

septiembre - diciembre 2015



Titulares

Diseño en Aragón

- Plan Piloto de Diseño de Servicios. [\[leer\]](#)
- Protección adaptada, ligera e higiénica para la recuperación de lesiones. [\[leer\]](#)
- Plancha Teppan Yaki de Balay. [\[leer\]](#)
- Araven presenta la primera cesta monobloque bicolor del mercado. [\[leer\]](#)
- Emesa lanza la nueva gama de cabinas Design Edition. [\[leer\]](#)
- Nuevo soporte para jamón Nero modelo PROSHOP. [\[leer\]](#)
- Diseño e ingeniería de producto de Totem de recargas de tarjetas de transporte para Palma de Mallorca. [\[leer\]](#)
- Luminaria Nextrema G3 !Más extrema que nunca! [\[leer\]](#)
- HAIZE, una brújula inteligente para la bicicleta. [\[leer\]](#)
- Scati presenta su plataforma de grabación IP para localizaciones remotas. [\[leer\]](#)
- Nuevo césped artificial para pádel. [\[leer\]](#)
- Estudiantes de la Universidad de Zaragoza ganadores nacionales en el James Dyson Award 2015. [\[leer\]](#)
- Se presenta la nueva colección 2016 de Martha Peters. [\[leer\]](#)
- Thinkers Co. desarrolla nuevos entornos colaborativos y creativos de trabajo para Repsol. [\[leer\]](#)
- Las fracturas óseas tendrán tratamientos personalizados a partir del estudio de una radiografía. [\[leer\]](#)
- Investigadores de Universidad de Zaragoza desarrollan neuroprótesis inteligentes. [\[leer\]](#)
- La carga de vehículos eléctricos sin cables es una realidad. [\[leer\]](#)
- La identidad corporativa de Aramón se actualiza. [\[leer\]](#)
- Diseño de los Premios Labordeta. [\[leer\]](#)
- Logotipo para Comercio Amigable con las personas mayores. [\[leer\]](#)
- Nuevo packaging para joyería. [\[leer\]](#)
- Cervezas Ambar presenta la nueva generación de cerveza sin alcohol, pensada para un estilo de vida activo. [\[leer\]](#)
- El artista aragonés Jorge Gay ilustra las nuevas etiquetas de Agua de Lunares. [\[leer\]](#)
- Grandes Vinos lanza IGLUP "el trago fresco de uva" para acercar a los jóvenes consumidores al sector del vino. [\[leer\]](#)
- Enate presenta su IV edición de Vinos Solidarios. [\[leer\]](#)
- Care Nouveau, joven con aire francés. [\[leer\]](#)
- Aceites del Bajo Aragón Oleazara. [\[leer\]](#)
- "Gourmet con causa", IX Campaña de Vino Solidario de Fundación Down Zaragoza y Grandes Vinos. [\[leer\]](#)

- "III Certamen de Ilustración Dulce" convocado por Pastelería Tolosana. [\[leer\]](#)
- Décimo aniversario de Modalena. [\[leer\]](#)
- Nuevo Máster Universitario en Ingeniería de Diseño de Producto. [\[leer\]](#)
- Moda, diseño de interiores y arte se unen durante dos días en la ESDA para mostrar a sus jóvenes en Aragón. [\[leer\]](#)
- La escuela Superior de Diseño de Aragón colabora con el Politécnico de Milán en un Workshop sobre Smart Cities en Cortona, Italia. [\[leer\]](#)
- Nueva edición de Diseño a Bocados. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- CerTest, presente un año más en MEDICA. [\[leer\]](#)
- Versus continúa con el trabajo de implantación del nuevo diseño de la marca de Kempthor. [\[leer\]](#)
- Proyectos varios de Cubo Diseño. [\[leer\]](#)
- Puerta Cinegia Gastronómica, ¡Una nueva forma de hostelería! [\[leer\]](#)
- Se presenta *El Decorado* de Angélica Morales [\[leer\]](#)
- El Rey que no quería ser Rey. [\[leer\]](#)
- Airfal aspira a facturar 10 millones de euros "a corto plazo". [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- Entrevista a Patricia Saboya, Responsable de comunicación interna y participación de Supermercados Simply. [\[leer\]](#)
- Los Reyes presiden la entrega de los Premios Nacionales de Innovación y de Diseño 2015. [\[leer\]](#)
- Concepto Opel Vivaro Surf: estilo para el tiempo libre. [\[leer\]](#)
- El sueño infantil de hablar con los juguetes. [\[leer\]](#)
- Se entregan los premios a los ganadores de la 6ª edición de Jumpthegap. [\[leer\]](#)
- El zapato que crece. [\[leer\]](#)
- El sistema IntelliLux LED® de Opel premio de seguridad "SAFETYBEST 2015". [\[leer\]](#)
- Una silla de ruedas todoterreno inspirada en la Fórmula 1. [\[leer\]](#)
- Los finalistas del MID 2015 presentaron sus startups en el Foro de las Industrias Creativas y Culturales. [\[leer\]](#)
- IoT Shifts Conference, un evento destinado a crear oportunidades de negocio en la red. [\[leer\]](#)
- La Design for All Foundation y Cathy Caroff abren Iki-boutique.com. [\[leer\]](#)
- Barcelona despliega todo su talento creativo en la Business of Design Week de Hong Kong. [\[leer\]](#)
- Bilbao Bizkaia D Week. [\[leer\]](#)
- 6º Encuentro BID enseñanza y diseño. [\[leer\]](#)
- Typomad 2015. [\[leer\]](#)

Eventos

- Formación. [\[leer\]](#)
- Concursos. [\[leer\]](#)
- Libros y publicaciones. [\[leer\]](#)
- Eventos. [\[leer\]](#)



Un momento de uno de los talleres.



Imagen de parte del material generado.



Trabajo en equipo.



Una de las presentaciones.

Plan Piloto de Diseño de Servicios

(Con la financiación del Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón, ha sido organizado por el CADI y el Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio, y ha contado con la colaboración de DIN-A, Asociación de diseñadores industriales de Aragón).

EL DISEÑO DE SERVICIOS

El Diseño de Servicios es una disciplina que a través de sus herramientas ayuda a planificar y organizar personas, infraestructuras, comunicación y materiales que componen un servicio o negocio (llamados *touchpoints* o puntos de interacción), para mejorar su calidad, la interacción entre el proveedor y las personas usuarias y la experiencia de las mismas.

El diseño de servicios permite diseñar experiencias óptimas y memorables para las personas usuarias creando nuevos vínculos entre los diferentes agentes del proceso, potenciando sus capacidades de acción e interacción.

Se trata de un proceso creativo e iterativo basado en cinco fases principales: Exploración (comprender y observar), Definición, Ideación, Prototipado y testeo e Implementación.

PLAN PILOTO

El plan se ha desarrollado durante los meses de octubre y noviembre 2015 en las instalaciones del Cadi.

Ha consistido en el desarrollo de 5 proyectos de diseño de servicios.

El diseño del Plan Piloto se ha basado en las metodologías y herramientas del Diseño de Servicios y Design Thinking, adaptándolas a las necesidades del contexto.

El proceso ha estado compuesto por 5 sesiones formativas y 4 sesiones de mentoring individualizadas por grupos.

Ha sido un plan que se ha basado en la filosofía learning by doing o lo que es lo mismo se han aplicado los conceptos aprendidos acto seguido de haberlos conocido, y se ha trabajado en un proyecto real. Las sesiones de mentoring se han realizado después de cada sesión formativa, siendo válidas para trabajar puntos débiles del proyecto o reenfoque del desarrollo del mismo.

OBJETIVOS DEL PLAN

El objetivo del plan ha sido valorar el grado de respuesta de las empresas participantes a estas herramientas que constituyen el diseño de servicios y su utilidad para la mejora de los servicios ofrecidos a los clientes. El Plan ha pretendido también proporcionar una óptica distinta de trabajo a los diseñadores industriales y gráficos participantes para la adaptación de su metodología básica de trabajo en ámbitos menos tangibles. Por último, se ha pretendido a través de esta experiencia recopilar información de primera mano para un posible desarrollo futuro de líneas de promoción en este ámbito del diseño de servicios.

PARTICIPANTES

Se han desarrollado 5 proyectos reales, con 5 empresas aragonesas. Las empresas participantes ha sido: Eboca, Torre



Sesión de trabajo con las empresas.

del Pino, Hotel Trufa Negra, Grupo MT y Liang Xin.

Los equipos de diseño se han compuesto por diseñadores profesionales, de entornos de diseño industrial y gráfico, 13 personas en total, integrantes de la Asociación DIN.A (Asociación de diseñadores industriales de Aragón).

El diseño y dinamización del Plan Piloto de diseño de servicios ha sido realizado por dos diseñadoras de servicios, Alex Filiatreau y Eider Aldape de la firma Apitropik.

RESULTADOS

Las empresas han valorado positivamente la experiencia y la mayoría ha transmitido su interés en implementar en una u otra medida las propuestas recibidas.

Cadi

<http://www.camarasaragon.com/>

<http://din-a.org/>

<http://apitropik.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

Foto de grupo de los participantes en el plan piloto.





La férula está adaptada a la anatomía del paciente.

Protección adaptada, ligera e higiénica para la recuperación de lesiones

Las inmovilizaciones de Younext (filial de Podoactiva) son una nueva manera de proteger una zona lesionada, y evitar el movimiento de la misma mientras se recupera.

A partir del escáner 3D de la zona a inmovilizar (mediante un dispositivo adaptado al móvil), se diseña la férula completamente adaptada a la anatomía del paciente. La fabricación se realiza mediante impresión 3D de alta gama utilizando materiales de la industria aeronáutica.

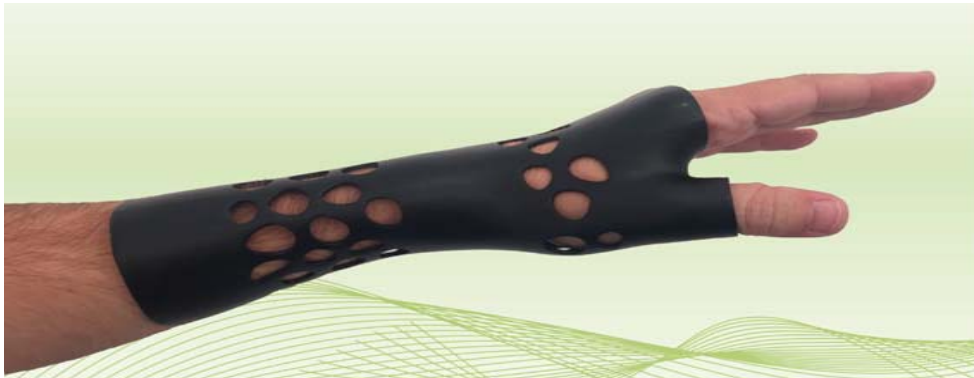
Algunas de las ventajas de este tipo de férulas frente a las tradicionales escayolas son las siguientes:

- Se consigue una protección mucho más ligera.
- Permite observar la evolución de la parte del cuerpo a tratar asegurándose que se recupera correctamente.
- Es transpirable.
- Se puede mojar, con lo que el paciente puede bañarse con la férula puesta.
- Además estas férulas permiten poder aplicar electroestimulación desde la propia férula que puede incorporar un electroestimulador programable.

<http://www.podoactiva.com>
<http://www.younext.es/>

[inicio] [titulares de grupo]

Imagen de una férula.





Imágenes de la plancha Teppan Yaki.

Plancha Teppan Yaki de Balay

Las tendencias gastronómicas actuales están poniendo en auge la importancia de una alimentación sana y elaborada. Dentro de este movimiento, cocinar con menos aceite es toda una ventaja para conseguir recetas saludables a la vez que sabrosas.

Para ello Balay cuenta con una plancha Teppan Yaki de 40 cm de ancho en la que se pueden cocinar todo tipo de alimentos con menos aceite y unos resultados perfectos. Gracias al Touch Control Profesional se puede regular la temperatura entre 160° y 240°C en función del alimento que se vaya a cocinar. Su indicador acústico avisa cuando ha alcanzado la temperatura programada para introducir el alimento.

Cuenta con una amplia zona de cocción de acero inoxidable y varios programas especiales como "mantener caliente" o "función limpieza". Con esta última función, la limpieza de la plancha Teppan Yaki de Balay es mucho más sencilla; basta con colocar 3 ó 4 cubitos de hielo e ir retirando con la espátula que incorpora la placa los restos de alimentos.

Esta plancha modular se puede combinar con otras placas modulares e incluso con placas vitrocerámicas o de inducción de 60 ó 90 cm de ancho.

<http://www.balay.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de uso de la cesta.



Logotipo conmemorativo del aniversario.

Araven presenta la primera cesta monobloque bicolor del mercado

Mayor capacidad, gran resistencia y un diseño que facilita y mejora la higiene del producto son algunas de las características de la nueva cesta monobloque Shop & Roll 65L que Araven acaba de lanzar al mercado. Con ella, la empresa aragonesa culmina la gama creada para facilitar y mejorar la experiencia de compra en los puntos de venta.

Precisamente, el lanzamiento del nuevo producto coincide con el décimo aniversario de la primera Shop & Roll, que revolucionó el sistema de compra al introducir dos ruedas y asa telescópica a las cestas tradicionales. Esta cesta para la compra ha evolucionado en estos años hacia una mayor movilidad -con la incorporación de cuatro ruedas- y capacidad, hasta alcanzar los 52 litros. A lo largo de esta década, ha vendido más de cinco millones de unidades en 30 países de los cinco continentes.

Ahora, Araven da un paso más con el lanzamiento de la nueva monobloque de 65 L., que aporta además al mercado una destacada innovación: es la única cesta fabricada en una sola pieza bicolor. Realizada en plástico con tecnología bi-inyección en el mismo proceso de producción, reduce así el riesgo de rotura en uso por unión de piezas.

Cómoda a una sola mano, o dos, se conduce sin esfuerzos tanto hacia delante tipo carro (gracias a sus 4 ruedas, 2 fijas y 2 giratorias 360º) como tipo trolley, que acompaña en todo momento al usuario a lo largo del acto de la compra. Es ligera y ergonómica, sin mecanismos ni movimientos en el momento de uso o recogida. Su asa continua hasta la base enrejillada de la cesta aporta robustez al conjunto.

Estas características acercan la nueva cesta a la última gran innovación de Araven: el carro Loop Shop & Roll 100L, comercializado desde hace un año. Además, la nueva monobloque repite la atractiva línea estética del asa perimetral de Loop, para ofrecer uniformidad en la imagen de la tienda. Como el carro y las otras cestas Shop & Roll, es personalizable tanto en el color como en el logotipo de la enseña, lo que refuerza también su integración con la imagen global del establecimiento.

La nueva cesta de compra, por su capacidad y adaptabilidad, es un elemento multi-establecimiento capaz de adaptarse a distintos formatos de tienda. Los centros de proximidad que siguen teniendo una gran evolución y crecimiento en los últimos tiempos requieren a veces de menos espacio y de maniobrabilidad. Los pasillos estrechos se convierten en algo incómodo para cambiar de trayectoria o girar. Por ello, necesitan soluciones capaces de aprovechar el espacio en tienda. Otra ventaja del nuevo producto es su gran capacidad y adaptación a los packs más comunes en los diferentes sectores (alimentación, bricolaje, juguetería).

El lanzamiento de la cesta ha coincidido con la celebración del 10º aniversario de la cesta Shop & Roll, que ya ha vendido más de cinco millones de unidades.

DISPENSADORES DE SALSAS Y GRIFOS PARA LÍQUIDOS

Además, en el apartado de manipulación de alimentos, Araven ha lanzado al mercado dos nuevos productos que completan su oferta actual de dosificadores y contenedores de salsas y líquidos. Se trata de un dispensador de salsas y un contenedor



Dispensador de salsa siendo utilizado.



Dispensadores en la cocina.



Grifo para líquidos en estantería.

con grifo para líquidos. Ambos permiten almacenar y distribuir en otros recipientes la cantidad exacta que se quiere repartir. Todo ello reduciendo el nivel de mermas y, como en todos los productos de Araven, con todas las garantías higiénico-sanitarias.

El nuevo dispensador para salsas lanzado al mercado por Araven tiene una capacidad de 2,6 litros. Se puede utilizar con salsas, aderezos ligeros y jarabes. Facilita la carga, y permite trasvasar condimentos o aderezos en la cantidad deseada para bombear.

