

Beneficios del vino para la salud: argumento de venta en la formación del sommelier

Beneficios del vino para la salud

AUTORES: Francisco Daniel Pérez Dorta¹

Lizney Martin Sauri²

Marilin Urbay Rodríguez³

Iguer Fernando Aladro Miranda⁴

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: frank@ehtvc.vcl.tur

Fecha de recepción: 2022-01-13

Fecha de aceptación: 2022-03-02

RESUMEN

En los servicios gastronómicos resulta apreciado el vino como producto que acompaña a la comida y por ser responsable de niveles superiores de satisfacción en los consumidores. Esta bebida se presenta en una amplia variedad de tipos y características, lo que en ocasiones complejiza el proceso de elección y comercialización por parte del sommelier, profesional encargado de ello. El objetivo del presente trabajo es analizar referentes teóricos con relación a los beneficios del vino en la salud, en función de utilizarlos como argumentos para la venta de esta bebida. Se realizó una investigación con enfoque cualitativo apoyada en una revisión documental y el criterio de especialistas para la valoración de la pertinencia. La gestión de venta del vino se apoya en argumentos relevantes para el cliente, sin embargo, aun conociéndose la influencia positiva de esta bebida en la salud humana, no se encuentran estos criterios entre los más usados durante el referido proceso de negociación entre el consumidor y el sommelier. La revisión bibliográfica y los criterios valorados permitieron un análisis objetivo de los beneficios del vino en la salud, en función de aportar argumentos para la venta de esta bebida.

PALABRAS CLAVE: formación; salud; diagnóstico; vino; competencia profesional; sommelier.

Benefits of wine for health: a selling point in the sommelier's training

¹ Ingeniero Agrónomo, Máster en Ingeniería en Saneamiento Ambiental, Sommelier, Profesor Auxiliar de la Universidad Central "Marta Abreu de Las Villas" y Profesor Principal del Departamento de Técnicas Profesionales del Centro de Capacitación del Turismo en Villa Clara, Cuba. E-mail: frank@ehtvc.vcl.tur CÓDIGO ORCID <http://orcid.org/0000-0003-4008-6489>

² Licenciada en Turismo, Master en Gestión Turística, Profesora Asistente del Departamento de Técnicas Profesionales del Centro de Capacitación del Turismo en Villa Clara, Cuba. E-mail: lizney@ehtvc.vcl.tur CÓDIGO ORCID <http://orcid.org/0000-0002-2261-8843>

³ Licenciada en Educación Especialidad Psicopedagogía, Doctora en Ciencias Pedagógicas, Profesora Titular de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Cuba. E-mail: marilinur@uclv.cu CÓDIGO ORCID <http://orcid.org/0000-0002-8168-0129>

⁴ Especialista en Primero y Segundo Grado de Cardiología. Master en Urgencias y Emergencias Médicas, Profesor Instructor, Departamento Hemodinámica. Hospital Cardiocentro "Ernesto Guevara de Las Villas", Cuba. E-mail: iguer76@gmail.com CÓDIGO ORCID. <http://orcid.org/0000-0003-1115-9343>

ABSTRACT

Wine is highly appreciated in gastronomic services, as a product accompanying meal, responsible for higher levels of satisfaction within customers. This beverage is presented in a wide variety of types and characteristics, which sometimes turns selection and commercialization more complex processes on the sommelier's side. To analyze the theoretical background in relation to the benefits of wine for health, to use them as a selling point. A qualitative approach research was carried out, based on document analysis and specialist criteria. The sales management of wine is based on relevant criteria for the customer; however, although its positive influence on human health is known, this point is not among the most frequent criteria used during the negotiation process between the customer and the specialist. The document revision permitted an actual analysis of the benefits of wine for health, to provide additional selling points for this beverage.

KEYWORDS: training; health; diagnosis; wine; professional competence; sommelier.

INTRODUCCIÓN

En la gastronomía existen muchas bebidas representativas, entre ellas el vino, este es muy reconocido y apreciado en la mesa por su relación con el menú, es elegido fundamentalmente para conseguir, en una asociación perfecta, sabores y olores que inciden favorablemente en el placer de comer. Lograr combinar un vino con un plato determinado se convierte en un acto complejo, sobre todo para las personas poco conocedoras de esta bebida. Para favorecer esta relación, además de los gustos y preferencias del consumidor, es necesario considerar los elementos técnicos y las características organolépticas del vino.

