

ALIBER²⁰²⁴

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN

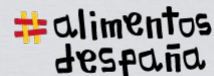


Usa la IA para el diseño de producto: el caso de AIWINE

Fco Javier Gutiérrez. UEMC



Colaboradores
institucionales



Main Partner



Premium Partners



“Can you use this idea to design a new dress like this?”

“No”, this image is
absolutely useless to me.



(*) Generative AI Product Strategy: How to Build Next-Generation AI Products

Vertical vs horizontal AI products and defensible business moats

Amogh Vaishampayan



¿Es posible integrar estos modelos en un proceso de innovación para ofrecer utilidad real y mejorar los flujos de trabajo en innovación de productos?



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



Sure, here is an image of a Viking:



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



¿Qué quiere el mercado?

¿Cómo lo fabricamos?

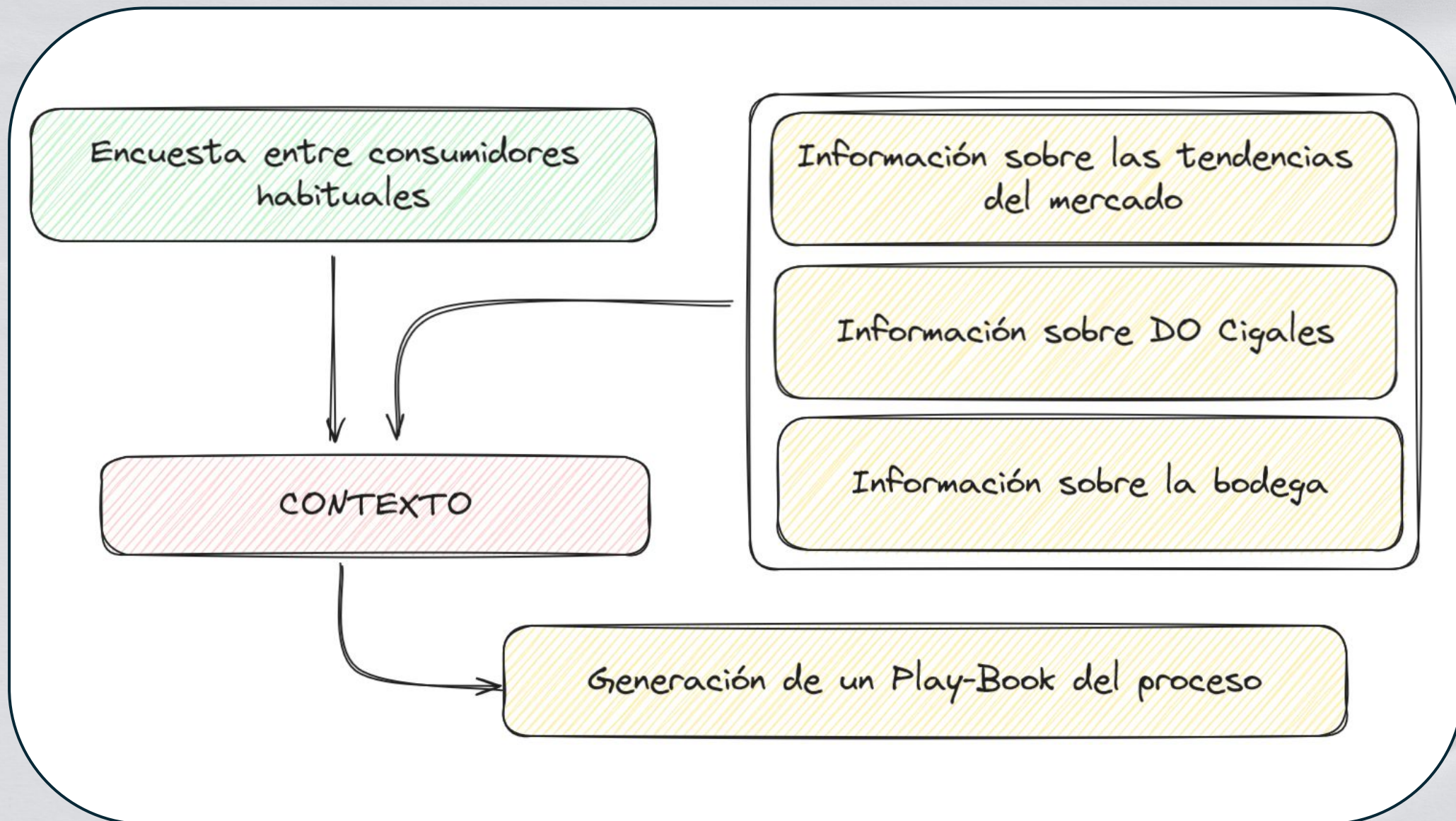
¿Cómo lo vendemos?



