

## SMARTKETING SENSORIAL, ELEMENTO ESTRATÉGICO PARA GENERAR VALOR AGREGADO A LA MELEAGRICULTURA DE TRASPATIO EN LA COSTA DE OAXACA.

Reyes Borques Virginia<sup>1</sup>, Rodríguez de la Torre Mabel<sup>1</sup>, Ramírez Rivera Emmanuel de Jesús<sup>2</sup>  
Franco Zárate Daniel<sup>2</sup>, Camacho Escobar Marco Antonio<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidad del Mar, Campus Puerto Escondido, Oaxaca, México. e-mails: viki\_reyes@zicatela.umar.mx, mabelrguez@zicatela.umar.mx, marcama@zicatela.umar.mx;

<sup>2</sup>Laboratorio de Alimentos. Universidad del Mar, Campus Puerto Ángel, Oaxaca, México.; e-mails: oax2010@hotmail.com, arizmendis@hotmail.com

### INTRODUCCIÓN

La meleagricultura de traspatio es un sistema rural de crianza y explotación del guajolote (*Meleagris Gallopavo L.*), cuya actividad comercial en México es relativamente baja y se concentra en mercados locales y de consumo directo (*Gallardo et. al., 2006*).

Debido a la importancia que tiene la meleagricultura de traspatio para las familias rurales de la costa del estado de Oaxaca (*Camacho et. al., 2006*), se efectuó una investigación de tipo exploratorio tendiente a generar información estratégica de inteligencia aplicada al ámbito mercadológico (Smartketing), que posibilite de primera instancia, a través del análisis sensorial y mediante el uso de la técnica "perfil flash" (Tarea, 2007), tener un conocimiento a priori de las preferencias de los consumidores de los mercados meta, identificar nichos, agregar valor y crear ventajas competitivas en los productos derivados del guajolote, coadyuvando así a la reactivación y desarrollo de esta actividad económica.

El presente trabajo versará únicamente en mostrar los resultados obtenidos a partir del análisis sensorial efectuado por un panel de consumidores de la localidad de Puerto Escondido, Oaxaca.

### MATERIALES Y MÉTODOS.

Para la realización del "perfil flash" se conformó un panel de 7 consumidores de entre 19 y 40 años con quienes se trabajó en una sesión de 7 horas, iniciándose la prueba con indicaciones generales acerca del proceso a seguir, los aspectos a evaluar y el uso de las escalas; en cabinas móviles, se realizó una primera degustación de las 5 diferentes muestras de pechugas de guajolote cortadas en porciones de 10 grs. y codificadas a través de claves de 3 dígitos. La finalidad de la degustación fue familiarizar a los consumidores con los productos a evaluar, estableciendo a partir de ello una lista preliminar de atributos y características, una vez consensada la lista sirvió de referente para evaluar la intensidad de cada atributo mediante escalas de 10 puntos, realizándose 3 repeticiones muestrales, los datos e información originados fueron tratados con XLSTAT<sup>®</sup> para Microsoft Excel<sup>®</sup> versión 7.5.

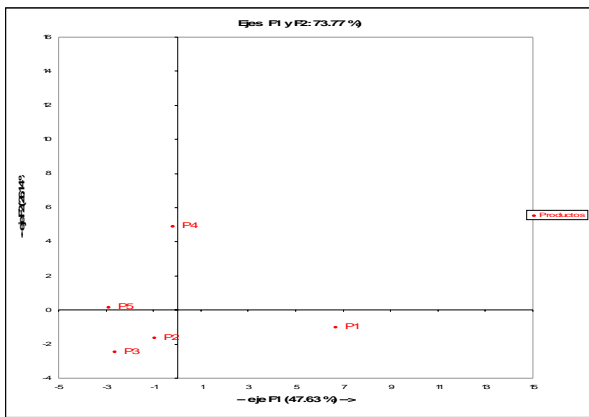
### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El tratamiento alimenticio correspondiente al producto 1 (P1) se basó en desperdicios de cocina y forraje, el producto 2 (P2) en alimento comercial, el producto 3 (P3) en desperdicio de cocina,

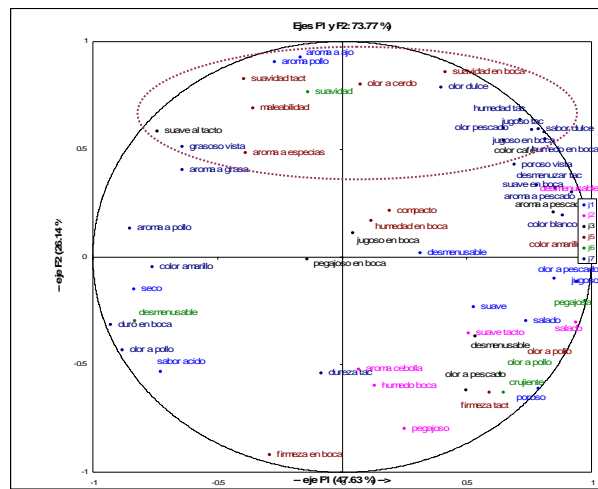
el producto 4 (P4) en alimento comercial y forraje y, por último, el producto 5 (P5) en maíz y forraje.

Con los ejes 1 y 2 mostrados en la figura 1 se explica el 73.77% de la variabilidad de los datos; en relación al eje 1 se aprecia la formación de 3 grupos integrados por: (P1, P2 y P3) ubicado por debajo del eje, (P4) localizado por arriba del eje y, (P5) situado sobre el eje, respecto al eje 2 se forman 3 grupos conformados por: (P1); (P2, P3, P5) y, (P4), el 1° ubicado a la derecha del eje, el 2° localizado a la izquierda del eje y el 3° situado sobre el eje.

(P1) obtuvo algunos de los siguientes atributos y características: suavidad y firmeza al tacto, desmenuzable y jugoso; (P2), jugoso y resabio húmedo; (P3), desmenuzable, duro en boca y olor a pollo; (P4) maleable, suave en tacto y en boca y, grasoso y (P5), aroma a pollo y color amarillo.



**Figura 1.** Variabilidad de los datos acerca de los principales atributos de los productos evaluados.



**Figura 2.** Mapa Sensorial

## CONCLUSIONES

Con la aplicación de la técnica descriptiva “perfil flash” se obtiene información estratégica de inteligencia en el ámbito mercadológico (Smartketing) de corte sensorial, que permite a los meleagricultores la agregación de valor en sus procesos productivos basada en las preferencias de los consumidores.

## LITERATURA CITADA

- Camacho, E. M. A., Lira, T. I., Ramírez. C. L., López P. R., Arcos G. J.L. 2006. La Avicultura de Traspatio en la Costa de Oaxaca, México. Revista Ciencia y Mar. Abril Volumen 10 No. 28. 3-11 p.p.
- Gallardo, N. J. L., Villamar, A. L., Guzmán V. H. 2006. Situación Actual y Perspectiva de la Producción de Carne de Guajolote en México. SAGARPA, México. 53 p.p.
- Tarea, S., Cuvelier G. y Sieffermann J.M., 2007. Sensory Evaluation or the Texture of 49 Commercial Apple and Pear Purees. Journal of Food Quality s/v(30): 1121-1131.