

## Fortaleciendo la innovación con la co-creación

Si no puedes con el enemigo únete, de la misma manera si no puedes satisfacer a tus clientes con los servicios o productos que les ofreces, involúcralos en el proceso creativo e innovador de estos, para que ellos generen nuevas ideas de acuerdo a sus necesidades y gustos.

A este proceso de involucrar a los grupos de interés de las empresas para generar nuevas propuestas se le conoce como Co-creación.

La co-creación es una base fundamental en la innovación y su fuerza radica en la interacción cercana con los clientes, que al final son los que comprarán los productos y/o servicios ofertados por la empresa. Esto es precisamente lo que hace Artica con su macro proyecto de co-creación.

Artica tiene su origen en la alianza estratégica entre empresas e instituciones



Fuente: Material Artica

universitarias públicas y privadas, que consideran la innovación como un elemento de competitividad fundamental para el país y para sí mismas.

Para Artica la co-creación se define como “Una forma como un proveedor de

productos y servicios atrae a sus clientes para que conjuntamente desarrollen esos productos y servicios con valor diferencial para el cliente”. Para comenzar a aplicar este proceso en una empresa se requiere tener muy claro unos focos a los que se quiere dirigir para generar innovación, debido a

que no se le puede apuntar a todo al mismo tiempo. Después de tener identificados plenamente en lo que se desea hacer creación conjunta entre empresa y los clientes, se deben definir focos y sus respectivas líneas de investigación. De igual manera se debe contar con un equipo bien estructurado para la ejecución del proyecto, en este caso es importante contar con una base científica, para aplicar la investigación y personas responsables de desarrollo y apoyo gerencial.

La innovación utilizando la co-creación también implica romper con ciertos esquemas o paradigmas que son muy comunes en las empresas, como creer que todo está inventado, que lo más complejo es lo mejor, tener la calidad como diferenciador, pensar que la operación del día a día prima sobre el futuro; en su defecto las compañías deben adoptar buenas prácticas para innovar como velocidad en desarrollos, la simplicidad en las soluciones, la disciplina para trabajar, visión de futuro, trabajo colaborativo, incentivos a la creatividad, apertura y flexibilidad en la manera de ver y hacer las cosas.



*Fuente: Material Artica*





Además de romper con los paradigmas y aplicar buenas prácticas para llegar a la co-creación exitosa se recomienda utilizar algunas técnicas que pueden ser de gran utilidad en este proceso como los son: los 5 porqués, análisis de actividades, mapas de futuro, juego de diseño, investigación etnográfica y juegos de retos, técnica de relevos, domino mapping entre otros.




Miremos un ejemplo:

**Análisis de actividades:** esta es una técnica netamente participativa, que normalmente requiere un facilitador de apoyo y que busca establecer una relación de tiempo y actividades sobre un tema específico (labores de aseo y

uso del agua en el hogar, por ejemplo), el objetivo de la técnica es extraer información relevante y motivar a dar ideas de soluciones de problemas o identificar oportunidades en este caso sobre la utilización óptima del agua en los hogares, esto funciona como especie de retos, lo cual lleva a que las personas piensen en el futuro, o imaginen como será este con o sin un recurso determinado, o de que manera se hace un aprovechamiento óptimo del elemento agua en este caso. El reto sería por ejemplo: Diseñar una casa en donde el consumo de agua y energía sea el mínimo (una especie de vivienda ecológica), lo primero que se le pide a los participantes en las técnicas de co-creación es dibujar las actividades de aseo en la casa y establecer que problemas se presentan:

**TECNICA ANÁLISIS DE ACTIVIDADES**

<p>1</p> 	<p>6:00 a.m.</p> <p>9:00 a.m.</p>	<p>2</p> 	<p>10:00 a.m.</p> <p>11:00 a.m.</p>
<p>3</p> 	<p>12:00 a.m.</p> <p>13:00 a.m.</p>	<p>4</p> 	<p>14:00 a.m.</p> <p>15:00 a.m.</p>

<p>5</p> 	<p>16:00 a.m.</p> <p>6:00 a.m.</p>	<p>6</p> 	<p>17:00 a.m.</p> <p>18:00 a.m.</p>
<p>7</p> 	<p>19:00 a.m.</p> <p>20:00 a.m.</p>		

Fuente: Imágenes tomadas de [www.google.com](http://www.google.com)

En la sesión de co-creación pueden surgir problemas como: gasto de agua excesivo en el baño de los niños y adultos a primera hora del día, desperdicio considerable de agua en el lavado de la ropa en los ciclos de llenado, enjuague y al final del proceso, y también pudo salir a flote problemas en relación al lavado de los platos a las horas del desayuno, almuerzo y comida.