El sommelier es la figura encargada del servicio del vino en el contexto gastronómico e interviene activamente en la asesoría al consumidor con sugerencias y explicaciones basadas en conocimientos necesarios para ello. En esa interacción se considera además, la percepción que tiene el comensal sobre el vino (López, 2011).

La mayoría de los puestos laborales exigen no solo conocimientos y competencias técnicas específicas, sino también, un cierto nivel de capacidades emocionales y sociales, que aseguran que el empleado sea capaz de lograr un desempeño exitoso, referido principalmente a la forma de trabajar y a la actitud para relacionarse con los demás (Ramírez et al., 2019). Estos constituyen elementos determinantes en el desempeño del sommelier, figura con altas exigencias en el dominio de sus competencias profesionales.

La presencia del sommelier en un restaurante puede representar un incremento por la venta de bebidas entre un 10% y un 25% del total. Este especialista incide en tal sentido, por la forma en que representa la oferta en la carta y por la propia gestión personal que realiza en el proceso de servicio. En ambos casos el sommelier tiene una alta responsabilidad: en la carta incluye las bebidas de forma ordenada y con técnicas de mercadeo que influyen en la decisión del comensal, y en la interacción con este, conduce la conversación para satisfacer intereses de ambas partes, con argumentos necesarios para la efectiva gestión de venta (Gil et al., 2009).

En la actualidad, los sommeliers, para vender los vinos, se apoyan en argumentos relacionados principalmente con la uva, la zona de producción, la edad del vino, las características organolépticas de la bebida y otros elementos que resultan valiosos al ser considerados por el consumidor en el proceso de selección del vino. Sin embargo, aun cuando existen referencias de

la importancia de esta bebida para la salud humana, estas no representan los argumentos más usados en la gestión de venta, sobre todo para tipologías de consumidores interesados en el tema. En tal sentido, en los procesos de formación de las competencias profesionales del sommelier, también se manifiestan carencias en cuanto al uso de argumentos de ventas del vino basados en los efectos favorables de este sobre la salud humana.

Estos elementos constituyen razones para analizar referentes teóricos en relación con los beneficios del vino en la salud, en función de considerarlos argumentos para la venta y consumo de esta bebida.

DESARROLLO

Para el desarrollo de la investigación se emplearon varios métodos y técnicas como son: el análisis de documentos donde se hizo una revisión bibliográfica de enero a marzo de 2021; se realizó a través de los buscadores de información y plataformas: Scielo, Edumecentro, Medline y Google académico. Se identificaron palabras claves con relación al tema seleccionado para las búsquedas: "competencias profesionales", "vino", "salud", "gestión de venta" y "vinos tintos". El resultado de la exploración fue un total de 42 artículos que fueron fichados por los autores, clasificados por puntos de interés para la investigación y según la actualización de sus referencias. Se compendiaron un total de 23 artículos científicos, 9 de los cuales contaban con un 39,1 % de actualización, para comprobar su pertinencia con el estudio. Se utilizaron además métodos teóricos (análisis-síntesis e inducción-deducción) y empíricos: (revisión documental y criterios de especialistas para la valoración).

La revisión bibliográfica permitió hacer una caracterización general del vino, como punto de partida para la comprensión de elementos básicos en relación al tema. Estos constituyen además determinantes en la formación de las competencias profesionales necesarias para el sommelier, quien debe convertir cada conocimiento del vino en un argumento de venta.

Características generales del vino

El vino se considera tan antiguo como la humanidad, ha incidido en la caracterización de civilizaciones, demostrando en cada caso conocimientos y formas para elaborarlo y apreciarlo. El hombre prehistórico sabía cómo elaborar el vino, lo que ha sido demostrado en hallazgos de fósiles por paleontólogos, donde aparecen vestigios de orujo o uvas prensadas. Antiguos escritos humanos, entre ellos las tablas de arcilla cuneiforme de Babilonia y los papiros del antiguo Egipto, contienen cuantiosas referencias sobre la bebida como fermentado de la vid (Lejavitzer, 2011).

