

# ALCANCES ESTUDIO SENSORIAL PRODUCTOS MARCA LIDER



# INTRODUCCIÓN

Desde septiembre 2015 hasta Agosto 2017 han sido 751 los productos marca Lider, provenientes de góndola (productos terminados) o de nuevos desarrollos, que han sido testeados por el equipo de Evaluación Sensorial y Consumidores del Centro de Aromas y Sabores de **Dictuc**.

Semanalmente, el Centro de Aromas y Sabores de

**Dictuc** es el encargado de adquirir muestras desde góndola, en el caso de productos que ya están en el mercado, o de retirarlas desde las dependencias del cliente, en el caso de tratarse de nuevos desarrollos, para estudio de consumidores.

Los productos son tratados de acuerdo al Protocolo de trabajo “Metodología Estudio de

Consumidores”, que se presenta en este documento.

El objetivo general de cada estudio es “Determinar, mediante evaluación con consumidores, la similitud o equivalencia a nivel global, atributos específicos y aceptabilidad general, entre la muestra y su patrón” (benchmark).

# METODOLOGÍA DE TRABAJO

## ESTUDIO DE CONSUMIDORES

### 1. EQUIPO DE TRABAJO

- **Jefe estudios sensoriales, de consumidores y diseño de producto:** Es responsable que la ejecución del estudio se realice de acuerdo a lo estipulado en la metodología, revisar, aprobar y firmar planilla de resultados e informe final.
- **Ingeniero de proyectos:** es el responsable que el análisis se lleve a cabo de acuerdo a lo estipulado en este documento; asegurar el uso de los implementos de seguridad proporcionados por el laboratorio, y de analizar los resultados y generar el informe.
- **Laboratorista:** es responsable de la preparación de las muestras o insumos necesarios para la realización de test, bajo la supervisión del jefe de laboratorio de evaluación sensorial.
- **Ayudante Laboratorista:** es el responsable de la compra de las muestras en supermercados y/o de su adquisición desde las dependencias de cliente, y de la compra de los materiales necesarios para la evaluación de las muestras.

## 2. MATERIALES Y EQUIPOS PARA LA CONSERVACIÓN Y SERVICIO DE MUESTRAS

Dependiendo de la matriz a evaluar será el material utilizado en el análisis

- Vasos, pocillos, platos de poliestireno, plástico o vidrio
- Cubiertos de metal
- Balanza
- Refrigerador
- Termómetros
- Equipos línea blanca (amasadora, batidora, etc.)

### NOTA 1:

Cuando se utilice material de plástico, comprobar que este no produzca sensaciones olfato-gustativas.

El material de vidrio (copas, vasos) deberá ser lavado con detergente inodoro, enjuagar con agua potable.

## 3. OBTENCIÓN Y RECEPCIÓN DE MUESTRAS

Dependiendo del origen, la obtención de muestras corresponde al proceso de búsqueda y adquisición en cantidades necesarias para la realización del estudio. Las muestras serán adquiridas desde supermercados (góndola) o de las dependencias del cliente (desarrollos).

Una vez adquiridas las muestras, el ingeniero de proyecto verifica que la cantidad y el tipo de muestra corresponden a los solicitados por el cliente vía e-mail.

Además se realiza un registro fotográfico y se ingresan datos relevantes de aquellas (datos de muestras recibidas) en el Libro de Ingreso Muestras.



# 4. PROCEDIMIENTO DE ENSAYO

## 4.1. ESCALAS Y PREGUNTAS

- Escala comparativa global
- Atributos responsables de la diferencia
- Escala comparativa por atributo
- Escala hedónica

## 4.2. NÚMERO DE PANELISTAS

Se invitan a los consumidores inscritos en la base de datos mediante correo electrónico donde se les solicita contestar a una encuesta respecto a hábitos de consumo. Se seleccionan y citan electrónicamente, alrededor de 70 personas consumidores de los productos del estudio, de

determinado rango etario y nivel socioeconómico.

Se actualiza la base de datos de consumidores semanalmente, fundamental para la gestión de invitaciones y agenda. Este proceso se realiza mediante software Compusense Five.

