

WP 5. CALIDAD DEL PRODUCTO. CONTAMINANTES.  
ANÁLISIS SENSORIAL. PERCEPCIÓN MERCADO.

## Tarea 5.2.1. Diseño e implementación de productos transformados

UPV8 IP1: M<sup>a</sup> Jesús Pagán Moreno

IP2: Purificación García Segovia

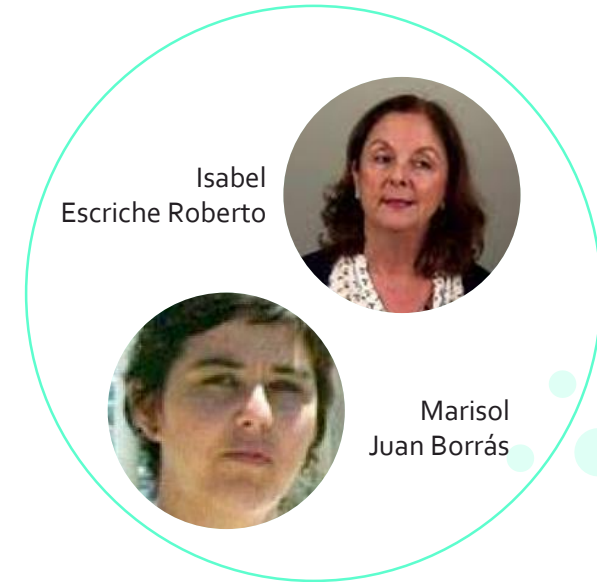
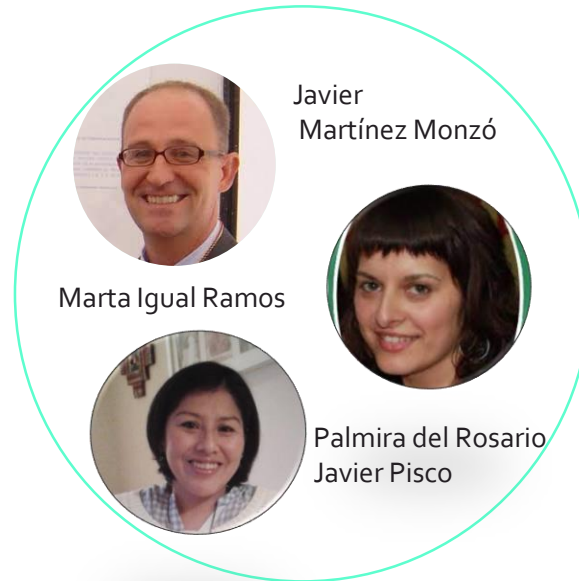
i-Food. Instituto Universitario de Ingeniería de Alimentos. UPV



This study forms part of the ThinkInAzul programme and was supported by MCIN with funding from European Union NextGenerationEU (PRTR-C17.11) and by *Generalitat Valenciana*