La válvula de cierre mantiene el circuito de bombeo cerrado para una mejor conservación del producto en el mismo envase, incluso en cámara. El dispensador actúa en dirección vertical, lo que permite una mayor facilidad para los usuarios y evita derrames accidentales. También reduce el nivel general de mermas y el crecimiento bacteriano.

El nuevo producto cumple con todas las normativas europeas sobre materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos. Tiene los cantos redondeados, lo que evita que se acumulen restos y facilita la limpieza. Cuenta asimismo con una regleta de medición e indicador de medida. Y dispone de la innovadora etiqueta integrada y permanente, característica de los productos de Araven, que permite al profesional de la cocina identificar el contenido y preservar la información asociada a su origen ayudando a cumplir con la normativa de Trazabilidad.

El otro producto que la empresa aragonesa lanza al mercado es un dispensador para líquidos, aderezos ligeros, reducciones, caldos y bases, con una llave regulable que controla el caudal. Tiene una capacidad de 18 Litros. Sus asidores laterales facilitan su manejo y transporte. Incorporan también ColorClip para identificar el contenido y evitar las contaminaciones cruzadas. Su regleta de medición permite controlar el consumo y realizar las mezclas directamente en el recipiente.

Al igual que el dosificador de salsas, consigue reducir el nivel de mermas y el crecimiento bacteriano. Permite además el apilamiento con tapa colocada. De igual forma, optimiza el espacio en la cámara: se adapta al espacio entre baldas.

<http://www.araven.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

Emesa lanza la nueva gama de cabinas Design Edition

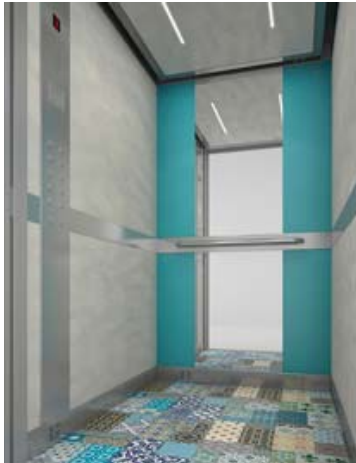


Imagen de una de las cabinas diseñadas.

La nueva gama creada por Activa Design muestra como cambiando los acabados de las cabinas se consiguen efectos impactantes, transformando una cabina estándar en una vanguardista.

El objetivo es mostrar a los clientes las posibilidades decorativas de las cabinas, creando una imagen de producto de alto nivel, de diseño cuidado y sofisticación. No es una gama cerrada, tan solo la representación de las amplias posibilidades de personalización de cabinas.

Se han utilizado laminados, vidrios lacados, aceros, con impresiones directas sobre ellos para personalizar cada cabina y darle la misma consideración formal que al entorno arquitectónico en el que se integran.

La gama Design Edition ha sido un éxito en su presentación en la feria Interlift Augsburg 2015.

<http://www.sgemesa.com/>
<http://www.activa1.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

Detalles de iluminación y acabados en las cabinas.



Nuevo soporte para jamón Nero modelo PROSHOP

El nuevo soporte está específicamente destinado a charcuterías y tiendas de jamón al corte, y ha sido desarrollado por Nero Design.

Mediante este sistema no se necesita un jamonero para cada jamón en proceso de corte, sino que únicamente se requiere un soporte por cada puesto de trabajo, con el consiguiente ahorro económico y de espacio. El producto está basado en el mismo sistema de rótula patentado del primer modelo, y su imagen es muy diferenciadora.

La idea es ofrecer una solución "llave en mano" específica para cada espacio, donde la empresa se desplaza a realizar las mediciones necesarias para una instalación a medida de cada establecimiento, tanto a nivel de bases (si así se requiere) como de los soportes de los jamones. En las fotos se aprecia el soporte de pared de 4 unidades, pero está la posibilidad de hacer los soportes sobre mesa (o escaparate), colgados del techo, de más o menos unidades, etc.

<https://www.jamonero.com/>
Ver vídeo

[inicio] [titulares de grupo]



Soporte de pared para 4 unidades.



Soporte para jamones y jamonero.

Imágenes de una de las instalaciones.



Diseño e ingeniería de producto de Totem de recargas de tarjetas de transporte para Palma de Mallorca



El producto en su entorno.



Distintas vistas del producto.

El rediseño, realizado por Activa Design, ha permitido introducir en la máquina tanto medios de pago en metálico (monedas y billetes) como pago con tarjeta, mediante la optimización del espacio útil de la máquina, y sin penalizar ni la dimensión global ni la operatividad.

Se ha cumplido estrictamente la normativa sobre accesibilidad. Además, la operatividad de la máquina se ha optimizado ubicando los elementos según el orden de uso: posicionamiento de tarjeta, selección de la función (recarga, consulta), medios de pago.

Se ha reforzado el anti vandalismo de la máquina a través de la mejora de los sistemas de cierre.

Para facilitar el acceso a los componentes internos para montaje y mantenimiento de la máquina, se ha ampliado la altura de la puerta, respetando el volumen del conjunto.

<http://polartech.es/>
<http://www.activa1.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la luminaria.



Anclajes a techo.



Conector rápido.



Difusor diseñado para la luminaria.

Luminaria Nextrema G3 !Más extrema que nunca!

Trilux y Zalux han lanzado al mercado su nueva luminaria Nextrema G3, luminaria estanca para locales húmedos en situaciones extremas.

Trilux y Zalux fueron pioneras en lanzar la primera luminaria estanca del mercado con cuerpo de aluminio. Tras el éxito de versiones anteriores, siguen apostando por este tipo de luminaria que les ayuda a diferenciarse de su competencia, dentro del mercado de la iluminación estanca.

Los diseñadores industriales Ángela Alonso y David Franch han trabajado conjuntamente en el diseño y desarrollo de esta luminaria que consta de un cuerpo robusto fabricado en aluminio inyectado, que permite una mejor disipación térmica y por tanto un aumento de la Vida Útil del LED y en consecuencia de la luminaria, hasta 85.000h de vida útil, con lo que se consigue una gran reducción de las operaciones de mantenimiento. Gracias a este cuerpo de aluminio, además de contribuir en el aumento de la vida útil, se consigue un mejor rendimiento y eficiencia de la luminaria, de hasta 150 lm/W, con lo que se obtiene una gran reducción del consumo energético.

En el diseño de esta luminaria se ha tenido en cuenta cada una de las partes, optimizando cada una de ellas. Gracias a sus largos clips de cierre, se consigue crear una presión de cierre uniforme en todo el contorno de la luminaria, que contribuye a un mejor comportamiento estanco, logrando un grado de estanqueidad IP66. Este grado de estanqueidad, junto con la robustez de los materiales con los que ha sido fabricada, la convierten apta para locales húmedos y polvorientos.

La finalidad del producto de Trilux y Zalux es dar luz, y una luz de calidad, homogénea y sin deslumbramientos, que se consigue gracias al LED y al difusor, este último diseñado con una prismática que permite una distribución óptima de la luz.

Cada vez es más frecuente añadir tecnología a cualquier tipo de producto, desde productos simples como un reloj, a productos más sofisticados como puede ser un dispensador de medicina. Esta tendencia de mercado de añadir inteligencia a los productos, también esta presente en la Nextrema G3, gracias a sensores de presencia y luz diurna permiten configuraciones adaptadas a las necesidades y una gestión segura de la iluminación.

Su montaje "plug and play" es rápido y sencillo, gracias a sus anclajes al techo y su conector rápido Wieland.

Tener en cuenta en el diseño cada pequeño detalle, ha hecho posible obtener un gran producto. Cada componente ha sido diseñado pensando 100% en su funcionalidad y, con esto, se ha conseguido una armonía entre todas las partes que dan como resultado un producto con un diseño compacto y robusto.

<http://zalux.es>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la brújula inteligente.



El producto se adapta fácilmente al manillar.

HAIZE, una brújula inteligente para la bicicleta

Dos jóvenes aragoneses participan en un proyecto que quiere revolucionar la manera de montar el bicicleta a nivel mundial. Se trata de Luis Antonio Martín Nuez y Javier Soto, que colaboran con otros equipos de Berlín, Londres y otros puntos del Mundo.

Han desarrollado un nuevo producto, una brújula reinventada, para montar en bicicleta de manera segura, sencilla y divertida.

Cada uno de los ciclistas conoce los problemas de ir en bicicleta por una ciudad. Ya sea por mirar el móvil en el manillar, parar cada segundo para buscar el camino correcto, o peor aún, escuchar una molesta voz constantemente en el oído.

Con HAIZE los ciclistas tienen una forma fácil, intuitiva y segura para desplazarse por la ciudad manteniendo la libertad de ser un ciclista para descubrir nuevos caminos.

El usuario establece su destino desde su teléfono móvil. Una vez que el destino se establece, se puede guardar el teléfono en el bolsillo y colocar HAIZE en el manillar. ¿Y cómo funciona? HAIZE marca en línea recta dónde se debe ir, además de la distancia que queda por recorrer.

Pero esto no queda aquí. Si se quiere hacer un recorrido de senderismo con distintos puntos en alta montaña, HAIZE funciona igualmente, o para muchos otros usos que requieren de orientación sencilla.

<http://www.onomo.net/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la plataforma de grabación.

Scati presenta su plataforma de grabación IP para localizaciones remotas

SCATI, empresa especializada en soluciones integrales de video IP, presenta su nueva gama de plataformas de grabación IP SCATI VISION SERIE A. De reducidas dimensiones (35 x 145 x 84 mm (HxWxD)); son capaces de gestionar 2 cámaras a resolución megapixel con total estabilidad y máximo rendimiento y se pueden equipar con hasta 128 GB de almacenamiento incorporando algoritmos de procesamiento avanzado de imagen.

Su formato altamente compacto y el módulo 3G integrado hacen de estas plataformas de grabación IP la solución ideal para localizaciones remotas y desatendidas. El módulo 3G no sólo actúa como back-up en caso de fallo de la red, sino que también asegura la conectividad incluso en las instalaciones más remotas bajo cualquier circunstancia.

Fácilmente instalable en ATM's, su uso conjunto con la aplicación SCATI CASH permite relacionar las imágenes con la información de las transacciones, posibilitando la detección de operaciones fraudulentas.

SCATI VISION permite la gestión, monitorización, búsqueda y exportación de video localmente, a través de SCATI VISION WEB o desde aplicaciones de Centro de Control SCATI, constituyendo un sistema escalable ideal para instalaciones distribuidas

<http://www.scati.com/>

[\[inicio\]](#) [\[titulares de grupo\]](#)

4N^x



Césped Artificial para pádel.
Mondoturf NSF Monofibre 4Nx 91 12 A.

Nuevo césped artificial para pádel: 4N^x

Mondo ha desarrollado recientemente el filamento 4N^x para la práctica del pádel, dicho filamento mantiene el exitoso concepto morfológico del 3N^x pero con sustanciales innovaciones:

- Está dotado de una estructura semi-cóncava con tres nervios asimétricos, que actúan como tensores del filamento. Este nuevo ángulo optimizado mejora la durabilidad de la parte más estrecha del filamento y libera a ésta de parte del estrés que se produce al ser presionado por la interacción del jugador.
- Nuevo radio de la curvatura del filamento que mejora sustancialmente la resistencia al desgaste por corte o fibrilación mejorando la tensión mecánica.
- Espesor del filamento: El nuevo y gran espesor de 330 µ en combinación con la exclusiva morfología consigue dotar a los filamentos de una mayor capacidad de memoria elástica. Su memoria dimensional se ve implementada mejorando la capacidad de los filamentos para retornar a su estado original después de la interacción jugador-superficie.
- Aumento del peso del hilo (Dtex.): Peso del filamento de 9.100 Dtex.
- Aumento del número de cabos: 6 cabos por brizna que aumentan la densidad de filamentos por unidad de área del sistema.

El césped artificial 4N^x es, además, una superficie ideal para la alta competición tanto por su durabilidad y resistencia como por sus características biomecánicas, que reducen el riesgo de lesiones.

El logotipo del producto ha sido desarrollado por Cubo Diseño.

<http://www.mondoworldwide.com/>
<http://www.cubo.es/>

[inicio] [titulares de grupo]

Estudiantes de la Universidad de Zaragoza ganadores nacionales en el James Dyson Award 2015



Conjunto de elementos que componen el SURI.



Gafas para el socorrista con pantalla wifi.

El James Dyson Award es un concurso internacional de diseño cuyo objetivo es apoyar la próxima generación de ingenieros. Lo organiza la Fundación James Dyson, fundación sin ánimo de lucro de James Dyson, como parte de su misión de acercar a los jóvenes al mundo del diseño y la ingeniería.

En la edición de este año, el proyecto ganador en la categoría nacional ha sido SURI, un sistema de visión ampliado para socorristas y los guardacostas, diseñado por estudiantes de la Universidad de Zaragoza.

El proyecto SURI ha sido desarrollado por Iván Romero, Jorge Daniel Santafé, Alejandro Calderón y Jesús Sirera, estudiantes de Diseño industrial y Desarrollo de producto de la Universidad de Zaragoza.

SURI busca minimizar los ahogamientos en las playas facilitando la labor del socorrista, mediante dos funciones clave:

- Amplía la visión global del socorrista incorporando una cámara extensible con tracking de movimientos que le dice cuanta gente tiene en su playa, además de centrar su atención en aquellos que presenten movimientos irregulares o exceso de tiempo bajo el agua.
- Gracias a la cámara fija y a una pantalla comunicada por wifi y situada dentro de las gafas mantiene la visión del ahogado en todo momento, así como su posición, lo que es vital en los momentos del rescate.

Además, entre los otros cuatro finalistas nacionales había otros dos proyectos de equipos aragoneses, "Eye of Horus" y "Move on".

Por otro lado, Ana María García, estudiante de 4º curso de GIDIyDP ha sido también finalista y ganadora nacional, en su estancia Erasmus en Industriedesign Hochschule de Darmstadt, en este caso en la competición alemana.

<http://www.jamesdysonaward.org/>
<https://eina.unizar.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Dos modelos de la nueva colección.

Se presenta la nueva colección 2016 de Martha Peters

Sorprendente, inusual y femenina, así es la séptima colección de novia y fiesta Martha Peters 2016. El resultado presenta diseños inspirados en la larga y sólida trayectoria de la diseñadora, al mismo tiempo que incorpora las últimas tendencias en moda nupcial y vestidos de fiesta y cóctel.

Su nueva propuesta fue presentada en Zaragoza el pasado mes de septiembre, en un evento al que acudieron más de 400 invitados y en el que los asistentes pudieron conocer de cerca sus creaciones a través de una magnífica exposición formada por 34 piezas de alta costura.

La colección de novia ha sido elaborada de manera artesanal con tejidos de altísima calidad, invirtiendo incluso más de 40 horas en cada modelo. Junto a sus reconocidos corsés destacan líneas renovadas, volúmenes muy trabajados, aires vintage y suaves toques de color que aportan mucha luz y romanticismo. En los tejidos reinan finas muselinas de seda bordadas, guipures florales o tules bordados que forman siluetas estilizadas y elegantes. Una propuesta ligeramente distinta a las anteriores, pensada para las novias más exigentes.

En la línea de fiesta predominan tonos intensos, cortes marcados, tejidos vaporosos con mucha caída y exclusivos detalles de guipur bordados a mano en una colección muy extensa y variada.

<http://marthapeters.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Una sesión creativa de trabajo.



Los paneles modulares ofrecen múltiples posibilidades.

Thinkers Co. desarrolla nuevos entornos colaborativos y creativos de trabajo para Repsol

El desarrollo fue llevado a cabo por la agencia Thinkers Co., diseñadores de soluciones y constructores de ideas, como ellos mismos se definen. Este trabajo incluyó la identificación de nuevas necesidades de los equipos de innovación de Repsol, de mejora continua y de estudiantes Akademia.

En base a las necesidades de los usuarios, se conceptualizaron los nuevos espacios colaborativos y de innovación y se desplegó todo el diseño de detalle hasta la construcción de un espacio piloto. Como resultado, emergió una línea de mobiliario que permite solucionar las necesidades en otras secciones y edificios de la compañía en el futuro.

La solución elegida fue un espacio basado en módulos. Una solución para múltiples funcionalidades, para varios usuarios con diferentes necesidades. La modulación del espacio es la solución óptima para atender de forma ordenada e intuitiva a todas las necesidades del proceso de innovación desarrollado por cualquier equipo. Acopio, proceso de trabajo, almacenamiento, flexibilidad, agilidad, versatilidad para trabajar en grupos grandes o pequeños, para usar un par o varios a la vez, para ordenar los paneles una vez utilizados y dejar el espacio listo para la siguiente sesión.

