

## GESTIÓN DE ANÁLISIS SENSORIAL EN LABORATORIOS DE ENSAYO

Dra. Agustina Sánchez Díaz  
AENOR Laboratorio

Un sistema completo de calidad requiere, además de los ensayos físico-químicos y microbiológicos, absolutamente necesarios, el análisis sensorial que engloba y enlaza todos los eslabones de la cadena de calidad. El análisis sensorial es una herramienta fiable e independiente que, mediante métodos normalizados, mejora y optimiza productos, determina su perfil, evalúa las preferencias de los consumidores y prevé su intención de compra. Dichas normas garantizan la ejecución correcta del ensayo desde la selección de la prueba hasta la adecuada aplicación de los métodos estadísticos que dan validez y rango científico a los datos obtenidos de cualquier tipo de análisis sensorial.

### **Quiénes son los clientes de un laboratorio de análisis sensorial**

Gran Distribución, Industria, Denominación de Origen (D.O.) o Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.), entre otros.

### **Método de análisis sensorial seleccionado ante una necesidad del cliente**

En función de las necesidades del cliente se elige la prueba sensorial y a su vez las características del panel.

<b>Afectivas</b> Consumidores	Preferencia
	Grado de satisfacción
	Aceptación
<b>Discriminativas</b> Consumidores Jueces semientrenados	Comparación por parejas
	Dúo-trío
	Triangular
	Ordenación
<b>Descriptivas</b> Jueces poco o nada entrenados	Método de perfil de libre elección
<b>Discriminativas</b> Jueces entrenados	Comparaciones múltiples
	A-No A
<b>Descriptivas</b> Jueces entrenados, expertos y especializados	Descriptivas simples
	Métodos de análisis descriptivo y perfil sensorial

## **Herramientas de trabajo**

A partir de la página WEB los futuros jueces contactan con el laboratorio.

Programa informático para la gestión del Análisis sensorial para gestionar: jueces con su ficha particular incluidos hábitos de consumo y disponibilidad, cliente, producto a evaluar, preparación de las muestras, las distintas referencias y sus codificaciones, el panel sensorial; sesiones, etc.

El responsable de análisis sensorial procede a seleccionar los jueces que van a formar parte del panel sensorial en el programa informático en función de los siguientes criterios: tipo de juez; frecuencia de consumo; disponibilidad; cuota de sexo (50 % hombres/mujeres) con excepciones para productos que van dirigidos solo a un sexo; edad (rangos proporcionales entre 18-35, 36-50 y más 50 años, a excepción de que el cliente indique que solicita el panel para un rango concreto de consumidores por ejemplo niños, personas mayores, etc.); situación laboral (porcentaje equitativo entre personal activo, personal en paro, estudiantes, jubilados, etc.) con el fin de huir del oportunismo o de determinados grupos poblacionales; no haya participado en más de dos estudios al mes; evaluación del comportamiento del consumidor en estudios anteriores en el que se comprueban si proporcionan resultados apropiados; etc.

### Lugar donde se realiza la prueba sensorial e informatización del análisis

Los análisis sensoriales se realizan en la sala de cata informatizada con tablets ofreciendo múltiples ventajas como por ejemplo: el consumidor está obligado a rellenar todos los campos; la obtención de los datos es automática no hay que sacar los datos de una forma manual (ahorro de tiempo y evita errores en la transcripción de los datos así como legibilidad de los comentarios); después de cada sesión se puede ver un avance de los resultados (cuando el cliente está presente valora mucho dicha información); tras finalizar la cata, se dispone de gráficos y de los resultados que pueden ser comunicados al cliente de forma inmediata; sostenibilidad (ahorro de papel).

Los análisis que lo requieren se realizan en el domicilio del consumidor (Home Test), como por ejemplo productos DPH (droguería, perfumería e higiene) o alimentos que deben ser evaluados en el hogar del consumidor de la misma forma que se usan habitualmente.