

SIMETRÍAS Y ASIMETRÍAS ENTRE PRODUCTOS

¿POR QUÉ NUESTRO PRODUCTO ES MENOS ACEPTADO POR EL MERCADO, SI ES IGUAL QUE EL DE NUESTROS COMPETIDORES?

En ocasiones no entendemos el porqué determinados productos del mercado son mejor aceptados que el nuestro. Nuestra percepción es que ambos son iguales y culpamos al mercado de nuestros problemas.

La realidad acostumbra a ser que los referidos productos no son iguales y, en consecuencia, no es tan sorprendente la elección del mercado.

Conocer las coincidencias (simetrías) y desigualdades (asimetrías) de nuestro producto, con los del mercado con los que se compara, es la base del éxito para la mejora necesaria del mismo.



¿COMO PODEMOS ESTABLECER LAS SIMILITUDES Y DIFERENCIAS DE NUESTRO PRODUCTO CON EL QUE LIDERA EL MERCADO?

Hemos desarrollado un sistema específico que permite conocer las simetrías y asimetrías de su producto con los demás que lo quiera comparar. Los elementos básicos de este estudio son:

Establecimiento de los parámetros organolépticos y de composición que permiten definir las simetrías y asimetrías del producto.

En función del tipo de producto de que se trate, se definen los descriptores sensoriales y los parámetros de composición que permitirán definir al producto y compararlo con sus homólogos.

Caracterización organoléptica del producto.

Con la ayuda de un panel de catadores entrenado, se establecen los valores de cada uno de los descriptores establecidos, en cada uno de los productos a comparar.

Caracterización de la composición del producto.

Con la ayuda de las determinaciones físico-químicas y microbiológicas apropiadas, se establecen los valores de cada uno de los parámetros de composición establecidos, en cada uno de los productos.

Análisis de las simetrías y asimetrías.

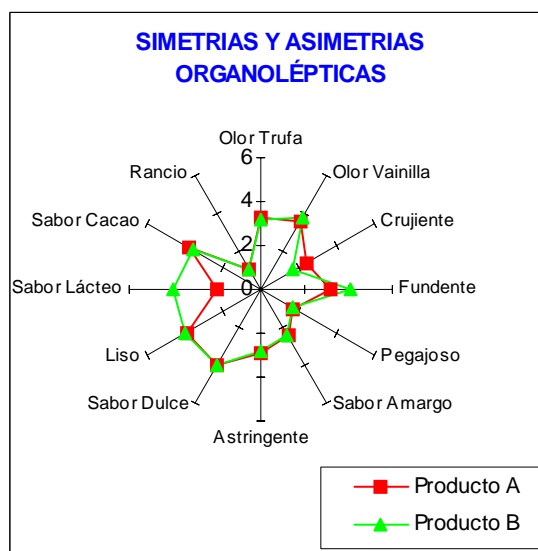
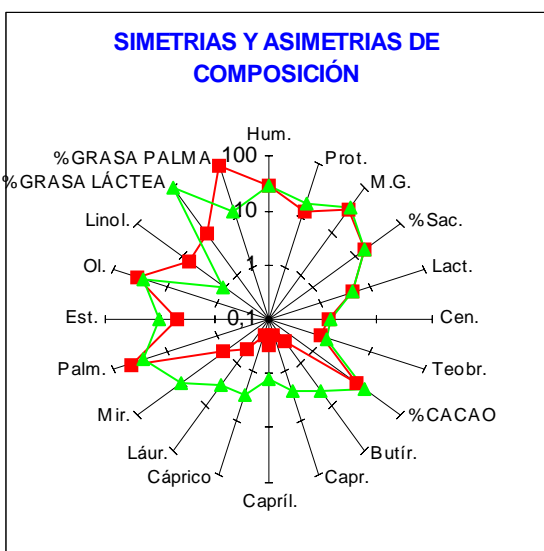
A partir de los resultados de la caracterización organoléptica y de composición, se analizan las simetrías y asimetrías encontradas en los productos estudiados.

Elaboración de un informe.

La descripción de los productos estudiados, las pruebas realizadas y resultados obtenidos, se detallan en un informe que concluye con una indicación clara de las simetrías y asimetrías encontradas en los productos analizados y los comentarios, si proceden, relativos a las mismas.

Presentación del informe (Opcional)

Opcionalmente, les ofrecemos la posibilidad de presentar los resultados al grupo de directivos de su empresa, que ustedes definan, mediante una sesión de presentación de las simetrías y asimetrías mostradas por el estudio y esbozar un posible plan de acción para la mejora del producto.



Dolors Santos (dsantos@silliker.es)
Departamento de Análisis Sensorial

SILLIKER Ibérica

Sede y laboratorio central: Longitudinal 8, 26. Mercabarna. 08040 Barcelona. Tel. 932 632 454 - Fax 933 350 748 / 932 632 646

Laboratorio microbiología y recepción muestras: Transversal 6, 19. Mercabarna. 08040 Barcelona. Tel. 932 632 454 - Fax 935 561233

Centro Análisis Sensorial: Dos de Maig 273-275. 08025 Barcelona. Tel. 934 501 262 – Fax 934 350 951

Madrid: Tel. 917 296 755 – Fax 917 296 754