



Las Palmas de Gran Canaria: C/. Miguel Sarmiento, 2 - 35004
Telf. 928 369 806 – Fax. 928 385 634
Santa Cruz de Tenerife: C/. Cairasco, 5, Edif. Retama, 1º A – 38004
Telf. 922 299 655 – Fax. 922 299 656
La Aldea de San Nicolás: Avda. Los Cardones, 25 – 35470
Telf. 928 891 001 – Fax. 928 891 288
Santa María de Guía: C/. Sancho de Vargas, 19, interior bajo – 35450
Telf. 928 896 790 – Fax. 928 896 790

MIÉRCOLES 16 DE AGOSTO DE 2017

CANARIAS 7:

LA ETIQUETA DEL PRECIO INFLUYE EN QUE EL SABOR DEL VINO SEA MEJOR

Investigación realizada por científicos de la Escuela de Negocios INSEAD y la Universidad de Bonn.

Concretamente, el córtex prefrontal y el cuerpo estriado son las zonas específicas implicada en estas actitudes, según los resultados de este estudio publicado en la revista 'Scientific Reports'.

Europa Press / Madrid

El precio influye sobre el sabor del vino ya que el mismo caldo sabe mejor a los catadores cuando se etiqueta con un precio más alto, según una investigación realizada por científicos de la Escuela de Negocios INSEAD y la Universidad de Bonn, que han descubierto que el centro motivacional y de toma de decisiones del cerebro tiene un papel fundamental en este tipo de sesgos se produzca.

Concretamente, el córtex prefrontal y el cuerpo estriado son las zonas específicas implicada en estas actitudes, según los resultados de este estudio publicado en la revista 'Scientific Reports'.

El trabajo previo de la profesora asociada del grupo de investigación de INSEAD Hilke Plassmann demostró que un precio más alto, por ejemplo para el chocolate o el vino, provocaba un aumento de la expectativa de que el producto también tendría mejor sabor y, a su vez, afectaba a las regiones de procesamiento de sabor en el cerebro.

"Sin embargo, hasta el momento no estaba claro cómo en última instancia la información sobre el precio hace que el vino más caro sea percibido en el cerebro también como el de mejor sabor", explica el profesor Bernd Weber, director en funciones del Centro de Economía y Neurociencia (CEN) en la Universidad de Bonn. El fenómeno de que productos idénticos se perciban de



Las Palmas de Gran Canaria: C/. Miguel Sarmiento, 2 - 35004
Telf. 928 369 806 – Fax. 928 385 634
Santa Cruz de Tenerife: C/. Cairasco, 5, Edif. Retama, 1º A – 38004
Telf. 922 299 655 – Fax. 922 299 656
La Aldea de San Nicolás: Avda. Los Cardones, 25 – 35470
Telf. 928 891 001 – Fax. 928 891 288
Santa María de Guía: C/. Sancho de Vargas, 19, interior bajo – 35450
Telf. 928 896 790 – Fax. 928 896 790

manera diferente debido a las diferencias de precio se denomina 'efecto placebo de comercialización'. El mecanismo es el mismo que con los medicamentos de placebo, que tiene un efecto exclusivamente debido a las propiedades atribuidas. En este caso se basa en la máxima: "La calidad tiene un precio".

Los investigadores evaluaron cómo los diferentes precios se traducen en el cerebro en sus correspondientes experiencias de sabor, incluso si el vino probado es el mismo. Treinta personas participaron en el estudio, de los cuales 15 eran mujeres y 15 eran hombres, con una edad promedio de alrededor de 30 años.

La cata tuvo lugar en la Universidad de Bonn, con los pacientes tumbados en un escáner de resonancia magnética, lo que permitía registrar la actividad cerebral en tiempo real mientras los participantes iba degustando los vinos. En primer lugar se les mostraba el precio del vino y después probaban un mililitro del vino a través de un tubo que introducían en su boca.