## 4.3. PREPARACIÓN DE MUESTRAS

La preparación y servicio dependerá del tipo de muestra. Algunas muestras deben prepararse con antelación al inicio del estudio, las demás son preparadas durante el proceso de obtención de datos. En general se prepararan de acuerdo a lo indicado en el envase; de no existir esta información se procederá a preparar y servir según la

forma que el producto se consume habitualmente.

Las muestras serán codificadas evitando entregar al evaluador información adicional sobre el origen de estas. La codificación se hará utilizando códigos aleatorios de 2 o 3 dígitos. Como agentes enjuagantes se utilizarán agua potable y/o galletas de agua.

#### 4.4. PRESENTACIÓN DE LA(S) MUESTRA(S)

La presentación de la(s) muestra(s) será de manera semi-monádica y acompañada de una muestra control. Es de suma importancia, en lo posible, entregar muestras uniformes: igual cantidad, ta-

maño, temperatura, etc. La cantidad de muestra y el número de estas dependerá directamente de su naturaleza y de las recomendaciones del cliente.

#### 4.5. PREPARACIÓN DE LAS PLANILLAS

Se utilizarán planillas digitales mediante el software Compusense at-hand o en caso de no contar con disponibilidad del software, se utilizarán planillas pre-impresas o planillas digitalizadas en el computador, que contendrán las instrucciones sobre la escala a utilizar.

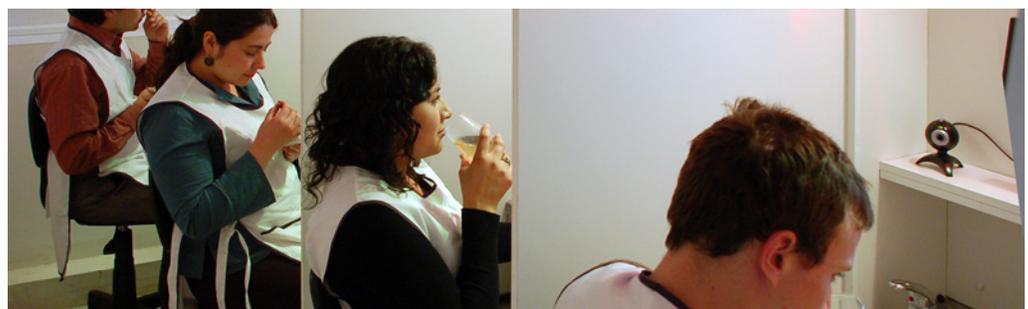
Los resultados por consumi-

dor son guardados en el software Compusense at-hand, que permite la toma de datos y recolección de datos automáticos. En el caso de planillas impresas, los resultados por panelistas, serán registradas en la “Planilla de respuesta Estudio de consumidores FD-E.61-AAA”.

#### 4.6. EVALUACIÓN DE MUESTRAS

Se realiza en un cubículo individual donde cada consumidor evalúa las muestras según las instrucciones y responde a las preguntas mediante el

software Compusense at-hand. Finalizado esto, se entrega un incentivo por su participación.



# 5 ● RESULTADOS

## 5.1. ANÁLISIS

Para cada atributo, se extraen los resultados y evalúa su significancia, usando métodos estadísticos apropiados. Típicamente los análisis usados son Análisis de Varianza (ANOVA) y test de t-Student. Además, métodos multivariados pueden ser usados para explorar la interacción entre

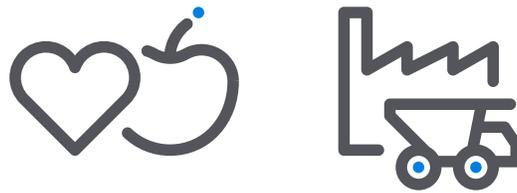
atributos.

Los resultados se presentan en gráficos tipo radial, histograma u otros según corresponda y se evidencia en el formulario “Planilla Registro resultados análisis descriptivo”, FQ-E.36-AAA.

## 5.2. REPORTE

Se informa de los principales resultados, reportándose en los informes:

- Identificación de la(s) muestra(s).
- Numero de informe de ensayo y correlativo interno.
- Objetivo del estudio.
- Fecha de inicio y termino del análisis.
- Metodología.
- Escala usada.
- Tipo de panel y número de panelistas.
- Resultados, con tratamiento estadístico.
- Conclusiones



Empresa



Certificada