# Descripción del Grupo de Trabajo



i-Food

Grupo Miel

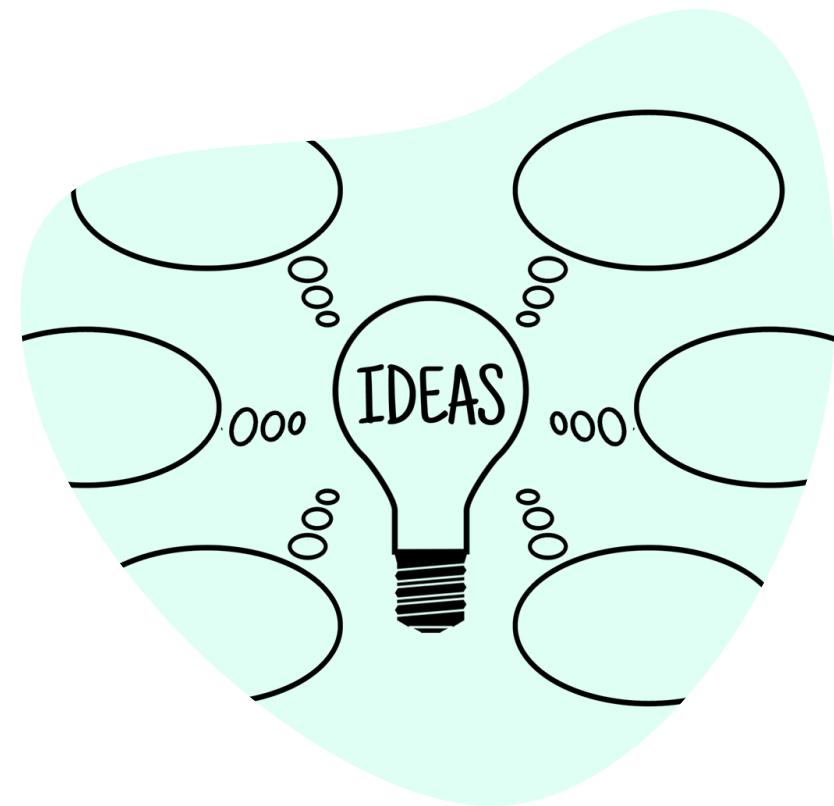


This study forms part of the ThinkInAzul programme and was supported by MCIN with funding from European Union NextGenerationEU (PRTR-C17.I1) and by *Generalitat Valenciana*



# Objetivos y tareas

- Diseñar mediante herramientas co-creativas nuevos productos transformados a partir de diferentes especies (camarón y dorada)
- Implementar los productos seleccionados con una finalidad saludable, sostenible y nutritiva
- Caracterizar y evaluar la vida útil y percepción de los productos formulados
- (UPV8 y UPV5).



This study forms part of the ThinkInAzul programme and was supported by MCIN with funding from European Union NextGenerationEU (PRTR-C17.I1) and by *Generalitat Valenciana*



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



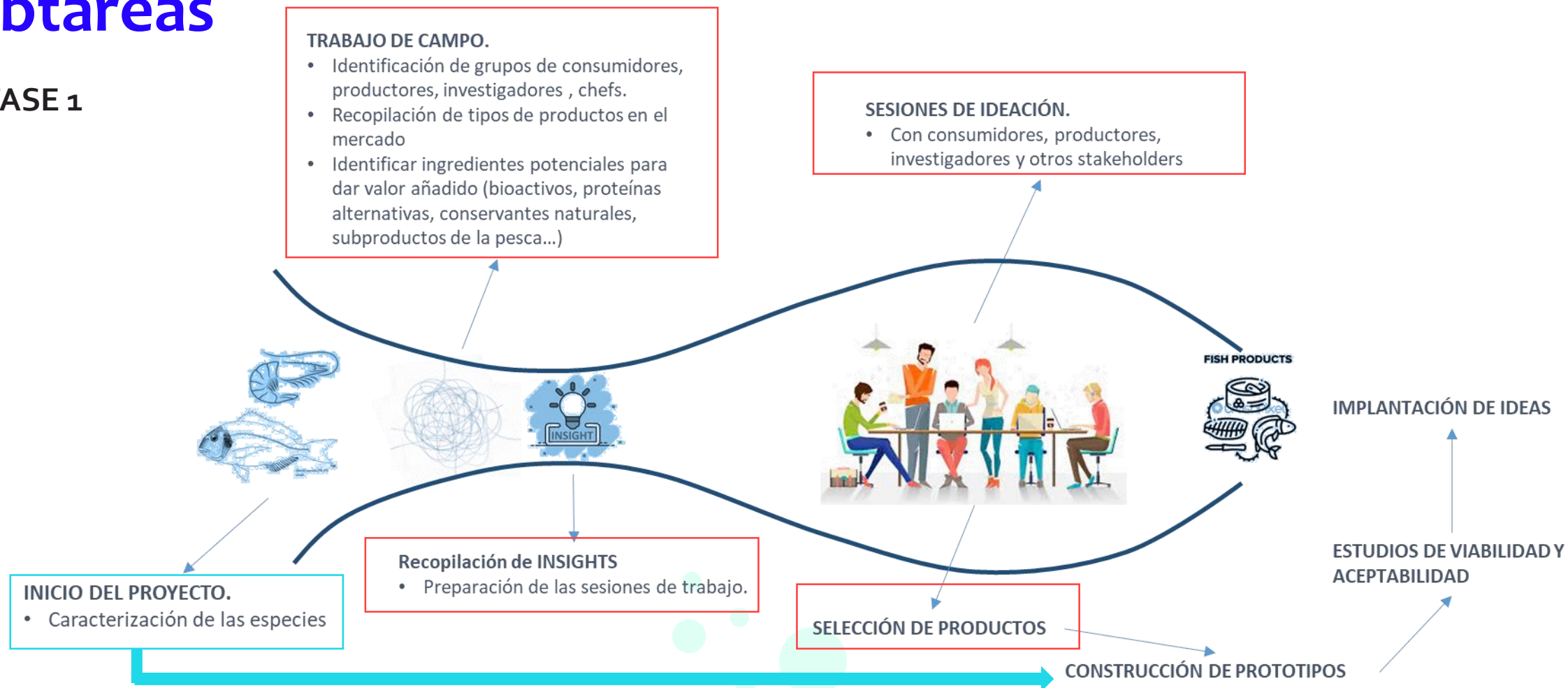
Conselleria de Innovació,  
Universitats, Ciència  
i Societat Digital



