

COCRIAÇÃO MULTISSETORIAL NA AGROINDÚSTRIA: UM MODELO COLABORATIVO PARA O DESENVOLVIMENTO DE BEBIDAS LÁCTEAS HÍBRIDAS

Rebeca Barcellos Elhabre de Mattos¹, Igor de Souza Brito¹, Mônica Marques Pagani²;
Eliane Teixeira Mársico, Erick Almeida Esmerino²

¹ Universidade Federal Fluminense – Faculdade de Veterinária – Departamento de Tecnologia de Alimentos – Niterói/RJ; ² Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – Instituto de Tecnologia – Departamento de Tecnologia de Alimentos – Seropédica/RJ.

Contato/email: rebecabarcellos@id.uff.br / eaesmerino@id.uff.br

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17397257>



A cocriação multissetorial impulsiona o desenvolvimento colaborativo de bebidas lácteas híbridas, aproximando pesquisa, setor produtivo e mercado consumidor.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento de alimentos inovadores na agroindústria exige estratégias que integrem conhecimento técnico, percepção do consumidor e viabilidade mercadológica. Nesse contexto, a cocriação tem se destacado como abordagem colaborativa promissora, envolvendo diferentes atores da cadeia produtiva - pesquisadores, profissionais da indústria e consumidores - no processo de concepção, desenvolvimento e validação de novos produtos (Grasso; Asioli; Smith, 2022; Domingie et al., 2025). Essa interação favorece o alinhamento entre valor percebido, funcionalidade e sustentabilidade, promovendo soluções coerentes com a crescente demanda por alimentos saudáveis, transparentes e ambientalmente responsáveis (de Brito et al., 2025).

Diferentemente dos modelos tradicionais de inovação, a cocriação reconhece que o conhecimento não é exclusivo das empresas, mas compartilhado entre os diversos agentes do sistema alimentar. Assim, produtores, formuladores, especialistas sensoriais e consumidores contribuem com perspectivas complementares, ampliando a compreensão sobre fatores técnicos, simbólicos e emocionais que influenciam a aceitação dos produtos (Ribeiro et al., 2025).

Entre as metodologias aplicáveis, destaca-se a técnica de grupos focais, que possibilita interação estruturada entre participantes com perfis diversos, favorecendo a identificação de percepções, barreiras e motivações relacionadas à inovação em alimentos (Durço et al., 2025). Essa ferramenta tem sido especialmente útil no desenvolvimento de bebidas lácteas híbridas (que combinam leite e extratos vegetais) ao revelar atributos valorizados por diferentes públicos, como naturalidade, sabor, textura e clareza da rotulagem (de Brito et al., 2025).

Apesar dos avanços, a integração sistemática entre consumidores e setor produtivo nas fases iniciais de desenvolvimento ainda é incipiente, reforçando a relevância de estudos aplicados sobre cocriação multissetorial. Este artigo técnico discute a importância dessa abordagem na agroindústria, destacando suas vantagens, aplicabilidade e impacto na geração de produtos mais inovadores, sustentáveis e orientados ao consumidor.

COCRIAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS

A cocriação constitui um processo estruturado de inovação colaborativa, no qual diferentes agentes da cadeia produtiva compartilham saberes, percepções e experiências para desenvolver produtos que conciliem eficiência tecnológica e relevância social. Essa abordagem rompe com o paradigma linear da inovação e propõe um modelo interativo, centrado no diálogo entre ciência, indústria e consumidor (Grasso; Asioli; Smith, 2022). No contexto agroindustrial, o conceito assume papel estratégico ao permitir que o desenvolvimento de novos alimentos integre, desde a concepção, critérios de qualidade sensorial, segurança, sustentabilidade e aceitação de mercado.

A aplicação prática da cocriação pode ocorrer por meio de painéis de especialistas, oficinas participativas e métodos qualitativos, entre os quais os grupos focais se destacam por promover interação estruturada entre perfis heterogêneos. Essa metodologia favorece a expressão espontânea de percepções, motivações e expectativas, possibilitando identificar oportunidades de melhoria ainda nas fases iniciais do desenvolvimento (Durço et al., 2025). A Figura 1 ilustra como a metodologia dos grupos focais tem sido aplicada em diferentes categorias de produtos, evidenciando seu potencial como ferramenta transversal de cocriação na indústria de alimentos.