El vino y el cultivo de la vid para la obtención de la uva, también tienen influencias en la creación de grandes ciudades, la condición de cultivo permanente, obliga al hombre a trabajar el suelo y la planta año tras año, limitando así los procesos de migración, dando origen a las aldeas y ciudades, con notable incidencia en el proceso de transculturación del hombre (López, 2011).

La vid es representada por muchas especies, entre las cuales la *Vitis vinífera* es la apta para la elaboración del vino. Existen unas diez mil variedades del cultivo, que determinan en buena parte las características de los vinos que originan. Por ello es conveniente conocer la variedad de uva con la que se ha elaborado un vino, aun cuando hay otros factores igualmente importantes. Entre las variedades blancas más conocidas están Macabeo, Viura, Palomino, Garnacha Blanca, Moscatel, Chardonnay y Sauvignon. Las variedades tintas son representadas entre otras por Garnacha Tinta, Mazuelo, Tempranillo, Merlot, Syrah y Cabernet Sauvignon. La mayoría de ellas

se califican como variedades internacionales por su extensa distribución y capacidad de adaptación a varios medios (Puig, 2015).

El vino es una bebida resultante de la fermentación alcohólica completa o parcial, de la uva o su mosto. Su composición se comienza a conocer con Pasteur (1822-1895) que inicio los primeros estudios sobre la fermentación alcohólica del mosto, originada por la levadura, siendo las más utilizadas la *Saccharomyces cerevisiae*, la *Kloeckera apiculata* y la *Torulaspora rosei*. Estos microorganismos se presentan de forma natural en la uva y en el propio suelo del viñedo (Moreno, 2000).

Los vinos se pueden clasificar de acuerdo a sus características más notorias (Rodríguez, 2009), entre ellos se distinguen los siguientes:

- Vinos aperitivos: también conocidos como fortificados, con su alta graduación alcohólica, entre 15 % y 22 % de alcohol, producen bienestar y tonifican. Se destacan entre ellos el jerez y el oporto.
- Vinos de mesa: generalmente de baja graduación alcohólica y con sabor seco, son idóneos para acompañar las diferentes comidas. Sus principales perfiles se agrupan en blancos, rosados y tintos.
- Vinos de postre: son vinos dulces que han conservado, después de la vinificación, un elevado contenido de azúcar y tienen mayor graduación alcohólica que los vinos de mesa.
- Vinos espumosos: se obtienen después de una doble fermentación para lograr en ellos un contenido de gas. Es un vino idóneo para celebraciones, puede servirse a cualquier hora del día y también como vino de mesa. El vino espumoso más reconocido internacionalmente es el champagne.

Los criterios anteriores relacionan al vino con el hombre, desde las primeras civilizaciones hasta la actualidad. La acción de este sobre la bebida se ha enmarcado fundamentalmente en los trabajos asociados a la vitivinicultura, término que conjuga dos conceptos primordiales, la viticultura y la vinicultura. Entendida la primera como el conjunto de prácticas agronómicas aplicadas al cultivo de la vid, mientras que la segunda, encierra los procesos de elaboración y crianza del vino. También se reconocen preferencias por el consumo de esta bebida, atendiendo a las bondades que brinda en cuanto al placer, el valor alimenticio y el uso medicinal.

Competencias profesionales del sommelier asociadas a la venta del vino

El paso del tiempo ha mantenido al vino entre las bebidas preferidas por el hombre, la amplia variedad de tipos y clasificaciones aportan complejidad y potencialidades para ser aceptada por un mayor número de personas, vinculándola con la vida social, festiva y religiosa, formando parte de varias culturas (Fariña, 2015).

Con la evolución del vino, aparece también la figura del sommelier. Se cree que esta profesión surgió en el antiguo Egipto, con los llamados maestros coperos que hacían el servicio de los vinos a los Faraones. Otras reseñas hacen mención al shagu quien en los pueblos mesopotámicos servía el vino y lo cataba previamente para comprobar si los mismos estaban envenenados. En la actualidad, el sommelier se reconoce muy relacionado con la gastronomía de Francia, país de excepcionales vinos y una cultura vitivinícola de prestigio internacional. En este caso el significado de la palabra lo relacionan con el vocablo “somme”, usado para denominar el coche o

carruaje donde se transportaba las cubas y los utensilios relacionados con el vino en el acompañamiento de la corte en sus viajes (López, 2011).

