

WEBINAR El Rol Estratégico del Análisis Sensorial y del Consumidor en la Industria Cosmética

Fecha de inicio: **28 noviembre 2025**
Fecha de fin: **28 noviembre 2025**
Duración: **1 horas**
Horarios: **11:00-12:00**
Ubicación: **GotoWebinar**
Modalidad: **Online**

Precio: **0€**

Introducción

En el sector cosmético, donde la **percepción del consumidor** es clave para el éxito de un producto, la investigación sensorial y del consumidor se posiciona como una disciplina estratégica. Esta permite guiar procesos de innovación, validar cambios en formulaciones o procesos de fabricación, y fortalecer la colaboración entre áreas como I+D, marketing, calidad y producción.

Aplicar **metodologías sensoriales** en etapas clave como la selección de prototipos, ajustes y diseño del envase, cambios en ingredientes o control de calidad de lotes, aporta información valiosa que puede marcar la diferencia en el mercado. Las ciencias sensoriales ofrecen herramientas para integrar la voz del consumidor de forma rigurosa y estratégica durante todo el desarrollo: textura, fragancia, color y características de percepción durante la aplicación del producto pueden ser evaluadas y optimizadas. En definitiva, las herramientas de análisis sensorial permiten mejorar el éxito de nuevos lanzamientos, asegurar y optimizar la coherencia multisensorial del producto.

Actualmente, la **medida de las emociones** es considerada como otro indicador clave de desempeño de producto para industria cosmética. Además de su evaluación con técnicas tradicionales, el avance de la neurociencia, a través de tecnologías como el Análisis Automático de la Expresión Facial (FC), la Respuesta Galvánica de la Piel (GSR), el Seguimiento Ocular (ET) o la Electroencefalografía (EEG) es posible capturar respuestas emocionales espontáneas sin el sesgo de la conciencia.

En este webinar se compartirán casos prácticos de aplicación en el sector cosmético en los que el **análisis sensorial tradicional**, junto con

las **técnicas de neurociencia**, ha sido clave para la toma de decisiones: una oportunidad para descubrir cómo estas herramientas pueden convertirse en aliados clave en la diferenciación y éxito de tus productos.

Objetivos

- Destacar el valor estratégico de las herramientas de análisis sensorial aplicadas al sector cosmético
- Presentar casos prácticos donde el análisis sensorial ha sido clave en decisiones relacionadas con desarrollo de producto, control de calidad y marketing
- Introducir las herramientas de neurociencia como complemento innovador a las metodologías sensoriales convencionales, mostrando casos piloto de su aplicación
- Mostrar la experiencia y capacidades de AINIA Consumer como aliado en estudios sensoriales y de consumidor

Dirigido a

Dirigido a técnicos y responsables de desarrollo de producto, innovación, control de calidad y marketing de la industria cosmética farmacéutica y sectores afines.

Webinar solo para profesionales. Plazas limitadas.

Metodología

Evento online gratuito, que tendrá lugar el viernes 28 de noviembre a las **11:00** CET y finalizará sobre las 12:00, tras las preguntas de los asistentes.

Fin de inscripciones el 27 de octubre a las 10:00. Tras inscribirte, recibirás un primer e-mail de recepción de inscripción, y otro posteriormente desde la plataforma GoToWebinar con el enlace para conectarte. Si el día de antes no lo hubieras recibido, por favor ponte en contacto con nosotros.

Programa

11:00 – 11:05 Introducción

11:05 – 11:20 «Cómo validar una reformulación de producto desde el enfoque del consumidor», Candela Ruso

11:20 – 11:35 «Claims sensoriales y eficacia percibida: del laboratorio al consumidor», Cristina Codes

11:35 – 11:50 «Impacto emocional de una fragancia. Neurociencia frente auto-reporte del consumidor», María Lorente

11:50 – 12:00 Preguntas de los asistentes y cierre

Financiado por la Unión Europea