

1) "PROJETO TILAPONA"

Empresa/Instituição: Wal Mart Brasil

Autor do case: Lourival Francelino Miguel Junior

Síntese

"Em maio 2018 durante minha participação na AquiShow fui contatado por um produtor que indagou sobre meu interesse em Tilápias Grandes.

Imediatamente me lembrei das varias vezes que no Ceagesp ao me deparar com peixes Graúdas diante do meu interesse o então fornecedor da época dizia que era um tipo de produto que não tinha constância de abastecimento. Quando voltei a São Paulo por não ter uma plataforma de Pescados acionei meu Fornecedor New Fish e passei o contato do produtor para que ele negociasse com o mesmo. Após um breve Período iniciamos então o que denominei "" Projeto Tilapona""

Por que é uma inovação?

"Obviamente existe pontos de venda que trabalham com Tilapias Graudas, a inovação esta em sendo uma Peixaria de um Hipermercado trabalhar no Balcão com 02 tamanhos do mesmo Peixe e com preços diferentes e de maneira constante. Outra inovação é não chamar o produto como GG ou Grande, é dar um nome de forma a buscar a criação de um novo produto ""Tilapona"". São feitas promoções onde anunciamos ""Tilapona"". Outro ponto é que ter a Tilapona (Peixes acima de 1,5 kG) no balcão também servir como opção de consumo com um preço mais constante e sem sofrer a oscilação de mercado que Corvina ,Tainha e outros peixes mais buscados sofrem. Buscamos com a Tilapona ter um Peixe ao consumidor que busca o Peixe Graúdo para Assar constantemente semana apos semana e a um preço equilibrado e constante, durante todo o ano ce 2018 vendemos ao mesmo preço .

Quanto a números preciso alertar antes que apesar de te no Sudeste 52 Peixaria no Ano de 2018 somente tenho 14 Peixarias com Peixe Fresco.

No Ano de 2018 vendemos 17.000 KG sendo que o mais importante foi não perder a venda da Tilápia normal (37.000 KG) e como comprovação do acerto da estratégia/visão comercial muito acima de Corvina e Tainha (10.000/2.000)

Claramente a ""Tilapona"" tem condições de tomar espaço dos Peixes de Mar que são comprados para o consumo Assado.Hoje esta se tornando pouco a pouco comum o consumidor perguntar o nosso Peixeiro : "" Tem Tilapona hoje??""

Possui material de apoio (vídeos, fotos ou textos)?

Sim, neste link: http://bit.ly/pia2019_produtofinal

2) "UMA EXPERIÊNCIA DE APROVEITAMENTO INTEGRAL DO PESCADO"

Empresa/Instituição: GRUPO AMBAR AMARAL

Autor do case: Sonia Ambar do Amaral

Síntese

"Após 8 anos do nascimento do segmento da aquicultura no grupo, com um crescimento de 1000 % nos segmentos piscicultura , fabrica de rações e frigorífico com uma geração de empregos que gira em torno de 500 funcionários e sabendo onde se quer chegar, o Grupo Ambar Amaral, sem perder o foco, que sempre foi produzir proteína de alto valor nutritivo de maneira sustentável e ciente do sua responsabilidade de pioneiro na cadeia em nossa região, finaliza a cadeia com uma linha de produtos prontos para o consumo final que vai desde a pururuca de tilápia entre outros aperitivos, uma linha institucional para o aproveitamento integral do pescado, com CMS (carne mecanicamente processada), refeições completas prontas em uma linha de pratos até a linha gourmet com assados e tilápias inteiras evisceradas e recheadas com farofas de castanhas.

Assim, o projeto é sustentável, pois fechamos o ciclo não devolvendo praticamente nada a natureza, geramos mais empregos, inovamos sendo o pioneiro no segmento, acrescentamos percentual de lucro ao processo com um produto de qualidade e que atende a necessidade da consumidor pois facilita o consumo e portanto contribui para o engrandecimento da cadeia aquícola!!!

"

Por que é uma inovação?

"Como parte da cadeia aquícola no país, participando ativamente de toda sua evolução, e embasados em dados (IPEA- IBGE e IPC) , constatamos além de nossa visão prática da realidade, que o potencial do mercado interno brasileiro possui déficits na balança comercial de importação e exportação , que o consumo brasileiro está abaixo da recomendação da OMS e verificando a Projeção do consumo brasileiro de pescado além dos hábitos e costumes do Brasil (IPEA- IBGE e PMC) , entendemos que o PEIXE IDEAL é aquele que já

vem limpo, sem espinhas, com preço acessível, saboroso, que pode ser consumido sem medo.

No momento seguinte, ainda procurando somar e inovar na cadeia, em pesquisa (Fonte: Carlucci et al 2015 Appetite, vol 84) pudemos analisar os atributos para o consumo do pescado e concluir que as principais barreiras eram a falta de praticidade no preparo, o desconhecimento de como escolher e preparar e o medo dos riscos a saúde(espinhas e frescor). EUREKA!!!

Surge então a nossa Indústria de Alimentos que representaria um crescimento da empresa com ampliação de mercado mantendo a qualidade do processo.