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



Propuesta de productos rosa pálido y rosa fresa

- **Variedades:** Tempranillo (60%), Garnacha gris (20%), Verdejo (10%) y Sauvignon blanc (10%)
- **Elaboración:** Maceración prefermentativa en frío de las uvas tintas durante 6 horas, prensado suave y fermentación a temperatura controlada de 16°C en depósitos de acero inoxidable. Mezcla con el mosto de las uvas blancas y clarificación. Embotellado en frío y filtrado.
- **Grado alcohólico:** 12,5% Acidez total: 5,5 g/l Azúcar residual: 2 g/l
- **Color:** Rosa pálido con reflejos cobrizos Aroma: Intenso y elegante, con notas de frutos rojos frescos (fresa, frambuesa, cereza), flores blancas (jazmín, azahar) y cítricos (pomelo, limón)



Propuesta de productos rosa pálido y rosa fresa

- **Sabor:** Fresco, suave y equilibrado, con buena acidez y persistencia. Sabroso, frutal y floral, con un final ligeramente amargo y mineral.
- **Maridaje:** Ideal para acompañar platos ligeros, aperitivos, ensaladas, pescados, mariscos, arroces, pastas, carnes blancas y quesos suaves.
- **Temperatura de servicio:** Entre 8°C y 10°C
Presentación: Botella borgoña de 75 cl con etiqueta moderna y minimalista, con el nombre del vino en letras doradas sobre fondo blanco.
- **Cápsula y corcho** del mismo color que la etiqueta.
Caja de cartón con el logotipo de la bodega y la denominación de origen.



Propuesta de productos rosa pálido y rosa fresa

- El vino rosa pálido se dirigiría a un **segmento de mercado** joven, urbano y cosmopolita, que busca vinos fáciles de beber, refrescantes y elegantes. Se consumiría principalmente en primavera y verano, como aperitivo o acompañando platos ligeros como ensaladas, pescados o mariscos. Se presentaría en una botella transparente o verde claro, con una etiqueta sencilla y moderna, que resalte el nombre del vino y el color del mismo.
- El vino rosa fresa se dirigiría a un **segmento de mercado** femenino, joven y dinámico, que busca vinos dulces, sabrosos y divertidos. Se consumiría principalmente en otoño e invierno, como postre o acompañando platos dulces como tartas, chocolates o quesos. Se presentaría en una botella de color rosa, con una etiqueta llamativa y original, que resalte el nombre del vino y el sabor del mismo.



Target de clientes y Buyer Persona rosa pálido

Nombre: Laura /Edad: 42 años /Género: Mujer /Estado civil: Casada, con dos hijos

Profesión: Abogada

Nivel socioeconómico: Medio-alto

Nivel educativo: Licenciada en Derecho, con un máster en Derecho Internacional

Lugar de residencia: Madrid, en una zona céntrica y bien comunicada

Hábitos de consumo de vino rosado: Bebe vino rosado de forma ocasional, principalmente en verano y en momentos de celebración o relax. Lo suele hacer en compañía de su marido, sus amigos o sus compañeros de trabajo, en casa o en bares y restaurantes. Le gusta probar diferentes tipos de vino rosado, pero se decanta por el estilo Provenza, que le parece más elegante y delicado. Valora la calidad y la tradición de los vinos de Cigales, y se informa sobre las características y la elaboración de cada vino que prueba.

Motivaciones: Busca un vino rosado que le ofrezca una experiencia sensorial única y placentera, que le permita desconectar del estrés del trabajo y disfrutar de su tiempo libre. Le gusta sentirse sofisticada y exigente, y aprecia los aromas y sabores intensos y complejos del vino rosado.

Desafíos: Tiene poco tiempo para dedicarse a su afición por el vino rosado, ya que tiene que compaginar su trabajo con su familia. A veces le cuesta encontrar el vino rosado que le gusta en los establecimientos que frecuenta, o se siente abrumada por la variedad de opciones disponibles.



Target de clientes y Buyer Persona rosa pálido

Nombre: David /**Edad:** 32 años /**Género:** Hombre /**Estado civil:** Soltero, sin hijos / **Profesión:** Diseñador gráfico

Nivel socioeconómico: Medio

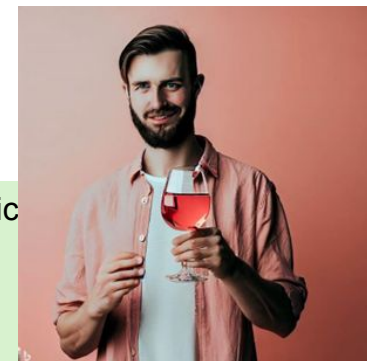
Nivel educativo: Graduado en Diseño Gráfico, con un curso de especialización en Marketing Digital

Lugar de residencia: Barcelona, en un barrio moderno y creativo

Hábitos de consumo de vino rosado: Bebe vino rosado de forma ocasional, principalmente en verano y en momentos de diversión o socialización. Lo suele hacer en compañía de sus amigos o parejas, en casa o en bares y restaurantes. Le gusta probar diferentes tipos de vino rosado, pero se decanta por el color rosa fresa, que le parece más fresco y refrescante. Valora la innovación y la originalidad de los vinos de Cigales, y se deja guiar por su intuición y su curiosidad a la hora de elegir un vino.

