

IDENTIFICACIÓN DE ATRIBUTOS INTRÍNSECOS AL JAMÓN *visking* QUE EMPLEAN LOS CONSUMIDORES COMO SEÑALES DE SU CALIDAD SENSORIAL

Cira Duarte-García^{1, 2*}, Lázaro A. Sánchez-Peraza³ y Yanisel García-Hernández⁴

¹Instituto de Investigaciones para la Industria Alimenticia. Carretera al Guatao km 3 ½,

C.P. 17100, La Habana, Cuba. E-mail: cira@iiaa.edu.cu

²Instituto de Farmacia y Alimentos. Universidad de La Habana

³Universidad de Ciencias Pedagógicas “Enrique José Varona”

⁴Empresa Cárnica Tauro “La Española 1”. Cotorro. La Habana

Recibido: 23-02-2023 / Revisado: 27-03-2023 / Aceptado: 22-04-2023 / Publicado: 27-04-2023

RESUMEN

En este trabajo se aplicó el método de sesiones de grupo para identificar los atributos intrínsecos al jamón *visking* que los consumidores emplean como señales de su calidad sensorial. Se constituyeron cinco grupos con 12 consumidores habituales. Las sesiones con cada grupo fueron grabadas, el contenido escuchado al finalizar, registrándose, los atributos y su frecuencia de mención. Se identificaron en total 55 atributos, 16 relacionados con la apariencia, 11 con el olor, 13 con el sabor y 15 con la textura. Estos pueden ser consultados para establecer los atributos finales a evaluar por los catadores. **Palabras clave:** jamón *visking*, calidad sensorial, señales, atributos, consumidor.

ABSTRACT

Identification of intrinsic attributes to jamón *visking* that consumers use like signs of their sensory quality

In this work the method of group sessions was applied to identify the intrinsic attributes to the jamon *visking* that consumers use like signs of its sensory quality. Five groups were constituted with 12 habitual consumers. Sessions with each group were recorded, the content listened when concluding, registering, the attributes and their mention frequency. Fifty-five attributes were identified in total, 16 related with the appearance, 11 with the smell, 13 with the flavor and 15 with the texture. These can be consulted to establish the final attributes to evaluate for the tasters, **Keywords:** jamón *visking*, sensory quality, signs, attributes, consumer.

INTRODUCCIÓN

La variabilidad en la interpretación del concepto de calidad sensorial por los consumidores según el contexto, sus actitudes y creencias, la imprecisión de su lenguaje y la percepción de la calidad de los alimentos como impresión global, son algunas de las causas por la que se confirma que el término es difícil de comprender (1). Por lo que los consumidores para decidirse a la compra de un producto hacen uso de señales de calidad, basando su elección en los atributos intrínsecos al alimento (apariciencia, olor, sabor, textura) o en los extrínsecos (envase, marca, precio, información de la etiqueta, etc.) (1, 2).

El jamón *visking* es uno de los alimentos de mayor aceptación por parte de sus consumidores habituales, la búsqueda de señales de calidad basadas en los atributos intrínsecos que emplean para aceptarlos o preferirlos, constituye una información de utilidad a la hora de establecer los atributos de calidad sensorial a evaluar por los catadores (2, 3). El objetivo del trabajo fue identificar los atributos intrínsecos al jamón *visking* que los consumidores emplean como señales de su calidad sensorial.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para indagar sobre los atributos intrínsecos a la calidad sensorial del jamón *visking* que emplean los consumidores como señales de su calidad sensorial fue utilizado el método

de sesiones de grupo según la metodología establecida (4, 5). Participaron 60 estudiantes universitarios, consumidores habituales del producto, y se conformaron cinco grupos con 12 estudiantes cada uno, quienes funcionaron por separado. El contenido de las sesiones se grabó (2).

Las sesiones se hicieron en un aula y al comenzar se informó el objetivo del trabajo. Una pieza entera del producto se expuso frente a los estudiantes para que se percataran de aspectos relacionados con su manipulación, importantes de considerar en un embutido (6), y después se les sirvió en porciones, solicitándoles registrar en un papel y de forma individual los atributos que se asociaban con su calidad sensorial y que emplearían al momento de comprarlo. Las respuestas fueron recopiladas por los autores y discutidas con el grupo en la misma sesión.

