

INSCRIPCIONES

PRECIO:

Inscripción a **una** 'Sensory Cap': 90€ + IVA
Inscripción a **dos o más** 'Sensory Caps': 65€/curso + IVA

Para 3 o más personas se aplicará un 20% de descuento sobre el precio del asistente (IVA no incluido).

PAGO:

Por ingreso o transferencia bancaria al número de cuenta:

SILLIKER IBÉRICA S.A.U. (CIF: A08349409)
Banco Santander: ES81 0049 1910 2326 1040 4317

Los clientes habituales de SILLIKER Ibérica pueden, alternativamente, utilizar la forma de pago habitual.

INSCRIPCIÓN

En nuestra página web www.merieuxnutrisciences.es puede realizar la inscripción al curso vía **online**. Deberá enviarnos el resguardo del ingreso/transferencia bancaria por e-mail a info.es@mxns.com.

SILLIKER Ibérica se reserva el derecho de cancelar el curso.

Se entregará certificado de asistencia bajo solicitud.



SILLIKER Ibérica S.A.U.

Sede y Laboratorio Central

Longitudinal 8, nº 26. Mercabarna
08040 Barcelona (Barcelona)
Tel. 93 263 24 54
Fax. 932 632 646 - 933 350 748
silliker.es@mxns.com

Laboratorio microbiología y recepción de muestras

Transversal 6, nº 19. Mercabarna
08040 Barcelona (Barcelona)
Tel. 93 263 24 54
Fax. 935 561 233

Centro de análisis sensorial Barcelona

Dos de mayo 273-275
08025 Barcelona (Barcelona)
Tel. 93 263 24 54
Fax. 934 350 951

Sede y Centro de análisis sensorial Madrid

Fuenterrabía 7
28014 Madrid
Tel. 93 263 24 54



www.merieuxnutrisciences.es

CURSO



'SENSORY CAPS': CÁPSULA 1 Cómo diseñar una prueba de consumidores para mejorar mi producto

CURSO ON-LINE
19 de octubre de 2018
De 12:00h a 13:30h

Curso relacionado
'SENSORY CAPS': CÁPSULA 2
Interpretación estadística para no estadísticos



CALIDAD
Y SEGURIDAD
ALIMENTARIA

SENSORIAL

'SENSORY CAPS': CÁPSULA 1. CÓMO DISEÑAR UNA PRUEBA DE CONSUMIDORES PARA MEJORAR MI PRODUCTO

INTRODUCCIÓN

A menudo nos encontramos con la necesidad de ir un paso más allá en el control diario de nuestro producto. Si queremos ser líderes y que nuestro producto tenga la calidad deseada, primero **tenemos que conocer el mercado**.

Para ello, realizamos **estudios con consumidores** de diferente naturaleza (aceptabilidad, preferencia, home test...). Conocer los diferentes tipos de estudios de consumidores que existen y los distintos diseños de cada uno de ellos nos permitirá obtener un mejor rendimiento a la hora de realizarlos.

Además, realizar las preguntas y emplear las escalas de forma correcta, nos permite obtener la información sobre cómo perciben nuestro producto y qué aspectos destacan de él tanto de forma positiva como negativa.

OBJETIVOS

En esta formación online veremos cómo hemos de escoger los productos a evaluar, qué preguntas hemos de realizar y en definitiva, cómo hemos de diseñar el estudio de consumidores que pueda darme la información que necesito.



CONTENIDO

- 1. Etapa decisiva: definición de los objetivos del estudio**
 - Saber cómo es mi producto respecto a la competencia
 - Cómo puedo mejorar mi fórmula
 - Homologar un nuevo ingrediente
 - Optimizar un nuevo producto para su lanzamiento al mercado
- 2. Muestras a estudiar**
- 3. Muestra de consumidores**
 - Definición del target de consumidores
 - Segmentación de consumidores - cuotas
- 4. Cuestionarios: tipos de preguntas y escalas**

PROFESORADO

Belén Cabanes
Técnico Responsable del Dpto. de Análisis Sensorial de
SILLIKER - Mérieux NutriSciences



DIRIGIDO A

Directores, responsables y técnicos de industrias alimentarias, departamentos de I+D, control de calidad, comercial, marketing, que necesitan tener información directa de los consumidores para la toma de decisiones.

CELEBRACIÓN

19 de octubre de 2018
de 12:00h a 13:30h (1,5h lectivas)

CONEXIÓN

- 1. Requisitos:** ordenador con conexión a Internet y tarjeta de sonido y altavoces o auriculares que superen este test: https://arcps.adobeconnect.com/common/help/en/support/meeting_test.htm
- La formación se realizará a través de la plataforma **Adobe Connect** a través de un enlace web que **recibirán por e-mail**. También recibirán un **usuario y contraseña una vez formalizada la inscripción**.
- Recibirán la **documentación en formato PDF** previamente a la celebración de la sesión.
- Los micrófonos de los participantes estarán cerrados durante las sesiones para evitar ruidos de fondo molestos. Al final de cada sesión se abrirá, mediante chat, un turno de preguntas que serán respondidas al momento por el ponente o por e-mail antes de la siguiente sesión.