Sin dudas, la profesión del sommelier ha resultado importante, compleja y riesgosa desde su surgimiento. Esta figura es asociada a varios productos gastronómicos, donde el vino resulta ser el principal. La complejidad de esta bebida exige una alta preparación para gestionar sus ventas y realizar su servicio. La formación del sommelier debe considerar variadas e importantes competencias profesionales para el logro de un desempeño exitoso en el restaurante.

El término competencias ha sido ampliamente utilizado y su estudio ha motivado investigaciones de distintas ramas de la ciencia. Se identifican notables coincidencias en los presupuestos teóricos en relación al término y se ha universalizado su aplicabilidad ante diversas situaciones de desempeño en contextos personales, intelectuales, sociales y laborales (Ramírez et al., 2019).

Una clasificación ampliamente utilizada divide a las competencias en básicas y secundarias; las primeras basadas en actitudes y aptitudes como la autoconfianza y la estabilidad emocional, mientras que las segundas se asumen basadas en dimensiones complejas como la capacidad de negociación, el liderazgo y la planificación (Ruíz, 2015).

Son diversas las actividades y tareas contenidas en las competencias profesiones del sommelier (Ruíz, 2015) y se consideran indispensables para el desempeño de esta figura en los restaurantes en Cuba; se pueden resumir de la forma siguiente:

- Asesora la confección de los inventarios para las compras de vino y otras bebidas.
- Determina la oferta de vinos en el restaurante en correspondencia con el menú, asesorando además en la confección de la carta de vinos correspondiente.
- Supervisa la conservación y almacenamiento de vinos y otras bebidas.
- Promueve y realiza la gestión de ventas de los vinos y determinadas bebidas.
- Asesora y capacita al personal gastronómico en enología, viticultura y vinicultura.
- Sirve el vino y otras bebidas en el restaurante.

Además de estas actividades, el sommelier debe poseer un conocimiento amplio sobre los productos que vende y demostrar habilidades manipulativas para el uso correcto de los utensilios de trabajo y de servicio. También, para la venta del vino, debe contar con competencias comunicativas y conocimientos de una cultura general, que le permitan interactuar con el cliente de forma exitosa.

Argumentos para la venta de los vinos

El vino es parte de muchas recetas culinarias, valioso ingrediente de guisos y salsas. Por otro lado, dentro de la cultura del vino están en auge los cursos de catas y el enoturismo, este último con amplio desarrollo por la excelente combinación que establece entre vino, turismo y gastronomía; pero sigue siendo el acompañamiento de platos su mayor protagonismo (Fariña, 2015).

Existe un consenso generalizado en cuanto a la preferencia del consumo del vino como acompañamiento de la comida, tanto en la cultura alimenticia de los países del Viejo Mundo como en gran parte del Nuevo Mundo (López, 2011).

Un elemento para valorar en el vino es la información que se brinda en la etiqueta y contraetiqueta. En sus inicios eran frases breves que daban información respecto al contenido del envase en el que se ubicaba, pero pronto la información tomó casi las mismas características con las que cuenta hoy en día (Sánchez, 2019).

Entre las informaciones básicas que se brindan en la etiqueta y contraetiqueta del vino se encuentra el nombre, el registro embotellador, la bodega que lo elaboró, los grados de alcohol, el ámbito geográfico, la variedad de la uva, el tipo de vino, la añada, el contenido de alérgenos y el sello del Consejo Regulador en caso de pertenecer a uno. Algunas de estas indicaciones son de carácter obligatorio, mientras que otras son criterio de cada productor, que ofrece datos interesantes para el consumidor, relacionados con el *terroir*, la historia de la bodega, notas de cata y sugerencias de maridaje (Fernández, 2019).

Todos los datos que se ofrecen en la etiqueta y contraetiqueta del vino pueden convertirse en un argumento de venta, se elige uno u otro para ser utilizado en dependencia de las circunstancias y características del servicio, donde el tipo de cliente y sus necesidades potenciales son determinantes. La mayoría de los datos son interpretados por el sommelier para transmitir al cliente los beneficios que se derivan de esa información.