Para procesar la información se escuchó al terminar cada sesión el contenido de las grabaciones para analizar los comentarios cualitativos realizados por los estudiantes. Los atributos informados como señales de calidad fueron agrupados según su frecuencia de mención, y se determinó el porcentaje que representaba acorde al número de participantes empleados (5).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el caso de la apariencia se mencionaron 16 atributos (Tabla 1), relacionados con:

Tabla 1. Atributos intrínsecos a la apariencia mencionados como señales de calidad sensorial del jamón *visking*

Atributo intrínseco	Frecuencia de mención	Porcentaje (%)
Dura	52	87
Color característico	51	85
Fresco	49	82
Característica	46	77
Color claro	45	75
Limpia	39	65
Buena calidad	38	63
Lisa	37	62
Seca	37	62
Cortable	36	60
Agradable	36	60
Color oscuro	34	57
Jugosa	32	53
Compacto	30	50
Grasosa	26	43
Húmeda	16	27

a) la conformación del producto observado en la pieza entera, entre los que se destacaron: dura, maciza, compacto, facilidad

del corte de la pieza y con el aspecto que presentaba su superficie, lisa, limpia, los que coinciden con algunos de los

términos utilizados en los procedimientos de evaluación sensorial de cárnicos (6),

b) el color del producto, considerado como un atributo hedónico por su trascendencia para la aceptación y preferencia de los alimentos (7), sobre todo de los productos cárnicos (8), entre los que se destacaron los atributos, color claro, color característico, asociados a su vez con la mención de característico, fresco, afines con el cumplimiento de las expectativas concebidas y la conservación del producto respectivamente,

c) la complacencia que causa el producto al observarlo, con la mención de los atributos hedónicos, buena calidad y agradable a la vista,

d) el contenido de humedad y grasa del producto observado, con la mención de, jugoso, húmeda, seco, grasoso, términos de textura que integran aquellas cualidades de la textura que pueden valorarse de forma visual (9, 10).

En el caso del olor se citaron 11 atributos (Tabla 2), se destacaron: fresco, característico y jamón, como los de mayor porcentaje, que según la discusión con los integrantes de los grupos representaban señales de calidad sensorial que determinan la compra o no del producto. Además, los atributos, embutido, ahumado, condimentado, curada, especiado (6), y agradable, buena calidad, rico, aromático, sabroso, atributos hedónicos que forman parte del lenguaje de los consumidores y que definen el nivel de agrado que causa el producto al olfatearlo (2).

Tabla 2. Atributos intrínsecos al olor mencionados como señales de calidad sensorial del jamón *visking*

Atributo intrínseco	Frecuencia de mención	Porcentaje (%)
Fresco	54	87
Característico	48	80
Jamón	46	77
Ahumado	42	70
Embutido	40	67
Agradable	39	65
Rico	39	65
Curada	32	53
Condimentado	28	47
Aromático	20	33
Especiado	16	27

En el caso del sabor se mencionaron 12 atributos (Tabla 3), jamón y fresco, con mayor porcentaje, el primero, define al producto en las propias palabras del consumidor y está asociado con su tipicidad y con el cumplimiento de las

expectativas al degustarlo, el segundo, resultó citado como señal de calidad sensorial en las características, apariencia y olor.

Tabla 3. Atributos intrínsecos al sabor mencionados como señales de calidad sensorial del jamón *visking*

Atributo intrínseco	Frecuencia de mención	Porcentaje (%)
Jamón	54	90
Fresco	52	87
Agradable al paladar	51	85
Buena calidad	49	82
Rico	47	78
Característico	46	77
Sabroso	45	75
Saladito	42	70
Delicioso	40	66
Embutido	36	60
Curada	31	52
Equilibrado	26	43
Duradero	14	23

Los atributos hedónicos citados coinciden con los encontrados en encuestas a consumidores y denotan complacencia con el producto degustado, destacándose el salado, reconocido como hedónico en el caso de los embutidos (7), aunque represente un sabor básico. Se mencionaron los términos, equilibrado y duradero, el primero, según los encuestados involucraba, la percepción del sabor del producto en el interior de la boca al

momento de degustarlo, mientras que el segundo, la permanencia del sabor en boca del producto después de haberlo ingerido.