Algunos de estos módulos desarrollados fueron:

- Paneles y elementos sujetos a paneles. Los paneles son una herramienta básica y en su desarrollo se ha tenido en cuenta su modulación para estandarizar el proceso, su ligereza para favorecer el manejo de uno o varios a la vez y su transporte y, la mecanización de los mismos para favorecer su uso en sentido vertical u horizontal, junto a otros paneles, para ir creciendo en desarrollo a medida que sea necesario.

- Tótem reuniones. Permiten ver qué está pasando, qué equipos están trabajando, qué proyectos están en curso. Presentan esta información mientras se incorporan a la actividad en paneles con ruedas donde poder anticipar la información necesaria. La solución encontrada permite expandir la información a otros entornos y comunicar visualmente contenidos.

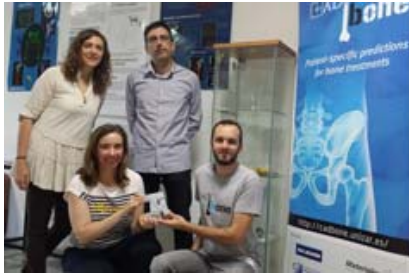
<http://www.thinkersco.com/>

<http://www.repsol.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

Imagen del espacio colaborativo.





Equipo de investigadores del M2BE.

Las fracturas óseas tendrán tratamientos personalizados a partir del estudio de una radiografía

Con el aumento de la esperanza de vida, se prevé que para el año 2030 el número de intervenciones por prótesis de cadera se haya duplicado y que este tipo de operaciones sean cada vez más frecuentes en nuestra vida cotidiana. Desde hace cuatro años, un equipo investigador del Instituto de Investigación en Ingeniería de Aragón (I3A) de la Universidad de Zaragoza lidera un proyecto europeo, CAD-BONE, cuyo objetivo es hacer tratamientos personalizados a partir de una radiografía y poder determinar así cómo se va a curar el hueso y qué va a necesitar el paciente.

Los principales resultados de CAD-BONE, a seis meses de finalizar el proyecto, son el desarrollo de tratamientos específicos a medio y largo plazo, la creación de herramientas predictivas de remodelación y regeneración y la reconstrucción en 3D, según explican los investigadores del grupo M2BE, liderado por José Manuel García Aznar.

El trabajo ha sido premiado recientemente en el I Encuentro Triple Hélice como mejor proyecto de colaboración con el mundo de la empresa. Y es que el proyecto CAD-BONE ha integrado ciencia, industria y salud buscando la mejora de la competitividad, el ahorro para los sistemas públicos sanitarios y la mejora de la calidad de vida de los pacientes con fracturas óseas.

El proyecto se ha desarrollado de manera conjunta con la empresa Materialise, líder mundial en impresión 3D y software con aplicaciones clínicas. Pero, además, ha participado la Universidad Católica de Lovaina (Bélgica) y se ha colaborado con el Servicio de Traumatología del Hospital Clínico Universitario "Lozano Blesa" de Zaragoza.

Para quienes participan en CAD-BONE, el éxito es la aportación a las tecnologías para que sean aplicadas a herramientas clínicas en la recuperación de hueso. Con ello, pretenden que, a través de los datos ofrecidos en la radiografía de un paciente, se pueda obtener un diagnóstico preciso de cuál es el tratamiento necesario en su caso para que la recuperación sea idónea.

Se trata de un proyecto financiado por el 7º Programa Marco de Investigación y Desarrollo, como una acción Marie Curie IAPP. Esta modalidad de proyecto ha sido creada especialmente para tender puentes entre la investigación universitaria y el desarrollo empresarial y lograr una repercusión directa en la sociedad.

<http://i3a.unizar.es>
<http://m2be.unizar.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de un experimento.

Investigadores de Universidad de Zaragoza desarrollan neuroprótesis inteligentes

Investigadores de la Universidad de Zaragoza y de la Escuela Politécnica Federal de Lausana (EPFL, Suiza) han logrado desarrollar neuroprótesis inteligentes y demostrar que las máquinas pueden utilizar información directamente del cerebro humano para adaptar su comportamiento y aprender tareas nuevas.

Ello implica que neuroprótesis, como los brazos robóticos y los exoesqueletos para personas con problemas de movilidad, no sólo ejecutarán órdenes sino que, además, podrán mejorar y aprender nuevas tareas de acuerdo a las necesidades del paciente a lo largo de su vida.

Así se ha recogido en la revista Nature Scientific Reports, en la que se presenta un nuevo paradigma que permitirá el desarrollo de una nueva generación de interfaces "cerebro-máquina", capaces de hacer que las neuroprótesis se adapten a los humanos e incluso mejoren y aprendan acciones diferentes.

Los interfaces cerebro-máquina (brain-machine interfaces, BMI) son una tecnología prometedora para mejorar la calidad de vida de miles de pacientes con problemas de movilidad, en particular aquellos que sufren parálisis.

Este avance abre un nuevo horizonte para este tipo de pacientes, que pierden habilidades motoras como consecuencia de accidentes cerebrovasculares, lesiones en médula espinal o enfermedades neurodegenerativas.

Los profesores de la Universidad de Zaragoza Luis Montesano y Javier Mínguez, en colaboración con el equipo del profesor del Millán de Lausana, han desarrollado un método para superar las debilidades de las neuroprótesis actuales.

"El nuevo paradigma consiste en permitir que la neuroprótesis aprenda parte de sus movimientos y los adapte durante la interacción con el usuario utilizando información obtenida directamente del cerebro", explican los investigadores aragoneses.

Antes, el paciente tenía que entrenar su cerebro para generar patrones de actividad cerebral asociados a distintos movimientos que eran ejecutados por las neuroprótesis mientras que con la nueva interfaz utiliza el potencial de error, una señal cerebral que se genera automáticamente cuando el resultado de una acción de la neuroprótesis no coincide con lo esperado por el usuario.

Se trata de un proceso natural, que no es necesario entrenar, un factor utilizado por los investigadores para que las neuroprótesis puedan aprender casi de una forma natural.

"Si la neuroprótesis no consigue coger un vaso de agua que el usuario quiere beber, el potencial de error generado en el cerebro del usuario indica a la neuroprótesis que necesita cambiar o adaptar su comportamiento", indican Luis Montesano y Javier Mínguez.

El cambio de paradigma más profundo radica en que el uso de esta actividad cerebral libera al usuario de enseñarle a la prótesis cómo desea una tarea y de enseñarle tareas nuevas.

Esta nueva forma de interacción entre las personas y las

neuroprótesis también "abre la puerta a crear sistemas inteligentes que puedan aprender de forma continua en el tiempo y adaptarse a las necesidades específicas de cada usuario mejorando la eficiencia y el confort", apuntan los investigadores.

Este tipo de sistemas permite en teoría a las neuroprótesis aprender movimientos complicados y adaptarlos a las necesidades del usuario, algo que no está al alcance de ciencia y tecnología actual.

Los doce sujetos que realizaron el experimento fueron capaces de entrenar el sistema, de forma que en unos 25 minutos (300 movimientos) era capaz de diferenciar las acciones erróneas y correctas de la prótesis con una precisión del 80 %.

Fuente: El Periódico de Aragón.

<http://i3a.unizar.es>

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de la estación de recarga.

La carga de vehículos eléctricos sin cables es una realidad

Cargar un vehículo eléctrico sin bajarse de él ya no es ciencia ficción. Así de flexible es la nueva tecnología de carga por inducción desarrollada por el proyecto europeo Unplugged, en el que han participado varios socios españoles como Endesa y CIRCE y que fue presentado recientemente en Zaragoza.

El proyecto *Unplugged* ha tenido como objetivo principal la construcción de una estación de recarga inductiva flexible, que permita la carga de vehículos eléctricos hasta 50 kW, algo clave por ejemplo a la hora de facilitar la plena integración de los vehículos eléctricos en los sistemas de carreteras urbanas (inducción dinámica o en movimiento). Unplugged ha logrado estos objetivos examinando al detalle la viabilidad técnica, los problemas prácticos, la interoperabilidad, la percepción del usuario y el impacto socioeconómico de la recarga inductiva.

Además de su uso en carreteras, esta solución de recarga permitirá en un futuro próximo ofertar servicios de carga flexibles según las necesidades de los usuarios de vehículos eléctricos (VE), por ejemplo en aparcamientos públicos en calle:

- Carga lenta (3,7kW) durante la noche "aparco a las 8 de la noche, y recojo el coche a las 8 de la mañana 100% cargado".
- Carga rápida (hasta 50kW) durante el día. "tengo que recargar mi VE, aprovecho los 20 minutos necesarios para hacer compras y mientras tanto cargo el coche".
- Reduce los costes de mantenimiento ligados a vandalismo de sistemas de carga conductivos tradicionales.
- Oportunidad de nuevos modelos de negocio para transporte público como taxis o autobuses o bien en centros comerciales, hoteles, etc. Por ejemplo, donde el cliente deja su VE cargando mientras dura su estancia.

Endesa ha liderado el grupo de trabajo que, de forma pionera en el mundo, ha diseñado y construido la estación de carga rápida por inducción así como su integración con el dispositivo necesario dentro del vehículo conjuntamente con la Fundación CIRCE de Zaragoza.

<http://www.endesa.com/e>

<http://www.fcirce.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la nueva identidad corporativa.



Aplicación al forfait.

Publicidad de la nueva campaña.



La identidad corporativa de Aramón se actualiza

Pluralidad, origen y orgullo son los valores que quiere transmitir Aramón, algo que pretende seguir haciendo a lo largo de los próximos meses. Por ello, además de encargar el desarrollo de una campaña de comunicación a la empresa Quelinka, ha querido renovar su identidad corporativa.

Los objetivos que se planteaban para la nueva campaña eran:

- comunicar las ventajas de Aramón desde la diversidad de su oferta y de sus cuatro destinos
- transmitir autenticidad
- proponer una evolución de la imagen de marca añadiendo color a su logo

La campaña de publicidad desarrollada gira en torno al claim "Seas como seas tenemos una montaña para ti". La mirada de los usuarios es clave y, por ello, se han utilizado imágenes reales de esquiadores subidas a las redes sociales, además de otras fotografías que ilustran la variedad de la oferta de ocio y nieve, junto a hashtags descriptivos de cada una de ellas.

De hecho, se trata de una campaña colaborativa, que seguirá viva, para que los usuarios sigan siendo los protagonistas, invitándoles a compartir a través de sus propias imágenes una visión cercana y diferente de las montañas de Aramón.

Ante este planteamiento la imagen de marca del grupo tenía que evolucionar y este ha sido otro de los retos de la agencia de diseño. Respetando un logotipo brillante que el público identifica bien, el logo renovado, ahora en colores, es símbolo de diversidad.

<http://www.aramon.com/>
<http://www.quelinka.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Dos perspectivas diferentes del Premio.

Diseño de los Premios Labordeta

La Fundación José Antonio Labordeta ha organizado los Premios, que llevan el nombre del recordado cantautor, escritor y político aragonés. El evento, que ha nacido con vocación de ser anual, se celebró el 11 de noviembre en el teatro Principal de Zaragoza.

El trofeo se desarrolló por parte de la empresa Línea Diseño, partiendo de las premisas que la familia Labordeta transmitió al equipo de diseño: debía ser una estatuilla inspirada en el arte de otro aragonés irrepetible, Pablo Gargallo. De esta manera el equipo de diseño partiendo de formas bidimensionales y homenajeando las técnicas de desarrollo del escultor en este tipo de obras, realizó diferentes propuestas partiendo de plantillas de cartón recortado a modo de patrones de piezas, que más tarde darían paso a las piezas metálicas del trofeo final.

A través de piezas planas y curvadas se sugieren los volúmenes y vacíos, gracias a la apertura formal de la composición, en la que la luz y el contraste conduce hacia ojos y boca, centro expresivo de la figura tanto en su visión frontal como en las laterales. Si se mira desde distintos planos la diversidad de puntos de vista da vida y movimiento al diseño. Este movimiento se potenció en la entrega de los Premios con las cortinillas animadas en 3D que incorporaron los dibujos del genial Grañena y que fueron dando paso a los premiados: Miguel Ríos, Amaral, Pepa Fernández, Fernando Ferrero y Carlos López Otín.

La producción de las 5 estatuillas estuvo a cargo de La empresa Metalcin a través de técnicas esta vez más actuales que las de Gargallo: corte en láser y arenados sobre acero corten, que dieron a cada uno de los trofeos una impronta y acabados de gran autenticidad y diferenciación.

<http://www.fundacionjoseantoniolabordeta.org/>

<http://www.linea-online.es/>

<http://metalcin.com/>

<http://www.seiscuatro.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

Comunicación y convocatoria de los Premios.

**I EDICIÓN PREMIOS
JOSÉ ANTONIO LABORDETA**

Teatro Principal de Zaragoza
11 de noviembre miércoles, a las 20 horas.

LABORDETA

CITY DE ZARAGOZA

Banco Caja

Zaragoza

fundación José Antonio labordeta



Imagen de la nueva identidad corporativa.

Logotipo para Comercio Amigable con las personas mayores.

La Red de Comercios Amigables se enmarca dentro del Plan de Amigabilidad de la Ciudad de Zaragoza. El proyecto tiene como objetivo principal la sensibilización de los comerciantes hacia la población mayor para mejorar la atención que reciben en los comercios para que este colectivo disfrute de una ciudad más amigable y más cómoda.

El diseño intenta reflejar la amigabilidad en el comercio de una forma directa y sencilla. La sonrisa simboliza amabilidad, simpatía, cercanía, atención, etc. Se puede encontrar una en el asa de una bolsa de compra. El logotipo está basado en esa imagen que es poética porque es hallada. No ha sido necesario forzar o crear una imagen, solamente ayudar a verla con claridad.

Red de Comercios Amigables
<http://www.beatrizgimeno.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Los estuches de alianzas cerrados y abiertos.

Nuevo packaging para joyería

Argyor es una fábrica de joyería de oro y plata cuya producción abarca un amplio espectro: desde alianzas de boda, pasando por joyería de oro y diamantes, hasta la acuñación de moneda conmemorativa, entre otras tipologías de producto.

Línea Diseño ha realizado un proyecto de desarrollo de packaging para una de sus líneas, Argyor 1954. El proyecto ha consistido en el diseño de una gama de packaging para joyería, que incluye la caja para alianzas y pendientes, y otra para colgantes y pulseras. El concepto desarrollado es de formas puras, muy simples, dando la importancia a la identidad corporativa y un carácter de producto exclusivo.

Las cajas se fabrican en cartón forrado, con acabados plastificados y barniz UVI, y con imanes ocultos. El interior se fabrica en espuma.

<http://www.argyor.com/>
<http://www.linea-online.es/>

[inicio] [titulares de grupo]

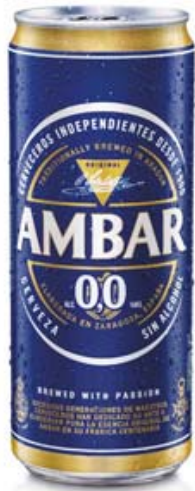


Imagen de las nuevas latas.



Cartel promocional de la nueva Ambar 0,0.

Cervezas Ambar presenta la nueva generación de cerveza sin alcohol, pensada para un estilo de vida activo.

Cervezas Ambar ha lanzado al mercado Ambar 0,0 una nueva cerveza sin alcohol, pensada para atender a las demandas y el estilo de vida del consumidor actual de 0,0, que busca una alimentación saludable y ve en este producto una alternativa a la cerveza convencional, o a otras bebidas sin alcohol. Esta nueva cerveza que sustituirá en los lineales a la actual Ambar Green, está elaborada tras un proceso de fermentación completo y la posterior evaporación del alcohol lentamente a baja temperatura y baja presión, lo que hace que sus propiedades se mantengan intactas.

En su elaboración se ha utilizado por primera vez en España la Palatinose® (isomaltulosa), un carbohidrato de absorción lenta ideal para un estilo de vida activa, ya que proporciona un suministro de energía de manera más regular y durante más tiempo.

Este tipo de azúcar natural es recomendable en la práctica de ejercicio ya que tiene un bajo índice glicémico. Además, la nueva Ambar 0,0 tiene un alto contenido en fibra soluble que ayuda al sistema digestivo por lo que la digestión de alimentos junto con Ambar 0,0 sienta mejor.

