

El *consumidor* protagonista del diseño de nuevos alimentos

*La Universidad de Extremadura coordina en España el proyecto Europeo de la EIT Food titulado **RIS Consumer Engagement Labs 2021 (Laboratorios de participación del consumidor)***



EIT Food es la iniciativa de innovación alimentaria líder en Europa, que trabaja para hacer que el **sistema alimentario sea más sostenible, saludable y confiable.**

conectar a los **socios dentro del sector alimentario** y otorgando al consumidor un papel más central.

RIS Consumer Engagement Labs 2021 (Laboratorios de participación del consumidor)

Proyecto liderado por la Universidad de Varsovia

Con la participación de 10 Universidades

CONSUMIDORES

EMPRESAS

Bulgaria

Grecia

Hungría

Italia

Lituania

Polonia

Rumania

Eslovaquia

Eslovenia

España

La UEX ya coordinó también el proyecto Laboratorios de participación del consumidor de EIT Food RIS (2019)



Los *investigadores de* Instituto Universitario de Investigación en Recursos Agrarios (INURA) han desarrollado este *laboratorio de co-creación con un grupo voluntario de personas mayores de 65 años.*

son sesiones de cocreación precompetitivas realizadas por un grupo coherente de consumidores en un lugar físico conjunto / **online y limitado en el tiempo, centrados en el desarrollo de nuevos conceptos de producto.**



3 sesiones

Sesiones de
Co-creación con
los consumidores

Lugar común
y al mismo
tiempo

Desarrollo
de nuevos
conceptos
de
productos

Objetivos:

Recopilar información en este grupo de población sobre las relaciones entre comida, salud y sabor, sobre la pandemia de COVID-19.

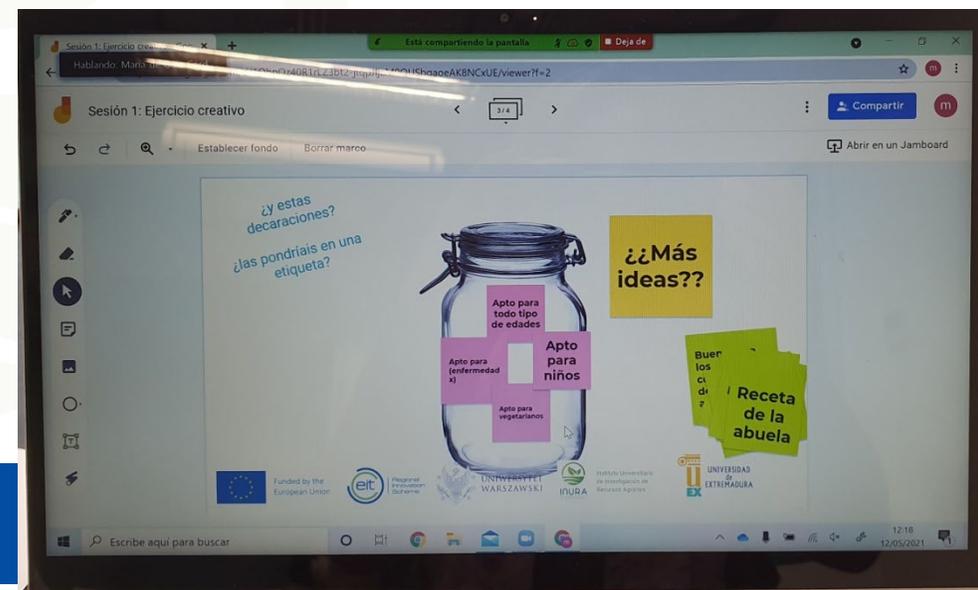
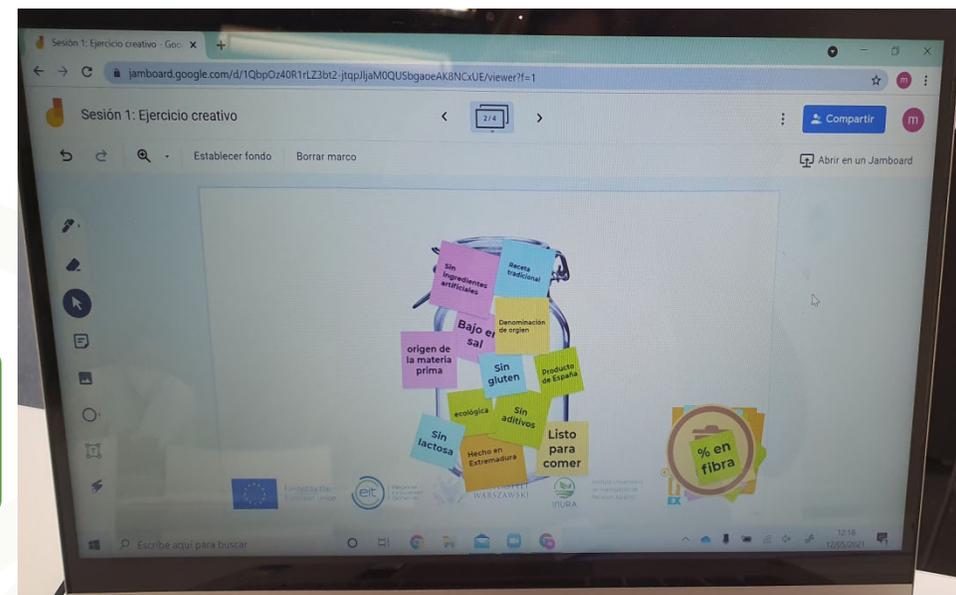
Recopilar conocimientos sobre las elecciones/preferencias alimentarias y recomendaciones para el etiquetado de los productos alimentarios

Resultados obtenidos

Categorización de los alimentos (alimentos saludables, alimentos nutritivos, etc.)

