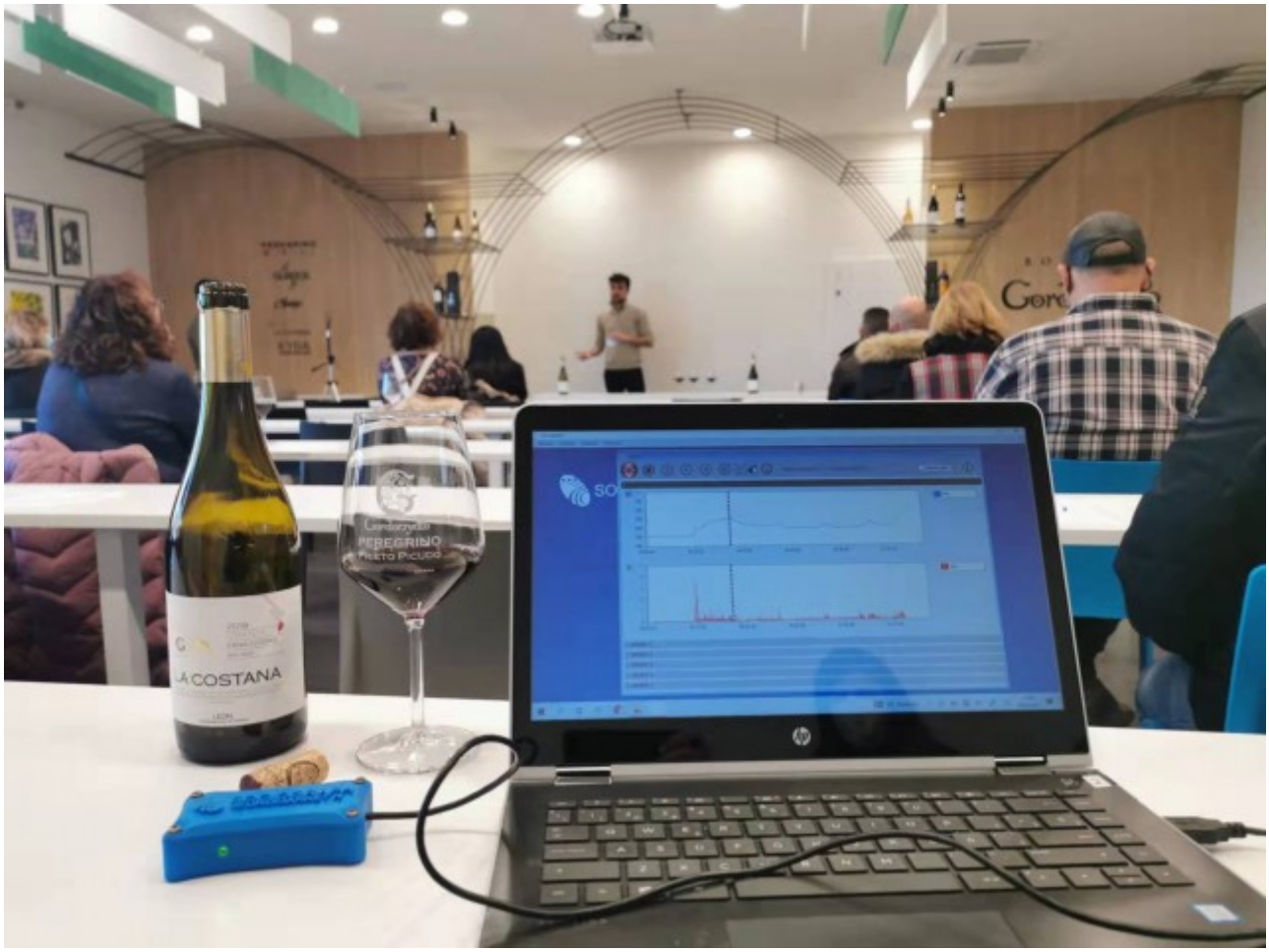
vinetur

Neuromarketing y enoturismo

miércoles 19 de enero de 2022

ESCRITO POR FRANCISCO FERNÁNDEZ



La consultora de Marketing Science Sociograph, la Universidad de León y Bodegas Gordonzello han organizado un Estudio de Neuromarketing para analizar la experiencia enoturística y conocer el impacto emocional de quien visita la bodega y prueba los vinos de la D.O. León.

Para realizar el estudio se emplea la herramienta EDA (Electrodermal Activity) que permite explicar la conducta y medir de forma grupal el impacto ante un estímulo. Se investiga y registra, en tiempo real, las emociones y los picos de atención de los participantes durante el desarrollo de las visitas y las catas.

Cada grupo de estudio comienza con una explicación de la investigación a los asistentes, la firma del formulario de consentimiento y la colocación del EDA. Con el EDA ya listo, empieza la visita a las instalaciones de Gordonzello en la que se explica la historia de la bodega, la filosofía de trabajo y todos los procesos que se siguen para conseguir las elaboraciones. Tras el recorrido tiene lugar una cata dirigida por el enólogo Sergio Paniagua de su crianza más emblemático, La Costana.



Tras las visitas el equipo mixto de Sociograph y la Universidad de León analiza los datos obtenidos y estudia como aprovecharlos para mejorar las distintas experiencias en torno al vino que ofrece la bodega. Dentro del área de Enoturismo de Gordonzello se puede disfrutar de una completa visita enológica por su zona de elaboración y crianza, Museo de Variedades, plantaciones, el Centro de Interpretación de la Viña y el Vino y

degustaciones de sus vinos en las diferentes salas de cata.