Con los resultados del anterior ejercicio es factible desarrollar otra técnica de co-creación como lo es la técnica de Relevos, con el fin de obtener un nuevo concepto o visualización de un producto o servicio que contribuya a resolver la problemática detectada.

**Técnica de relevos:** Al igual que la anterior, esta es una técnica colaborativa y participativa que tiene valores adicionados en grupos pequeños, en ella la idea inicial es complementada, esta propicia aportes creativos y es ideal para el desarrollo de conceptos de productos o servicios con valor agregado,

siguiendo con el anterior ejemplo surgieron las siguientes ideas a través del uso de esta técnica:

- Dosificador de agua en la ducha que dé a las personas determinado tiempo para bañarse sin que se desperdicie más agua de lo necesario.
- Crear un jabón ecológico que permita un buen bañado en poco tiempo.
- Crear un reconocimiento facial para programar dos minutos de ducha por persona como máximo.
- Reutilizar el agua de la lavadora en el vaciado de los baños de la casa

Domino Mapping: es otra técnica que permite la relación de ideas e incentivar a pensar no solo en el presente sino también en el futuro, es válido en grupos de tamaño mediano y permite entre otras cosas la puesta en común de forma amplia y siempre abierta de las ideas, sin emitir juicios sobre las mismas, facilita la creatividad, la apertura mental, y la argumentación. Alcanzando como resultado final una visión con diferentes aristas del presente y del futuro de algo que se requiere confrontar.



#### TÉCNICA DOMINO MAPPING

Pensemos en un momento que se quiere a partir de los closets existentes actualmente en los hogares, definir un concepto de closet ideal para un apartamento en el futuro, para este caso lo

primero que se debe establecer es cuales serán las variables o dimensiones de análisis propias de un espacio en el hogar como lo es un closet, entre las opciones consideradas están:

**Flexibilidad:** que pueda variar su tamaño, amplitud, ubicación, etc.

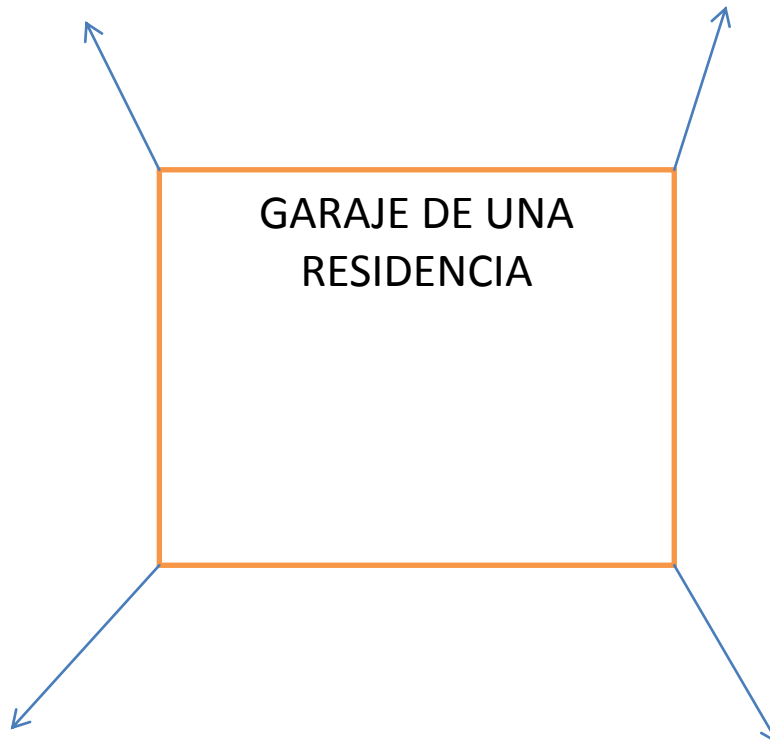
**Capacidad:** se relaciona más con espacio suficiente para ropa, zapatos y otros elementos conexos (calzadores, limpiadores, etc.)

**Aseo:** tiene que ver con la facilidad de asear el closet, o que permita la limpieza y desinfección de las prendas, o incluso se planchado

**Colaboración:** este punto está vinculado con aspectos como suministrar información de uso de las prendas por tiempo u ocasiones, o datos sobre tiempo del ultimo lavado, tipos de prendas a combinar, etc.