Las tendencias de consumo actuales apuntan hacia un consumidor con un interés notable hacia el cuidado personal, que lleva un estilo de vida muy activo y que demanda una alimentación saludable, y busca proactivamente productos que encajen con su estilo de vida. "Con la nueva Ambar 0,0 hemos querido responder a las inquietudes de este consumidor, que cada vez busca más información y se preocupa por tener una alimentación equilibrada, basada en productos de alta calidad", en palabras del director de Marketing y Comunicación Enrique Torguet.

La nueva Ambar 0,0 cambia de sabor, imagen y formatos, y estará disponible en supermercados en lata estilizada de 33 cl, y el botellín de 33cl, 25cl y 20cl.

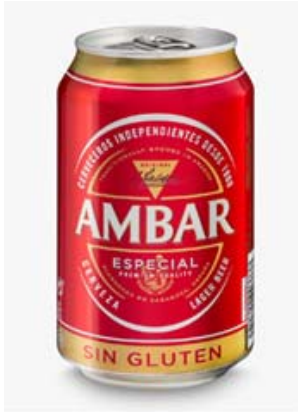
NUEVA AMBAR EN LATA APTA PARA CELÍACOS

Por otro lado, Ambar, marca líder en la categoría sin gluten en España, ha vuelto a innovar dentro del sector cervecero lanzando un nuevo formato de su conocida cerveza Ambar Especial Apta para Celíacos, en una lata de 33 cl.

Con este nuevo producto, ofrece tres referencias disponibles a este segmento de mercado creciente en nuestro país, siendo así una de las cerveceras que más atención ha puesto en quienes tienen intolerancia al gluten.

En palabras de Felix Longás, director general de La Zaragozana, "se trata de una nueva apuesta por continuar con la normalización en el consumo de cerveza entre quienes tienen esta intolerancia y abre otra puerta a quienes ven más saludable los productos sin gluten".

La cervecera aragonesa, una de las pioneras en el desarrollo de productos para celíacos, se posicionó a la cabeza de la innovación en 2008 cuando lanzó Ambar Apta para Celíacos, una cerveza que mantenía intacta la calidad y el sabor de su cerveza Ambar Especial. Un posicionamiento estratégico que reforzó en 2011 incorporando Ambar Green Celíacos, la primera cerveza del mundo sin alcohol y sin gluten, que cuatro



Anverso y reverso de las nuevas latas.

años después sigue siendo la única sin alcohol apta para celíacos en España.

Cervezas Ambar mantiene desde el primero de sus lanzamientos sin gluten el mismo precio que en su cerveza habitual, aunque el proceso productivo suponga un incremento de los costes. Un ejercicio de responsabilidad en un mercado en el que la alimentación normal de un celíaco puede llegar a costar hasta tres veces más. "Una de las mayores demandas de los celíacos es la de poder cumplir con una necesidad básica como la cesta de la compra sin precios abusivos. Una exigencia que nos parece más que razonable", explica Enrique Torguet, director de Marketing y Comunicación de La Zaragozana.

<http://www.cervezasambar.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

El artista aragonés Jorge Gay ilustra las nuevas etiquetas de Agua de Lunares.

Con una propuesta colorista, inspirada en la Luna, el artista aragonés Jorge Gay, ha sido el encargado de poner imagen y texto a las nuevas contraetiquetas de Lunares, en su línea de cristal retornable. El diseño consta de una colección de seis serigrafías cuyo trazo, volúmenes y color hacen reconocibles la identidad de la obra del pintor. Cada una de las imágenes, así como los textos que las acompañan, obra también de Gay, crean una nueva visión poética del agua.

Jorge Gay, toma así el testigo de la obra de Isidro Ferrer quien se encargó de renovar el diseño de la botella en el año 2012, ya con la vocación de que las contraetiquetas fuesen un soporte para la expresión creativa de distintos artistas de la región. Mantienen la elegancia y sobriedad de las primeras contraetiquetas, así como la predominancia de los tonos azules, si bien en esta ocasión destaca la intensidad del color tan presente en la obra del artista.

La presentación de la nueva imagen de Lunares tuvo lugar en el museo Caixa Fórum de Zaragoza, al que asistieron diferentes personalidades de la cultura, la política y la restauración de nuestra comunidad. El evento contó con una escenografía que recreó el mundo de la noche mediante sonidos y una iluminación muy tenue. La compañía de danza contemporánea LA MOV realizó una interpretación de la obra y la actriz María José Moreno puso la voz al poema que acompaña a las pinturas, también obra del artista.

Jorge Gay es licenciado en Bellas Artes con especialidad en pintura mural, y ha desarrollado la mayor parte de su carrera en el campo de la pintura, aplicando sus aptitudes artísticas en diversas áreas como la escenografía o las producciones audiovisuales. Cuenta con numerosas becas y galardones entre los que cabe destacar el 1º Premio y la Medalla de Oro en la Escuela Superior de Bellas Artes de San Fernando. En el año 2009 fue nombrado hijo predilecto de la ciudad de Zaragoza.

<http://www.lunares.com/>
<http://www.jorgegay.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de una botella con una de las serigrafías.

El resto de serigrafías de Jorge Gay.



Grandes Vinos lanza IGLUP "el trago fresco de uva" para acercar a los jóvenes consumidores al sector del vino.

Atraer a los jóvenes consumidores, desde los 18 a los 30 años, al mundo del vino es uno de los grandes retos del sector, especialmente en España donde su consumo continúa en caída libre desde hace 10 años, en gran parte porque las nuevas generaciones no se incorporan al mismo hasta pasados los 30 años.

Grandes Vinos, bodega líder de la D.O.P. Cariñena, lleva varios años lanzando nuevos productos e iniciativas de marketing enfocadas a este segmento y acaba de lanzar una nueva marca IGLUP, que se enmarca en esta estrategia y con la que espera sorprender e ilusionar a este segmento de jóvenes consumidores.

IGLUP "el trago fresco de uva", se engloba en la categoría de bebidas (vinos con aguja, frizzantes, lambruscos, sangrías, tintos de verano, etc.) que muestran una tendencia creciente, y se une con otras dos tendencias de consumo predominantes del mercado: las bebidas bajas en alcohol, en el caso de IGLUP sólo 4,8% y las bebidas naturales, como también es el caso, al ser una bebida sin conservantes ni colorantes añadidos, sin gluten y de bajas calorías.

IGLUP, se lanza con dos referencias, White y Rosé, elaboradas en base a uvas Macabeo y Garnacha respectivamente, de gran concentración e intensidad de fruta que se diluyen con agua de manantial carbonatada hasta alcanzar la graduación de 4,8%.

No sólo la elaboración se ha enfocado para que sea agradable para los jóvenes consumidores, fácil de beber y refrescante gracias a su fina burbuja, sino su diseño, que se ha encargado al Estudio de Diseño Moruba, uno de los más prestigiosos a nivel nacional, y su presentación, un botellín transparente de 20cl. con cierre de chapa, un formato más identificado con los jóvenes consumidores y que paralelamente cubre un nicho en las tiendas especializadas, bares de tapas, restaurantes italianos donde las bebidas de esta categoría, solo se presentan en formato de 75cl, y por tanto esta versión mono dosis complementará su oferta al poder atender la demanda de una pareja o de un single que en determinados momentos no quieren consumir una botella de 75cl, pero si podrán hacerlo ahora con estos botellines de IGLUP de 20cl.

Para presentar esta nueva marca a los jóvenes consumidores, Grandes Vinos ha subido un video a su canal en Youtube, en 360º y en 3D, al que también se puede acceder desde su web, realizado por la start-up zaragozana DeuSens y que también se puede disfrutar a través de dispositivos de realidad virtual, como Oculus Rift o Google Cardboard. Una actividad que se llevará a cabo en las distintas presentaciones de IGLUP, y que en referencia a su claim de "un sabor que te dejará helado", llevará a los consumidores al ártico junto al pingüino que ilustra la etiqueta, sin necesidad de emprender tal viaje físicamente.

<http://www.grandesvinos.com/>
<http://www.iglup.es/>
<http://moruba.es/>
<http://deusens.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



IGLUP Rosé y White.



Packaging del IGLUP Rosé.



Imagen de la aplicación de realidad virtual.

Enate presenta su IV edición de Vinos Solidarios

Por cuarto año consecutivo, Bodega Enate ha vuelto a colaborar con las Asociaciones de Discapacitados Intelectuales Atades Huesca y Atades Zaragoza en los proyectos solidarios "Vino Amigo" y "Vino de la Amistad", respectivamente.

En esta ocasión, los artistas que han colaborado, de forma desinteresada, cediendo sus obras para ilustrar las etiquetas de dichos vinos, han sido la artista zaragozana Eva Armisén, con su obra "Para que seas feliz", donde nos habla, con su estilo cercano y sencillo, de la importancia de lo cotidiano, de los momentos más tiernos y dulces del día, de la sonrisa y de la felicidad.

Por otro lado, Vicente García Plana, con su obra "Yo sé quién soy", es, en palabras del propio artista, "como una declaración de principios. Saber quiénes somos puede ser nuestro mayor apoyo en tiempos de tribulación. Es en esa consciencia de nuestra identidad donde reside nuestra mayor fuerza y con esa idea la frase aparece en la obra, pensando en quienes son los verdaderos protagonistas de esta experiencia".

Los beneficios obtenidos por la venta de estos vinos irán destinados, en Atades Huesca, a la continuidad de los talleres de arte que se llevan a cabo en todos los centros de la entidad. Por otro lado, los fondos recaudados en Atades Zaragoza se destinarán a proyectos sociolaborales, como el Centro Especial de Empleo Gardeniers, donde trabajan unas treinta personas en tareas relacionadas con la jardinería y la agricultura ecológica.

En ambos casos, el vino de Bodega Enate es un Tempranillo 2014, de espíritu joven con un concepto muy parecido al de Atades: fresco, alegre, informal y muy vivo.

<http://www.enate.es/>
<http://www.evaarmisen.com/>
<http://www.vicentegarciaplana.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



"Vino Amigo" y "Vino de la Amistad".



Obra de Eva Armisén para la etiqueta.



Obra de Vicente García Plana para la etiqueta.



Imagen del nuevo Care Nouveau.



Entrega de premios en la ESDA.



Imagen de las premiadas.

Care Nouveau, joven con aire francés

Bodegas Care ha presentado recientemente su nuevo vino, el Care Nouveau, elaborado con uvas de garnacha de la añada 2015. Es un vino que pretende llegar a los paladares más juveniles y que remite a los vinos jóvenes que salen en otras zonas vitivinícolas, sobre todo en Francia, donde es bien conocido el Beaujolais Nouveau.

El acto de presentación fue conducido por Nacho Lázaro, copropietario y director comercial de Bodegas Care, y Raquel Díaz, copropietaria de la empresa. Nazaret Gimeno, enóloga adjunta de Bodegas Care, hizo la valoración técnica de Care Nouveau e Inés Marco, ganadora del concurso realizado para la selección de la nueva etiqueta, explicó la fuerza de los colores que la etiqueta pretende plasmar.

Orientada desde la tradición hacia un nuevo consumidor, la imagen de marca de Bodegas Care se representa en diversas caras, obras artísticas sincretistas, originales y singulares. A través del concurso realizado en colaboración con la Escuela Superior de Diseño de Aragón para la selección de la imagen del nuevo vino, la bodega pone de manifiesto "su pasión por el arte y su apuesta por los creativos noveles de nuestra tierra".

"Porque además este es un vino que nace por y para los jóvenes de universidades y escuelas profesionales que quieren adentrarse en la cultura del vino, sello de identidad de nuestro Aragón", dijeron los bodegueros.

Fuente: Heraldo de Aragón

CONCURSO EN COLABORACIÓN CON ESDA PARA LA IMAGEN DEL NUEVO VINO

La Bodega Care lanzó en el mes de junio un concurso destinado a alumnos de diseño gráfico de la ESDA para diseñar la etiqueta y la cartelería para el lanzamiento de un nuevo vino. La apuesta era lanzar un vino joven, para gente joven, y, por tanto, con un diseño en su etiqueta muy actual, sin romper la línea tradicional de las etiquetas y la imagen de la bodega.

En el mes de septiembre los alumnos asistieron a una interesante charla de la mano de Nacho Lázaro, copropietario y comercial de Bodegas Care, con quien exploraron aromas y colores para ampliar sus conocimientos acerca del complejo mundo del vino. A partir de ese momento el trabajo fue intenso para conseguir cubrir los plazos.

Por fin, el 18 de noviembre, se hizo público el fallo del jurado y se celebró la presentación del nuevo vino en el Paraninfo de la Universidad de Zaragoza. La entrega de premios tuvo lugar el día 19 de noviembre en la ESDA acompañada de una degustación del vino Nouveau de Care con este estilo renovado por la alumna ganadora del concurso, Inés Marco. Además se concedieron dos áccesit a las alumnas Jessica Sanmiguel y Belén Azagra.

<http://www.carewines.com/>
<http://www.esda.es/>
Inés Marco

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de las dos botellas de aceite.



Pack con los dos aceites, aceitunas y patés.

Aceites del Bajo Aragón Oleazara

El proyecto OleaZara surgió hace dos años, fruto de la idea de una emprendedora, Penélope García.

Penélope había trabajado en el sector de la construcción, muy afectado por la crisis, así que decidió emprender un nuevo rumbo y se estuvo preparando durante un tiempo trabajando con áreas relacionadas con el sector agroalimentario.

Nada más comenzar, Penélope se dio cuenta de que ella sola no sería capaz de llevar a cabo el proyecto completo y necesitaba un equipo que supliera sus carencias.

Penélope Santamera, (su hija mayor) que cursa su último año de arquitectura, ha sido la creadora de la imagen de OleaZara, diseños de botellas, catálogos, packs, web, etc. Juncal Santamera (su hija pequeña) estudiante de 2º de marketing, ha sido la que ha creado y gestiona las redes sociales y el marketing y Pilar Real (amigas desde hace muchos años y licenciada en Ciencias empresariales) gestiona el área financiera de la empresa.

El nombre de Guomango es un espanyolismo que viene de Woman Go. OleaZara viene de una variedad de olivo europeo que se llama Olea y de las raíces zaragozanas de la empresa.

Una vez finalizado el proyecto, el Ceei Aragón de Zaragoza les apoyó brindándoles un espacio para comenzar con la nueva empresa y el Inaem les subvencionó con una ayuda al entrar en el programa MILE. En esta campaña están elaborando las dos clases de aceite que comercializan, el virgen extra variedad empeltre con denominación de origen del Bajo Aragón y el virgen extra variedad arbequina de agricultura ecológica, ambos con los sellos de garantía que avalan la trazabilidad y seguimiento del producto por los organismos aragoneses correspondientes. La empresa quiere ofrecer un producto de extrema calidad con una imagen y un packaging muy cuidados.

También van a lanzar a la venta productos siempre derivados de la oliva, como aceitunas de mesa variedad empeltre, otras verdes variedad de Caspe 1ª y patés de olivas empeltre y arbequina, todo con un packaging muy cuidado.

Uno de los objetivos de la empresa es mejorar la comunicación y la promoción del aceite del Bajo Aragón, frente al tradicional aceite andaluz. En palabras de Penélope "Vivimos en un mundo en el que tiene mucho peso la imagen y cada vez el consumidor busca más los sabores auténticos envueltos de una imagen bonita. El consumidor sabe cada vez más lo que quiere. Por eso desde mi punto de vista debemos enfocar nuestros objetivos al mundo de las sensaciones y sobre todo a la salud. El aceite de oliva virgen extra posee unas cualidades cardiosaludables extraordinarias y cuando es auténtico zumo de aceituna extraído en frío, consumimos salud, además de sabores únicos."

"España es la almazara del mundo, pero desafortunadamente hasta ahora, en España no le hemos dado demasiada importancia al virgen extra. Pensamos que todos los aceites son parecidos y estamos en un gran error, es ahora cuando cada vez vamos dando más importancia a los aceites que consumimos."

La empresa ha lanzado también recientemente un pack en el que han incluido, además de sus dos aceites, aceitunas y patés de oliva de las dos variedades, empeltre y arbequina, todo con

el sello de agricultura artesanal aragonesa, aceite con sello de la denominación de origen del Bajo Aragón variedad empeltre (la botella negra) y variedad arbequina con sello de agricultura ecológica (la botella blanca).