En el caso de la textura se citaron 15 atributos (Tabla 4), relacionados con:

Tabla 4. Atributos intrínsecos a la textura mencionados como señales de calidad sensorial del jamón visking

Atributo intrínseco	Frecuencia de mención	Porcentaje (%)
Compacto	52	87
Característica	49	82
Buena calidad	47	78
Consistente	45	75
Agradable al paladar	45	75
Cortable	43	72
Fresco	42	70
Jugoso	42	70
Duro	37	61
Grasoso	27	45
Macizo	25	42
Seco	23	38
Suave	22	37
Uniforme	19	32
Húmedo	10	17

a) la textura visual y manual del jamón, como fueron: macizo, compacto, consistente, duro, fresco y lasqueable, respecto a este último término considerando que no existe en español, se asumió cortable que está asociado con rebana con facilidad (6), términos todos que representan señales de calidad sensorial afín con la manipulación del producto y que según los encuestados, son determinantes en el momento de comprar el producto (11),

b) la complacencia al degustar los productos, destacándose los atributos hedónicos, agradable al paladar y buena calidad,

c) la concordancia con el patrón mental concebido por ellos, con la mención del término característico, para afirmar la aceptación de la textura del producto,

d) la textura del jamón percibida en el interior de la boca, con los atributos suave y uniforme, asociados con la geometría de las partículas y su percepción, (10) y la facilidad de masticación, con la mención de los términos, seco y grasoso, sensaciones ambas provocadas por el contenido de humedad y grasa (9, 10).

Las Tablas 1 a 4 contienen de forma general, el número de veces que se mencionó el atributo intrínseco por característica organoléptica, así como el porcentaje que esto representa

sobre el número de consumidores que participaron en el estudio, que correspondió a 60.

CONCLUSIONES

Se identificaron 55 atributos intrínsecos que emplean los consumidores habituales como señales de calidad sensorial de los helados de crema, 16 se relacionan con la apariencia, 11 con el olor, 13 con el sabor y 15 con la textura, los que pueden ser consultados para establecer los atributos finales a evaluar por los catadores.

REFERENCIAS

1. Costell E, Tárrega A, Bayarri S. Food acceptance: the role of consumer perception and attitudes. *Chemosens Percept* 2010; 3:42-50.
2. Duarte C. Modelo de evaluación de la calidad sensorial para la industria alimentaria cubana (tesis doctoral). Cuba: Universidad de La Habana; 2017.
3. NC 1286-2. Modelo integral para la evaluación de la calidad sensorial en la gestión de la calidad de los Alimentos. Parte 2. Fase involucrada en la calidad sensorial. Cuba; 2020.

4. Krueger RA, Casey MA. Focus groups. Fourth edition: Sage, Thousand Oaks, CA; 2009.
5. Duarte C, Oliva Y, González I. Metodología para la aplicación de la técnica cualitativa “*focus group*”. *Cienc Tecnol Aliment* 2005; 15(3):60-8.
6. Zamora E. Evaluación objetiva de la calidad sensorial de los alimentos procesados. Editorial Universitaria. La Habana; 2007.
7. Meyners M. Temporal liking and CATA analysis of TDS data on flavored fresh cheese. *Food Qual Prefer* 2016; 47:101-8.
8. Rosas AM. Hábitos de consumo y atributos intrínsecos de valor para la carne bovina en consumidores de Santiago (tesis de grado). Chile: Universidad de Chile; 2011.
9. ISO 11036. Sensory analysis. Methodology. Texture profile. Switzerland; 2020.
10. NC ISO 5492. Análisis sensorial. Vocabulario. Cuba; 2021.
11. Enneking U, Neumann C, Henneberg S. How important intrinsic and extrinsic product attributes affect purchase decision. *Food Qual Prefer* 2007; 18(1):133-8.