Inovar e agregar valor ao filé!!

Nossa principal preocupação nesse momento foi com a continuação dos padrões de qualidade do produto final. A cadeia verticalizada completa nos permite ter 100 % de rastreabilidade. Iniciamos o processo na produção de alevinos e a engorda do peixe na A3 vacina 100% da produção o que nos permite um produto antibiótico free, a RAGUIFE, fabrica de ração inclui Omega 3 , possui laboratório próprio e assistência técnica personalizada.

No Frigorífico Brazilian Fish, acontece o recebimento do peixe vivo o que permite um tempo entre abate produção de filé de 40 min garantindo o frescor da proteína.

Nasce então nossa Cozinha Industrial e partimos para o Desenvolvimento de Produtos com Inovação. Para nós Inovar significa fazer diferente, criar, sonhar, desenvolver algo que não exista ou simplesmente redesenhar algo existente, de forma a reacender o mercado. Nesse momento houve um processo de inflexão focado na inovação incremental e contínua, em todos os âmbitos da empresa, com o objetivo de atingir a excelência integral na organização.

Houve um tempo de projeto e o primeiro produto nasceu após 8 meses de pesquisa e é hj único no mercado , a PURURUCA de Tilápia , inédito no mundo e temos a honra de ser a primeira empresa a industrializa la.

O portfólio de produtos é dividido em linhas que são:

Linha de pratos:

Tilápia a parmegiana e Tilápia 4 queijos na versão prato principal e prato executivo

Linha de aperitivos:

Pururuca de tilápia

Bolinho de Tilápia

Bolinho de Tilápia Recheado

Tilápia com Provolone

Kibe de Tilápia /Kibe de Tilápia recheado

Trouxinha com Tilápia

Linha gourmet:

Gourjoun de Tilápia

Tilápia Recheada

Crock de Filé de Tilápia

Tilápia cremosa

Hambúrguer de Tilápia Brazilian Fish

Linha Fit:

Tilápia à moda Fit

Strogonoff de Tilápia Fit executivo

Escondidinho de tilápia com cabotia(Fit)

Escondidinho de tilápia com batata doce (Fit)

Gourjoun de tilápia

Pururuca de tilápia

Linha institucional:

CMS de Tilápia Brazilian Fish

Carne moída de Tilápia Brazilian Fish

Almôndegas de Tilápia ao molho empanadas Brazilian Fish

Filézinhas de Tilápia empanados Brazilian Fish

Kibe Recheado com Queijo Brazilian Fish

Acreditamos que a chave de tudo é ter a consciência de que sempre existem coisas a serem melhoradas de maneira que atinjamos a excelência”

Possui material de apoio (vídeos, fotos ou textos)?

Sim, neste link: http://bit.ly/pia2019_produtofinal

3) PASTEL GOURMET DE TILÁPIA

Empresa/Instituição: Ilda Pastelaria

Autor do case: Gerson Hiroaki Nihei

Síntese

Em 2017 recebemos um pedido para fornecermos nossa massa de pastel para uma festa de aniversário, o pai da aniversariante possuía o recheio de tilápia, fabricado por sua empresa, o pastel foi muito bem aceito pelos convidados dessa festa, e passaram a nos perguntar se iríamos começar a fazer este prato na pastelaria, a partir daí nasceu uma oportunidade de criar um novo produto a ser oferecido pela nossa empresa.

Por que é uma inovação?

Como cozinheiro e grande apreciador e consumidor de peixe tive acesso ao livro de Sabores da Tilápia produzido por alunos do curso de graduação de Zootecnia da Universidade Federal do Paraná, que disponibiliza 62 receitas de preparo deste peixe extremamente versátil. Imagino que eles tenham pesquisado muitos pratos e receitas para publicarem o livro. Nenhuma delas é de pastel frito. O pastel frito é um dos alimentos fast food preferidos do consumidor brasileiro. Em todas as feiras livres do Brasil há sempre barracas de pastel. Podemos afirmar sem medo de erros que é uma das preferências nacionais. O Pastel de Tilápia da Ilda, representa o sabor e a versatilidade que a proteína do peixe oferece. Aproveitamos a oportunidade de utilizar um produto produzido por uma empresa da região para criar um pastel gourmet de tilápia que tem um grande apelo nutricional, que entendemos ser um valor agregado, que foi muito bem aceito pelos consumidores. Entendo que o pastel frito de tilápia sendo fornecido em pastelarias, feiras livres, etc. além de ampliar o consumo de peixe, é também uma forma de consumo do peixe na forma de CMS – Carne Mecanicamente Separada, uma das maneiras de popularizar este produto levando peixe até o consumidor de forma acessível com excelentes preços.

AS MELHORES
INICIATIVAS
DO SETOR 2019

contato@premioinovacaoaquicola.com.br



Possui material de apoio (vídeos, fotos ou textos)?