Figura 1. Cocriação na área de alimentos por meio de grupos focais: exemplos de produtos já estudados.



Fonte: Adaptado de Durço et al. (2025)

Consumidores, profissionais e técnicos contribuem de forma complementar, enriquecendo o processo de inovação e ampliando a compreensão sobre as múltiplas dimensões de valor envolvidas na criação de alimentos. No caso das bebidas lácteas híbridas, os grupos focais configuram-se como instrumento estratégico. Eles permitem compreender como atributos como textura, sabor, aparência e naturalidade são percebidos por distintos perfis de consumidores, além de explorar aspectos éticos e comunicacionais associados à identidade do produto. Profissionais da indústria láctea e do setor plant-based, por sua vez, oferecem contribuições sobre viabilidade tecnológica, estabilidade físico-química e posicionamento mercadológico.

A principal vantagem dessa abordagem reside na capacidade de antecipar ajustes de formulação e comunicação, reduzindo riscos de rejeição e ampliando a aceitação social dos produtos. Além disso, a cocriação fortalece a legitimidade da inovação ao incorporar expectativas reais dos consumidores, consolidando uma relação de confiança entre marca e público (Ribeiro et al., 2025).

Dessa forma, a cocriação, apoiada em metodologias participativas como os grupos focais, consolida-se não apenas como ferramenta de desenvolvimento de produtos, mas como uma estratégia de gestão da inovação agroindustrial, capaz de fortalecer sustentabilidade, confiança e competitividade nos sistemas alimentares contemporâneos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A adoção da cocriação como estratégia de desenvolvimento agroindustrial representa um avanço significativo na forma de conceber produtos alimentícios. Ao integrar consumidores, profissionais da indústria, pesquisadores e demais agentes da cadeia produtiva, cria-se um ambiente colaborativo capaz de gerar soluções mais assertivas, sustentáveis e alinhadas às demandas reais do mercado.

Os resultados observados em iniciativas de cocriação, especialmente no desenvolvimento de bebidas lácteas híbridas, evidenciam que a combinação de saber técnico e percepção do consumidor favorece o equilíbrio entre inovação e aceitação. A utilização de metodologias participativas, como os grupos focais, permite identificar expectativas, barreiras e oportunidades desde as etapas iniciais, reduzindo incertezas e fortalecendo a legitimidade da inovação.

Além de sua aplicabilidade prática, a cocriação impulsiona a competitividade do setor agroindustrial ao promover transparência, sustentabilidade e valorização do conhecimento coletivo. Assim, mais do que um método de pesquisa ou desenvolvimento, a cocriação consolida-se como um modelo de gestão da inovação, orientado pela interação entre ciência, mercado e sociedade.

REFERÊNCIAS

DOMINGIE, Sarah et al. Multi-actor co-creation of innovative protein-rich appetisers for older adults: From the kitchen to real-life consumer tasting. **Food Quality and Preference**, p. 105660, 2025.

DE BRITO, Igor Souza et al. Exploring preferences and emotional responses of a dairy-based hybrid product: insights from consumer-centric development using different health-oriented clusters. **Food Quality and Preference**, v. 129, p. 105537, 2025.

DURCO, Bruna B. et al. Redefining innovation: the role of co-creation in collaborative new food product strategies. **Current Opinion in Food Science**, v. 63, p. 101298, 2025.

GRASSO, Simona; ASIOLI, Daniele; SMITH, Rachel. Consumer co-creation of hybrid meat products: A cross-country European survey. **Food Quality and Preference**, v. 100, p. 104586, 2022.

RIBEIRO, Ana Cristina Pinesso et al. Unraveling the potential of co-creation on the new food product development: A comprehensive review on why and how listening to consumer voices. **Trends in Food Science & Technology**, p. 104978, 2025.