Programa Next Generation en la Comunitat Valenciana

# Subtareas

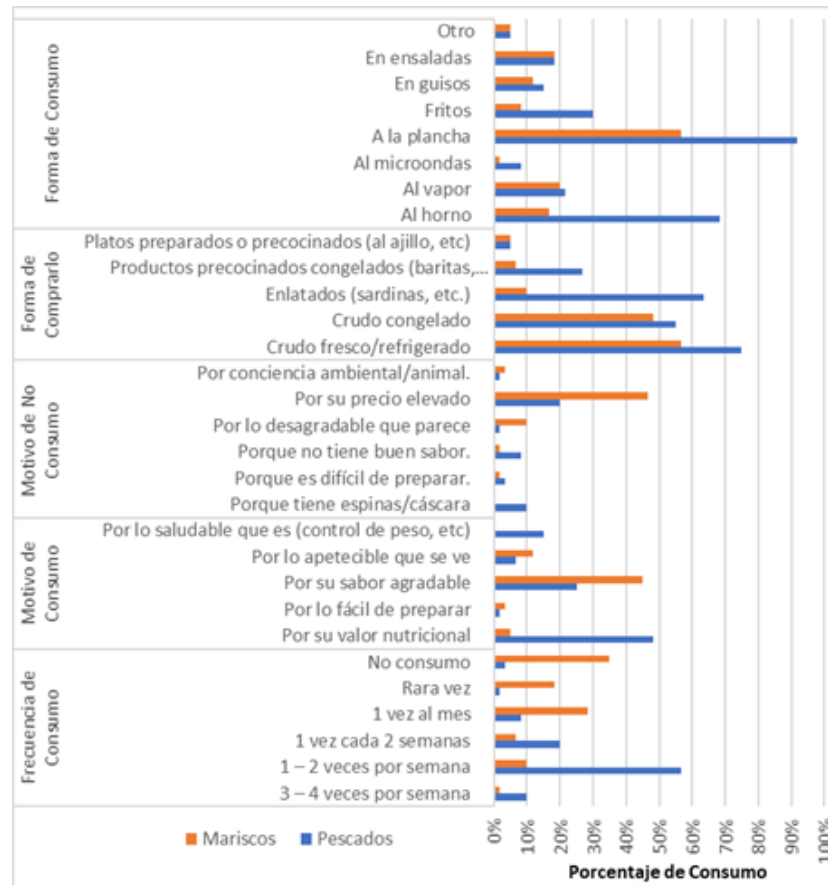
## FASE 1



# Resultados obtenidos hasta el momento

## 1.- Definir Necesidades del Consumidor

### Resultados Encuesta de Hábitos de Consumo



### Consumo

- Pescado → 97% → 1-2 veces/semana
- Mariscos → 65% → < 1 vez/mes

### Motivo de compra

- Pescado → valor nutricional
- Mariscos → sabor

### No consumo → precio

- Pescado → presencia de espinas

### Formato de compra → fresco o congelado

- Pescado → enlatados
- precocinados congelados tipo baritas (25%)

