

## 20 milhões de dados sensoriais dão a conhecer as escolhas do consumidor – como nunca se julgou possível - e unem comunidade online

- A Sense Test, empresa de análise sensorial pioneira em Portugal, lança ação comemorativa dos 20 milhões de dados coletados na sua base de dados e partilha a meta com toda a sua comunidade.
- Sob o mote **#sense20million**, fornecedores, avaliadores e clientes são convidados a “vestir a camisola”, partilhando o momento nas suas redes sociais.
- A pluralidade das provas sensoriais desenvolvidas pela Sense Test – em contexto laboratorial, em local de consumo ou através de realidade virtual – permitem conhecer todos os factos, emoções e sensações que estão na origem da escolha de um produto.

*Quarta-feira, 03 de novembro de 2021* – O que motiva um consumidor a escolher um produto em detrimento de outro? Que sensações podem ser captadas ao longo da degustação de um produto alimentar ou de que forma a suavidade é percecionada num produto para o lar? Estas são apenas algumas das questões para as quais a Sense Test pode dar resposta às marcas com as quais trabalha. Todos estes **dados sensoriais** são alvo de estudo e arquivo, o que permitiu alcançar uma meta de destaque para a empresa – **20 milhões de dados recolhidos em base de dados**.

O atingir deste patamar dá o mote a uma ação especial, que liga toda a comunidade Sense Test em redor deste momento, que a empresa entende de todos. *“Refletindo sobre a nossa empresa, percebemos que somos todos parte de uma causa comum – colaboradores, antigos colaboradores, clientes, parceiros, investigadores, fornecedores e instituições com as quais nos associamos. Por isso, esta meta teria que ser partilhada com todos”*, afirma o Eng. Rui Costa Lima, CEO da Sense Test. Esta motivação deu lugar à



## COMUNICADO DE IMPRENSA

03/11/2021

ideia de dar vida a este marco importante, em termos de dados sensoriais coletados, sendo criada uma t-shirt comemorativa que os mais diversos intervenientes na atividade da empresa são convidados a vestir. Diretamente no domicílio ou nas moradas profissionais, estão a chegar as camisolas, que incluem o convite para que cada pessoa se possa juntar à ação nas redes sociais, **através da hashtag #sense20million.**

Durante os próximos dias, espera-se que a comunidade Sense Test se associe a esta ação e que as redes sociais possam ser o reflexo da estreita ligação que existe entre a empresa e as pessoas que - nos vários contextos - a fazem chegar mais longe.

*“Após 20 anos de Sense Test, estamos conscientes que somos uma referência global na área da perceção do consumidor, abrangendo um nível de conhecimento e de tecnologia com repercussão internacional. A nossa aposta na inovação permite-nos alcançar níveis de conhecimento do ser humano, que são de extrema utilidade para o desenvolvimento de novos produtos e para uma resposta mais focada nos reais interesses do consumidor”,* acrescenta o Eng. Rui Costa Lima, CEO da Sense Test.

**Para mais informações sobre a ação #sense20million ou sobre a Sense Test**  
**[press@sensetest.pt](mailto:press@sensetest.pt) | [www.sensetest.pt/presskit](http://www.sensetest.pt/presskit)**

### **ALEXANDRA RIBEIRO**

Responsável Comercial | T. +351 937 667 139 . Tel. +351 227 131 142

### **RUI COSTA LIMA**

CEO | Tel. +351 227 131 142

### **CÉLIA ROCHA**

Responsável de ID | T. +351 937 092 605 . Tel. +351 227 131 142



## COMUNICADO DE IMPRENSA

03/11/2021

---

### **Sobre a Sense Test**

*A Sense Test é a primeira empresa de análise sensorial criada em Portugal. Desde 2000, os seus serviços permitem aproximar as marcas dos consumidores, através do estudo global da perceção de um produto. Através de estudos sensoriais em produtos alimentares e não alimentares, a inovação é aliada a uma equipa altamente qualificada, que atende aos mais rigorosos padrões internacionais. A pluralidade de testes realizados – em ambiente laboratorial, através de realidade virtual ou em local de consumo – permitem aferir factos, sensações e emoções captadas durante cada momento da jornada de consumo de um produto. Com cerca de 2.500 projetos anuais, são avaliadas mais de 10.000 amostras/ano. Uma vasta rede de avaliadores – que inclui diferentes perfis de consumidores - permite captar os dados analíticos indispensáveis para que as marcas possam otimizar os seus produtos, para uma maior atratividade ou para a avaliação da qualidade apreendida.*

