

Innovación colaborativa para el diseño de nuevos productos de acuicultura desde la perspectiva de la cadena de valor

Sonia Riesco (AZTI), Irene Peral (AZTI), Irene Garcia (AZTI), Begoña Alfaro (AZTI), Athanasios Krystallis (HCMR), Karen Brunso (AU), Violeta Stancu (AU), Anna Claret (IRTA), Luis Guerrero (IRTA), Elena Santa Cruz (AZTI)

Abstract

To improve processes and generate more successful innovations to market aligned to different users, involvement of key stakeholders (from food production, processing industry, retailers, to final consumers) is needed, in order to collect their expectations and needs about actual and future challenges in aquaculture value chain. For this purpose, a creative and collaborative process has been developed to obtain insights and inputs from different users (consumers and stakeholders) and generate innovative ideas for new product development of Mediterranean farmed fish species.

Co-creation allows to connect challenges and needs with innovation opportunities, build flexible, dynamic and collaborative ecosystems around them, and finally, focus on results. And “ad-hoc” co-creation process has been designed, selecting teams, methods and tools based on collaboration and adapted to the objectives of the project. Always focused on boosting creativity to solve problems, visualize opportunities, collect user’s insight and idea generation.

Resumen

Con el objetivo de mejorar los procesos de innovación y diseñar productos y servicios innovadores de forma exitosa alineados a diferentes usuarios, se ve necesario contar con los agentes clave (desde productores, industria de procesado, distribuidores hasta el usuario final o consumidor). Recoger sus expectativas y necesidades en base a los retos actuales y futuros de la cadena de valor de acuicultura se torna crucial. Por ello, se ha desarrollado un proceso creativo y colaborativo para obtener información clave del usuario final y otros agentes, para de forma conjunta generar ideas innovadoras para el desarrollo de nuevos productos de acuicultura procedentes de especies del Mediterráneo.

La cocreación permite conectar retos y necesidades con oportunidades para la innovación, construir ecosistemas flexibles, dinámicas y colaborativos alrededor de ellos, y finalmente, un enfoque a resultados. Se ha diseñado un proceso de cocreación a medida, seleccionando equipos, métodos y herramientas adaptados a los objetivos del proyecto. Siempre con el foco puesto en alentar la creatividad para la resolución de problemas, visualizar oportunidades, recoger aportaciones de los usuarios y la generación de ideas.

Justificación

El objetivo de las actividades de cocreación en el proyecto MedAID fue, obtener información cualitativa de los agentes que integran la cadena de valor de la acuicultura y generar ideas para el desarrollo de nuevos productos de las especies de la acuicultura mediterránea (dorada, lubina y corvina). La identificación de oportunidades de mercado mediante la comprensión y aplicación del conocimiento de tendencias y la generación de ideas es crucial para un proceso exitoso y rentable de desarrollo de nuevos productos.

Material y métodos

Las actividades de cocreación combinan herramientas analíticas y participativas para identificar primeramente el reto o problemática a abordar, generar conocimiento sobre el mismo y explorar y evaluar posibles soluciones de forma creativa. Es un método que permite incorporar de forma dinámica y activa la vez de diferentes usuarios en el proceso de diseño de nuevos productos.

Teniendo en cuenta los objetivos de identificar retos y generar conocimiento, se han incorporado al proceso metodologías de vigilancia competitiva y estratégica, así como de análisis y aplicación de las tendencias de consumo con impacto en el sector de la acuicultura. La vigilancia permite sistematizar la búsqueda de información y monitorizar en el tiempo el conocimiento clave para el equipo y el proyecto. La investigación, análisis e identificación de tendencias se ha desarrollado en base a la metodología “innovación desde las tendencias”, que consta básicamente en cuatro pasos: investigación de *insights* e información clave, definición del mapa de tendencias con impacto en el proyecto, validación de tendencias a través de estudios cualitativos con consumidores y *focus groups* con expertos, y monitorización de tendencias con la obtención de datos de mercado e innovaciones asociadas que las soportan. Los métodos de cocreación aportan prácticas y herramientas para accionar equipos de innovación, y se enmarcan en tres fases principales: análisis, generación colaborativa de ideas, y puesta en acción.



Figura 1. Diseño gráfico de las sesiones de cocreación (AZTI, 2017).

Resultados y discusión

Tras una previa identificación de los principales retos de mercado de los productos de acuicultura, se han detectado ejes de cambio en torno a la imagen del sector, el consumidor y el producto. En lo que respecta al consumidor, los aspectos a trabajar se centran en las percepciones y hábitos de consumo de los productos de la pesca y la acuicultura. Las tendencias de consumo que se han considerado que tendrán mayor impacto en el sector de la acuicultura están relacionadas con la salud, lo local (identidad, calidad), la sostenibilidad y la conveniencia.

La generación de ideas para el diseño de nuevos productos de acuicultura se ha enfocado a adaptar éstos a diferentes momentos de consumo, introducir el pescado a generaciones jóvenes, personalización en base a necesidades específicas de diferentes usuarios objetivo, productos de conveniencia más saludables y la construcción de experiencias de consumo que promuevan unos hábitos saludables y mejoren la confianza del consumidor.

Bibliografía

Ramaswamy V. y K. Ozcan 2018. What is co-creation? An interactional creation framework and its implications for value creation. En: *Journal of Business Research*.

Black I. y C. Veloutsou. 2017. Working consumers: Co-creation of brand identity, consumer identity and brand community identity. En: *Journal of Business Research*.

Aida Boukhris A., A. Fritzsche y K. Möslin. 2017. Co-creation in the early stage of product-service system development. En: *The 50th CIRP Conference on Manufacturing Systems*.

Agradecimientos.

Agradecemos la participación y la involucración, a todos los integrantes de los equipos de cocreación.