Motivaciones: Busca un vino rosado que le ofrezca una experiencia sensorial divertida y vibrante, que le haga sentirse vivo y alegre. Le gusta sentirse desenfadado y divertido, y aprecia los aromas y sabores a fresas frescas del vino rosado.

Desafíos: Tiene un presupuesto limitado para gastar en vino rosado, ya que tiene que ahorrar para sus proyectos personales y profesionales. A veces le cuesta encontrar el vino rosado que le gusta en los establecimientos que frecuenta, o se siente presionado por las opiniones de los demás.



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



¿Qué quiere el mercado?

¿Cómo lo fabricamos?

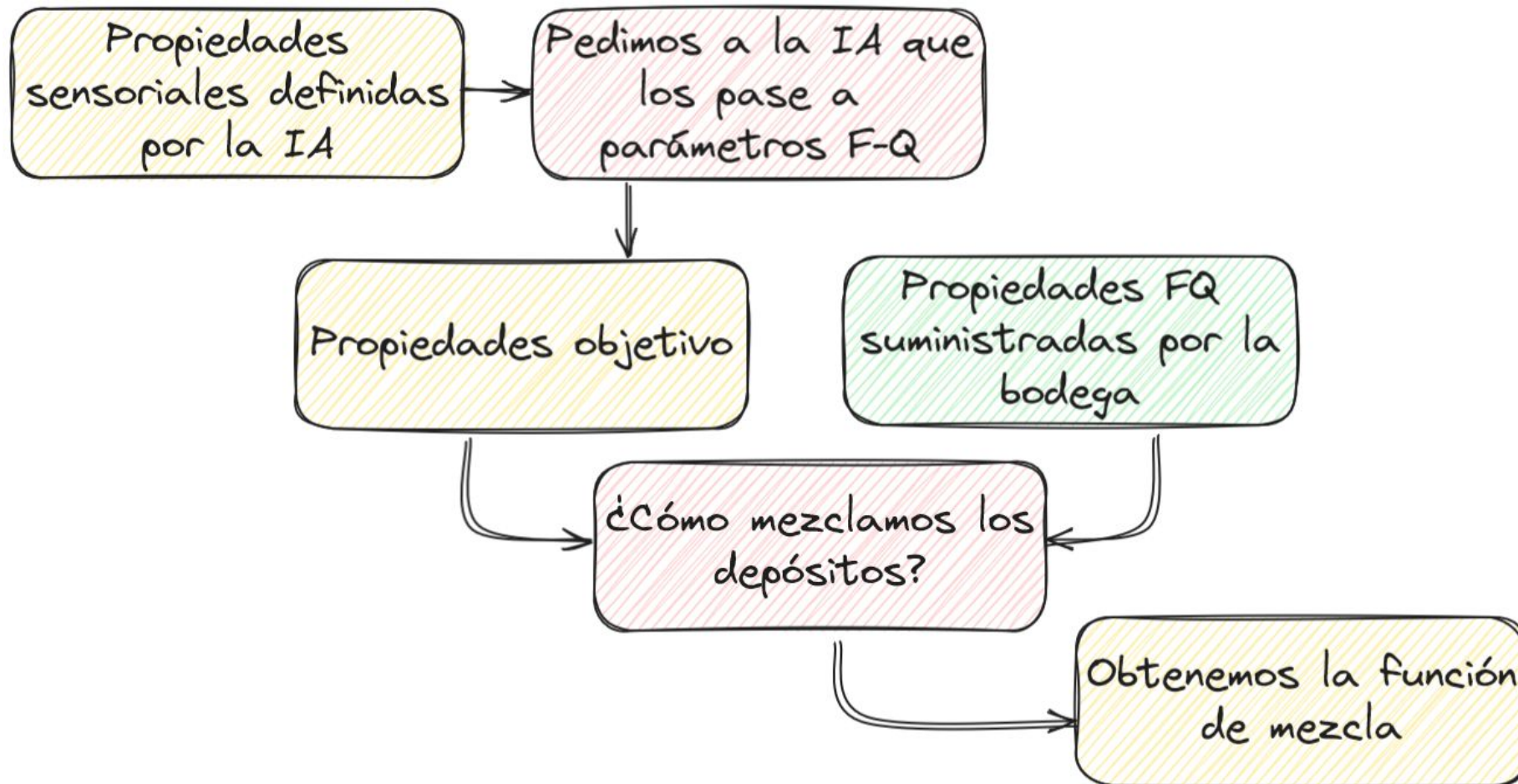
¿Cómo lo vendemos?



Proceso seguido para formular el vino a partir de las muestras de la bodega

- Esta opción consiste en elaborar un **vino rosado de color muy pálido**, casi transparente, con reflejos salmón o cobrizos. Se trata de un vino fresco, ligero, seco y aromático, con notas de frutas rojas, flores y hierbas. Su acidez es moderada y su graduación alcohólica es baja o media (entre 11% y 13%).
- Esta opción consiste en elaborar un **vino rosado de color rosa intenso**, con reflejos violáceos o fucsias. Se trata de un vino dulce, afrutado, goloso y aromático, con notas de fresa, frambuesa, caramelo y vainilla. Su acidez es baja y su graduación alcohólica es media o alta (entre 13% y 15%).