**forma de preparación** → plancha es la opción mayoritaria (90% para pescados y > 50% mariscos) pescado al horno y fritos y 18% en ensaladas.

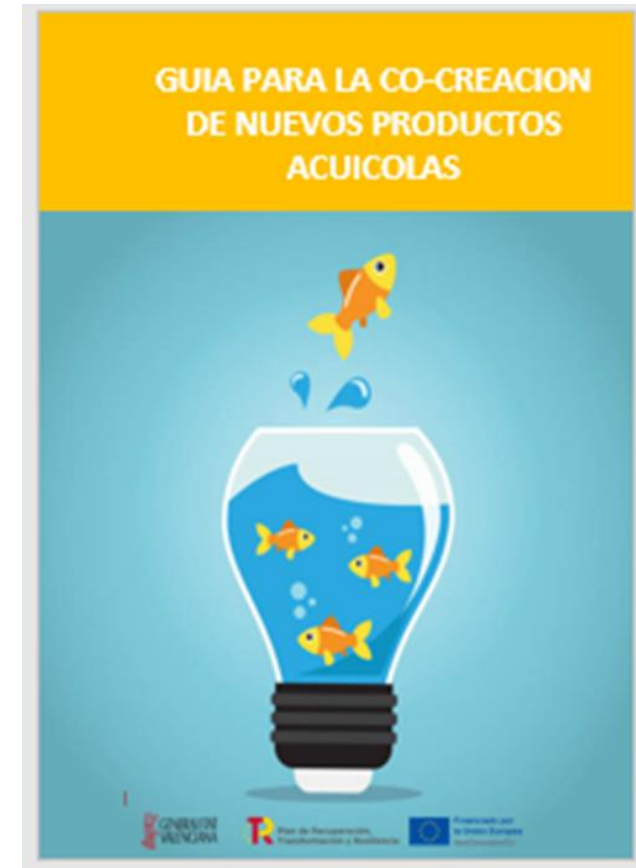
# Resultados obtenidos hasta el momento

## 2.- Sesiones de Ideación "Focus Group"

- Generación de Ideas de Nuevos Productos Acuícolas

Lista de Nuevos Productos Acuícolas
Filete fresco sin espinas, sin piel
Lomo fresco sin espinas, sin piel
Fresco abierto por la mitad sin espinas, sin piel
Snack como aperitivo
Topping seco salado
Brandada
Conserva al natural
Conservas elaboradas (con tomate, con aceite, etc)
Paté
Tacos marinados
Listo para el microondas sin guarnición
Listo para el microondas con guarnición
Marinado y ahumado
Encurtido en salmuera
Guisos tradicionales en lata
Guisos tradicionales para microondas
Carpaccio
Embutidos curados

