

## **AQUAZUL, SALCHICHA DE CALAMAR: UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO\***

Juan Carlos Ramirez SUAREZ <sup>1</sup>

1. Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo (CIAD) - Hermosillo, Sonora, México

e-mail: jcramirez@cascabel.ciad.mx

\* Palestra integrante do Painel 02: Desafios da Indústria de Pescado – VIII SIMCOPE

### **RESUMO**

Según estadísticas en México, los productos cárnicos y salchichas son altamente consumidos por la población mexicana generando ingresos anuales hasta por US\$3,176 millones de US dólares a la industria de alimentos. En Brasil, este mismo segmento representa un ingreso de US\$15,470 millones en 2018, mercado que espera un crecimiento del 6.6% anual. En México, el consumo de salchicha representa un 48% del consumo total de embutidos, producto consumido por todos los estratos sociales, con mayor preferencia por la clase media, media alta y alta. Según estudios de PROFECO (2014), la salchicha preferida por los consumidores es la elaborada a partir de carne de pavo, preferencia basada en la percepción de ser un alimento “más sano y sabroso”. Basado en lo anterior, desarrollamos un embutido tipo salchicha a partir de músculo de calamar gigante (*Dosidicus gigas*), la cual es una especie subutilizada, de costo relativamente bajo y con una alta calidad de proteína. El desarrollo tecnológico “Aquazul, salchichas de calamar” da inicio en el año 2015, cuando se expuso la idea como plan de negocio a un grupo de empresarios de Hermosillo, Sonora, México. En enero del 2017 se firmó un convenio de colaboración por seis meses con un empresario local para utilizar sus tres tiendas de autoservicio como canales de distribución y realizar una prueba de mercado de nuestro producto. En febrero del mismo año se obtuvo el registro de marca de “Aquazul” ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, así como la incorporación de un segundo empresario local interesado en la distribución y venta del producto en su tienda. Para marzo del 2017 se tuvo un tercer punto de venta localizado dentro de nuestra institución. A pesar de que no se realizó publicidad masiva del producto, se vendieron de enero a junio del 2017, más de 1200 paquetes, ventas competitivas con las marcas comerciales. Durante ese tiempo recibimos dos solicitudes nacionales así como una internacional por parte de empresas comercializadoras interesadas en la distribución y venta de nuestro producto. La misión de “Aquazul” es ser una empresa socialmente responsable que se dedique al desarrollo y comercialización de productos alimenticios innovadores, nutritivos y deliciosos, utilizando como insumo principal especies acuáticas. Nuestra visión es ser reconocidos a nivel nacional e internacional por los estándares de calidad de nuestros productos, así como por las prácticas de sustentabilidad, tanto en la obtención de nuestros insumos, como en el desarrollo de nuestros procesos.