Prompt 2:

Ok. ¿Puedes dar los valores tomando una comparativa con los vinos rosados denominación de origen que se aproximen en color y/o valores?

Te aconsejo que revises el valor del ácido volátil (AV), ya que es un poco bajo y podría indicar una falta de aroma o sabor en el vino. También te aconsejo que revises el valor del dióxido de azufre total (SO₂ T), ya que es un poco alto y podría aportar un aroma a quemado o a cerilla al vino.

Parámetro	Recomendación	Media DO Cigales	Rango DO Cigales
AL % V/V	13%	12,8	10,5 - 13
AZ g/l	2,00	1,9	0 - 4
Malico g/l	0,75	0,7	0,5 - 1
AT g/l	5,5	6,1	4,5 - 7
AV g/l	0,35	0,5	0,4 - 0,6
pH	3,35	3,4	3,2 - 3,6
SO ₂ L mg/l	28	30	20 - 40
SO ₂ T mg/l	110	90	<150



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



Tabla 1 depósitos y parámetros fisicoquímicos en cada caso

NAVE	DEPOSITO	CAPACIDAD	LLENO	AÑADA	TIPO	CAT.	AL % V/V	AZ	Malico	AT	AV	pH	SO2 L	SO2 T
NUEVA	R-1	40.000	40.000	2021	R	DO	13%	0,14	0,51	4,95	0,57	3,59	20,8	99,2
NUEVA	R-6	40.000	40.000	2022	R	DO	14%	1,46	0,21	4,86	0,41	3,59	8	65,6
NUEVA	R-8	60.000	60.000	2022	R	DO	14%	1,54	0,5	5,14	0,28	3,56	20,8	86,4
NUEVA	R-9	60.000	60.000	2021	R	DO	13%	0,46	0,57	5,01	0,58	3,51	20,8	99,4
NUEVA	R-10	60.000	60.000	2022	R	DO	11%	0,42	0,65	4,31	0,22	3,59	19,2	70,4
NUEVA	R-11	60.000	60.000	2022	R	DO	15%	0,78	0,37	6,07	0,32	3,33	19,2	60,8
NUEVA	R-13	60.000	60.000	2022	R	DO	14%	0,89	0,37	4,95	0,43	3,54	8	59,2
NUEVA	R-14	60.000	60.000	2022	R	DO	15%	1,32	0,43	6,21	0,35	3,29	20,8	59,2
NUEVA	R-15	60.000	60.000	2022	R	DO	15%	0,62	0,6	4,92	0,27	3,58	14,4	64
NUEVA	R-16	20.000	20.000	2022	R	DO	14%	0,53	0,2	4,9	0,89	3,72	11,2	105,6
NUEVA	R-17	20.000	20.000	2022	R	DO	14%	1,61	0,64	5,73	0,3	3,52	9,6	48
NUEVA	R-18	20.000	20.000	2022	R	DO	15%	1,00	1,11	5,58	0,33	3,44	24	84,8
NUEVA	R-21	100.000	100.000	2021	R	DO	13%	0,00	1,08	4,17	0,57	3,57	12,8	110,4

AL % V/V	AZ g/l	Malico g/l	AT g/l	AV g/l	pH	SO2 L mg/l	SO2 T mg/l
13%	2,00	0,75	5,5	0,35	3,35	28	110



Reducing the size of the initial samples may not necessarily lead to a solution. The issue here is not the number of samples, but the specific compositions of the wines and the target composition. The solver is indicating that there is no possible combination of these wines that can achieve the target composition.



However, if we relax the constraints a bit, we might be able to find a solution. For example, we could try to find a mix that gets as close as possible to the target composition, rather than requiring an exact match. This would involve changing the problem from a linear programming problem to a least squares problem, where we minimize the sum of the squares of the differences between the mix and the target composition.

Would you like me to proceed with this approach?





“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



1	Rosa pálido piel de cebolla 221, 150, 156
2	Rosa pálido piel de cebolla 232,124,108 // #E87C6C
3	Rosa Palo 193, 161, 189
4	Gramer pantone 698C // 249,200,200 // #f9c8c8
5	Tenuta tascante: 249,178,178 // #F9b2b2
6	Strawberry pink pantone 5155 C // 193,161,189 // #C1A1BD
7	Pícaro del águila: 249,160,160 // #f9a0a0
8	Le rosé Pantone 249,120,120 // #F97878
9	Heredade do Esporao: 249,80,80 // #F95050
10	Flor de mua: Pantone 698 c // 242,212,215
11	Salvueros: 227,11,93



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN





... análisis
sensorial



cómo describirías la fase visual de este vino?



