



OVIHUEC.DAT

Caracterización de la gestión forestal e impulso socioeconómico en zonas de montaña mediante un rebaño comunal en un entorno digital

4.1.6.2

Estrategia de producto en Vilamòs

Convocatoria de ayudas de la Fundación Biodiversidad, en régimen de concurrencia competitiva, para apoyo a proyectos transformadores para la promoción de la bioeconomía ligada al ámbito forestal y la contribución a la transición ecológica (regulada por la Orden TED/1014/2021, de 20 de septiembre, y por la Orden TED/408/2023, de 24 de abril, que modifica la anterior) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU para el ejercicio del 2023

Información del documento

Número de informe	4.1.6.2
Nombre del informe	Estrategia de producto en Vilamòs
Descripción del informe	Este es un informe de comunicación que se ha diseñado como una presentación que se ha utilizado para presentar al público la estrategia de producto en Vilamòs
Objetivo	Objetivo 4 - Producto
Actividad	A4.1 Evaluación del potencial mercado para la venta del producto final del rebaño y estudios de calidad de productos de origen cárnico.
Entidad coordinadora de la actividad	CREDA
Entidades participantes de la actividad	IRTA, Fundación CTIC, Conselh Generau d'Aran, ayuntamiento de Vilamòs
Palabras clave	Análisis sensorial, propiedades tecnológicas
Autores	Luis Guerrero, Anna Claret, Celia Badia
Colaboradores	Antoni Dalmau Bueno
Aprobado por	Antoni Dalmau Bueno

Advertencia:

Este documento es propiedad de los miembros que conforman el proyecto OVIHUEC.DAT. No está permitida su copia o distribución en ningún caso sin el consentimiento previo de los propietarios de este, quienes tienen los derechos de autor del presente escrito.

Parte de la convocatoria de la Fundación Biodiversidad y financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU. Sin embargo, las opiniones y visiones expresadas son de los autores del documento y no representan necesariamente las de los entes convocantes y financieros. Por lo tanto, ni la Unión Europea ni la entidad convocante pueden ser responsabilizadas por estas.



Índice

1. Introducción	3
2. Objetivos.....	3
3 Resultados y discusión.....	9

1. Introducción

Con el objetivo de definir la mejor estrategia de producto en Vilamòs se han realizado diferentes aproximaciones que se explican, en detalle, en los informes 4.2.2 y 4.2.3

2. Objetivos

El objetivo del presente informe es mostrar como el contenido de los mencionados informes se trasladó en forma de presentación al público general en forma de informe de comunicación.

3. Resultados y discusión



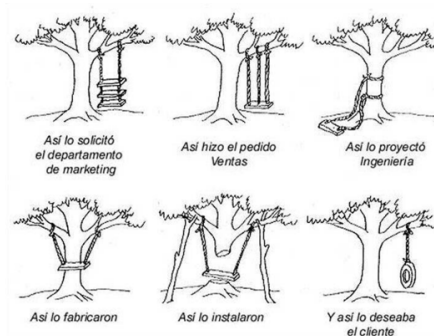
Que es la co-creación y que nos aporta

- Muchos productos nuevos fracasan poco después de su lanzamiento
- Es imprescindible conocer lo que realmente necesita el usuario final



IMPLICARLO

Poner en conjunto diferentes visiones y perspectivas de los implicados y trabajar en base a lo que exprese cada uno, según sus sensibilidades y experiencias pasadas



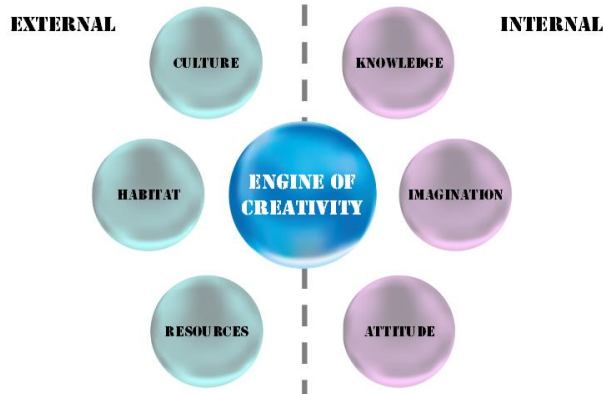
COMUNICACIÓN

Generalitat de Catalunya
Government of Catalonia

IRTA⁹



Todo aquel que es capaz de
imaginar es capaz de
ser creativo



Seelig, T. (2012). *inGenius: A crash course on creativity*. Hay House, Inc.