<http://aceitesoleazara.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

"Gourmet con causa", IX Campaña de Vino Solidario de Fundación Down Zaragoza y Grandes Vinos

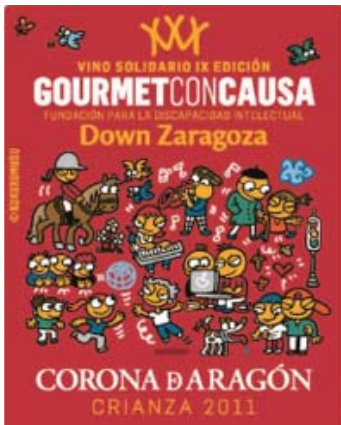
Por noveno año consecutivo, la Fundación Down Zaragoza y Grandes Vinos han presentado su Vino Solidario, "Gourmet con causa". Con la compra de este Vino Solidario, se contribuye a que la Convención Europea de los Derechos de las Personas con Discapacidad sea cada día más real. El 100% de los beneficios de la venta se destina a diferentes proyectos de la Fundación Down Zaragoza.

Además este año Kukuxumusu se ha unido a Fundación Down Zaragoza y a Grandes Vinos, para seguir apoyando el desarrollo de los Derechos de las personas con discapacidad.

Así, Grandes Vinos etiqueta uno de sus mejores vinos, el Corona de Aragón Crianza, con la etiqueta de Vino Solidario. En el año 2015, además, ha obtenido el Sello Solidario, otorgado por la asociación del mismo nombre, como reconocimiento a su Responsabilidad Social Corporativa.

<http://www.grandesvinos.com/>
<http://www.downzaragoza.org/web/>
<http://www.kukuxumusu.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Etiqueta desarrollada por Kukuxumusu.

Imagen de la botella.





Exposición de ilustraciones en el espacio Trenzarte.



Cartel del III Certamen.

"III Certamen de Ilustración Dulce" convocado por Pastelería Tolosana.

En el otoño de 2013 Pastelería Tolosana puso en marcha una iniciativa dirigida a favorecer a los jóvenes creadores una plataforma para la difusión de sus propuestas artísticas de dibujo e ilustración, que les ayudase en su promoción y desarrollo profesional. Fue a través de la convocatoria del I Certamen de Ilustración Dulce, un evento pionero en nuestro país, que trató de aunar el arte de la ilustración con el arte de la repostería.

La iniciativa alcanzó gran éxito y una gran repercusión, y les animó a plantear una segunda edición, convocando así, en septiembre de 2014 el II Certamen de Ilustración Dulce.

Esta segunda convocatoria superó el éxito alcanzado por la primera, recibiendo un total de 98 obras, lo que supuso un aumento de un 28% respecto a la primera edición. Se recibieron obras de 11 provincias españolas, incluidas las Islas Canarias. Cabe destacar la colaboración de la Escuela Superior de Diseño de Aragón y la Escuela de Arte Superior de Diseño de Olot, que animaron a la participación de sus alumnos y enviaron sus ilustraciones.

Estos datos confirmaron a Pastelería Tolosana que tenían que continuar promoviendo este tipo de iniciativas en favor del desarrollo creativo y cultural de nuestra sociedad, y por ello se lanzaron a la convocatoria del III Certamen de Ilustración Dulce, con los mismos objetivos y el mismo entusiasmo, que en las dos ediciones anteriores.

El plazo para presentar obras estuvo abierto hasta el 9 de noviembre pasado. Se seleccionaron un máximo de 10 obras que alcanzaron la condición de finalistas. De entre ellas se elegirá un primer premio y un accésit (en la categoría general), dotados con 750 € y 400 € respectivamente, y el Premio Especial TrenzArte (a la mejor ilustración con base o relación con la reconocida creación pastelera "Trenza de Almudévar"), dotado con 550 €.

Como novedad, en esta tercera edición, en las bases de la convocatoria se recogía que los autores ganadores del Primer Premio de la categoría general y del Premio Especial TrenzArte, además del premio económico, recibirán el encargo de la realización, a lo largo de 2016, de un trabajo de ilustración para alguna de las actividades que realice Pastelería Tolosana (cartel para alguno de sus concursos, ilustraciones conmemorativas, felicitaciones...). El cartel anunciador de esta tercera edición, ha sido realizado por Samuel Gaudó, ganador del II Certamen de Ilustración Dulce y finalista en la primera edición.

A esto hay que añadir que Pastelería Tolosana expondrá las 10 obras finalistas en su espacio Trenzarte de Zaragoza, durante un periodo no inferior a tres meses a lo largo de 2016, así como en otras de sus instalaciones o diferentes salas que resulten adecuadas para tal fin, a lo largo del año siguiente al fallo del concurso.

Al éxito de estas ediciones anteriores, también ha contribuido, la participación de un jurado de alto nivel profesional y un amplio reconocimiento en el ámbito académico y artístico.

Ha estado integrado por relevantes personalidades y profesionales del ámbito de la ilustración y el diseño aragonés, de la formación y de la información cultural:

- Elisa Arguilé: ilustradora especializada en libros infantiles y juveniles. En 2007 obtuvo el Premio Nacional de Ilustración y el Premio Daniel Gil de Ilustración, y en 2008 fue la ganadora del Premio Junceda Iberia.
- Carlos Callizo: Director de la agencia aragonesa "Cubo Diseño". Fue socio y director del Departamento de Diseño Gráfico en Activa Diseño Industrial y Gráfico.
- Eduardo Flores: Fundador de la asociación APILA (Asociación para la Promoción de Ilustradores Aragoneses) y profesor de la Escuela de Arte de Zaragoza.
- Elena López: profesora de la Escuela Superior de Diseño de Aragón en Zaragoza.
- Adriana Oliveros: Periodista, Directora de Zeta Audiovisual Aragón y colaboradora de El Periódico de Aragón. Directora del programa "por amor al arte" de Aragón Televisión.
- Samuel Gaudó: Ilustrador. Premio Extraordinario de la Escuela de Artes de Zaragoza (rama Artes Gráficas). Finalista del I Certamen de Ilustración Dulce y ganador de la segunda edición. Autor del cartel anunciador de esta tercera edición.

El jurado se completaba con una experta académica de la Escuela de Arte de Huesca, Mercedes Gabarre, y por Isidro Tolosana, en representación de Pastelería Tolosana.

<http://www.pasteleriatolosana.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel del evento.

Décimo aniversario de Modalena

El carismático colectivo Modalena, celebró sus diez años de vida el pasado mes de septiembre con el cartel más integrador hasta la fecha y su consolidación absoluta como referencia de otro prisma en cuanto a la moda zaragozana y nacional existente.

Con la intención de dinamizar el pequeño comercio local del sector y con la idea de dinamizar distintas plazas y espacios de la zona del Plan Integral del Casco Histórico, el colectivo Modalena realizó un único acto central el viernes 25 de septiembre que constó de un recorrido con vehículos amenizado con música y pequeñas intervenciones artísticas y una pasarela que albergó el Claustro de Centro de Historias. Para esta edición, el escenario de la pasarela se montó de forma diferente a otros años, intentando incluir la fuente existente y el fondo vegetal.

Este año se sumaron a la cita firmas de la tierra como Cantonada, Elige a Mano, Ruth Malas Artes, Violenta, La Perla y Skándalo. Y a ellas se unieron varios diseñadores de Aragón, dejando su talento estampado en bolsos y complementos. Todo para poner en valor el pequeño comercio, la creación y la proximidad.

<https://www.facebook.com/modalena/>

[inicio] [titulares de grupo]



Nuevo Máster Universitario en Ingeniería de Diseño de Producto

Desde el pasado septiembre la EINA, Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza, ha puesto en marcha el Máster Universitario en Ingeniería de Diseño de Producto en la Universidad de Zaragoza. Se trata del primer máster de carácter oficial y universitario que se imparte en Aragón en el ámbito del diseño de producto.

En la web de la Escuela se puede encontrar toda la información pertinente acerca de los objetivos y planteamiento general, contenidos, docentes, etc., de este Máster. Pueden acceder a este Máster preferentemente aquellas personas que posean un título universitario del ámbito de la Ingeniería del diseño industrial, o alternativamente un título universitario del ámbito de la Ingeniería, las Bellas Artes (especialidad diseño), o la Arquitectura, si bien en estos casos cada solicitud será analizada considerando el curriculum de las personas aspirantes, y se les puede requerir algún tipo de formación o experiencia complementaria a su título universitario. El Máster ofrece 30 plazas anuales y su precio es el de los títulos oficiales de la Universidad de Zaragoza. Puede dar acceso a los programas de doctorado de la Universidad de Zaragoza, constituyendo el punto de partida para aquellas personas interesadas en la investigación en el ámbito del diseño al más alto nivel académico posible.

En la Universidad de Zaragoza están trabajando con la intención de que este Máster se convierta rápidamente, al igual que ya lo es el Grado en Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto de la Universidad de Zaragoza, en un referente nacional e internacional por la calidad de sus contenidos y participantes y la excelencia de los resultados formativos; la oferta de este Máster en Aragón supone que la Universidad de Zaragoza alcanza la madurez en la formación en la disciplina del diseño industrial y el desarrollo de producto.

Desde la Universidad de Zaragoza se invita además a las personas, entidades y empresas interesadas en colaborar con este Máster mediante la realización de proyectos, estudios, etc. a ponerse en contacto con Eduardo Manchado, coordinador del mismo.

+ información sobre el Máster
<https://eina.unizar.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel del evento.

Moda, diseño de interiores y arte se unen durante dos días en la ESDA para mostrar a sus jóvenes en Aragón

Los ámbitos del diseño y el arte aragonés estuvieron más activos que nunca este Septiembre en Zaragoza, y Miau estuvo presente para participar en su enseña. Paralelo a eventos como Asalto, las Jornadas de Manga y Anime o Proyectamedia, Miau abordó los campos del diseños de moda, las artes plásticas y audiovisuales, el diseño de interiores y la fotografía.

Miau se creó como espacio independiente de diseño y arte joven con la intención de proyectar a los jóvenes diseñadores y artistas aragoneses.

Los días 18 y 19 Miau estuvo presente en el Edificio multiusos de ESDA/EA abierto a todos los públicos y con toda una variedad de muestras y actividades para dar a conocer a los jóvenes diseñadores y artistas aragoneses.

Comenzó el Viernes 18 con los pases de moda de Pilar Sicilia, con su colección "Nevermore", Jorge Lamana con "Glacial" y Raquel Zorraquín y su "Innerlight", siendo una tarde especial para todos aquellos interesados en el diseño de moda más fresco y novedoso del año.

Al mismo tiempo, y también durante el día siguiente, se pudo visitar y apreciar las obras expuestas de Lu de López (Especies de Espacios), Saray Rey (Permata Cosmos), Elisa Zaray (Quizás, Ausencia), Aarón López (Posidonia), Raquel Zorraquín (Who I am?) y Pilar Ramón (Femme).

Los asistentes pudieron adquirir en la zona de stands trabajos personales y exclusivos de la ilustradora Violette, el diseñador de moda Iván Royo (RS Clothing), la artista y diseñadora Raquel Zorraquín y la artista e ilustradora Lu de López.

<http://www.esda.es/>

[inicio] [titulares de grupo]

La escuela Superior de Diseño de Aragón colabora con el Politécnico de Milán en un Workshop sobre Smart Cities en Cortona, Italia



Alumnos de la ESDA durante el curso.



Entrega del premio del diseño del Logo por parte del profesorado de la ESDA.



Trabajo presentado por los alumnos de la ESDA.

La Escuela Superior de Diseño de Aragón ha colaborado, por segundo año consecutivo, en la IV edición del curso de verano organizado por la Escuela de Arquitectura del Politécnico de Milán en Cortona, una pequeña ciudad de la Toscana, Italia. El taller, contó con dos partes: un curso de de modelado 3D con el software opensource Blender3D y un workshop de proyecto sobre el tema Cortona SmartCity.

En él han participado alumnos de 2º, 3º y 4º de la especialidad de Diseño de Interiores de la Escuela proponiendo, para la ciudad de Cortona, un mobiliario urbano multifunción y colorista, con capacidad para adaptarse a la complicada topografía del centro histórico, así como para albergar tecnología que facilite el uso de aplicaciones smart.

El curso estuvo dirigido por el arquitecto italiano Gianluca Emilio Ennio Vita del Politécnico de Milán. La profesora de la Escuela Superior de Diseño, Pilar Sopena, ha participado como miembro del Comité Científico.

Además, este año 2015, la Escuela Superior de Diseño ha sido la encargada de organizar el concurso del logotipo representativo del curso. El ganador ha resultado un alumno de la Scuola di Architettura e Società del Politécnico de Milán. El lema "Con la cabeza en la nube" ("Con la testa tra la nubola"), pretende significar a aquellas arquitecturas y objetos que permiten interactuar de manera útil, simple y eficaz con la "nube" de información que flota sobre nuestras cabezas. Los objetos se hacen inteligentes, los teléfonos y la ciudad se transforman en "Smart". El diseño aplicado al campo de la ciudad y del urbanismo ya no puede, razonablemente, evitar "estar conectado". Es imprescindible saber proyectar cualquier objeto entendiendo, que hoy, quien proyecta una casa, un museo, una silla, un cartel o cualquier "cosa" no puede evitar contemplar el problema del "si" y "cómo" interactuar con la nube.

<http://www.esda.es/>
<http://www.polimi.it/>

[\[inicio\]](#) [\[titulares de grupo\]](#)



Portada del librito promocional de este año.



Imagen de una de las creaciones gastronómicas.

Nueva edición de Diseño a Bocados

En un mercado cada vez más cambiante y exigente el usuario se convierte en protagonista. Por ello, en la Asociación de Artesanos de Aragón proponen crear una metodología mestiza que sirva para dar soluciones innovadoras. Su meta principal es aunar conocimientos de artesanos y diseñadores para crear nuevos productos.

Buscar una colaboración que mejore nuestros conocimientos, la puesta en común de nuestras experiencias para innovar, fomentar iniciativas que generen una nueva artesanía basada en nuevos procesos de creación y mezclar tradición y tecnología. El resultado: creación de objetos con valores expresivos, creativos y técnicos.

Las fronteras se van ampliando, mediante artesanía y diseño unidos por la gastronomía, que se plasma en una nueva edición del Diseño a Bocados.

Como dice su promotora, Ana Bendicho: "Diseñar es como cocinar. En el estudio de diseño se cocinan los proyectos; ingredientes bien combinados y una pizca de ingenio.

Sorprender se impone sobre los sabores.

Para valorar una comida ya no nos vale sólo su sabor, sino que las emociones adquieren tres dimensiones y todos los pasos son importantes: receta, medidas, buenos productos, aromas, sueños, seducción y una presentación impecable.

Es así cuándo diseñar, al igual que cocinar, se vuelve cotidiano, forma parte de nuestro día a día, del paisaje común de nuestro entorno y hace de nuestra cocina un lugar para crear."

<http://www.artearagon.com/>
<http://www.estudionovo.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del stand de CerTest.



Ceremonia de entrega de los Premios ADEA.

Comunidad Diseña

CerTest, presente un año más en MEDICA

Los pasados del 16 al 19 de noviembre de 2015, Düsseldorf acogió un año más la nueva edición de MEDICA, fórum mundial de medicina, en la que CerTest presentaba sus últimos desarrollos y novedades para el diagnóstico in vitro de enfermedades.

Su stand acogió a todos los visitantes interesados en conocer de primera mano, a través de su equipo comercial, los últimos productos en biología molecular, que bajo la marca VIASURE, comprende más de 12 variantes entre virus, bacterias y parásitos, cifra ésta que aumentará en los próximos meses con el lanzamiento de nuevos kits de identificación para nuevos patógenos.

Además de la mencionada, también estaba presente la línea de Rapid Test que CerTest distribuye en más de 120 países por todo el mundo. La presencia en esta feria supone un punto de encuentro con clientes, proveedores y nuevos contactos interesados en el campo del diagnóstico rápido, además de resultar la mejor oportunidad para conocer el mercado y las nuevas tendencias y novedades técnicas surgidas.

Para la edición de este año, se esperaba superar las cifras de participación del anterior, con más de 4.800 expositores llegados desde más de 65 países.

PREMIO ADEA A LA PROMOCIÓN EXTERIOR

Además, el pasado 3 de diciembre, dentro del marco de la VI Convención de Directivos ADEA (Asociación de Directivos y Ejecutivos de Aragón), se entregaban los premios ADEA a las empresas finalistas, en el Palacio de Congresos de Zaragoza.

Estos galardones reconocen la labor de los directivos, cuya tarea y responsabilidad se desarrolla en una empresa ubicada en Aragón, en cada una de las áreas de actividad del ámbito empresarial. Se reconocen 11 categorías diferentes para las que, tras recibir propuestas de los socios de ADEA, organizaciones empresariales y apariciones en medios de comunicación, se establece una primera selección a partir de la cual la Junta Directiva de ADEA, reunida en comisión, selecciona las empresas finalistas.

