



Este proyecto ha recibido financiación del programa de investigación e innovación de la Unión Europea Horizonte 2020 mediante el acuerdo de subvención n.º 727848.



Los consumidores en la co-creación de los cereales

La co-creación en el desarrollo de los productos con cereales es muy eficaz. El estrecho contacto con los consumidores y la creación de los embajadores de producto han dado buenos resultados.

Definición de co-creación

La co-creación es el desarrollo colaborativo de nuevo valor (conceptos, soluciones, productos y servicios) junto con los expertos y/o las partes interesadas (clientes, proveedores, etc.). La co-creación es una forma de innovación colaborativa: las ideas se comparten y se mejoran de manera conjunta, en vez de personal. Está estrechamente conectada –y asociada– con otras dos palabras muy de moda: “código abierto” y “personalización masiva”.

Los consumidores y la co-creación de productos con cereales

En Dinamarca existe una larga tradición de co-creación de productos con cereales de forma conjunta con los consumidores y las partes interesadas del sector de la distribución al por menor. A menudo, la co-creación tiene lugar durante sesiones que incluyen cursos de panadería o jornadas dedicadas a la innovación entre los socios comerciales.

En estas sesiones sobre la panadería los consumidores, los socios comerciales, los agricultores y los panaderos crean nuevos productos probando variedades antiguas y evalúan las líneas de productos para que estén listas de cara al mercado.

Es muy importante entender que ahora mismo la empresa es una entidad demasiado pequeña para poner en marcha la co-creación.

Referencias

Lecturas aconsejadas:

www.aurion.dk ;

www.falselvgaard.dk;

www.kragegaarden.dk;

www.gyrup.dk.