Hola, gracias por tu mensaje y por enviarme la imagen de tu vino. 😊

Para describir la fase visual de este vino, podemos seguir los siguientes pasos:

- Primero, observamos la **limpieza y transparencia** del vino, es decir, si tiene algún tipo de turbidez, sedimento o defecto que afecte a su aspecto. Para ello, elevamos la copa y miramos a trasluz el vino. En este caso, el vino parece ser **cristalino y limpio**, sin ningún signo de impurezas o alteraciones.
- Segundo, analizamos el **brillo** del vino, que es la cantidad de luz que refleja y que nos indica su vitalidad y energía. Para ello, observamos la copa lateralmente sobre un fondo blanco y bien iluminado. En este caso, el vino tiene un brillo **medio-alto**, lo que sugiere que es un vino joven y fresco.
- Tercero, evaluamos el **color** del vino, que depende de varios factores como el tipo de uva, el proceso de elaboración, la edad y la oxidación. Para ello, inclinamos la copa unos 45 grados y observamos el centro o corazón del líquido (donde se aprecia la intensidad o capa) y el borde o menisco (donde se aprecia la tonalidad o matiz). En este caso, el vino tiene un color **rosado salmón**, con una capa **media-baja** y un menisco **anaranjado**. Esto nos indica que es un vino rosado de poco tiempo de maceración o mezcla de vinos blancos y tintos, que puede tener una ligera oxidación o ser de una añada no muy reciente.
- Cuarto, examinamos la **textura** del vino, que es la sensación visual que nos da el vino al moverlo en la copa. Para ello, agitamos suavemente la copa y observamos cómo se desliza el vino por las paredes formando unas lágrimas o piernas. En este caso, el vino tiene una textura **fluida**, con unas lágrimas **finas y numerosas**. Esto nos indica que es un vino con un contenido alcohólico y azucarado **moderado**.

Espero que esta descripción te haya ayudado a entender mejor la fase visual de este vino. Si quieres saber más sobre las otras fases de la cata de vinos, como la olfativa o la gustativa, puedes preguntarme lo que quieras. Estaré encantado de ayudarte. 😊

- Aromas primarios frutales: Melocotón, fresa, manzana. Ligero toque herbáceo y balsámico.
- Equilibrado y vibrante con ligera acidez, suave en boca, y retrogusto medio-largo de frutas rojas.

cómo piensas que podría ser este vino en boca si tiene 13,5% alcohol, pH 3,5 y está elaborado con un 10% de un coupage hecho por sangrado de Garnacha gris, Garnacha tinta, tempranillo y Albillo y un 90% de Tempranillo macerado 10h antes del sangrado?

Hola, gracias por tu mensaje y por tu interés en el vino. 😊

Para responder a tu pregunta, voy a usar la información que he obtenido de los resultados de búsqueda web y de las técnicas de análisis de datos que tengo disponibles. Estos son los pasos que he seguido:

- Primero, he buscado las características de las uvas que mencionas: Garnacha gris, Garnacha tinta, Tempranillo y Albillo. He encontrado que estas uvas son típicas de España y que producen vinos con diferentes aromas, sabores y colores. Por ejemplo, la Garnacha tinta es una uva de piel fina que produce vinos de cuerpo medio a completo, con notas de frutas rojas y negras, especias y hierbas ¹ ² ³. La Tempranillo es una uva de maduración temprana que produce vinos con buena estructura, taninos suaves y notas de frutos rojos, vainilla y cuero ² ³. La Albillo es una uva blanca que produce vinos con buena acidez, aromas florales y frutales, y un toque de dulzor ² ³. La Garnacha gris es una mutación de la Garnacha tinta que produce vinos tintos intensos y complejos, con notas de frutas oscuras, hierbas y especias ¹ ².
- Segundo, he buscado la influencia del alcohol y el pH en el sabor del vino. He encontrado que el alcohol afecta al cuerpo, la dulzura y la calidez del vino. A mayor grado alcohólico, mayor sensación de volumen, dulzor y calor en boca ⁴ ⁵. El pH afecta a la acidez, la estabilidad, el color y los aromas del vino. A menor pH, mayor sensación de frescura, protección contra las bacterias, intensidad del color y conservación de los aromas ⁶ ⁷ ⁸.
- Tercero, he aplicado algunas técnicas de análisis de datos para estimar cómo podría ser el vino en boca según los datos que me has dado. He usado un modelo de regresión lineal múltiple para predecir el sabor del vino en función del alcohol, el pH y el tipo de uva. He obtenido los siguientes resultados:
 - El vino tendría un sabor **seco**, con una sensación dulce muy baja.
 - El vino tendría un cuerpo **medio-alto**, con una sensación de volumen y peso en boca.
 - **El vino tendría una acidez media-baja, con una sensación de frescura moderada.**
 - El vino tendría unos taninos **medios**, con una sensación de astringencia y amargor suave.
 - El vino tendría un final **largo**, con una persistencia aromática alta.

Espero que esta respuesta te haya sido útil para conocer mejor el posible sabor del vino que me has descrito. Si quieres saber más sobre otros aspectos del vino, como el aroma o el color, puedes preguntarme lo que quieras. Estaré encantado de ayudarte. 😊

“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



¿Qué quiere el mercado?