La complejidad del vino se nutre también de los diversos sistemas de certificación de la calidad, que se expresan en las ya referidas indicaciones de etiquetas y contraetiquetas de la botella, reconocidas por marcas, logos y sellos; amparadas por normativas de cada región, país o zona (Sotés, 2011).

Existen reglas básicas a considerar en el arte de maridar platos y vinos. Una de ellas dice que el vino acompaña a la comida y no viceversa. En tal sentido se valoran determinadas armonías y contrastes de sabores y olores, ante lo cual es necesario conocer los ingredientes de cada plato, y en algunos casos se pueden hacer variaciones, hasta la incorporación de vino al proceso de cocción, buscando solución ante determinadas problemáticas para lograr un adecuado maridaje en función del cliente (López, 2011).

Existe un amplio mundo de conocimientos y consideraciones que se ponen en función de la elección adecuada de un vino por parte de un consumidor. El sommelier puede influir en este proceso usando adecuadamente elementos que constituyen argumentos para lograr la venta de esta bebida. Hasta aquí se han reseñado algunos de ellos, los más usados; sin embargo, las potencialidades que tiene el consumo del vino para el cuidado de la salud humana, pudieran ser parte de sólidos argumentos de venta para un grupo de consumidores preocupados por el tema.

Teniendo en cuenta los referentes tratados, y considerado que, entre los vinos, el tinto parece ser uno de los más apreciados por su influencia en la salud, se ha tomado este como patrón de referencia y se describen algunos de sus beneficios a continuación.

Beneficios del vino tinto en la salud humana

El consumo del vino no sólo representa un placer para los sentidos, también incluye su valor medicinal. Hipócrates (460-377 a. de C.) padre de la medicina, decía “El vino es cosa maravillosamente apropiada al hombre si, en salud como en enfermedad, se le administra con tino y justa medida” (Moreno, 2000).

Los principales componentes del vino se consideran el agua, el alcohol y la fibra dietética, sin embargo, los resultados de algunas investigaciones constatan además la existencia de más de 500

productos, muchos de ellos influyentes en la salud humana y en los niveles de complejidad de la bebida en cuanto a sus características organolépticas. Entre otros componentes del vino tinto que aportan beneficios directos a la salud humana se encuentran los polifenólicos, taninos y antocianos (Ortuño, 2009).

Los polifenólicos son considerados parte de la dieta humana y los flavonoides constituyen el grupo mejor definido dentro de ellos. La concentración y variedad de los compuestos fenólicos en el vino depende de factores edafoclimáticos y del proceso de elaboración. Los compuestos fenólicos del vino incluyen, a los ácidos fenólicos cumarínico, cinámico, cafeico, gentísico, ferúlico y vanílico mientras que los flavonoides contienen catequinas, quercitina y resveratrol. La concentración de polifenoles es mayor en el vino tinto que en el blanco, esto se debe a que el proceso de vinificación del primero se produce en contacto con la piel de las uvas tintas por tiempo prolongado. Un estudio constató en el vino tinto un contenido de 1.742 mg/L de polifenoles frente a 286 mg/L en el vino blanco. Estos niveles del compuesto le atribuyen propiedades organolépticas al vino y aportan valor nutricional para la salud (Gutiérrez, 2002), (Fariña, 2015) y (Martín, 2016).

Los taninos, compontes propios de los vegetales, se originan en el vino principalmente por la presencia de estos en la piel de la uva y en las barricas de roble con las que la bebida establece un intercambio durante el proceso de crianza. Los taninos pueden combinarse con proteínas o polisacáridos de forma estable y se pueden dividir en dos grandes grupos, hidrolizables o condensados. La calidad de los vinos depende en gran medida del contenido de taninos que posea, reconociéndose en copa por la astringencia, la estructura y el color, lo cual proporciona a la bebida propiedades antioxidantes, beneficiosas para la salud. Los taninos, por vía tópica, tienen efecto vasoconstrictor sobre pequeños vasos superficiales, limitan la pérdida de fluidos e impedir agresiones externas. Estas sustancias también favorecen la regeneración de los tejidos en caso de heridas superficiales. Estas propiedades convierten al vino en una magnífica fuente de elasticidad y firmeza para la piel cuando se usa en la vinoterapia (Romero, 2008), (Baquero, 2014) y (Martín, 2016).

