

Test de degustación

¿Qué son los Tests de Degustación?

Los Tests de Degustación se dirigen a investigar cómo consumidores no expertos –“jueces no iniciados”– o consumidores expertos evalúan los atributos de un producto alimenticio.

Se realizan a partir del método experimental, a partir del cual distintos consumidores comparan diferentes productos o variantes de un producto en relación a atributos que hacen a su percepción.– aroma, color, sabor, textura, entre otros atributos.

La utilización del método experimental supone que el producto sea presentado en exactas condiciones a los consumidores: recipientes neutros, servidos en idénticas condiciones de temperatura, y bajo las mismas condiciones de infraestructura.

Las degustaciones pueden realizarse tomando en cuenta distintos segmentos de consumidores: actuales consumidores de la marca, consumidores de marcas de la competencia, y segmentos de clientes en función de expectativas y motivos de compra y consumo.

¿Qué utilidad tiene hacer un Test de degustación o uso?

Mediante el Test de Degustación la empresa podrá obtener información acerca de:

- La evaluación de los productos desde la experiencia del consumidor (existen problemas que sólo aparecen cuando los productos son testeados o degustados por los usuarios reales).
- Comparación de los atributos percibidos por los consumidores sin conocer la marca de los productos que están probando.
- Principales atributos percibidos de su producto y del producto de la competencia cuando se da a conocer la marca a los consumidores.
- Identificación de los atributos más importantes que son percibidos en los productos;
- Qué factores llevan a que una persona opte por nuestro producto y no por su competencia (marca reconocida, precio, atributos del sabor, etc.).
- El perfil de los consumidores del producto, cuáles son sus objetivos al momento de consumir los diferentes productos, y cuál es el contexto y la situación del consumo particular.

De esta manera, el test permite mejorar los productos. El resultado inmediato del test es un listado de recomendaciones generales y específicas para mejorar el producto. La realización de un test de degustación permitirá a la empresa reducir los costos de producción debido a que reducirá el número de cambios posteriores requeridos en el producto y evitará el sobrediseño. También permitirá una mejora en la ca-

lidad de los productos de la empresa debido a que el diseño centrado en el consumidor resulta en productos más competitivos.

¿Qué técnicas se utilizan?

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Sesiones de grupos para realizar Pruebas de degustación.

Mediante esta técnica, se puede comparar el producto de la empresa con productos que ya existen en el mercado. El participante comparará los productos y luego llenará un cuestionario con sus comentarios sobre los productos en relación a una serie de dimensiones predefinidas.

Los participantes podrán dar su opinión acerca de los productos testeados, acerca del sabor, del color, aroma, textura, diseño y facilidad para el consumo de los productos.

Mediante esta técnica se podrá establecer la evaluación sensitiva de los productos, el precio que los consumidores o usuarios estarían dispuestos a pagar por el producto, características y atributos importantes que no deben faltarle al producto. El número óptimo de participantes en la prueba debe ser al menos de 5 personas.

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Paneles de Degustación.

Se aplican Fichas de Relevamiento de información de consumidores participantes de los paneles de degustación. Los participantes de los paneles son reclutados en función de la representatividad de segmentos de interés para la investigación – consumidores de la marca, consumidores de otras marcas, nivel socioeconómico, perfil de expectativas y motivos de compra y consumo –.

Permite arribar a conclusiones con representatividad estadística para el mercado investigado.

Valoración de atributos individuales.

Preferencia	¿Qué muestra prefiere por su dulzor? ¿Qué muestra escoge por su acidez?
Aceptación	¿Cuándo le agrada la cantidad de sal de esta muestra?
Intensidad del atributo	¿Cuán intenso considera el amargo de este producto? ¿Qué tan dura le resulta la textura de esta carne?
Búsqueda del óptimo	Puntúe el dulzor de esta miel con respecto a su óptimo. Puntúe la harinosidad de esta manzana frente a su óptimo.

Evaluación de Preferencia.

Tipo de test	Nº de muestras a estudio	Cuestión a plantear
Preferencia pareada	Dos	Elegir la muestra preferida
Ordenación de preferencia	Tres o más	Ordenar las muestras por orden de preferencia
Preferencia pareada múltiple (Todas las parejas)	Tres o más	Elegir la muestra preferida en cada pareja A-B, A-C, A-D, B-C, B-D, C-D
Preferencia pareada múltiple (seleccionando las parejas)	Tres o más	Elegir la muestra preferida en cada una de las parejas seleccionadas

Es recomendable incluir instrucciones para que los jueces prueben las muestras en un determinado orden, ya que algunos alimentos, de gran riqueza aromática, impregnan los sentidos y pueden interferir en la apreciación de la segunda muestra.

Evaluación de Aceptabilidad

Permite conocer cómo es apreciada una muestra para los consumidores. No obstante, que un alimento guste no nos garantiza que el catador vaya a comprarlo. El deseo de adquirir un

producto es lo que se denomina aceptación, y no sólo depende de la impresión agradable o desagradable.

Según la validez temporal

Es una de las clasificaciones más utilizadas ya que las valoraciones hedónicas dependen enormemente de la frecuencia de consumo. Distinguiremos: pruebas momentáneas y pruebas a largo plazo.

Qué Distingue A Opción Consultores

Opción Consultores apoya su departamento comercial a partir de especialistas en investigación social y de mercados, y al mismo tiempo brinda consultoría estratégica a partir de la participación de consultores seniors de amplia trayectoria y especialización en el área.

Amplia variedad de servicios especializados de investigación de mercados para la evaluación del entorno de marketing de la empresa

Ofrecemos sistemas de información estandarizada que permiten medir, evaluar y mejorar el desempeño de las organizaciones.

Consultoría especializada en planificación estratégica de marketing.

**Ante cualquier consulta relativa a éste u otros servicios comunicarse con Opción Consultores opcion@adinet.com.uy; (02) 410 55 23*