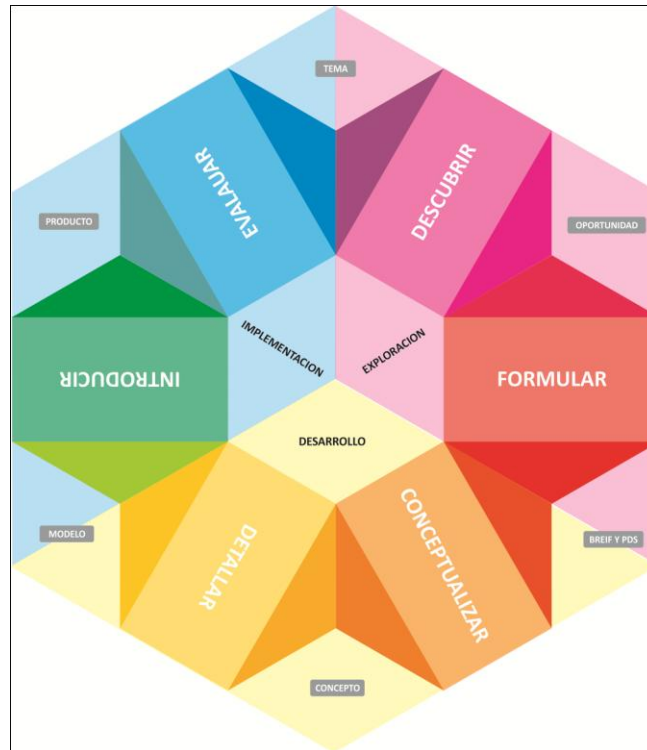
Las dimensiones permiten establecer como esta hoy la situación del objeto o producto analizado versus como podría ser en el futuro, o cual es el desear del cliente en cuanto a este producto en años venideros, en este punto es crucial la información que pueda brindar el cliente o potencial usuario y buscar analizar elementos que a través de otras herramientas o metodologías sean más difíciles de lograr; de allí que las técnicas de co-creación son ideales para fortalecer las actividades de innovación en las compañías y en última instancia la empresa contara no solo con una idea de un nuevo producto o servicio sino con una serie de iniciativas que se pueden agrupar en lo que denominaremos plataformas o lo que en la teoría de la innovación se le denomina nuevas plataformas de crecimiento(NPC).

Dejamos para el lector el que considere las variables que se podrían analizar en cuanto al presente y futuro de un garaje de una residencia en el futuro.



### **Adopción de la Co-creación**

La manera de enfrentar la innovación a través de técnicas de Co-creación, funciona inicialmente estableciendo una serie de temas a tratar o principalmente formulando **retos Innovadores**, los cuales conduzcan a tres procesos básicos que son: **la exploración** de nuevas ideas u oportunidades, el **desarrollo** de modelos o prototipos y la **Implementación** como productos o nuevas unidades de negocios, etc. Los anteriores son los puntos centrales del diamante de Co-Innovación creado por la empresa Artica; la Exploración de nuevas ideas va implicar esencialmente actividades de descubrir y formular que conducirán en última instancia a la detección de una oportunidad, y a un bosquejo de la misma ya sea como un Brief o un PDS, esta se puede apreciar mejor en la siguiente imagen suministrada por Artica.



*Fuente: Imagen material Artica*

Continuando con las otras actividades implícitas en lo concerniente al proceso de **Desarrollo** en el diamante de Co-Innovación, serán básicamente las de conceptualizar y detallar; las cuales contribuirán a tener un concepto y/o un modelo, constituyéndose estas en las labores previas aun proceso de implementación, que en este caso se centraran principalmente en la introducción del nuevo producto o servicio y su respectiva evaluación.

A manera de conclusión se debería decir que las empresas en sus procesos de innovación, deben acudir al desarrollo de una serie de estrategias, actividades y a la dotación al recurso humano de herramientas, metodologías o técnicas que apoyen el proceso central de innovar, las técnicas de Co-Creación son una buena opción para ver las cosas, los problemas y las necesidades de las compañías, clientes, usuarios de una forma distinta y poder plantear elementos novedosos que agreguen valor, no deben ser vistas



como una única alternativa y es ideal complementarlas con otras técnicas de creatividad como son Scamper, rediseño, lentes de creatividad, etc.

Documento elaborado por: Mary Luz David González  
Practicante Programa de Empresarismo  
Universidad EAFIT