Los antocianos, concentrados en la piel de la uva, son responsables del color de los vinos tintos, principalmente de las tonalidades rojas y púrpuras; están involucrados en las reacciones de polimerización que suceden durante el envejecimiento. Estos compuestos existen en la naturaleza en forma esterificada con uno o más azúcares, pueden ser monoglicósidos, diglicósidos o triglicósidos, según estén uno, dos o tres carbonos unidos a un azúcar, que suele ser glucosa. La presencia de antocianos en los vinos, también con propiedades antioxidantes, cambia con la variedad de la uva, con el año de la cosecha y otros factores como temperatura y condiciones climáticas (Romero, 2008) y (Martín, 2016).

El contenido de alcohol en el vino es determinante para su selección, sobre todo para clientes preocupados por las consecuencias negativas del consumo excesivo de alcohol. No obstante, también son conocidos los efectos beneficiosos del consumo moderado de las bebidas alcohólicas.

Las evidencias actuales señalan que beber bajas dosis de alcohol tiene un efecto protector sobre la incidencia de enfermedades del sistema cardiovascular, además de los efectos positivos sobre la calidad de vida, la función cognitiva, la demencia, la longevidad, la diabetes, la artritis reumatoide y el cáncer. Se sugiere un consumo moderado, concepto que varía en función de las sociedades científicas del país en cuestión. Así, la cantidad de alcohol que contiene una copa

varía de 8 g en Gran Bretaña a 14 g de etanol en Estados Unidos de América, mientras que en otros países como Australia, Francia, Holanda o España estiman 10 g de alcohol para una copa. En este contexto, el US *Nacional Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism* (NIAAA) establece, para el consumo moderado, hasta 56 g en un día y no más de 196 g a la semana para los varones, mientras que para las mujeres la sugerencia es de 42 g en un día y no más de 98 g a la semana (Estruch, 2014).

La mayoría de estas sustancias, presentes sobre todo en el vino tinto, tienen efectos positivos sobre la salud humana, principalmente por las propiedades antioxidantes de muchas de ellas (Llona, 2015).

Se afirma que beber el vino tinto con moderación reduce el riesgo de padecer la enfermedad de Alzheimer, investigaciones realizadas sugieren que el consumo moderado de bebidas con contenido alcohólico reduce el riesgo de padecer el Alzheimer, mientras que el acto de beber esta sustancia de forma desmedida es asociado a un incremento del riesgo. En especial el vino tinto contiene suficiente resveratrol y otros polifenoles, potentes antioxidantes que influyen en la disminución de la formación de la placa y protegen contra la neurotoxicidad (Herman et al., 2015). Algunos estudios muestran el efecto favorable, para prevenir la aparición del Alzheimer, en las personas con un consumo moderado de vino en comparación con bebedores de cerveza u otras bebidas alcohólicas. Estos encontraron que el grupo que bebía vino diariamente, o al menos frecuentemente, presentaba un 50% menos de riesgo de desarrollar demencia (Ortuño, 2009).

Al vino se le atribuye también un efecto positivo sobre la digestión, se afirma que el consumo de esta bebida en las comidas ayuda al proceso digestivo por ser capaz de destruir bacterias presentes en el estómago. Estudios realizados sobre el tema demuestran los efectos antimicrobianos del vino, principalmente por la presencia de sustancias como el salicilato de bismuto. Se sostiene que los consumidores del vino de manera moderada pueden manifestar una disminución del riesgo de infección por *Helicobacter pylori*, agente microbiano que interviene activamente en la génesis de la gastritis, de la úlcera péptica y del cáncer gástrico (Ortuño, 2009) y (Sánchez et al., 2013).

Por su valor nutricional, el vino es considerado un alimento completo debido a que aporta al organismo elementos perfectamente asimilables e indispensables para el proceso metabólico. Se destacan en su composición las vitaminas A y C, además de otras del complejo B (biotina, colina, inositol, ciancobalamina, ácido fólico, ácido nicotínico, pridoxina y tiamina). También se reconoce la presencia de pequeñas cantidades de hierro, con los correspondientes beneficios para prevenir la anemia (Toribio & Maynar, s. f.).