## 3.- Creación de Guía de Co-Creación



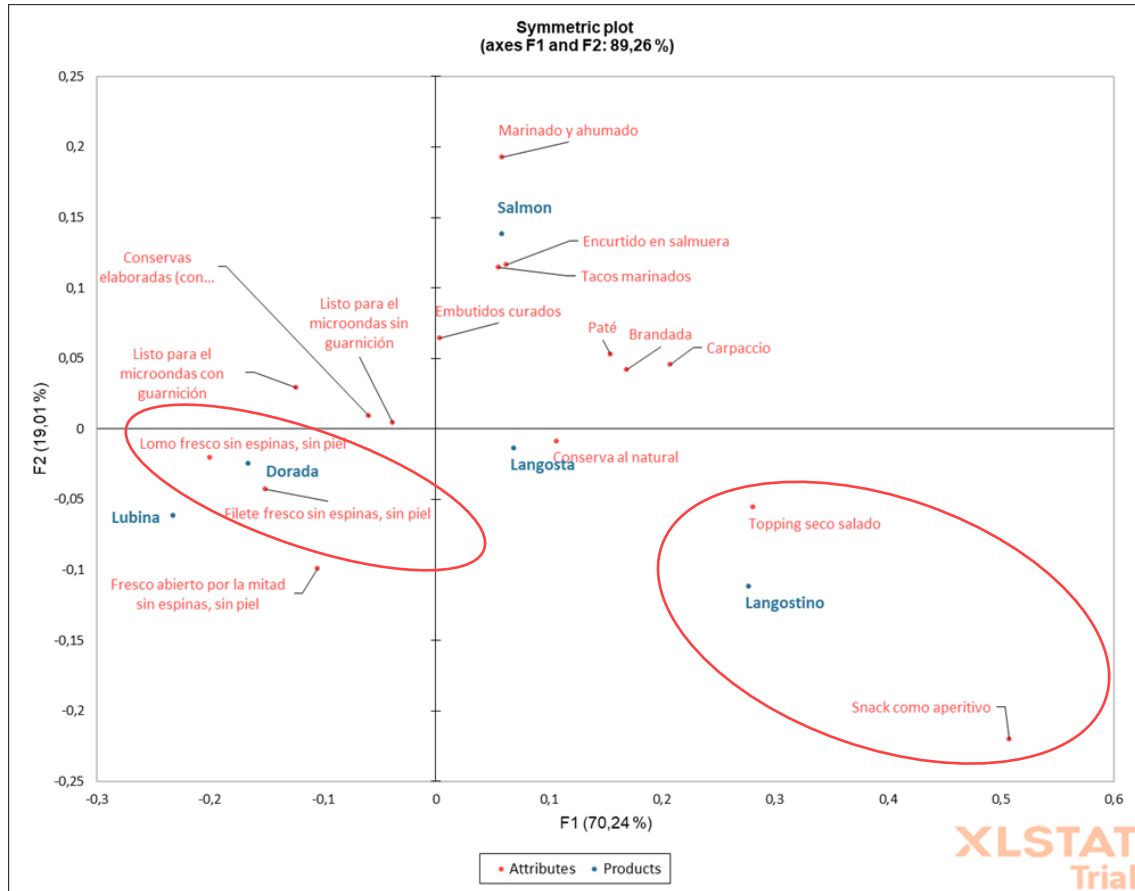
This study forms part of the ThinkInAzul programme and was supported by MCIN with funding from European Union NextGenerationEU (PRTR-C17.I1) and by *Generalitat Valenciana*