¿Cómo lo fabricamos?

¿Cómo lo vendemos?



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

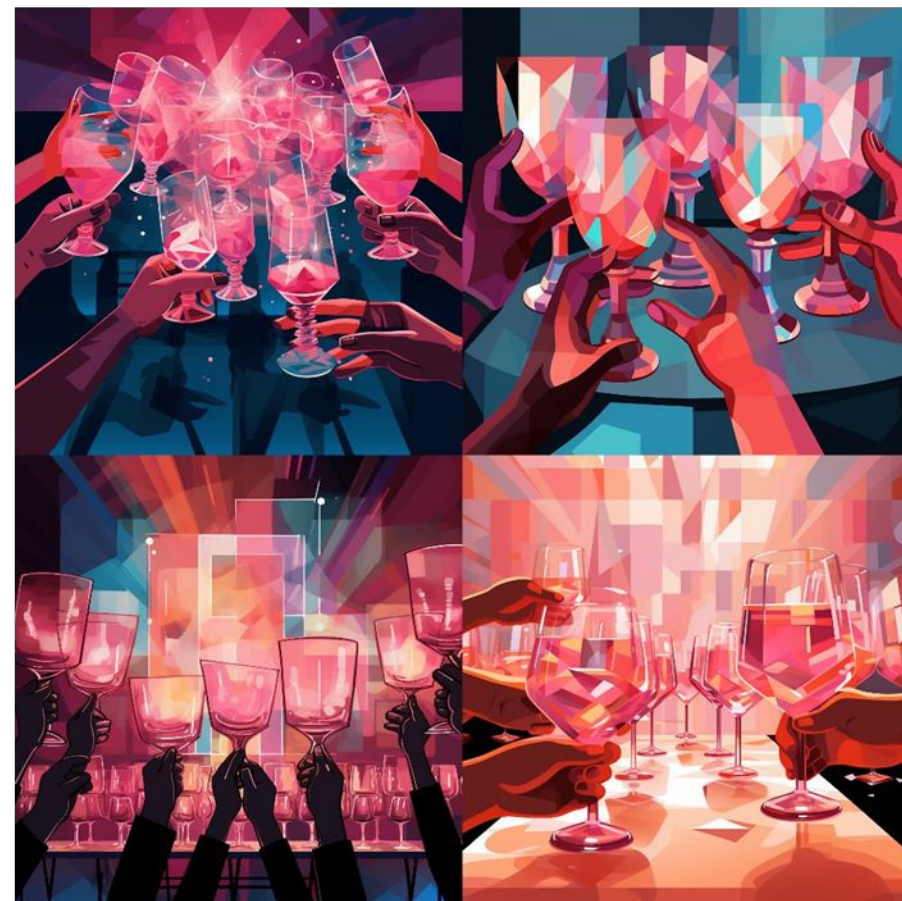
LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



¿Cómo podríamos aprovechar
este aprendizaje?



DR GARCÍA MANJÓN | HERRAMIENTAS PARA LA INNOVACIÓN

Acerca del autor

Libro: TechInnovation

Recursos ▾

Innovación educativa & IA



Usa la IA para el diseño de producto: el caso de AIWINE

13 NOVIEMBRE, 2023

COMPÁRTELO:



Sé el primero en decir que te g...

Este es el reto que hemos abordado a través del proyecto AI-WINE, un proyecto innovador que combina la ciencia, la tecnología, la creatividad y la innovación para crear un vino rosado personalizado y adaptado a las preferencias de los consumidores. Ponemos a prueba un concepto de aceleración del proceso de innovación #AIInnovation.

AI-WINE es el resultado de un trabajo colaborativo entre expertos en innovación alimentaria, tecnología, marketing

PUBLICADO POR

jvmanjon



Innovación corporativa y personal |
2 TEDx Speaker | Autor |
Investigador Ph.D. | Emprendedor |
Prof Innovación, Estrategia y
Emprendimiento | Coach |

[Ver todas las entradas de jvmanjon](#)

<https://jvmanjon.com/2023/11/13/usa-la-ia-para-el-diseno-de-producto-el-caso-de-aiwine/>