Como fue la comida durante la pandemia, los cambios debidos a la misma, su aptitud ante uso de las nuevas tecnologías durante esta situación.

Lista de afirmaciones que este grupo de población recomiendan para el etiquetado y su posicionamiento sobre los alimentos



Sesión 2:

Objetivos

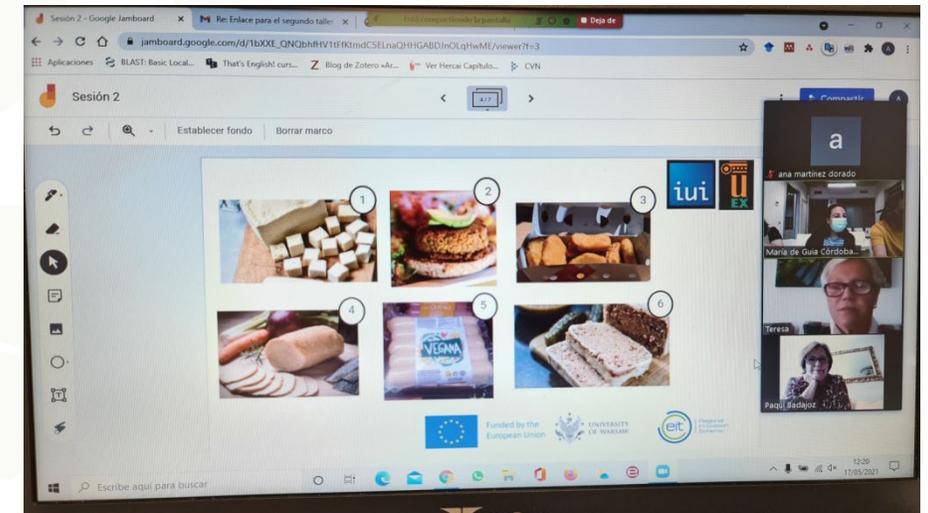
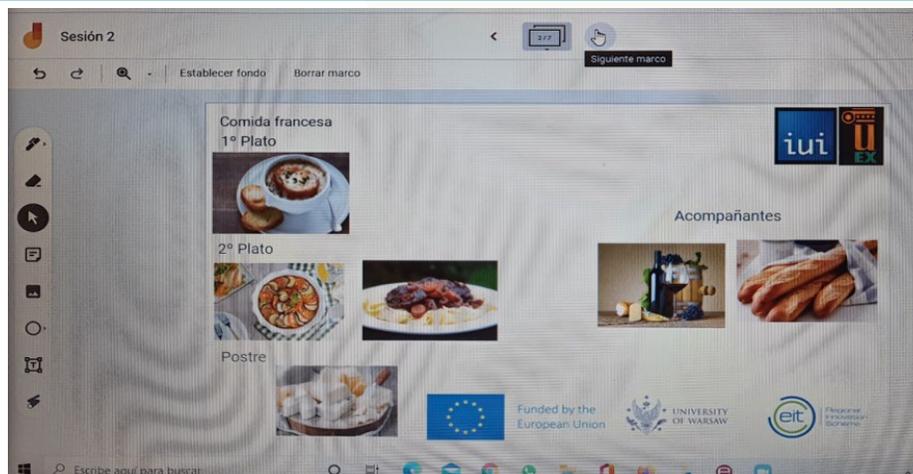
Obtener información sobre las experiencias de compra en época de la COVID-19, recoger las expectativas y experiencias con los tipos de envases para los alimentos

Obtener información sobre las opiniones acerca de los sustitutivos vegetales de la carne y los posibles sustitutivos preferidos por las por este grupo de población

Resultados

Conocimientos sobre el diseño de los envases alimentarios y los patrones de compra de alimentos

Productos creativos que revelen las opiniones y actitudes de los consumidores de esta edad, respecto a los sustitutivos de la carne



Tareas de casa:

Trabajos en casa

Objetivo: Recoger las ideas de los participantes para una comida adecuada y creativa sin carne, lácteos o ingredientes de origen animal

Resultado: La recopilación de recetas para una comida adecuada y creativa sin ingredientes cárnicos, lácteos o de origen animal

Grupo 2
Platos propuestos por María Julia

Postre
- Macedonia de nueces y hierbabuena

Ingredientes:
-Naranja
-Fresa
-Kiwi
-Pera
-Nueces
-Hierbabuena

Grupo 2
Platos propuestos por Paqui

Primer plato
- Hummus de garbanzos y pimentón

Acompañamiento segundo plato
- Verduras al curry

Postre
- Hojaldre de masa

Grupo 2
Platos propuestos por José Antonio y Carlota

Primer plato
- Crema de calabaza con cilantro

Segundo plato
- Minihamburguesas de quinoa y aguacate

Postre
- Batido de fresas con fideos de chocolate

Objetivos:

Presentar las ideas de los consumidores a los demás participantes y a los representantes de las empresas

Presentación de las empresas del producto comercializado tras los Laboratorios en 2019-2020

Discusión conjunta entre los representantes de las empresas y los consumidores sobre la comercialización de los productos dedicados a las personas mayores.

Resultados:

- Exploración del *potencial creativo de los participantes*; los representantes de las empresas observan la propuesta de los consumidores
- Que los *participantes-consumidores conozcan el producto* desarrollado tras las tareas de casa en los que han participado los consumidores
- Los representantes de las empresas *recopilan los comentarios de los consumidores* sobre el producto y recopilan sus conocimientos sobre las *posibles formas de promocionar el producto.*



El *consumidor* protagonista del diseño de nuevos alimentos

MUCHAS GRACIAS