



pentasensorial

### ¿qué es evaluación sensorial?

la evaluación sensorial es una ciencia que a través de su metodología nos permite describir y cuantificar, por medio de nuestros sentidos, la intensidad de los atributos en los productos que nos rodean (alimentos, bebidas, cosméticos, fragancias,...).

esta disciplina se aplica con dos enfoques: dar "voz al consumidor", y dar "voz al producto".

la voz del consumidor refleja preferencias, gustos, hábitos y opiniones del consumidor, acerca de un producto conocido o por desarrollar.

tradicionalmente, este enfoque se conoce como investigación de mercado o sondeos de opinión.

por otra parte, la voz del producto, es el resultado de la percepción humana, objetiva, no afectiva, que permite conocer las características sensoriales intrínsecas y las diferencias perceptibles de uno o más productos.

en la evaluación sensorial se utilizan diversas metodologías para analizar la relación entre las características del producto y las preferencias del consumidor, midiendo cuantitativa y cualitativamente las presencias/ausencias de algún ingrediente, diferencias/semajanzas, integrándolas como las razones analíticas de la preferencia.

el instrumento que opera esta metodología sensorial es un grupo de personas que han demostrado una sensibilidad sensorial específica y han sido entrenadas para reproducir cuantitativamente lo que están percibiendo por medio de sus sentidos; éstos son conocidos como *jueces analíticos sensoriales*.

en pentasensorial, nuestra experiencia se centra en las bondades de la disciplina sensorial como una herramienta científica para resolver las necesidades de nuestros clientes en torno a la experiencia sensorial de sus productos en las etapas de desarrollo, producción, optimización, diseño y comunicación, para las categorías de alimentos y bebidas, cuidado personal y del hogar.



pentasensorial

**estos son algunos ejemplos del tipo de información que puede proporcionar la evaluación sensorial:**

- qué lugar ocupa tu marca en la mente del consumidor
- cómo califica el consumidor las diferentes características (intrínsecas y extrínsecas) de tus productos
- qué tanto favorece la imagen de marca de tu empresa en la apreciación de producto
- si existen áreas de oportunidad para una reformulación
- si son otras marcas una amenaza para la tuya
- por qué un tipo de consumidor prefiere un producto sobre otro
- cuáles son los atributos que discriminan las preferencias entre productos del mismo tipo y diferente marca
- si tu proveedor puede realmente sustituir el ingrediente sin afectar las características sensoriales del producto o la preferencia
- qué materias primas ayudan a reducir el costo del producto manteniendo sus características de sabor y hedónicas



pentasensorial

## metodología para la investigación analítico-sensorial

### pruebas discriminativas de diferencia

metodologías cuyo objetivo es determinar si existe diferencia sensorialmente perceptible entre dos o más muestras

- triangular
- dúo-trío
- 3-AFC / 2-AFC
- tetrad
- comparación por pares
- A no A
- 2 de 5
- R-index

### perfiles sensoriales descriptivos (la voz del producto)

la voz del producto es la descripción objetiva y sistematizada de un producto o de la categoría definiendo las propiedades sensoriales que lo caracterizan.

por tanto, representa la comprensión íntima de los estímulos provocados por el producto, deconstruyéndolos en familias de atributos visuales, aromáticos, texturales, de gustos básicos o sensaciones relacionables con alguna experiencia sensorial afectiva.

### métodos sensoriales dinámicos

- tiempo-intensidad
- DTS (dominancia temporal de la sensación)



pentasensorial

## investigación con consumidor pruebas cualitativas

focus groups / dinámicas sensoriales con consumidor: se explora la reacción del consumidor frente a diferentes estímulos sensoriales de producto, con y sin marca, para identificar su expresión espontánea y vocabulario, y su conexión con creencias y experiencias pasadas. Se proponen y evalúan caminos conceptuales, llamados protocept sensorial, en los que se vinculan atributos sensoriales de producto con el beneficio o promesa de marca, direccionando así el posicionamiento y el brief sensorial para la comunicación y el diseño del empaque.

## pruebas cuantitativas

### central location test (CLT)

selección de consumidores-objetivo para participar en entrevistas uno a uno, bajo condiciones controladas dentro de nuestro centro de evaluación.

### home use test (HUT)

facilitar al consumidor-objetivo el producto motivo de estudio, en su casa, para que a través de una experiencia diaria y por un periodo de tiempo específico, evalúe y califique diferentes aspectos sensoriales.

### monitoreo del consumidor

seguimiento del nivel de agrado y la preferencia del consumidor hacia los productos y los de los competidores en el transcurso del año, con el objetivo de verificar tu posicionamiento en el mercado.



pentasensorial

## control sensorial de la calidad

### selección de nuevos proveedores

elegir a proveedores de materias primas, es un punto crucial del negocio ya que de aquí se desprenden variables que afectan la calidad y el costo de tus productos.

### sustitución de proveedores, proceso y/o empaque

el cambio de proveedores de materia prima, tecnología, empaque y procesos, tiene implicaciones en la calidad, costo de formulación, desempeño de las cualidades sensoriales del producto, y la aceptación del consumidor, su recompra o permanencia de la marca en el mercado..

### vida sensorial útil o de anaquel

frente al impacto inevitable del tiempo sobre las propiedades sensoriales de un producto, es imperante conocer los límites de tolerancia sensorial para la aceptación, o rechazo del producto, por parte del consumidor.

### desarrollo de especificaciones sensoriales

el diseño y formulación de un producto, se concluye con los lineamientos sensoriales por preceptico que lo tipifican, mismos que deberán monitorearse para garantizar siempre, las mismas características sensoriales de tu producto. dichas tolerancias nos facilitan la creación del gold standard de nuestro producto.

### monitoreo de calidad de ingredientes, producto, empaque y/o proceso

controlar la calidad de los ingredientes, la formulación del producto, su empaque y el proceso, a través de mediciones sensoriales, garantizarán dar lo mejor de tu empresa a los consumidores.