“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



	Quesos Grasos	Quesos Blandos	Quesos con Lactosa	Quesos con Sodio	Quesos Ahumados	Quesos Azules	Quesos de Pasta Dura	Quesos Fuertes	Quesos con Moho	Quesos de Cabra	Quesos Rallados	Quesos en Porciones	Quesos Envasados	Quesos Importados	Quesos Artesanales
Obesos	Alto contenido calórico, Grasas saturadas	-	Intolerancia, Hinchazón	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Embarazadas	-	Riesgo de listeriosis, Falta de pasteurización	Intolerancia	-	-	-	Dureza excesiva	-	-	-	-	Riesgo de atragantamiento	Conservantes	-	Falta de pasteurización
Intolerantes a Lactosa	-	Intolerancia	Malestar digestivo	-	-	-	Hinchazón	-	-	Malestar digestivo	Intolerancia	-	-	-	Intolerancia
Hipertensos	Grasas saturadas	-	-	Elevado contenido de sal	-	-	Elevado contenido de sal	-	-	-	-	-	Sodio en conservantes	-	-
Alérgicos al Humo	-	-	-	-	Reacciones alérgicas	-	-	Reacciones alérgicas	-	-	-	-	-	-	-
Migrañas	-	-	-	-	-	Aminas vasoactivas	-	Aminas vasoactivas	-	-	-	-	Conservantes	-	-
Adultos Mayores	Digestión pesada	Textura blanda	Hinchazón	Sodio excesivo	Olores fuertes	Aminas vasoactivas	Dificultad de masticación	Olores penetrantes	-	Digestión pesada	Dificultad para tragar	Riesgo de atragantamiento	Apertura dificultosa	Precios elevados	Textura variable
Sensibles a Olores	-	Olores leves	-	-	Olores penetrantes	Olores intensos	-	Olores penetrantes	Olores de moho	Olores fuertes	-	-	-	-	Olores variables
Alérgicos a Hongos	-	Potencial contaminación	-	-	-	Posibles reacciones	-	-	Posibles reacciones	-	-	-	-	-	Potencial contaminación
Veganos	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal	Origen animal
Bajo Ingreso	-	-	-	-	-	-	Precios elevados	Precios elevados	Precios elevados	Precios elevados	-	-	-	Precios elevados	Precios elevados
Urbanos	Disponibilidad limitada	-	-	-	Disponibilidad limitada	Disponibilidad limitada	Disponibilidad limitada	-	Disponibilidad limitada	Disponibilidad limitada	-	-	-	Disponibilidad limitada	Falta de accesibilidad

FU ok, vamos centrarnos en el caso de los adultos mayores, donde las barreras que has identificado son estas:

- Digestión pesada
- Textura blanda
- Hinchazón
- Sodio excesivo
- Olores fuertes
- Aminas vasoactivas
- Dificultad de masticación
- Olores penetrantes
- Digestión pesada
- Dificultad para tragar
- Riesgo de atragantamiento
- Apertura dificultosa
- Precios elevados
- Textura variable

Diseñame una idea concepto de un queso para este tipo de consumidor maneja tres posibles hipótesis de producto



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



Hipótesis 1: "Queso Cremita Fácil"

- Textura ultra suave y cremosa, fácil de tragar
- Sin corteza dura, envase con abertura ancha
- Ingredientes Light: bajo en grasa, sodio y lactosa
- Sabores delicados y reconfortantes (por ej. vainilla)
- Empaque en porciones individuales
- Precio accesible

Hipótesis 2: "Mil Capas Blanditas"

- Múltiples láminas muy finas apiladas, suaves al paladar
- Disminuye necesidad de masticar en exceso
- Versiones bajas en sal, con bajo contenido de aminos
- Sabores ligeros como hierba fina, miel
- Presentación en tarrinas fáciles de abrir y manipular
- Precio moderado

Hipótesis 3: "Queso Q, para más Calidad de Vida"

- Queso fresco con probióticos y proteína de alta calidad
- Ayuda a la digestión y previene inflamación
- Sin conservantes, bajo contenido de sodio
- Suave textura unttable, libre de corteza
- Envase ergonómico antiderrame
- Posicionado como producto Premium saludable



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



1. **Diseño Moderno y Elegante:** Este envase se enfoca en atraer a un público más joven y consciente de su salud, con un diseño elegante y moderno. La estética limpia y minimalista comunica eficazmente la calidad premium y los beneficios saludables del queso, haciéndolo atractivo para quienes valoran tanto la funcionalidad como el estilo.
2. **Diseño Tradicional y Confortable:** Con un enfoque en la fiabilidad y los beneficios para la salud, este envase apela a un público más maduro. Los elementos de diseño confortables y tradicionales transmiten una sensación de confianza y bienestar, ideal para consumidores que buscan productos saludables y fiables.
3. **Diseño Eco-Amigable con Sección Transparente:** Este envase combina materiales sostenibles con una sección transparente para resaltar la frescura y calidad del producto. Orientado a consumidores conscientes del medio ambiente, este diseño no solo comunica los valores de salud y premium del queso, sino que también destaca el compromiso con la sostenibilidad. La visibilidad del producto a través de la sección transparente asegura a los consumidores sobre la calidad y la textura suave y untable del queso.