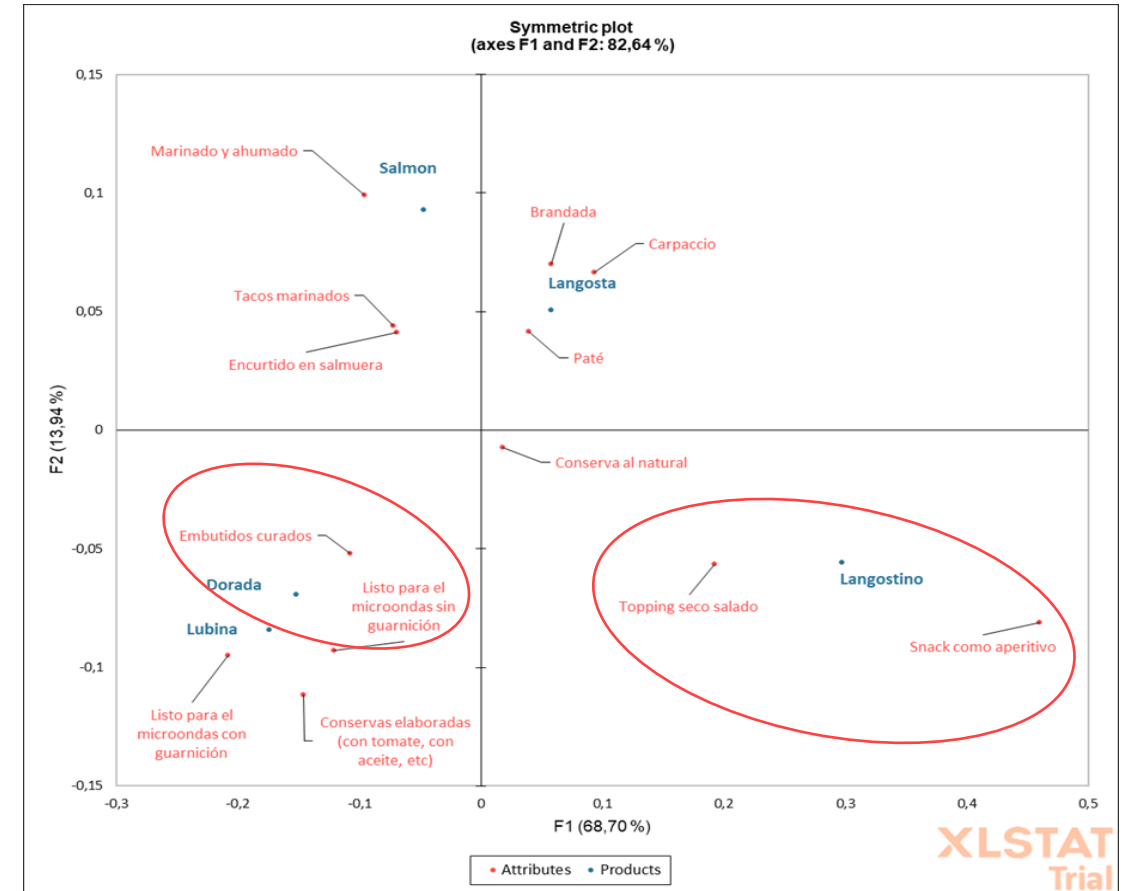
# Resultados obtenidos hasta el momento:

## 4. Elección de Producto

- 4.1 Mediante Técnica de Análisis Sensorial CATA



- 4.2 Mediante Técnica de Análisis Sensorial CATA "sin productos frescos"



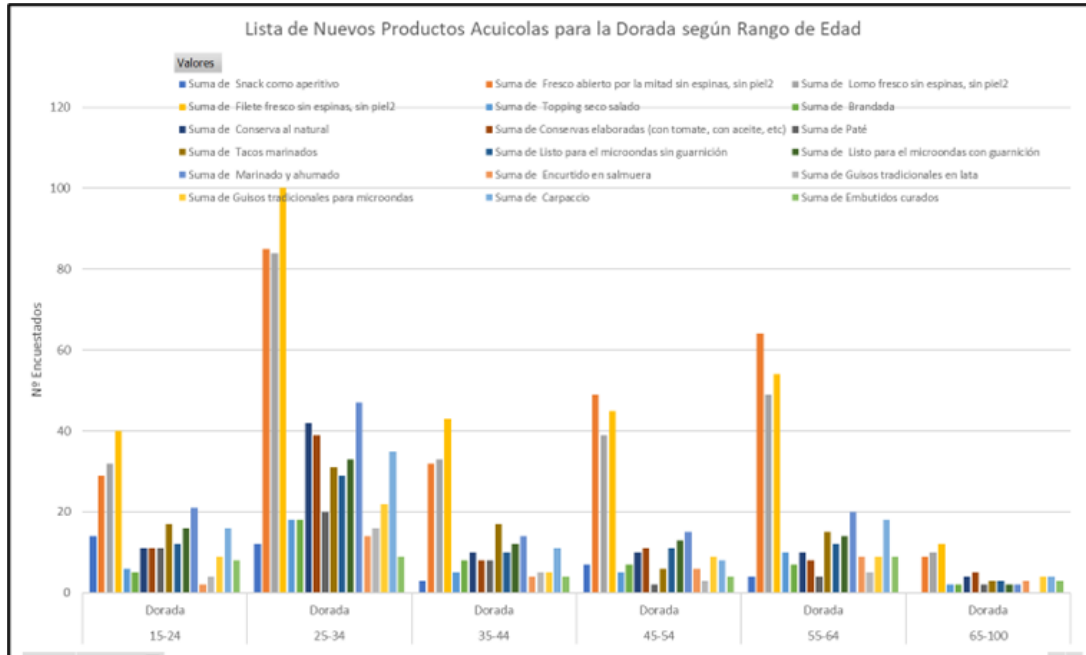
This study forms part of the ThinkInAzul programme and was supported by MCIN with funding from European Union NextGenerationEU (PRTR-C17.I1) and by Generalitat Valenciana



