, se comparten datos y reflexiones que ampliarán la visión de la fascinante cultura del vino, tanto desde el prisma intelectual como emocional. Cabe subrayar que muchos de estos conocimientos se estudian, naturalmente a un nivel más avanzado, en centros de investigación de referencia internacional con los que el autor permanece en contacto.

Uno de los objetivos principales de Wine & Brain es abordar el vino desde una perspectiva innovadora, trascendiendo el pensamiento único y mostrando una cultura abierta a perfiles de personas con diferentes inquetudes y necesidades. En esta línea también se muestran los fundamentos de una herramienta de investigación como los mapas motivacionales del vino, por lo que en la obra se propone una categorización que generará valor añadido en el campo de la formación y la divulgación. Otro de los objetivos es aportar una visión realista de la enología contemporánea y de la importancia del conocimiento científico y tecnológico, así como de las personas, a lo largo de toda la cadena de valor del vino, es decir, hasta que alcanza la experiencia de consumo del producto y/o servicio. E incluso, en términos estrictos, incluso más allá de ese acto. En esta línea se promueve la construcción de sinergias sustentadas en el respeto por la naturaleza y por el producto, así como por las distintas profesiones, regiones y filosofías asociadas al vino. Y por consiguiente, por los diferentes perfiles de consumidores, mostrando aspectos clave, tanto organolépticos como psicológicos, orientados a una mayor comprensión de las personas, favoreciendo la generación de satisfactores específicos y una mejor orientación al consumidor.

Es por ello que a lo largo de Wine & Brain también encontraremos conceptos de enología, marketing, dirección estratégica, ciencias del consumidor y de la percepción, así como relacionados con los procesos de toma de decisiones. Asimismo, en la obra se integran más de 50 términos clave en inglés a lo largo del texto, un apartado de ejercicios de cata orientados a desarrollar las habilidades sensoriales y cognitivas, y un apartado de bibliografía científica recomendada con una selección de 100 estudios, incluyendo algunos de especial interés histórico y cultural, asociados a las ciencias del consumidor y a las ciencias sensoriales y de la percepción.

A través de una comunicación cercana, y en la medida de lo posible libre de tecnicismos, Wine & Brain es una obra que aportará una perspectiva diferente de la cultura del vino, amplia, enriquecedora, dinámica y abierta a diferentes perfiles de personas. Cabe destacar que desde su concepción es una obra considerada en universidades, escuelas de negocio y en las principales bodegas del sector del vino, ya que aporta una visión transversal que promueve la generación de sinergias entre ciencia, elaboradores, regiones vitivinícolas, divulgadores, mercados y consumidores.

Abraham M. Rojo, es ingeniero, máster universitario en administración y dirección de empresas, máster en gestión de sistemas de calidad y máster universitario en enología, enotécnia e innovación, destacando en su currículum académico matrículas de honor en materias de elevada especialización como Análisis y control enológico, Dirección estratégica, Marketing avanzado del vino; análisis de mercados y perfiles de consumidores o Comercio internacional del vino. Cabe recordar que el autor desarrolló en el año 2019 el innovador Proyecto de I+D+i "Diseño de eventos innovadores basados en la metodología científica check-all-that-apply (CATA)". Orientado a la degustación en espacios multisensoriales de elevado potencial hedónico, aportaba una nueva dimensión a las experiencias de degustación, incluyendo técnicas de neurocomunicación. A su vez, se favorecía la construcción de relaciones consumidor-bodega y se generaban datos relevantes para los departamentos de I+D+i, aseguramiento de calidad y marketing.

A través de datos, experiencias y reflexiones, **Wine & Brain** promueve una visión multidimensional, siempre sustentada en una base científico-técnica, que ayudará a productores, divulgadores y consumidores, ya sea de productos o de servicios, a poner

en valor la cultura del vino y el relevante patrimonio social, económico y natural asociado. Conocimientos que, sin lugar a dudas, permitirán otorgar un mayor significado al vino y valor a las experiencias.

Wine & Brain; ciencia, vino y reflexiones, se encuentra venta en 2021 en las principales librerías españolas (incluyendo El Corte Inglés, Casa del Libro, Agapea...), Amazon (versión Amazon) y en la web corporativa **www.wineandbrain.com,** donde se podrá solicitar, si así se desea, firmada por el autor, en este caso bajo una edición limitada a 500 libros.

Wine&Brain, se encuentra orientado a personas con inquietudes intelectuales y emocionales, por lo que es necesario recordar que nos encontramos ante una obra innovadora que trasciende numerosos errores de concepto, prejuicios, mitos y paradigmas limitantes relacionados con el vino -ya sean anclados en el pasado o promovidos por intereses mercantiles, aportando una visión actual y transversal de la enología, de la cultura del vino y del rico patrimonio material e inmaterial asociado. Un fascinante universo de conocimiento, sensaciones y emociones abierto, hoy más que nunca, a personas con diferentes motivaciones, necesidades e inquietudes.