A continuación se les pedía que evaluaran el sabor del vino pulsando un botón en una escala de nueve puntos. Entonces enjuagaban su boca con un líquido neutro y se les daba a degustar el mismo vino.

"Este efecto placebo tiene sus límites y si se ofrece un vino de muy baja calidad por 100 euros no funcionaría", explica el profesor Weber. Por ello, realizaron las pruebas con un vino tinto medio de buena calidad con un precio de 12 euros la botella. Durante la prueba fue mostrado a los participantes con precios de 3, 6 y 18 euros aleatoriamente.

"Como era de esperar, los sujetos declararon que el vino con el precio más alto sabía mejor que uno aparentemente más barato", señala la profesora Hilke Plassmann, lo que demuestra que un mismo vino provoca una mejor experiencia de sabor si se asocia la expectativa de mejor calidad al precio.



Las Palmas de Gran Canaria: C/ Miguel Sarmiento, 2 - 35004
Telf. 928 369 806 – Fax. 928 385 634
Santa Cruz de Tenerife: C/ Cairasco, 5, Edif. Retama, 1º A – 38004
Telf. 922 299 655 – Fax. 922 299 656
La Aldea de San Nicolás: Avda. Los Cardones, 25 – 35470
Telf. 928 891 001 – Fax. 928 891 288
Santa María de Guía: C/ Sancho de Vargas, 19, interior bajo – 35450
Telf. 928 896 790 – Fax. 928 896 790

Y las mediciones de la actividad cerebral en el escáner de resonancia magnética lo confirmaron. El equipo de investigación descubrió que se activaban la corteza pre-frontal y el cuerpo estriado cuando los precios eran más altos.

Mientras la corteza prefrontal aparece particularmente implicada en la comparación de precios y, de este modo, la expectativa en la evaluación del vino, el cuerpo estriado forma parte del sistema de recompensa y la motivación del cerebro. "El sistema de recompensa y la motivación se activa más significativamente con los precios más altos y aparentemente aumenta la experiencia de sabor de esta manera," dice el profesor Weber.

"La pregunta interesante es ahora si es posible entrenar el sistema de recompensas para que sea menos receptivo a tales efectos de placebo de marketing", apunta el profesor Weber.

BOLETINES OFICIALES

BOLETÍN OFICIAL DE CANARIAS

**V. ANUNCIOS - Consejería de Empleo, Políticas Sociales y Vivienda
4075 Servicio Canario de Empleo.- Extracto de la Resolución de 4 de agosto de 2017, de la Presidenta, por la que se aprueba la convocatoria para la concesión de subvenciones dirigidas a fomentar la incorporación de socios trabajadores o de trabajo a cooperativas y sociedades laborales de Canarias para el ejercicio 2017, cofinanciadas por el Fondo Social Europeo.**

<http://www.gobcan.es/boc/2017/157/017.html>

BOLETÍN PROVINCIAL DE SANTA CRUZ DE TENERIFE

<http://www.bopsantacruzdetenerife.org/2017/08/098/>

CABILDO INSULAR DE LA GOMERA



Las Palmas de Gran Canaria: C/.Miguel Sarmiento, 2 - 35004
Telf. 928 369 806 – Fax. 928 385 634

Santa Cruz de Tenerife: C/. Cairasco, 5, Edif. Retama, 1º A – 38004
Telf. 922 299 655 – Fax. 922 299 656

La Aldea de San Nicolás: Avda. Los Cardones, 25 – 35470
Telf. 928 891 001 – Fax. 928 891 288

Santa María de Guía: C/. Sancho de Vargas, 19, interior bajo – 35450
Telf. 928 896 790 – Fax. 928 896 790

Extracto de la Resolución por la que se aprueba la convocatoria del Área de Agricultura, Ganadería y Pesca para el otorgamiento de subvenciones a los sectores agrícola, ganadero y pesquero de la isla para el año 2017.