# Resultados obtenidos hasta el momento:

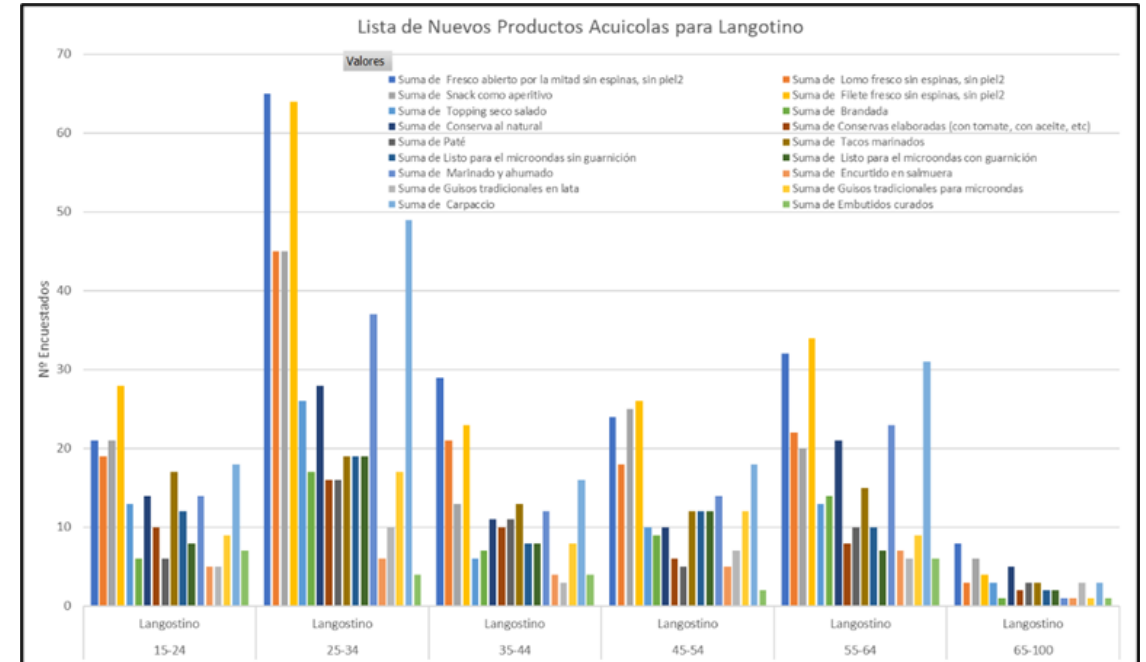
## 4. Elección de Producto

### 4.3. Mediante Análisis de Frecuencia para la Dorada



- Elección de productos mayoritariamente para la dorada, son los productos frescos: **filetes, lomos y abiertos.**
- Elección de productos para la dorada después de los productos frescos serían: **marinados ahumados, tacos marinados, platos listos para microondas con guarnición, conservas y carpaccio.**