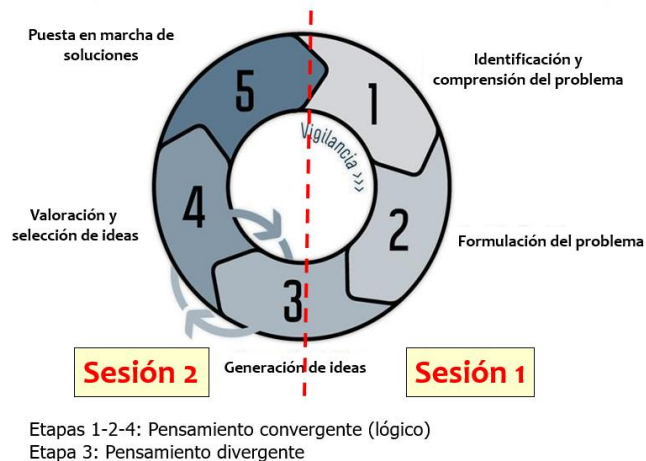
Generalitat de Catalunya
Government of Catalonia

IRTA⁹





Sesiones de creatividad presenciales (Modelo Creative Problem Solving)



Que hemos hecho:

- Dos sesiones de co-creación en Vielha (24 y 25 de abril 2025)
- Dos grupos: 8 (6 mujeres y 2 hombres) y 7 (4 mujeres, 3 hombres) personas
- Guía de moderador semiestructurada
- Diferentes técnicas y enfoque en cada sesión



Estructura de la sesión

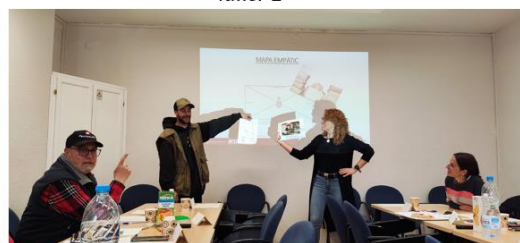
- Presentaciones del moderador y de los participantes (consentimiento informado y derechos de imagen)
- Breve introducción del proyecto OVIHUECH y objetivos de la sesión: creación de un logotipo que transmita los valores deseados
- Lluvia de ideas de valores a transmitir (Brainwriting)
- Co-creación del logo, nombre, eslogan, valores a transmitir, discurso/historia para comercializar los productos, etc. (SCAMPER, Mapas empáticos, dibujos)



Taller 1



Taller 2

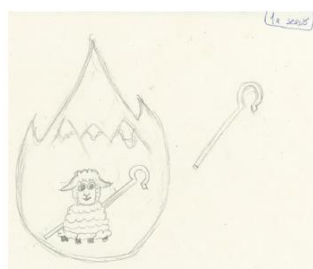
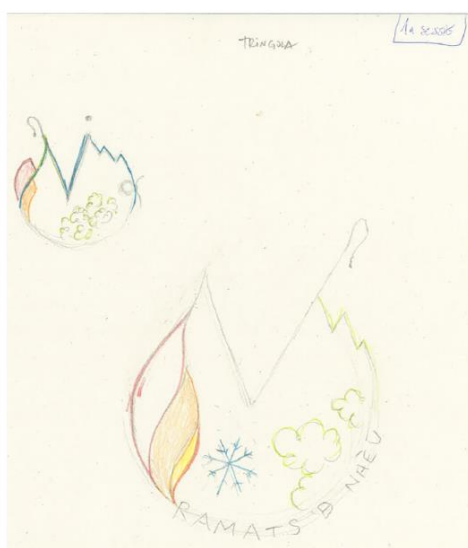




Que hemos obtenido:

