



María López, directora Corporativa de Relaciones Institucionales y Servicios Jurídicos de Ausolan, y Batriz Gil de Sagredo, directora de Relaciones Institucionales de Acade.

Proyecto pionero para integrar a clientes y consumidores en el diseño de menús

29-01-2020

Ausolan y Basque Culinary Center colaboran, desde el pasado año, en un proyecto único para generar menús innovadores, que sitúa a los clientes en el centro de su estrategia; mediante un sistema de *testing* la compañía consolida una forma de trabajar pionera, en la que el consumidor final participa en el diseño de los productos y menús.

Ausolan, grupo empresarial de capital 100% español, y el Basque Culinary Center Innovation (Centro de Investigación tecnológica del Basque Culinary Center) colaboran, desde el pasado año, en un proyecto único para generar menús innovadores que integren los requerimientos de los consumidores, especialmente de aquellos que se han incorporado en los últimos tiempos.

El punto de arranque de esta colaboración ha sido un profundo análisis de las necesidades y expectativas de los clientes y entidades reguladoras del sector, así como la consideración de la evolución del contexto en el que se desarrolla su actividad. Una de las principales novedades reside en la propia metodología. En la fase de diseño de menú se aúnan las tradiciones e innovaciones culinarias con otros criterios como la sostenibilidad, primando 'lo local' y el producto de cercanía y temporada, además de la creatividad y nuevos alimentos; y todo con el objetivo de generar una propuesta gastronómica tanto en régimen transportado como mixto, preservando la exclusividad de la formulación.

Por otro lado, y de gran relevancia para Ausolan, está la fase en la que se integra al consumidor final, la fase de *test* y, tras ello el codiseño integrando sus valoraciones en base a una multitud de parámetros agrupados en: presentación, sabor, aroma, textura, temperatura, técnica de elaboración y el contexto en el que se va a producir la ingesta.

La puesta en marcha de estas pruebas se desarrolla con la participación de los potenciales clientes y consumidores, a quienes previamente se les da toda la información de la formulación: ingredientes, en qué se inspiran, qué necesidades cubre, a qué colectivo van dirigidas las elaboraciones y recomendación del momento de consumo. A partir de ahí, de forma anónima, los participantes evalúan con sus comentarios y sugerencias para que Ausolan y BCCInnovation trabajen en ello.

Esta experiencia requiere estar abierto a todo: desde desechar una receta, hasta variarla, considerar otro momento de consumo o incluirla directamente en el recetario. Con el *feedback*, totalmente trabajado, se realiza un segundo y definitivo *test*, donde se explica las decisiones adoptadas y se presenta el resultado.

Primeras experiencias con centros asociados a Acade

Esta metodología ya se encuentra rodando en el segmento escolar, de la mano de Acade, Asociación de Centros de Enseñanza Privada de España (las dos entidades se encuentran trabajando desde el pasado mes de octubre).

En una primera fase, más de 30 dueños de centros educativos asistieron a la cocina central de Ausolan, en Alcalá de Henares, donde degustaron y dieron su visión de las primeras formulaciones diseñadas para el segmento escolar.

En la actualidad, Ausolan se encuentra ya planificando nuevos encuentros para involucrar a los consumidores de otros segmentos desde el inicio. Las primeras pruebas han supuesto *“una revolución y un reto. Pocas veces se siente el cliente y el consumidor parte del diseño del producto que va a consumir. Además, es muy interesante contar de primera mano con sus percepciones, conociendo qué les decanta hacia las múltiples opciones de compra que se encuentran a su disposición en el mercado”*, señala la directora corporativa de Relaciones Institucionales y Servicios Jurídicos, **María López**.

Este es solo un primer paso en un ambicioso proyecto que pone al cliente en el centro de la estrategia, un paso que requiere mucha valentía, puesto que supone dar a conocer mutuos intereses e inquietudes, así como exponer de forma transparente la forma de hacer única de Ausolan, con el compromiso de considerar todas y cada una de las reacciones, sugerencias y comentarios.

Cabe señalar que, por ahora, el resultado está siendo muy ilusionante para ambas instituciones. Ausolan es consciente que ha iniciado una forma única e innovadora ‘de hacer’, muy alineada con el hecho de ‘ser pioneros’, que esta empresa lleva en su ADN. En este sentido, 2019 fue un año importante para Ausolan ya que, además de iniciar este innovador proyecto de los *testing*, fue el primer grupo empresarial en obtener la certificación *ATX Allergy Protection*, muestra de que la seguridad alimentaria es una de las columnas vertebrales del negocio.

Como concluye María López, *“la actitud para innovar es esencial, pero no es suficiente. Un proceso de innovación no se puede abordar si no se cuenta con clientes y proveedores fieles que avalen tu trayectoria empresarial y que te acompañen en salir de tu zona de confort”*.

Noticias Relacionadas

- [Ausolan obtiene el sello Allergy Protection que garantiza la seguridad alimentaria de alérgenos](#)
- [Ausolan, 50 años de cooperativismo impulsado por 17 mujeres decididas e inconformistas](#)
- [Dietas personalizadas y dignificación de las personas mayores a través de la comida](#)
- [Ausolan y Basque Culinary Center firman un acuerdo para impulsar la innovación](#)