

## EL ANÁLISIS SENSORIAL EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO

La **evaluación sensorial** de los productos alimentarios se está convirtiendo en uno de los aspectos más relevantes del análisis de los alimentos en la industria agroalimentaria y en los estudios de aceptación por parte del consumidor.

El aspecto, el color, el aroma, la textura y el sabor, suelen ser atributos determinantes a la hora de seleccionar y elegir los alimentos en el momento de la compra.

Para llegar a comprender el proceso que lleva al consumidor a aceptar o a rechazar un determinado alimento es necesario traducir sus deseos y preferencias en propiedades tangibles.

La evaluación sensorial ha demostrado su utilidad en aplicaciones diversas y de todos conocidas:

- Para el desarrollo de nuevos productos y la adaptación de nuevos alimentos al consumidor
- Para el control de la producción (control de calidad)
- Para la evaluación y selección de proveedores y el aprovisionamiento de materias primas (ingredientes y aditivos)
- Para el estudio de la influencia del almacenamiento, el tipo de envase, condiciones ambientales, etc.
- Para la optimización de procesos (tratamientos térmicos)
- Para el estudio de mercado (competidores, marcas blancas, etc.)



El nuevo enfoque del **Análisis sensorial** se basa en aportar a los profesionales del sector información eficaz que complemente la que facilitan los métodos analíticos tradicionales (cualitativos o cuantitativos).

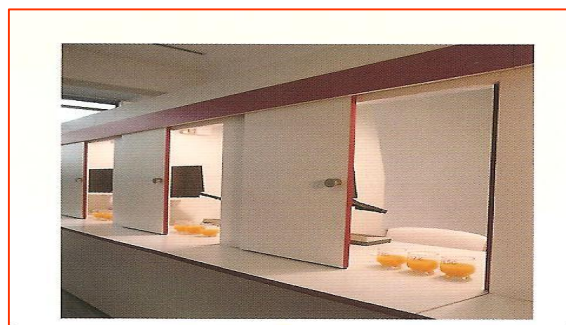
## Los paneles de cata

En esta nueva misión del **análisis sensorial**, la información que puedan aportar los propios consumidores asume un carácter relevante.

La metodología sensorial ha evolucionado de manera destacada durante los últimos años; la existencia de una amplia gama de técnicas normalizadas (norma UNE) y específicas (sectoriales) facilita el análisis de los datos y la toma de decisiones.

De forma paralela, se han ido desarrollando las técnicas de entrenamiento y adiestramiento de catadores, que permiten formar paneles a la medida de necesidades concretas, tales como:

- Paneles de **consumidores** para realizar test en laboratorio, en comercios, grandes superficies, en domicilio, etc
- Paneles de **expertos**, seleccionados y entrenados en análisis organoléptico
- Paneles de **jueces cualificados** para la realización de estudios discriminativos o descriptivos.



La aplicación de las pruebas sensoriales con **paneles de catadores** es cada día más frecuente: desde los test de aceptación o preferencia, hasta las pruebas más específicas, la información que aporta esta metodología y sus aplicaciones resultan sorprendentes.

Para alcanzar los objetivos esperados, debemos utilizar una sistemática adaptada a cada caso y ser precisos -y rigurosos- en la aplicación de la misma. Pero no olvidemos que el éxito de las pruebas de evaluación sensorial está basado en la selección y entrenamiento de las personas que formarán el panel.

### **Los estudios de mercado**

¿Por qué un determinado producto es mejor aceptado que el nuestro? En ocasiones, la percepción de nuestros jueces expertos es que ambos productos son iguales, pero el mercado no opina lo mismo.

Comparar nuestros productos con los del mercado, conocer las coincidencias y desigualdades en aspectos organolépticos es más que nunca una necesidad comercial y la base del éxito de ventas.

Con la ayuda de un panel de catadores entrenado es posible establecer los valores de parámetros organolépticos y de composición que permitan definir las simetrías y asimetrías de nuestros productos. Si complementamos esta información con determinaciones físico-químicas y microbiológicas, conseguiremos establecer criterios objetivos de evaluación que nos permitirán sistematizar nuestros procesos o implementar mejoras.

Este tema será objeto de una próxima entrega.

**D. Luis San Juan**

**Gerente de QALIA Management Consulting ([Isj@qalia.net](mailto:Isj@qalia.net))**

**Colaborador del Master en Tecnología y Gestión de Calidad en Industrias Agroalimentarias**