

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

Reyes Borques Virginia¹, Rodríguez de la Torre Mabel¹, Ramírez Rivera Emmanuel de Jesús²
Franco Zárata Daniel², Camacho Escobar Marco Antonio¹

¹Universidad del Mar, Campus Puerto Escondido, Oaxaca, México. e-mails: viki_reyes@zicatela.umar.mx, mabelrguez@zicatela.umar.mx, marcama@zicatela.umar.mx;

²Laboratorio 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[®] para Microsoft Excel[®] 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.

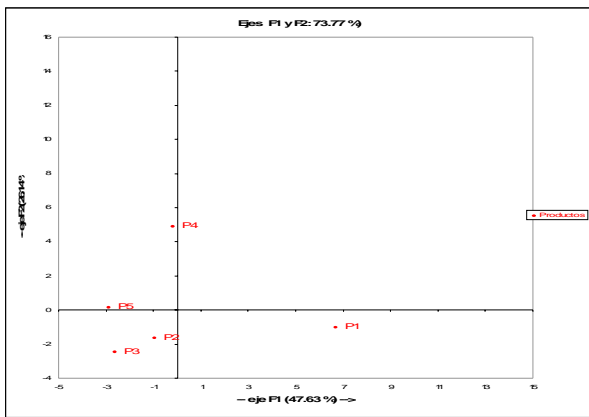


Figura 1. Variabilidad de los datos acerca de los principales atributos de los productos evaluados.

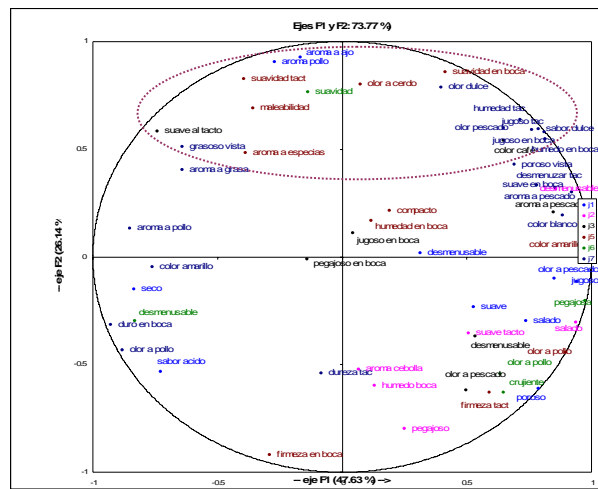


Figura 2. Mapa Sensorial

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.