### 4.4. Mediante Análisis de Frecuencia para Langostinos

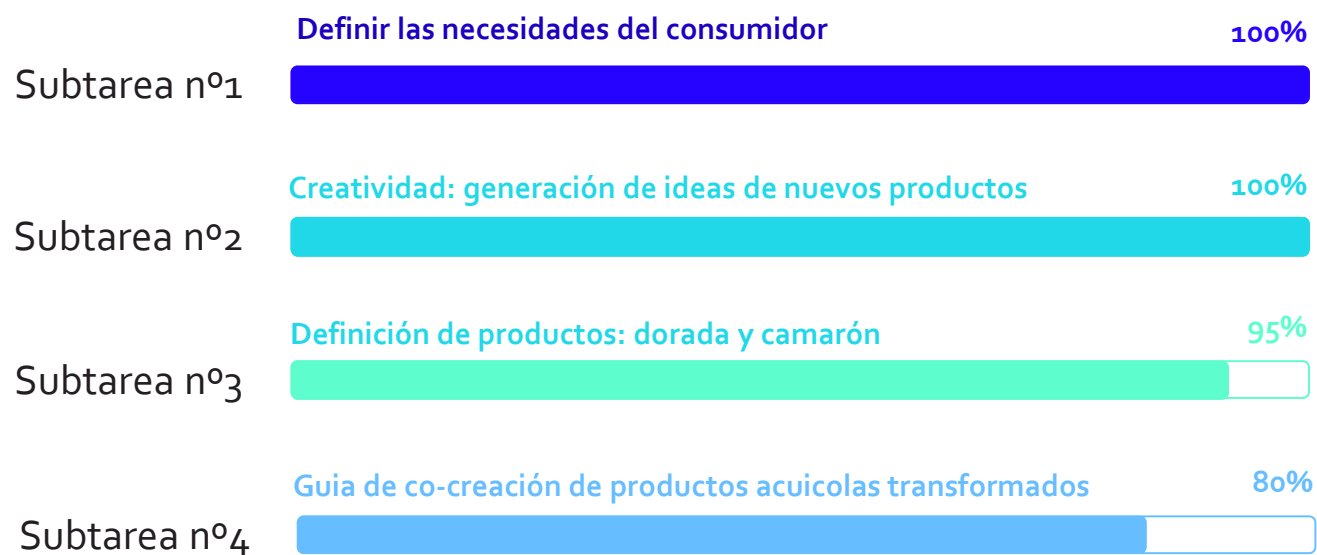


- Elección de productos mayoritariamente para langostinos, son los productos frescos: **filetes, lomos y abiertos.**
- Elección de productos para langostinos después de los productos frescos serían: **snacks como aperitivos, carpaccio y marinados/ahumados.**



# Grado de consecución de las subtareas

## FASE 1



This study forms part of the ThinkInAzul programme and was supported by MCIN with funding from European Union NextGenerationEU (PRTR-C17.I1) and by *Generalitat Valenciana*



# Hoja de ruta 6 próximos meses

## FASE 2



- en proceso de decidir qué equipos inventariables adquieren, en función de los desarrollos de producto seleccionados y necesidades analíticas.
- Asistencia a Seafood Expo Global en BCN.
- Trabajamos en coordinación con UPV5 y ambos con WP3 para el abastecimiento de materias primas, si bien todavía no hemos recibido dichas materias primas.

# We're thinking in azul

Thanks | Gràcies

## Project Coordinators

Jaume Pérez-Sánchez  
[jaime.perez.sanchez@csic.es](mailto:jaime.perez.sanchez@csic.es)  
Carlos Valle Pérez  
[carlos.valle@ua.es](mailto:carlos.valle@ua.es)

## Project Manager

Leyre Rivero Álvarez  
[leyre.rivero@csic.es](mailto:leyre.rivero@csic.es)



This study forms part of the ThinkInAzul programme and was supported by MCIN with funding from European Union NextGenerationEU (PRTR-C17.1a) and by *Generalitat Valenciana*

## María Jesús Pagán

I-Food, Instituto Universitario de Ingeniería de Alimentos UPV

