

Beauty
Business
School

10 Y 11 MAR
31 MAR Y 1 ABR
20 HORAS

Tests sensoriales para cosméticos

CÓMO MEJORAR EL RENDIMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD DEL PRODUCTO MEDIANTE LA CIENCIA SENSORIAL Y DE CONSUMIDOR Y LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN MÁS AVANZADAS.



Descuento aplicable exclusivamente a empresas socias del Beauty Cluster. Plazas limitadas. Reserva de plaza por orden estricto de inscripción y abono del coste del curso.



Información general



**POR QUÉ
DEBERÍAS
INSCRIBIRTE**

**A QUIÉN VA
DIRIGIDO**

OBJETIVOS

**4 SESIONES
PRESENCIALES**

PRECIO

Aprende acerca de la ciencia sensorial y del consumidor a partir del conocimiento de buenas prácticas sensoriales, metodologías para Test de Consumidores para la evaluación sensorial (de producto, packaging, la marca, así como validación de claims) y Test de panel entrenados. Todo ello con un enfoque práctico mediante ejercicios prácticos en sala de CATAS.

Departamentos de I+D, control de calidad, desarrollo de productos cosméticos y marketing.

- Incorporar buenas prácticas sensoriales en sus procesos diarios: desde las más básicas a las de vanguardia
- Conocer, saber distinguir y aplicar adecuadamente los diferentes tipos de testes sensoriales y las metodologías en situaciones reales
- Analizar el nivel de fortaleza de la firma sensorial de su(s) producto(s)
- Medir el rendimiento de su producto a lo largo del tiempo.

Viernes 10 MAR - 15:00 - 20:00

Sábado 11 MAR - 9:00 - 14:00

Viernes 30 MAR - 15:00 - 20:00

Sábado 1 ABR - 9:00 - 14:00

Lugar: SAM Sensory and Consumer Research Spain,
C/ d´Ausias March 148-150, Barcelona

Socios Beauty Cluster - 395€ + IVA

General - 675€ + IVA

PATRICIA SILVA

Managing Director en SAM Sensory and Consumer Research Spain

Patricia Silva es doctora en Ciencias Sensoriales y Comportamiento del Consumidor por la Universidad de Wageningen en los Países Bajos. Desde 2012, ha estado trabajando en la ciencia sensorial y del consumidor, experimentando tanto la investigación académica como la industrial. Experta en la medición de las emociones como herramienta para entender las elecciones de productos y los hábitos de consumo de los consumidores.

<https://www.linkedin.com/in/patricia-silva-217a4426/>

patricia.silva@samresearch.com