CerTest Biotec, finalista en la categoría "Promoción Exterior", se alzaba con el premio, que recogía Óscar Landeta, CEO y socio fundador de la compañía, quien repasaba la trayectoria exportadora de la empresa que le ha llevado a estar presente con sus productos en más de 120 países.

Sin duda, éste ha sido un buen año para CerTest Biotec, que veía recompensados sus esfuerzos tanto comerciales como de investigación e innovación, al recibir los premios Jaime I en la categoría "Emprendedor"; Tercer Milenio a la "Innovación Tecnológica"; el Premio DHL Atlas a la Exportación 2015; o el Premio Aster Mejor Emprendedor recibido el pasado 27 de noviembre.

<http://www.certest.es>

[inicio] [titulares de grupo]



Páginas del nuevo catálogo de Kempfor.



Pantalla de la nueva web.

Versus continúa con el trabajo de implantación del nuevo diseño de la marca de Kempfor

Kempfor, marca nacional líder en el mercado de higiene bucal, continúa con el proceso de nuevo diseño de la marca presentando su nuevo catálogo general de producto.

Siguiendo la línea personal y fresca de la nueva marca, Estudio Versus ha tratado de transmitir esta nueva identidad tanto en el catálogo como en la nueva página web. Teniendo muy presentes sus orígenes farmacéuticos han tratado de interpretarlos en clave contemporánea, aunando tradición y modernidad. Utilizando el color blanco como base en prácticamente todo el catálogo, a excepción del apartado dedicado a la línea 1918 que, como queda patente en su packaging, ha recibido un tratamiento más especial.

Además de un nuevo diseño de página web Kempfor lanza una nueva tienda online en la que se puede encontrar todo su catálogo en un simple click. Una forma cómoda y rápida de adquirir sus productos.

<http://www.kempfor.com/>
<http://www.estudioversus.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



La nueva identidad de Cryonova.

WHY YOU?

La marca WHY YOU.



Packaging para cebolla de Fuentes.

Proyectos varios de Cubo Diseño

BRANDING CRYONOVA

Laboratorio austríaco de células madre. Ejercicio de naming, creación de la marca y manual, así como claims enfocados a mercado profesional y privado.

SAICA

Diseño de marca WHY YOU. Selección tipográfica y aplicación de esta nueva marca a la corporativa, en elementos de comunicación. Presentaciones, stand y campaña en prensa. Esta iniciativa se ha puesto en marcha en todas las plantas y centros productivos de Saica, tanto nacionales como extranjeros.

CEBOLLAS GIGANTE VERDE

La marca internacional "Gigante Verde" y Jumosol, se unen para comercial bajo la conocida marca las cebollas de fuentes. Se realizó el diseño de varios packs en castellano e inglés.

<http://www.saica.com/>
<http://www.giganteverde.es/>
<http://www.cubo.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Identidad gráfica desarrollada por Estudio Novo.

Puerta Cinegia Gastronómica, ¡Una nueva forma de hostelería!

El ocio y la hostelería se han unido en una única zona de atracción local y turística: el casco antiguo. Estudio Novo ha realizado la imagen gráfica general y diferentes grafismos relacionados con la gastronomía en el interior del centro.

Ubicado en el nexo de unión entre La Plaza de España y El Tubo, es un lugar de encuentro: por ello el símbolo gráfico elegido ha sido la escultura de la plaza que muestra con su brazo alzado el triunfo. Para el diseño se ha utilizado esa imagen de la escultura vestida con un delantal y portando un plato en cuyo interior se oculta uno de los deliciosos platos de la oferta gastronómica de los diferentes puestos.

Un nuevo espacio que se configura como un Mercado Gastronómico de puestos variados y complementarios.

En la ilustración del espacio ha participado también Javier Bueno.

<http://www.puertacinegiagastronomica.es/>

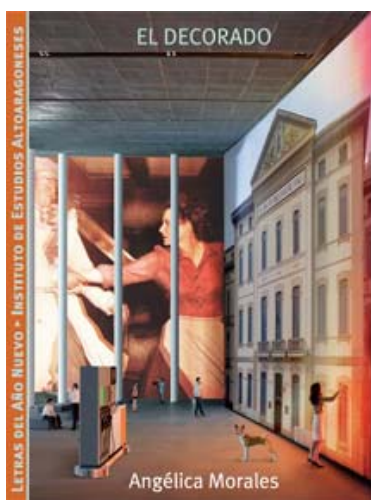
<http://www.estudionovo.es/>

<http://javibueno.es/>

[inicio] [titulares de grupo]

Imagen del interior del espacio.





Portada del libro.



Uno de los fotomontajes realizados por Strader.

Presentación del libro *El Decorado*. De izquierda a derecha: El diseñador e ilustrador Manuel Estradera (Strader), de Estudio Camaleón, la escritora y autora del relato Angélica Morales y Fernando Alvira Banzo, director del IEA.

Se presenta *El Decorado* de Angélica Morales

El pasado martes, el festivo día 8 de diciembre, se presentó en la XXI Feria del Libro Aragonés de Monzón *El decorado*, relato de Angélica Morales editado por el Instituto de Estudios Altoaragoneses (organismo autónomo de la Diputación Provincial de Huesca), y que hace el volumen número 10 de la colección Letras del Año Nuevo.

Por iniciativa de su director, el profesor José Ángel Sánchez Ibáñez, el diseño y maquetación de esta colección fue encomendado a Estudio Camaleón, y los fotomontajes que ilustran tanto la cubierta como el interior de todos los volúmenes han sido realizados por Strader, que es la firma del diseñador Manuel Estradera (socio de Estudio Camaleón), para sus trabajos creativos.

A razón de un volumen por año, la colección Letras del Año Nuevo del IEA, pone al alcance de los lectores breves textos inéditos de narradores vinculados con el Alto Aragón, en un formato pequeño (12 x 15,5 cm) que puedan llevarse a cualquier parte y que invita a la relectura. También cumple la función de valioso objeto de regalo y colección.

«Los manipulados fotográficos de Strader glosan o apostillan cada relato, explotando las vías de sentido que ofrece, potencialmente, el texto literario. Si la expresión no sonara ya a hueco de tan repetida, cabría decir que en Letras del Año Nuevo las ilustraciones dialogan con los textos. Discreta pero resueltamente... la relación entre palabra e imagen es crucial: una y otra tienden a afianzarse en un mutuo recorrido narrativo que admite los contrapuntos pero exige la solidaridad». (Extracto de «Estudio Camaleón, al pie de las letras», artículo de José Ángel Sánchez Ibáñez en el libro *20 años de Estudio Camaleón. 1990-2010*)

Se han publicado hasta el momento diez títulos de Letras del Año Nuevo. Por su orden cronológico de aparición son los siguientes: (1) Carlos Castán, *El aire que me espía*, 2005; (2) Nieu-Luzía Dueso Lascorz, *Santamaría (cuento chistabino)*, 2007; (3) Ismael Grasa, *Animales de compañía*, 2008; (4) Óscar Sipán, *Almanaque de los días felices*, 2009; (5) Joaquín Sánchez Vallés, *Deslocalizado*, 2010; (6) Cristina Grande, *La vitrina*, 2011; (7) Miguel Carcasona, *Todos los perros aúllan*, 2012; (8) Severino Pallaruelo, *El prodigio*, 2013; (9) Chusé Inazio Nabarro, *Niedo de barucas/Nido de delirios*, 2014, y (10) Angélica Morales, *El decorado*, 2015.

<http://www.estudiocamaleon.com/>
<https://angelicamorales.wordpress.com/>
<http://www.iea.es/>

[inicio] [titulares de grupo]





Fotografías realizadas para el libro.



Imagen de la home de la nueva web.

Portada y páginas de la guía.

El Rey que no quería ser Rey

Miguel Ángel Pérez Arteaga, de Batidora de Ideas, ha publicado un nuevo libro, "El Rey que no quería ser Rey", "El Rei que no volia ser Rei" en su versión en catalán, editado por Milrazones.

«El Rey que no quería ser Rey" es ante todo una historia divertida, un juego iniciático y contagioso, una broma infantil y mínima.

Asoma a un lejano reino, y parece verse a través de las imágenes hipnóticas de los primeros fotógrafos, del espíritu naif del cine mudo o del teatro de marionetas.

Los habrá que vean en él una burla republicana, claro, o una parábola sobre la influencia del hábito y de las apariencias, sobre la envidia, sobre el azar, o sobre la personalidad necesaria para ir a contracorriente, también sobre la importancia de las tecnologías basadas en el electromagnetismo... Y todos podrían tener un poco de razón.

Lo que en la cabeza del autor comenzó siendo la historia de un arzobispo de Constantinopla que quería desarzobispoconstantinopolizarse con la ayuda de unos magos, de repente se convirtió en la de un rey que no quería ser rey.

Nunca se sabe como suceden las cosas. De pronto a una capa se le suma una corona y a los magos les aparecen serruchos, varitas mágicas e imanes gigantes.

Y los iniciales dibujos pintados directamente sobre pequeñas cajitas terminan siendo fotografiados por medio de un teléfono móvil y una tablet, colgados en la nube, modificados mediante los filtros de una red social e incorporados directamente a la maqueta del cuento. Por eso es cuadrado, por eso tiene esos colores, y por eso puede que sea el primer cuento republicano del mundo realizado en Instagram.

GUÍA DE ALBARRACÍN

Además, Batidora de Ideas ha diseñado la nueva guía: "Albarracín. La ciudad y su entorno en 9 itinerarios", editada por la fundación Santa María de Albarracín.

Son 150 páginas escritas por Antonio Almagro e ilustrada con magníficas fotografías y planos detallados con diferentes recorridos por la ciudad.

EN BATIDORA DE IDEAS ESTÁN DE ESTRENO

En Batidora de Ideas, empresa de diseño aragonesa, están de enhorabuena ya que tienen nueva web, donde muestran un resumen de su trabajo de 16 años. También incorporan un blog donde irán contando noticias, ideas y procesos.

<http://www.milrazon.es/>
<http://fundacionsantamariadealbarracin.com/>
<http://www.batidoradeideas.com/>
Ver vídeo

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la visita a las instalaciones.

Airfal aspira a facturar 10 millones de euros "a corto plazo"

Airfal, empresa perteneciente a la Comunidad Diseña, ha celebrado sus 30 años de vida de la mejor manera posible: con nuevos proyectos y previsiones de crecimiento. El fabricante de luminarias ampliará su capacidad productiva al incorporar la fabricación integral de uno de sus productos, con lo que prevé "ganar competitividad" y alcanzar una facturación de 10 millones de euros "a corto plazo". Las perspectivas de la empresa familiar pasan por elevar su cifra de negocio más de un 30% en los próximos dos años (un 11% el ejercicio que viene y un 20% en el 2017), así como contratar a cinco trabajadores.

El nuevo modelo, Supra, es una luminaria estanca, un producto de alta rotación que se utiliza en aparcamientos y en otras instalaciones industriales. Para poder fabricar la carcasa, que hasta ahora era de importación, la compañía está adecuando una nave de 1.200 metros cuadrados ubicada en el polígono San Isidro (cerca de sus instalaciones en el de San Miguel), lo que ha supuesto una inversión de 1,5 millones de euros. "Esto nos permitirá competir en mejores condiciones con los productos chinos, ya que garantizamos mayor calidad y la marca Europa. Nuestro objetivo es ser un referente en el mundo de la iluminación", destacó Ester Ariza, consejera y responsable de Márketing.

Airfal cuenta con una plantilla de 27 empleados y una cifra de negocio de 5,75 millones de euros. Está especializada en iluminación de alta especificación técnica, con unas 350.000 unidades anuales, y el 52% de su producción se vende al mercado exterior. Así, exporta a más de medio centenar de países, entre los que destacan Francia, Portugal, Arabia Saudí, Marruecos, India, Nigeria o Camerún.

Con motivo del 30º aniversario, los consejeros de Airfal Internacional, Esther y Marta Ariza y Julián Gil, mostraron ayer el trabajo que realiza en su planta de Villanueva de Gállego al director general de Industria, Fernando Fernández (quien elogió el liderazgo femenino de las directivas y la "exitosa transición de la empresa familiar hacia la segunda generación"), y al alcalde de la localidad, Mariano Marcén.

<http://www.airfal.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

Diseño Nacional e Internacional

Entrevista a Patricia Saboya, Responsable de comunicación interna y participación de Supermercados Simply.



Patricia Saboya.



Acto relativo al proyecto.

Nos encontramos con Patricia Saboya, Responsable de comunicación interna y participación de Supermercados Simply, para hablar del proyecto de la enseña denominado ACTITUD CREATIVA.

¿Qué es Actitud Creativa?

Actitud Creativa es un proyecto que nace en 2012 en Simply con un doble objetivo, por una parte, canalizar y materializar las ideas innovadoras de las personas que trabajan en Supermercados Simply, por otra, generar un cambio cultural que mueva la organización hacia la creatividad, la innovación y el trabajo colaborativo.

Un proyecto de estas características no se improvisa, ¿qué pasos habéis dado para su implantación?

El primer paso en el lanzamiento de este proyecto fue construir el ecosistema de innovación necesario para este cambio cultural. Los elementos fundamentales son:

- Canales de comunicación para motivar y dar visibilidad.
- Un lugar para recoger las ideas y los retos: MySimply, nuestra red social interna.
- Nombrar "embajadores" que actúen como difusores y animadores a la participación.
- Incluir la Actitud Creativa en el proceso de desarrollo, es decir, formar a todas las personas de la empresa y, posteriormente, incluir esta competencia en el proceso de evaluación y desarrollo de las personas.
- Definir la figura del experto y el sponsor que acompañan a los CreActores en el proyecto.
- Definir la manera en la que se va a reconocer la innovación. En este momento no está prevista ninguna retribución por la innovación, solamente el reconocimiento a través de los canales de comunicación y la posibilidad de participar en una Creative Expedición que anualmente se celebra en diferentes países del mundo.

¿Por qué consideráis que la innovación es importante en vuestro sector? ¿Habéis detectado tendencias que os hayan hecho movilizaros en este sentido, o consideráis que podéis ser pioneros?

En general innovar es necesario para cualquier empresa que quiera perdurar en el tiempo y mucho más en un contexto tan cambiante como el que vivimos en los últimos años. En nuestro sector otras empresas trabajan la innovación aunque cada uno lo hacemos de un modo diferente. Nosotros nos hemos apoyado principalmente en las personas de la empresa por ser quienes, a través de su visión diaria pueden detectar mejor las necesidades de innovación.

¿Cuales son las prioridades de esta innovación en Simply?



Fachada y zona de recogida de compra online.



Interior de un establecimiento Simply.

Supermercados Simply busca innovación incremental y centrada en el propio negocio. Por ello, a través de este proyecto da prioridad a tres ámbitos estratégicos:

- Cliente y comercio.
- Productividad, eficacia y rentabilidad.
- Ser una empresa diferente a través de nuestras políticas de RRHH y del Desarrollo Sostenible.

¿Cuáles son los puntos más críticos del proyecto para su operatividad?

Es importante canalizar las ideas y ayudar a los CreActores a hacer una primera preselección antes de enviar sus propuestas. En esta línea es también de vital importancia el lanzamiento de retos. Para potenciar esto contamos con los Trofeos Actitud Creativa que se entregan anualmente en un evento que celebran en la empresa el Creative Day.

¿Cómo tenéis previsto decidir cuales de las propuestas son aplicadas?

Nuestro Comité Operacional valora las propuestas y su potencial. Cuando una idea tiene potencial al CreActor se le asigna un experto en la materia y un sponsor que le ayudarán a desarrollarla. Juntos elaboran un plan de negocio, con una cuenta de explotación prevista que debe ser validada en ese Comité Operacional. Una vez validado se hace el primer test, si no es validado se invita a la persona a seguir presentando nuevas ideas.

¿Pensáis solo en estas aportaciones internas para innovar u os habéis planteado también mirar hacia el exterior?

Aunque Actitud Creativa está dirigida a las personas que trabajan en Simply, también se trabaja la apertura al exterior. Para ello se buscan vínculos con emprendedores, empresas especializadas, universidades... que puedan aportar una visión externa a nuestros intraemprendedores.

¿Cómo pensáis canalizar estas aportaciones externas?

Inicialmente a través de retos concretos que se definen en función al ámbito al que van dirigidos. Hay más posibilidades, pero en una primera fase queremos empezar la apertura al exterior por esta vía.