Al vino se le atribuyen también usos como cosmético, llamado vinoterapia, asociados principalmente a beneficios que aportan los componentes de la uva sobre piel. En los tiempos del rey Luis XIV (el creador del palacio de Versalles) las mujeres lo usaban en mascarillas para tener la piel más bonita, sin embargo, el término vinoterapia y su práctica, nació a finales del siglo XX en la región de Graves, cerca de Burdeos (Francia), lugar donde se encuentran algunas de las bodegas y viñedos más antiguos de Europa. Este tratamiento se ha expandido por el mundo, teniendo posibilidad de realizarse baños de vino no solo en Francia, sino también en otros países como España, Italia, Argentina o Brasil. En la actualidad hay muchos hoteles alrededor del mundo que ofrecen estos tratamientos y muchas líneas de belleza inspiradas en ellos (Jiménez, 2014).

Para el proceso de formación del sommelier es determinante la valoración y uso de los criterios abordados sobre la influencia positiva del vino en la salud humana, sobre la base de la utilidad que representan en la formulación de argumentos de venta de la bebida para ser utilizados por el sommelier en su desempeño. En tal sentido se deben tomar en cuenta además las características que marcan ese proceso de venta, que transcurre en un breve tiempo, donde las necesidades del cliente son la prioridad y la cantidad de argumentos para utilizar es mínima, solo aquellos que puedan ser determinantes para definir la venta. En dependencia del contexto, para definir un argumento, el sommelier puede apoyarse en la relación favorable que se establece entre el vino y la salud a través de los elementos que se sintetizan de la forma siguiente:

- Contenido de alcohol, polifenólicos, taninos y antocianos, con potencialidades para influir en diversas enfermedades.
- Valor nutricional dado el contenido de vitaminas y otros productos alimenticios.
- Influencia demostrada en la disminución de padecimientos relacionados con la hipertensión, el Alzheimer y la demencia senil, además de beneficios sobre la piel.
- Contribución a la mejora de los estados de ánimos.

CONCLUSIONES

El vino resulta una bebida compleja, principalmente por la conjugación de una amplia diversidad de tipos y las variadas características de estos; sus distintos perfiles son influenciados por las zonas productoras, las formas de elaboración, el tiempo de crianza y otros elementos; estas complejidades potencian la capacidad de esta bebida para acompañar cualquier menú, pero exige de un personal altamente capacitado para su comercialización y servicio.

El sommelier, en el ámbito gastronómico, es una figura reconocida principalmente por su responsabilidad en la venta y el servicio de vinos, a la vez se distingue por sus competencias profesionales, aspectos a tomar en cuenta en el proceso de formación de este profesional, en función del futuro desempeño exitoso, influyendo marcadamente en la satisfacción de los clientes y los beneficios económicos del restaurante que representa.

El proceso de venta del vino, por el sommelier, requiere de la presentación al consumidor de un conjunto de argumentos que resulten de su interés para elegir la bebida; estos generalmente realzan elementos relacionados con la uva, la zona productora, la edad y otros, en dependencia de los intereses del comprador y la existencia del restaurante.

Los referentes teóricos abordados evidencian la influencia positiva que tiene el consumo de vino sobre la salud humana, contribuyendo esta condición a la conformación de posibles argumentos a utilizar por el sommelier en el proceso de venta del vino ante determinados clientes interesados en el tema.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baquero Súa, C. E. (2014). Estudio comparativo de tratamientos anti-edad, utilizando Vinoterapia vs. Fangoterapia con arcilla roja, en el personal masculino entre 25-50 años, que trabajan en NETLIFE” [Trabajo de titulación para la obtención del título de Licenciada en Cosmiatría, Terapias Holísticas e Imagen Integral]. Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Estruch, R. (2014). El vino y el alcohol en la salud. *Mediterráneo Económico*, 27, 161-177.

Fariña Martín, P. C. (2015). *Vino y Salud* [Grado en Enfermería]. Universidad de la Laguna.

