



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

Fecha de inicio: **1 julio 2026**

Fecha de fin: **1 julio 2026**

Duración: **7 horas**

Horarios: **09:30 - 18:00**

Ubicación:

Modalidad: **Presencial**

Precio: **450€**

Descuentos:

Asociados
Ainia

-30%

(315,00€)

Estudiantes o
desempleados

-20%

(360,00€)

Inscripción
múltiple

-10%

(-45,00€/INS)

Introducción

El módulo 2 del curso será impartido de manera presencial, en las instalaciones de AINIA, con una duración de una jornada, durante la cual se pondrán en práctica los conocimientos adquiridos en la primera parte del curso, tanto a nivel metodológico como de adquisición de **habilidades sensoriales en la evaluación de cosméticos**. Esta parte incluirá, además, casos prácticos de aplicación y una introducción a las herramientas de la **neurociencia aplicadas a la cosmética** para la medición de la percepción inconsciente del consumidor, las emociones.

El módulo 2 puede ser desarrollado de manera independiente sin haber realizado el módulo 1, aunque es recomendable, si no se dispone de conocimientos previos en la materia a tratar en el curso, realizar primero el módulo 1 del curso.

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. Por ello, el módulo 2, eminentemente práctico, será llevado a cabo en las instalaciones de AINIA dedicadas a la investigación sensorial y del consumidor (sala de evaluación de productos cosméticos y laboratorio de neurociencia).

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

La metodología de trabajo en la formación presencial se centra en la participación activa, la colaboración y el aprendizaje guiado en tiempo real. Los alumnos cuentan con un acompañamiento constante del instructor, quien responde a sus dudas y les ofrece retroalimentación inmediata. Además, se fomenta la interacción grupal para enriquecer la experiencia educativa a través del intercambio de conocimientos y prácticas.

- 1) Evaluación sensorial de cosméticos: fases y estandarización de protocolos
- 2) Puesta en práctica de las metodologías sensoriales discriminativas y descriptivas: aspecto, atributos táctiles y fragancias.
- 3) Casos prácticos de aplicación: test de uso y eficacia percibida, identificación y medida de los efectos de la reformulación/proceso sobre características clave del producto para su validación, validación claims packaging, benchmarking competitivo, ...
- 4) Neurociencia aplicada a la cosmética: Análisis de emociones. Casos prácticos con Eye Tracking, Facial Expresión Analysis y Electroencefalografía.

Consulta el programa del Módulo 1 (online) e inscríbete

Para considerar finalizado el curso con éxito y que el alumno reciba el certificado de asistencia, será precisa una asistencia mínima al 75% de su duración.

Programa

- 1) Evaluación sensorial de cosméticos: fases y estandarización de protocolos
- 2) Puesta en práctica de las metodologías sensoriales discriminativas y descriptivas: aspecto, atributos táctiles y fragancias.
- 3) Casos prácticos de aplicación: test de uso y eficacia percibida, identificación y medida de los efectos de la reformulación/proceso sobre características clave del producto para su validación, validación claims packaging, benchmarking competitivo, ...
- 4) Neurociencia aplicada a la cosmética: Análisis de emociones. Casos prácticos con Eye Tracking, Facial Expresión Analysis y

Electroencefalografía.