Este proyecto implica que Simply tiene muy presente la fuerza que la cocreación con los usuarios -internos y externos- tiene en la innovación de los servicios, ¿qué os hace confiar en la visión de estos usuarios?

Pensamos que es una buena combinación que fomenta la creatividad y que el resultado sea realmente innovador. Si al conocimiento interno le sumamos puntos de vista externos que viven realidades diferentes, tenemos más posibilidades de hacer algo verdaderamente creativo y diferente.

Situar al usuario en el centro del proceso es una característica distintiva del diseño de servicios, ya nos hicimos eco de vuestro proyecto de mejora en el ámbito de la logística con vuestro almacén inteligente, pero, ¿Estáis abordando otros proyectos que, respondiendo a esta filosofía, puedan repercutir en el diseño de vuestra actividad de servicio?

El propio proyecto de Actitud Creativa lo hemos diseñado poniendo en el centro a nuestro cliente. Sea cual sea el tipo de



Zona de productos frescos.

innovación propuesta, al final siempre medimos como se traduce en un beneficio para el cliente. También en esto es una prioridad.

Muchas gracias Patricia.

www.simply.es

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la entrega de los Premios.



Jaime Moreno recibiendo el Premio.

Los Reyes presiden la entrega de los Premios Nacionales de Innovación y de Diseño 2015

Don Felipe y Doña Leticia presidieron el pasado 5 de noviembre en Málaga el acto de entrega de los Premios Nacionales de Innovación y de Diseño 2015, que otorga la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación del Ministerio de Economía y Competitividad. En la entrega de los premios estuvieron también la secretaria de Estado de I+D+i, Carmen Vela, la presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, y el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre.

Estos premios reconocen la innovación y el diseño como factores esenciales para aumentar la competitividad y el rendimiento económico así como para aportar calidad de vida a los ciudadanos. Con ellos se trata de fomentar la cultura del diseño y la de la innovación en España, tanto en el ámbito empresarial como en el conjunto de la sociedad en general.

El Premio Nacional de Diseño para la categoría de Empresas fue para Maset Iluminación. Sus diseños en el ámbito de la iluminación establecen un importante elemento estratégico empresarial y constituyen un eje transversal que une producto, comunicación y empresa hasta alcanzar comportamientos sostenibles y responsables. El jurado destacó el crecimiento excepcional de la entidad en los últimos años, su fuerte cuota de exportación y la calidad de sus diferentes colecciones.

El Premio Nacional de Diseño para la categoría de Profesionales fue para Jaime Moreno Medina, por su visión creativa e innovadora especializada en el diseño de productos industriales orientados al usuario que, a través del diseño, aporta un valor comercial y al mismo tiempo una mejora en la calidad de vida de las personas. Además del diseño del producto, aporta una visión multidisciplinar que le ha convertido en un consultor experto en estrategia de producto. Su orientación profesional le ha permitido, a través de su empresa Mormedi, el desarrollo de numerosos proyectos para compañías procedentes de múltiples sectores.

<http://www.idi.mineco.gob.es/>

<http://www.marset.com/>

<http://www.mormedi.com/>

[\[inicio\]](#) [\[titulares de grupo\]](#)



Imágenes del interior del nuevo Opel.



Gran área de carga.

Exterior del nuevo Opel Vivaro Surf.

Concepto Opel Vivaro Surf: estilo para el tiempo libre

Un año después del exitoso lanzamiento de la nueva generación del vehículo comercial ligero, del que se han vendido casi 90.000 unidades hasta la fecha, Opel presentó en el Salón Internacional de Automóvil de Frankfurt de septiembre el Concepto Vivaro Surf. Esta elegante versión de pasajeros es perfecta para las actividades deportivas y ocio al aire libre.

La espaciosa furgoneta de doble cabina muestra como la amplia capacidad de carga se puede combinar con un alto nivel de confort y un diseño estilizado. Tiene, además, un detalle especialmente práctico: ofrece un área de carga separada de 3,2 metros cúbicos ó 4,0 metros en la versión de batalla larga. De esta forma, el Concepto Vivaro Surf es ideal para transportar material deportivo que pueda estar húmedo o sucio tras un día de deporte en la playa o en la montaña sin que afecte a los ocupantes del lujoso habitáculo.

"El Concepto Vivaro Surf es el coche ideal para grandes familias y amplios grupos de amigos. Este concepto, que está muy próximo a la producción en serie, ofrece espacio para hasta seis pasajeros con su doble cabina. También cuenta con una amplísima superficie de carga con múltiples detalles prácticos tras la segunda fila de asientos. El diseño deportivo del exterior y numerosos detalles de confort, junto con el moderno sistema multimedia IntelliLink en el interior, hacen de él una elegante y espaciosa furgoneta. El Concepto Vivaro Surf es la alternativa perfecta para la gente que necesita más espacio que el que ofrece un turismo, pero no quieren renunciar al confort que ofrecen estos últimos", explicó Steffen Raschig, director de Vehículos Comerciales de Opel/Vauxhall.

El Concepto Vivaro Surf es realmente atractivo con su pintura marrón cobrizo y adhesivos exteriores en blanco. Las llantas de aleación de 17 pulgadas realizadas por Irmscher enfatizan el aspecto deportivo y elegante. Sin embargo, este modelo muestra sus auténticos valores una vez se abren las puertas y el portón trasero. El Concepto Vivaro Surf puede llevar una pesada carga. Un abultado equipo de esquí, de snowboard, de surf o las bicicletas (el área de carga de 5 metros de largo y con un peso total admisible de hasta 2,9 toneladas) permite casi cualquier transporte.

Además, lo hace con una gran elegancia práctica. El suelo de la zona de carga está equipado con un sistema de railes de nuevo desarrollo; a todo lo ancho del vehículo bajo el segundo asiento hay unas prácticas cajas para llevar pequeños utensilios. El interior, realizado por los especialistas de Snoeks Automotive, ofrece una agradable atmósfera creada por la iluminación azulada en los laterales y en la línea del techo. Aquellos a los que les cueste decidirse por hacer una escapada al mar o divertirse en una ruta ciclista por la montaña simplemente pueden hacer ambas cosas: el Concepto Vivaro Surf tiene unas sujeciones específicas para tablas de surf en el techo, por lo que los amantes del deporte de las olas no tendrán que marcharse de vacaciones sin su querida tabla.

<http://www.opel.es/>

[inicio] [titulares de grupo]





Hello Barbie, la prime.



Imagen de una de las apps de Toy Talk.

El sueño infantil de hablar con los juguetes

Cualquiera que haya tenido la paciencia suficiente como para sentarse a hablar con un niño habrá podido comprobar que son grandes creadores de lenguaje. Y también que, en ocasiones, seguir el flujo de su conversación es complejo porque hacen un uso peculiar de la sintaxis y las construcciones gramaticales. Si para un adulto entender a un niño puede ser complicado, para un software (este sí, de paciencia infinita pero empatía igual a cero) se antoja casi imposible. Y, sin embargo, el futuro de Internet pasa por la posibilidad de comunicarse a través de la voz con los aparatos que nos rodean, del ordenador a la televisión o la nevera, de ahí que conquistar la complicidad de los adultos del mañana con respecto a esta tecnología es esencial.

Oren Jacob se dio cuenta de ello el día en que su hija de siete años le pidió el móvil para llamar a una de sus muñecas y tuvo que confesar que, lamentablemente, su juguete no sería capaz de mantener una conversación con ella... a no ser que él inventara algo para hacer posible esa magia. Poco después, amparado en sus 20 años de experiencia en Pixar, los últimos como director de tecnología, fundaba Toy Talk, compañía dedicada a conseguir que los niños, mediante una plataforma de reconocimiento de voz, puedan hablar con distintos personajes a través del ordenador, una televisión conectada, el smartphone o la tablet. Lo más asombroso del proyecto impulsado por Jacob no es sólo que su software sea capaz de descifrar lo que los niños quieren decir, sino que las respuestas que reciben les permitan mantener largas conversaciones con los personajes. Todas estas conversaciones son almacenadas en la nube y analizadas diariamente por un equipo de guionistas que elabora las respuestas. De esta forma los personajes aprenden constantemente a través de su interacción con los niños y enriquecen las posibilidades del intercambio. A través del juego los niños incorporan nuevas palabras a su vocabulario, se enfrentan a debates y resuelven dudas.

Gracias a un emprendedor como Jacob el sueño de Geppetto está a la vuelta de la esquina. Aunque los muñecos del futuro, en lugar de esperar un hada que les dé la vida como el personaje de Collodi, estarán animados por un corazón de silicio.

Fuente: El País.

<https://www.toytalk.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de la entrega de premios.

Se entregan los premios a los ganadores de la 6ª edición de Jumpthegap

El pasado 7 de Octubre, Roca hizo entrega de los premios de la sexta edición del concurso internacional de diseño jumpthegap, de la mano del prestigioso arquitecto chino Ma Yansong, presidente del jurado, en una ceremonia celebrada en el Roca Madrid Gallery.

En la categoría Profesional el proyecto premiado ha sido "Btwist", de las españolas Irene Cañada y Raquel Prendes, y en la categoría Estudiante el proyecto "[Aria] 2", de Samuele Nucaro y Cristina Tu Ahn Pham, una pareja de estudiantes italianos, ha sido el ganador. Ambos proyectos han sido premiados con 6.000 euros.

"Btwist", el proyecto ganador en la categoría Profesional, consiste en una innovadora solución para el espacio de baño. Se trata de un lavamanos que combina tres medidas diferentes para distintas utilidades. Mediante su diseño, tal y como explican las ganadoras, el proyecto permite la realización de diferentes acciones al mismo tiempo.

"[Aria]2", por su parte, ganador en la categoría Estudiante, es la mezcla perfecta entre accesibilidad, rapidez e innovación. La solución en el espacio de baño propuesta por la pareja italiana es una ducha que realiza el efecto mojado-secado. Pensado para baños modernos, el proyecto crea una ducha innovadora con multitud de usos.

Por primera vez, el concurso, organizado desde el año 2004 por Roca en colaboración con BCD y de periodicidad bienal, ha otorgado el Premio a la Sostenibilidad entregado por la Fundación We Are Water y dotado con 3.000 euros. Así se han reconocido las propuestas que aúnan un diseño innovador con uno sostenible. El proyecto ganador ha sido "Plura", de Katharina Sophie Wohlleben y Larissa Siemon. Las alemanas proponen un lavamanos que utiliza un pedal para activar el grifo con la intención de no malgastar el agua, siendo ésta la protagonista del proyecto.

Fuente: BCD.

<http://www.jumpthegap.net>

[inicio] [titulares de grupo]



Niños con zapatos nuevos.



Modelo del zapato que crece.

El zapato que crece

Kenton Lee es el fundador de la ONG Because International, que ha creado y patentado "el zapato que crece". Es un calzado con tres puntos en los que se puede agrandar. La punta y el talón se estiran para aumentar de largo y los laterales, para ganar en anchura. Se puede comprar en dos tamaños: el pequeño, que sirve normalmente para niños entre cinco y nueve años y el grande que es para edades entre 10 y 14 años. Gracias a los sólidos materiales con los que están hechos, cuero y goma, duran cinco años y son fácilmente reparables.

No ha sido fácil producir la idea. Se contactó con marcas como Adidas, Nike, Crocs o Reebok, pero ninguna estaba interesada. Al final, Kenton Lee se enfrascó en crear los zapatos él mismo cortando y volviendo a unir 20 pares de zuecos Crocs. Con un semiprototipo, el equipo de Because Internacional contactó con la empresa Proof of Concept, empresa americana especializada en el diseño y experimentación de calzado, que creó el diseño final después de analizar más de 70 ideas potenciales y testar 100 prototipos en cuatro escuelas en Kenia durante un año.

Actualmente, el zapato que crece está concebido como una forma de lo que Because International llama "compasión práctica" y por eso su modelo de negocio y estructura de precios están basados en donaciones de personas en países en desarrollo. Su objetivo es sustituir las donaciones de calzado que actualmente hacen las ONGs a orfanatos o colegios, por este modelo, que tiene mucha mayor duración en el tiempo tanto por la talla como por la durabilidad.

En cualquier caso, para escalar de verdad en la producción del producto y que llegue al mayor número de consumidores posible, esto se necesita hacer de forma empresarial y no depender de donaciones. Para ello habría que producirlo y venderlo localmente. Kenton ya está pensando en hablar con negocios locales para la fabricación, distribución y venta. "Un día tendremos una fábrica en Haití, una fábrica en Kenia y una en Nicaragua", asegura.

La creación de una empresa social sería una forma de llevar ese producto más rápidamente a los que más lo necesitan de forma sostenible y dignificándoles como consumidores cualificados, y desarrollando y fortaleciendo, además, la economía local sin crear disrupciones en el mercado por la importación y distribución de productos gratuitos.

Fuente: El País.

<http://becauseinternational.org/>

[inicio] [titulares de grupo]



El nuevo Opel Astra.



Comparación entre faros de Xenon y la nueva tecnología.



Vehículo con conducción automatizada.

El sistema IntelliLux LED® de Opel premio de seguridad "SAFETYBEST 2015"

El nuevo Opel Astra ha sido galardonado con el premio "SAFETYBEST 2015" por su revolucionario sistema adaptativo de iluminación matricial IntelliLux LED®. El jurado de AUTOBEST, compuesto por periodistas independientes especializados de 26 países europeos, son los que otorgan el premio. La opinión del jurado fue clara: "la tecnología de iluminación matricial es un gran paso adelante en los sistemas de iluminación de los automóviles. Tras varias pruebas llevadas a cabo por muchos de los miembros del jurado de AUTOBEST, el sistema del Opel Astra ha demostrado ser tan efectivo que merece ser calificado de 'mágico'. Al haber sido galardonado con este premio, el Astra continúa el gran éxito del Corsa que fue ganador del premio AUTO "Mejor compra de coche en Europa en 2015".

La revolucionaria tecnología matricial IntelliLux LED®, que permite un haz de iluminación de luces largas constante y sin deslumbramientos, estará disponible por primera vez en la clase compacta con el nuevo Astra, con un precio perfectamente calculado y equivalente al de los sistemas adaptativos convencionales, que en España es de 850 euros. El sistema de iluminación IntelliLux LED® es mucho más que un sistema de luz larga LED como el que ofrecen algunos competidores. El sistema se ajusta de forma dinámica y completamente automática a las condiciones del tráfico y siempre ofrece la mejor iluminación posible. Con la introducción del potente sistema matricial LED, Opel pone a disposición de una gran cantidad de clientes la más avanzada tecnología de iluminación que antes estaba reservada a los modelos de las gamas más altas de las marcas premium.

OPEL SE UNE A LA INICIATIVA "KO-HAF" POR UNA CONDUCCIÓN COOPERATIVA COMPLETAMENTE AUTOMATIZADA

Opel se ha unido al proyecto de investigación "Ko-HAF" (Kooperatives hochautomatisiertes Fahren), una iniciativa alemana dirigida a investigar la conducción cooperativa completamente automatizada que comenzó en junio de este año y se desarrollará hasta noviembre de 2018. Opel está trabajando especialmente en la comunicación entre el coche y el servidor, las reacciones del conductor y el desarrollo de un proceso de autolocalización para el vehículo. El proyecto cuenta con un presupuesto total de 36,3 millones de euros y está financiado por el Ministerio Federal alemán de Economía y Energía.

Cualquier conductor que pasa mucho tiempo a bordo de su vehículo suele preguntarse si ese tiempo no podría utilizarse de forma más efectiva, por ejemplo, leyendo la prensa, contestando emails o, simplemente, disfrutando del viaje. Los coches que conduzcan de forma automática, ya que no requieren un control permanente por parte del conductor, harán realidad muchos de estos sueños.

Entre los muchos retos a los que se enfrenta la conducción automatizada están los mapas digitalizados con gran nivel de detalle (de forma que el coche sepa exactamente la carretera por la que está circulando) y el proceso de desconexión del coche de la condición de conducción automatizada, devolviendo el control del coche al conductor.

<http://www.opel.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de la silla de ruedas.

Una silla de ruedas todoterreno inspirada en la Fórmula 1

Los frenos de disco fueron una de las primeras innovaciones tecnológicas que pasaron de los vehículos de competición y la Fórmula 1 a los utilitarios. Después lo hicieron los metales ligeros como el aluminio o los cambios de marcha a través de mandos en el volante. Cientos de objetos de la vida diaria se han beneficiado de los avances en coches de alta competición. La fibra de carbono, uno de los materiales con los que se construye la carrocería de los bólidos, es el elemento clave en el que Mike Spindle, ex ingeniero de Fórmula 1, ha basado su revolucionaria silla de ruedas todoterreno. En el año 2000 decidió aplicar esa tecnología de última generación en algún objeto de la vida cotidiana. "Constatamos que, de forma inquietante, la silla de ruedas no había evolucionado en los últimos 50 años. Seguía construida en torno a un armazón de tubos metálicos", explica en la página web de su compañía Trekinetic.