- Fernández Portela, J. (2019). Las etiquetas de las botellas de vino: Su valor como recurso comercial y como expresión del paisaje vitivinícola. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 81(2759), 1-33. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2759>
- Gil Saura, I., Berenguer Contrí, G., & Ruiz Molina, M. E. (2009). Instrumentos de promoción de los vinos en los restaurantes de alto nivel. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(2), 63-76. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120373010>
- Gutiérrez Maydata, A. (2002). Vino, polifenoles y protección a la salud. *Revista Cubana de Alimentación y Nutrición*, 16(2), 134-141.
- Herman Lara, H., Alanís Garza, E. J., Estrada Puente, M. F., Mureyko, L. L., Alarcón Torres, D. A., & Ixtepan Turrent, L. (2015). Nutrición que previene el estrés oxidativo causante del Alzheimer. *Prevención del Alzheimer. Gaceta Médica de México*, 151, 245-251. www.anmm.org.mx
- Jiménez Delgado, Y. N. (2014). Estudio y comprobación de la eficacia de la uva (*Vitis vinifera*) fermentada como vino natural aplicado con masaje Kóbido para la regeneración celular de arrugas en personas de entre 40 a 50 años de edad en la agencia ISSFA del Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas de la provincia de Santa Elena [Trabajo de titulación para la obtención del título de Licenciada en Cosmiatría, Terapias Holísticas e Imagen Integral]. Universidad Iberoamericana del Ecuador.
- Lejavitzer, A. (2011). Vino, vida, salud. *Estudios* 97, IX, 183-191.
- Llona Larrauri, J. (2015). Nutrición, gastronomía y salud. *Vino y salud*.
- López Hernández, L. M. (2011). Tecnología para gestionar la venta de vino en la micro y pequeña entidad de la restauración en el destino Trinidad de Cuba [Tesis de Maestría]. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.
- Martín Larrazabal, B. (2016). El Vino y la Salud. Efecto positivo de los polifenoles del vino. [Trabajo de fin de grado]. Universidad Complutense de Madrid.
- Moreno Ortigosa, A. (2000). Efectos saludables del consumo moderado de vino. *Zubía Monográfico*, 12, 59-102.
- Ortuño Pacheco, G. (2009). Salud y consumo moderado de vino. *Enfermería Global*, 15, 1-15.
- Puig Vayreda, E. (2015). *La cultura del vino* (Primera Edición). Editorial UOC. <http://www.editorialuoc.com>
- Ramírez Velázquez, E., Vizcaíno Escobar, A. E., & Ramis Palmer, C. (2019). Competencias socioemocionales en dependiente gastronómico del turismo. Su diferenciación en mujeres y hombres. *KATHARSIS*, 27, 86-101. <https://doi.org/10.25057/25005731.1149>
- Rodríguez-Alonso, Y. (2009). Procedimiento para la gestión de venta de vino en restaurantes que presten servicios al turismo [Tesis de Maestría]. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.
- Romero Cascales, I. (2008). Extracción de compuestos fenólicos de la uva al vino. Papel de los enzimas de maceración [Tesis Doctoral]. Universidad de Murcia.
- Ruiz Alomá, E. V. (2015). Procedimiento para la capacitación y desarrollo por competencias laborales de los maîtres de hotel del territorio turístico Trinidad-Sancti Spíritus [Tesis de Maestría]. Universidad Central «Marta Abreu» de las Villas.
- Sánchez, S. (2019). El saber histórico como recurso argumentativo en las etiquetas de vino. *RIVAR*, 6(16), 49-64. DOI 10.35588/rivar.v6i16.3834
- Sánchez Cuén, J. A., Irineo Cabrales, A. B., Bernal Magaña, G., & Peraza Garay, F. J. (2013). *Helicobacter pylori* infection and its association with alcohol consumption: A case-control study. *Revista de Gastroenterología de México*, 78(3), 144-150. <http://www.revistagastroenterologiamexico.org/es-helicobacter-pylori-infection-its-association-articulo-X2255534X13593387>
- Sotés-Ruiz, V. (2011). Avance de Viticultura. *Jaboticabal, Especial*, E., 131-143. <https://doi.org/10.23914/book.001>
- Toribio-Delgado, A. F., & Maynar-Mariño, J. I. (s. f.). *Vino y salud*. Departamento de Química Analítica (Fac. de Ciencias-Univ. Extremadura)