



Innovando en cosmética: el poder del consumidor (módulo online)

Fecha de inicio: **6 mayo 2026**

Fecha de fin: **17 junio 2026**

Duración: **40 horas**

Horarios: **Flexibles**

Ubicación: **Moodle**

Modalidad: **Online**

Precio: **651€**

Descuentos:

Asociados
Ainia
-30%
(455,70€)

Estudiantes o
desempleados
-20%
(520,80€)

Inscripción
múltiple
-10%
(-65,10€/INS)

Introducción

El primer módulo del curso se realizará bajo modalidad online, y a lo largo de 4 semanas se analizará el papel que juegan los sentidos en la evaluación sensorial de los productos cosméticos, los diferentes métodos sensoriales y de investigación del consumidor, el análisis de la información y los datos que se obtienen y su interpretación, así como diferentes ejemplos de aplicación en contextos de I+D y Marketing de productos cosméticos. El módulo incluye tanto contenidos teóricos como prácticos, útiles para el día a día de un profesional del sector cosmético.

Objetivos

El programa de formación de este curso tiene como objetivo dotar a las empresas del sector cosmético de herramientas estratégicas para abordar la innovación y el desarrollo de productos, facilitando la toma de decisiones con un mayor rigor científico y cubriendo las necesidades del consumidor.

El foco se pone en las técnicas y metodologías de análisis sensorial y de investigación del consumidor y su aplicación de manera práctica en un contexto industrial.

Dirigido a

Profesionales del sector cosmético y afines (departamentos de producción, calidad, I+D, marketing)
Personal técnico de organismos públicos
Técnicos pertenecientes a asociaciones de consumidores
Estudiantes y postgraduados universitarios

Metodología

Esta es la primera parte del curso, la cual se realiza en modalidad online, e incluye contenidos dinámicos y útiles para el día a día de un profesional del sector cosmético (se proporcionan materiales para que el alumno pueda entrenar con fragancias y texturas).

La metodología de trabajo de formación on-line se basa en la participación, la cooperación y el aprendizaje guiado, a través de la plataforma de teleformación. El alumno dispone de un seguimiento y acompañamiento a lo largo del curso, así como atención a través de foro en la plataforma y e-mail con un plazo de respuesta máximo de 72 horas.

Para considerar finalizado el curso con éxito es necesario haber realizado el 75% del total del curso.

Programa

Los contenidos incluirán los fundamentos de la percepción sensorial, y los factores que afectan a la medida sensorial, las metodologías y sus aplicaciones en desarrollo de producto y marketing, así como la planificación y el diseño de estudios sensoriales, el análisis y la interpretación de resultados.

Los módulos a trabajar serán:

- 1) Introducción al análisis sensorial
- 2) El papel de los sentidos en la evaluación sensorial de productos cosméticos
- 3) Recursos necesarios para la adecuada aplicación del análisis sensorial
- 4) Factores que afectan a las medidas sensoriales
- 5) Formación de un panel entrenado para proporcionar directrices en la formulación del producto, la valoración frente a productos competidores, la sustitución de ingredientes, etc.
- 6) Métodos sensoriales descriptivos con panel entrenado y métodos hedónicos con consumidores. Diseño y análisis de datos.
- 7) Aplicaciones en cosmética y perfumería. Aceptación sensorial, test de uso, eficacia percibida, test de packaging y validación de claims.
- 8) Neurociencia aplicada al análisis sensorial de productos cosméticos: las emociones, otra perspectiva para el desarrollo del producto y la comunicación.

En todo momento, los participantes están acompañados por docentes y tutoras expertas en este ámbito.