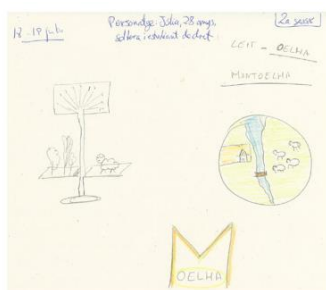
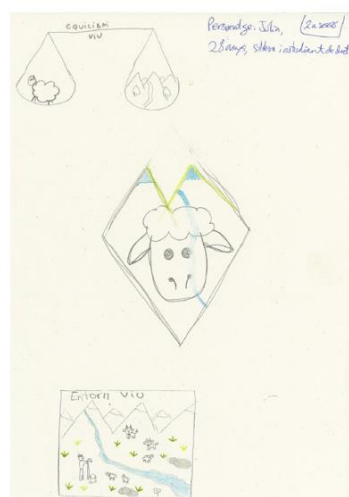
- Valores a transmitir: 19 (mantener el paisaje, reducir riesgo de incendios, biodiversidad, tradiciones, turismo, empoderar al pastor...)
- Nombres: 21 (Ovejas de altura, Equilibrio vivo, Pasto pirenaico...)
- Eslogan: 33 (Consume naturaleza, Vuelta al origen, Rebaños de esperanza...)
- Discursos/Historias: 9 (mantener tradiciones, calidad de producto, sostenibilidad...)





Generalitat de Catalunya
Government of Catalonia

IRTA⁹



Generalitat de Catalunya
Government of Catalonia

IRTA⁹





Diseño de logos

- Paisaje: Bosque



- Gestión de incendios: Animal



- Conservación: Elementos integrados



Diseño de logos

- Paisaje: Rama de árbol



- Gestión de incendios: Bastón del pastor





Diseño de logos

- Paisaje: Bosque



- Gestión de incendios: Animal



- Conservación: Elementos integrados



Diseño de logos

- Gestión de incendios: Llama



- Gestión de incendios: Cencerro del animal





¿Cuál os parece mas adecuado?

[Mentimeter: https://www.menti.com/alijgzebh4m](https://www.menti.com/alijgzebh4m)





Sello cuadrado



Bastón y rama



Árboles y oveja



Llama y cencrero



Generalitat de Catalunya
Government of Catalonia

IRTA⁹

Title

- Encuesta on-line (España, n=400) para valorar los logos desarrollados
 - a) Percepción de productos con los diferentes logos
 - b) Transmisión de valores
 - c) Credibilidad de eslogan
 - c) Otros (socio-demográficas)

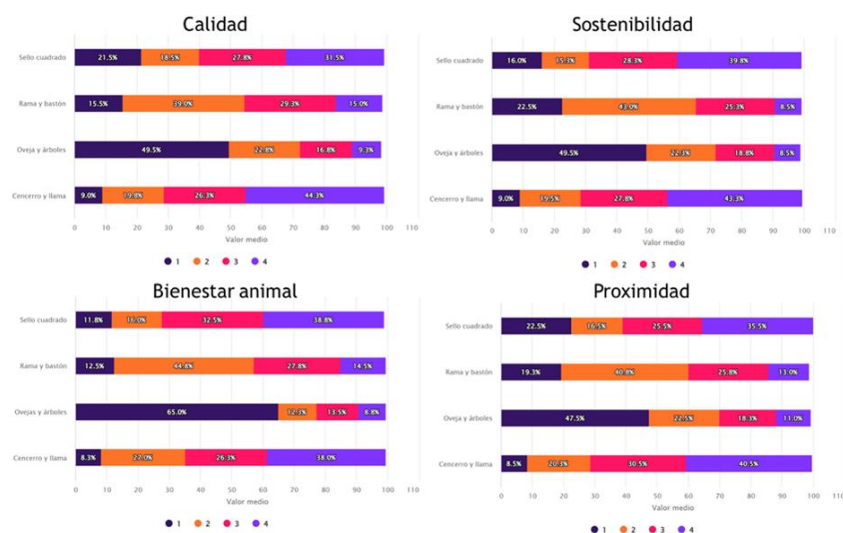


Generalitat de Catalunya
Government of Catalonia

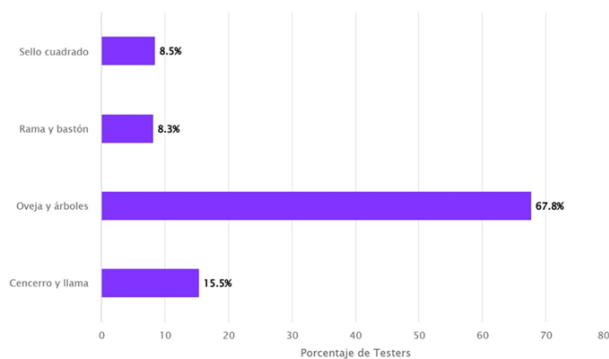
IRTA⁹



4.1.6.2. ESTRATEGIA DE PRODUCTO EN VILAMÒS



Selección del logotipo mas efectivo



Árboles y oveja