Sim, neste link: http://bit.ly/pia2019_produtofinal

Realização:



4) BISCOITO DE PESCADO: UM "CASE" DE PRODUTO SAUDÁVEL COM ALTO VALOR AGREGADO

Empresa/Instituição: Unidade Laboratorial de Referencia em Tecnologia do Pescado do Instituto de Pesca - APTA -SAA

Autor do case: Cristiane Rodrigues Pinheiro Neiva

Síntese

"A inclusão de alimentos inovadores à base de pescado, poderá contribuir para melhorar o aporte protéico, mesmo em refeições rápidas e preparações tipo petisco, além de elevar o consumo de pescado. A tecnologia da carne mecanicamente separada (CMS) de pescado, dentre outras vantagens, elimina as espinhas, importante fator de rejeição ao pescado, e dá origem a um produto de sabor suave, de boa aceitabilidade e maleável a diferentes processamentos industriais, sendo matéria prima ideal para elaboração de biscoito. Além disso a tecnologia da CMS propicia o aproveitamento da carne que permanece aderida ao espinhaço após a retirada do filé. O produto desenvolvido independe da cadeia de frio, o que viabiliza a logística para sua introdução em diferentes mercados. O biscoito assado, formulado à base de CMS de peixe e amido de mandioca, apresentou composição de 15% de proteínas; 0,4% de lipídios totais; 78% de carboidratos totais; 3% de umidade e 4% de resíduo mineral.

O trabalho completo sobre o biscoito teve como objetivo elaborar o produto Biscoito de pescado, à base de CMS de espécies de pescado subutilizadas, avaliar os atributos nutricionais, funcionais e sensoriais, tanto do biscoito seco, como do frito e do assado em micro-ondas; além de avaliar a estabilidade do biscoito seco, durante estocagem, por 180 dias, em temperatura ambiente, por meio de testes microbiológicos e físico-químicos.

Referencias:

-NEIVA, C. R. P.; Machado, T.M; Tomita, R.Y.; Furlan, E.F.; LEMOS NETO, M.J.; Bastos, D.H.M. Fish crackers development from minced fish and starch: an innovative approach to a traditional product. Ciência e Tecnologia de

Alimentos. Acesso: <http://www.scielo.br/pdf/cta/v31n4/24.pdf>, v. 31, p. 973-979, 2011;

-Tese de Doutorado em Nutrição em Saúde Pública - Faculdade de Saúde Pública – USP – com a título “Processamento, avaliação nutricional e aceitabilidade de produtos à base de pescado desidratado: sopa e biscoito.” 2008, Financiamento FAPESP.

Por que é uma inovação?

"- A expansão do biscoito visando a sua crocância deve ocorrer no micro-ondas, antes do consumo, utilizando-se embalagem similares as utilizadas para pipocas, portanto apresenta praticidade no preparo e trata-se de um biscoito assado, indo de encontro a demanda de mercado por produtos saudáveis com baixo teor de gordura.

- Não há no mercado nacional produto tipo snack com a qualidade nutricional do biscoito de peixe, que apresenta excelente teor proteico e elevado nível de lisina (aminoácido essencial).

- A composição em aminoácidos essenciais do biscoito de pescado excedeu as exigências da FAO para adultos, enquanto os teores de lisina excederam as exigências para crianças. As análises físico-químicas e microbiológicas indicaram a viabilidade de consumo até 180 dias de estocagem, sob temperatura ambiente em embalagem aluminizada. Os resultados das análises sensoriais com adultos demonstraram nível de aceitação geral de 90 e 97% para o biscoito assado e frito, respectivamente.

- O biscoito de pescado, também conhecido por fish crackers, galletas de pescado ou keropok, é um tipo de petisco muito popular na Malásia e outros países da Ásia (YU, 1977; SIAW et al, 1985; FFTC, 2007), mas não é conhecido no Brasil. O grande diferencial do produto gerado é a elaboração com minced fish (CMS), visando a melhor utilização ou aproveitamento da parte comestível do pescado, além de não utilizar usualmente a fritura para obter a crocância desejada e sim assá-lo em embalagem de pipoca no micro-ondas.

- O biscoito de pescado adequadamente formulado e embalado, com qualidades nutricionais e sensoriais bem definidas e estabilizadas, pode tornar-se fonte de nutrientes essenciais, especialmente para crianças e jovens, além de apresentar potencial como produto comercial para pequenas empresas, impulsionando economias regionais.

Possui material de apoio (vídeos, fotos ou textos)?

Sim, neste link: http://bit.ly/pia2019_produtofinal

OBRIGADO PELA PARTICIPAÇÃO!

O cronograma de participação e avaliação segue as datas abaixo:

Lançamento do Prêmio	11 de janeiro/2019
Período de inscrições	01 de fevereiro a 15 de março/2019
Divulgação dos finalistas de cada categoria	11 de abril/2019
Votação online	11 de abril a 21 de abril/2019
Divulgação dos vencedores e entrega do prêmio	15 de maio/2019

SERVIÇO

Prêmio Inovação Aquícola 2019

Data: 15 de maio de 2019, durante a feira Aquishow Brasil 2019

Local: Santa Fé do Sul (SP)

Site: www.premioinovacaoaquicola.com.br

Contato para informações e patrocínio: contato@premioinovacaoaquicola.com.br