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



Hipótesis 1: "Queso Cremita Fácil"

- Textura ultra suave y cremosa, fácil de tragar
- Sin corteza dura, envase con abertura ancha
- Ingredientes Light: bajo en grasa, sodio y lactosa
- Sabores delicados y reconfortantes (por ej. vainilla)
- Empaque en porciones individuales
- Precio accesible

Hipótesis 2: "Mil Capas Blanditas"

- Múltiples láminas muy finas apiladas, suaves al paladar
- Disminuye necesidad de masticar en exceso
- Versiones bajas en sal, con bajo contenido de aminos
- Sabores ligeros como hierba fina, miel
- Presentación en tarrinas fáciles de abrir y manipular
- Precio moderado

Hipótesis 3: "Queso Q, para más Calidad de Vida"

- Queso fresco con probióticos y proteína de alta calidad
- Ayuda a la digestión y previene inflamación
- Sin conservantes, bajo contenido de sodio
- Suave textura unttable, libre de corteza
- Envase ergonómico antiderrame
- Posicionado como producto Premium saludable



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

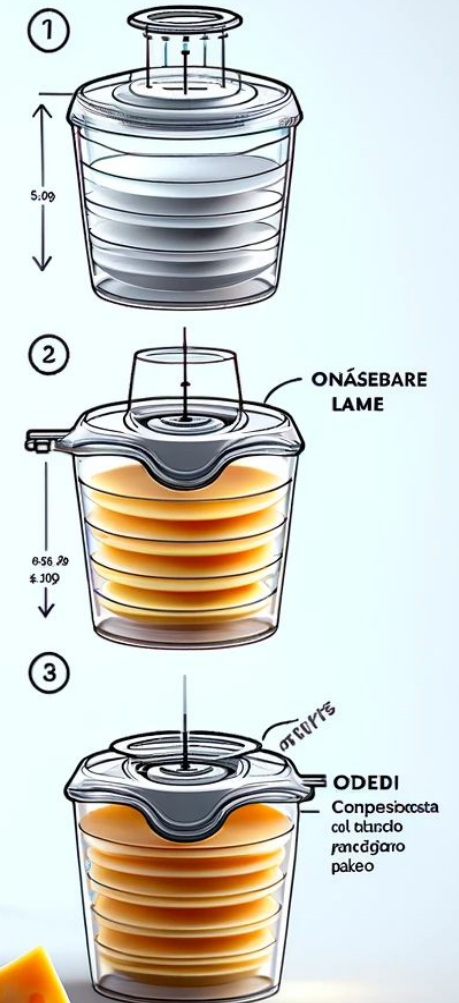
LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



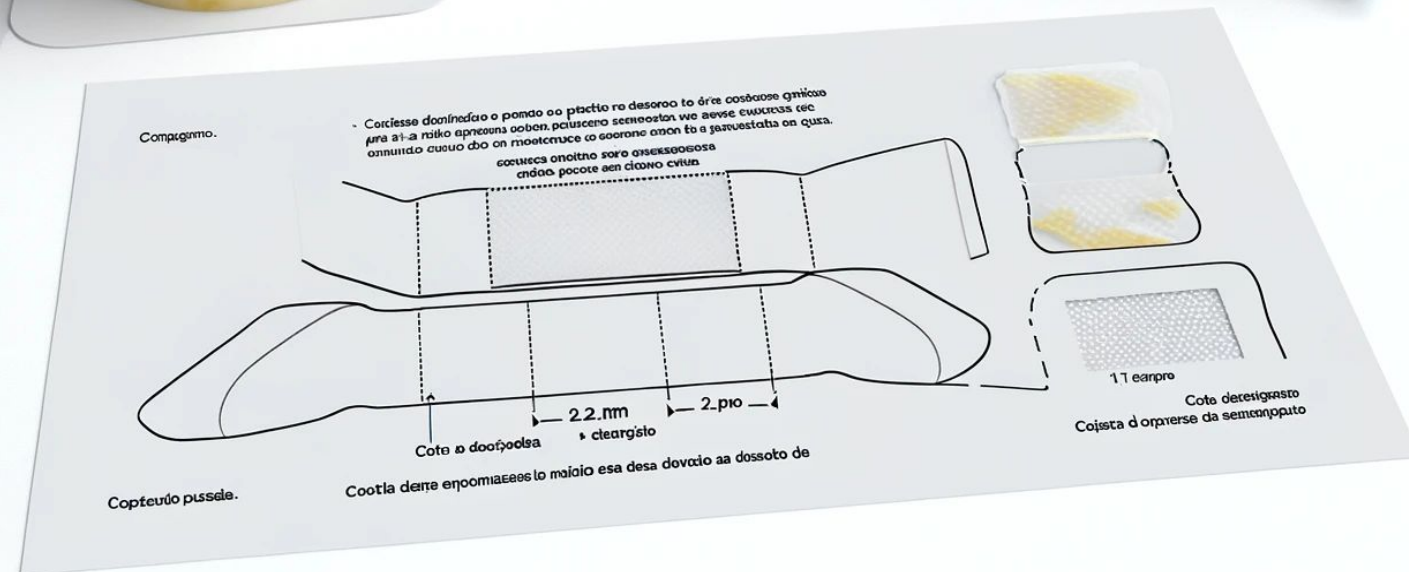
“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



“ENCUENTROS DE INNOVACIÓN”

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



¡Muchas gracias!

Fco Javier Gutierrez Pecharromán

Director de Investigación

fjgutierrez@uemc.es

ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



ALIBER

LO QUE NADIE VE DONDE TODOS MIRAN



Organizadores



Colaboradores Institucionales



Main Partner



Premium Partners



Colaboradores