Junto a su equipo se puso en marcha para averiguar de qué manera podía mejorar el diseño de la silla tradicional. Encontraron la solución en la fibra de carbono. Con este material sintético se hacía posible la fabricación de un asiento monopieza resistente y ligero, fácil de ensamblar con el resto del equipo. Además, esta estructura se adaptaba mejor a la forma del cuerpo humano "para hacer más grata la experiencia al usuario".

A diferencia de las sillas corrientes, la de Trekinetic cuenta con una pequeña rueda trasera y dos grandes por delante ligeramente inclinadas: "Descubrimos que, gracias a estas ruedas delanteras, podía transitar por superficies desniveladas con facilidad". Al ocupar más espacio, atravesar puertas estrechas se podían convertir en un problema. Por eso crearon un mecanismo que regula la inclinación de las ruedas en cuestión de 15 segundos para ocupar menos espacio. En las bajadas también se pone a prueba esta tecnología. Un sistema de palancas en las ruedas delanteras permite controlar la velocidad en el descenso. El asiento se reclina hacia atrás para evitar la sensación de resbalarse fuera de él.

Esta silla todoterreno ha facilitado la movilidad a Mikel Bidaurre, navarro de 30 años y campeón de España de Vela, tanto en la ciudad como en plena naturaleza. "Se agradece que lo que han invertido los equipos de Fórmula 1 en I+D se vea trasladado a otras historias", afirma. En 2008 sufrió un accidente de circulación mientras participaba en el Gran Premio Miguel Induráin. Desde entonces necesita una silla de ruedas para trasladarse. Una desventaja que no le ha impedido esquiar, bucear o lanzarse en parapente.

La silla de Trekinetic no es la única invención que se vale de los avances en tecnología de la Fórmula 1. Nuevas incubadoras móviles para bebés más ligeras o amortiguadores hidráulicos para limitar el rebote en superficies irregulares son otras de las contribuciones que la categoría reina del automovilismo ha hecho al mundo.

Fuente: El País.

<http://www.trekinetic.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Un momento del Foro.



Presentación de los proyectos finalistas.

Los finalistas del MID 2015 presentaron sus startups en el Foro de las Industrias Creativas y Culturales

El pasado 5 de noviembre el MID Mercado de Ideas Diseño dio a conocer las quince startups finalistas de la edición 2015, que presentaron sus proyectos ante un grupo de más de 100 inversores, empresas, entidades de financiación y otros agentes de la ecosistema emprendedor interesados en propuestas innovadoras.

El Foro de las Industrias Creativas y Culturales del MID 2015, organizado por BCD, fue el escenario en el que los finalistas buscan - durante toda la jornada - conseguir entre 60.000 y 300.000 € de inversión.

Los 15 proyectos finalistas del MID 2015 que tuvieron la oportunidad de conectar con empresas e inversores, abarcan varios sectores, desde el tecnológico, el infantil, el cultural, las apps, la restauración, el hábitat o la música, todas con un fuerte componente innovador y en diseño.

Estas empresas han sido escogidas de entre las 79 propuestas recibidas en esta edición por un jurado multidisciplinar que ha valorado su grado en diseño e innovación, su potencial de mercado y su viabilidad.

Fuente: BCD.

<http://www.bcd.es/es/page.asp?id=438&ui=6353>

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes promocionales del evento.

IoT Shifts Conference, un evento destinado a crear oportunidades de negocio en la red

Internet y las nuevas tecnologías han revolucionado el mundo en el que vivimos, han cambiado muchos de nuestros hábitos y se han convertido en una gran oportunidad para los emprendedores, ya que son muchos los empresarios que se han animado a crear un negocio en la red.

Este hecho ha llevado a las empresas Shift 2020 y Claro Partners a poner en marcha IoT Shifts Conference, un evento que se celebró los pasados 19 y 20 de Octubre en la ciudad de Barcelona.

¿El objetivo de este acontecimiento? Unir a los innovadores de startups, comunidades digitales y desarrolladores con el mundo empresarial para crear oportunidades de negocio dentro del sector del Internet de las Cosas.

Fuente: El Economista.

<http://www.iotshifts.com/>
<http://www.claropartners.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Logotipo de la iniciativa.



Uno de los productos de la boutique.

La Design for All Foundation y Cathy Caroff abren Iki-boutique.com

Iki-boutique inspirado por la belleza y la simplicidad es un site de comercio electrónico social y solidario. "Iki es el arte de vivir. Es ese momento en el que el tiempo parece detenerse, para dar lugar a lo que es realmente esencial: El placer de estar juntos y compartir las cosas sencillas, rodeados de objetos, texturas y materiales, que despiertan nuestros sentidos, que son agradables y respetan la naturaleza".

Este es un servicio de co-creación que incluye diferentes socios: Cathy Caroff, Comm-Unite, Design for all & E-business specialist y editor web de conceptionuniverselle.com; Adequat, agencia de comunicación especializada en señalización y comunicación; TothomWeb, experto en accesibilidad y diseño de páginas web.

<http://iki-boutique.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la Business of Design Week.

Barcelona despliega todo su talento creativo en la Business of Design Week de Hong Kong

Del 27 de noviembre al 6 de diciembre, Barcelona se presentó en Hong Kong como la primera ciudad invitada a la Business of Design Week (BODW) 2015, un evento internacional del sector del diseño y la innovación que cada año reúne a más de 100.000 participantes, más de 70 ponentes internacionales y 200 representantes de los medios de comunicación.

Del 3 al 5 de diciembre, las 20 empresas catalanas dieron a conocer sus productos y servicios en el business corner habilitado en el stand de Barcelona. Este espacio, diseñado por Exit Design, fue la base de operaciones para que los participantes pudieran acceder a potenciales clientes y contactasen con empresas asiáticas.

Cada participante en la misión tuvo tres reuniones individuales con compañías locales agendadas a través del Hong Kong Development Council (HKTDC) y acudió como invitado a la inauguración oficial del congreso de la BODW 2015. Además, sus productos formaron parte del catálogo expositivo del IDT y del programa de mano en el stand de Barcelona.

<http://www.bcd.es/>
<http://exitdesign.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del evento.

Bilbao Bizkaia D Week

El pasado 1 de diciembre se clausuró La Bilbao Bizkaia D Week. Un evento centrado en la promoción de las industrias creativas, que aglutinó más de cuarenta actos en cerca de veinte localizaciones de la ciudad y del Territorio.

El Ayuntamiento de Bilbao y la Diputación Foral de Bizkaia organizaron, en colaboración con empresas privadas, universidades, clusters, colegios profesionales y medios de comunicación, "DWeek 2015", un evento centrado en el impulso de las industrias creativas. Un total de 45 actividades, que tuvieron lugar en 24 escenarios distintos, conformaron la agenda "DWeek 2015", que se desarrolló entre los días 16 de noviembre y 1 de diciembre en la ciudad y el Territorio.

Actividades centradas en el diseño, la arquitectura, el interiorismo, la moda, la industria audiovisual, la economía digital, los videojuegos, la comunicación, la artesanía y las tecnologías creativas se integran en la agenda "DWeek 2015", que incluyó festivales, foros, jornadas, conferencias, concursos, exposiciones y debates. Un programa completo, pensado para empresas y profesionales, pero abierto, en casos concretos, al público general.

<http://dweek.bidc.eus/>

[inicio] [titulares de grupo]



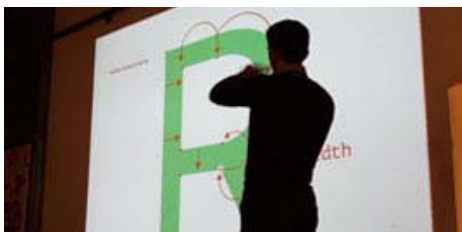
Logotipo del evento.



Imagen de los conferenciantes.



Logotipo del Festival.



Una de las conferencias.

6º Encuentro BID enseñanza y diseño

Del 23 al 26 de noviembre tuvo lugar el ENCUENTRO BID de Centros de Enseñanza de Diseño. El BID es una plataforma de reunión, reflexión y debate en torno a la formación en diseño, convocado por DIMAD en el marco de la Bienal Iberoamericana de Diseño (BID).

A lo largo del 6º Encuentro tuvo lugar una gran cantidad de actividades, todas ellas relacionadas con tres ejes temáticos: la innovación social, el rol del diseñador cuando el usuario también diseña y las nuevas formas de generar y compartir conocimiento.

En las actividades (conferencias, Foro de Investigación y Diseño, Comunicaciones/Papers en mesas de trabajo, jornada de SpeedDating/Networking, talleres y la Muestra de Estudiantes), participaron profesores, universidades y centros de enseñanza, estudiantes, profesionales del diseño, instituciones y empresas de todo Iberoamérica.

<http://bid-dimad.org/sexttoencuentro//>

[inicio] [titulares de grupo]

Typomad 2015

El pasado 12 de diciembre se clauró TypoMad, el Festival de la Tipografía de Madrid, organizado por Chulotype (asociación sin ánimo de lucro para la difusión de la tipografía en Madrid). Su objetivo es difundir la cultura tipográfica y apoyar la escena del diseño, creando un espacio de convivencia entre profesionales, estudiantes y entusiastas.

Varias semanas llenas de conferencias, talleres y exposiciones. En ellas, se combinan grandes figuras del diseño nacional e internacional con proyectos jóvenes y propuestas innovadoras. Al ser un evento participativo, TypoMad 2015 también contó con una convocatoria internacional de pósters experimentales –Terremoto Tipográfico– y otra de carácter nacional para jóvenes proyectos –Open call para proyectos jóvenes– durante las conferencias.

<http://www.typomad.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Eventos

Formación

Curso Diseño de Página

Centro Universitario de Diseño y Arte de Barcelona.
 Fechas: 2 febrero 2016 al 22 abril 2016.

El curso de diseño de letra forma parte del Máster en Tipografía avanzada. Concretamente está configurado por los dos primeros módulos (20 ECTS), correspondientes al Diseño de letra: - Módulo 3: Diseño de publicaciones con estructuras variables, dirección de arte, historia y semanarios temáticos - Módulo 4: Diseño de publicaciones con estructuras fijas.

<http://www.eina.cat/es/postgraus/disseny-pagina>

[inicio]

Fotografía comercial de producto, moda y marketing on line

Centro Tecnologías Avanzadas.
 Fechas: 28 de marzo al 8 de abril de 2016.

Objetivos: Conocer las técnicas necesarias para desarrollar la fotografía comercial actual. Todo ello sin olvidar que, en estos tiempos de crisis, el valor añadido de un fotógrafo consiste en ser capaz de aportar una visión personal y actualizada a los encargos que realiza.

<http://www.aragon.es>

[inicio]

Postgrado en Innovación y Design Thinking

Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona.
 Fechas: Febrero - Julio 2016

Dirigido a todos los profesionales creativos interesados en complementar su formación profesional con herramientas de investigación e innovación. Empresarios y emprendedores interesados en explorar y crear nuevos esquemas de negocio y colaboración. Ingenieros, tecnólogos y técnicos interesados en desarrollar habilidades de creación e innovación. Profesionales de otras áreas interesados en innovar en su sector.

<http://www.elisava.net/es/estudios/postgrado-en-innovacion-y-design-thinking>

[inicio]



Curso de Especialización de Diseño de Juguetes y Producto Infantil

Istituto Europeo di Design. Madrid.

Fechas: marzo 2016

Los alumnos podrán desarrollar su creatividad diseñando productos que sirvan de estímulo para los niños y funcionen con el juego como motor para relacionar a pequeños y adultos. Todo proyecto tendrá como base las herramientas y conceptos pedagógicos necesarios en un ámbito tan específico como éste y cumplirá unas normativas y medidas de seguridad que cualquier ámbito infantil debe tener en cuenta.

<http://master.iedmadrid.com/cursos/especializacion/curso-de-especializacion-de-diseno-de-juguetes-y-producto-infantil-dce2285s/>

[inicio]

Concursos

Design for All Foundation

Fecha tope de presentación de proyectos: 29 de diciembre 2015

La Design for All Foundation convoca la 7ª edición de sus premios internacionales con el objetivo de reconocer todos los esfuerzos, grandes o pequeños, que han llevado a cabo empresas, entidades, administraciones y profesionales de todo el mundo para demostrar que toda aplicación del Diseño para Todos/Diseño Universal contribuye a mejorar la calidad de vida de todas las personas.

<http://designforall.org/awards.php?Setlang=es>

[inicio]



21º Concurso Internacional de Diseño Industrial del Mueble Cetem

Fecha tope de presentación de proyectos: 30 de enero de 2016

El objetivo principal del Concurso Internacional de Diseño Industrial del Mueble de CETEM es promover el acercamiento entre diseñadores industriales y empresas, lo cual permite fomentar la cultura del Diseño Industrial en el Sector del Mueble para demostrar su importancia en el proceso de innovación y su considerable contribución al éxito industrial; además de la promoción de la calidad en el mobiliario.

Con dos categorías de participación, una para profesionales y otra para estudiantes, es el único concurso de diseño que premia tanto el diseño conceptual como su desarrollo necesario para la construcción de un prototipo real.





http://concursomueble.cetem.es/web/#edicion_21

[inicio]

Convocatoria Premios Laus

Fecha tope de inscripción: 31 de enero de 2016

La Asociación de Diseñadores Gráficos y Directores de Arte del FAD (ADG-FAD) abre la convocatoria de inscripciones para participar en la 46ª edición de los Premios Laus de Diseño Gráfico y Comunicación Visual, que este año cuenta con la colaboración de reconocidos profesionales internacionales del sector, como Milton Glaser, Bob Gill, Christoph Niemann, Alan Kitching, Paula Scher, Simon Esterson, Julia Hasting, Tony Brook o Bruno Monguzzi, entre muchos otros. Las obras podrán presentarse hasta el 31 de enero de 2016, una convocatoria que este año tiene como objetivo internacionalizar su repercusión, con el fin de dar más visibilidad y presencia internacional al diseño gráfico español.

<http://laus.cat/es/bases>

[inicio]

Premios ADI 2016

Fecha tope de presentación de proyectos: 11 de febrero de 2016

ADI-FAD estrena el nuevo nombre "Premios ADI" para identificar los premios de diseño mejor considerados del panorama nacional y reconocidos internacionalmente. En una cita que vuelve a ser bienal, los Premios ADI incorporan un nuevo galardón, el Premio ADI Cultura que se sumará a los clásicos Premios Delta (producto) y Medalla ADI (estudiantes). Ya se pueden consultar las bases y hasta el 11 de Febrero queda abierta la convocatoria para las tres variantes de los premios. Este año los Premios ADI llegan enmarcados en una gráfica creada por el estudio de diseño Two Points.

<http://www.adifad.org/premis/es/adi-awards>

[inicio]

X CONCURSO INTERNACIONAL DE DISEÑO DE MOBILIARIO EXTERIOR GANDÍA BLASCO

Fecha tope de presentación de proyectos: 12 de febrero de 2016

El trabajo a realizar consistirá en el diseño de un columpio de exterior. Los participantes deberán ser estudiantes o jóvenes profesionales del diseño, con edades comprendidas entre los 18 y 35 años. Sólo apto para apasionados del diseño y la cultura. Descárgate las bases del concurso en:



X CONCURSO INTERNACIONAL DE DISEÑO DE MOBILIARIO EXTERIOR



<http://www.gandiablasco.com/es/concurso-gandiablasco/>

[inicio]

VALEO INNOVATION CHALLENGE 2016

Fecha tope de presentación de proyectos: 12 de Febrero de 2016

¿Te imaginas cómo podría ser el coche del futuro? Pues no te conformes sólo con verlo en tu cabeza, muéstraselo al mundo participando en Valeo Innovation Challenge 2016.

Con este prestigioso concurso, dirigido a estudiantes de todas las disciplinas, anima a los jóvenes a diseñar y construir el producto o sistema que permitirá al coche de 2030 ser más intuitivo, ecológico, inteligente y divertido.

Para poder participar, los interesados, deben formar equipos de dos a cinco personas. El objetivo es estimular la creatividad de los estudiantes, lo que les permite crear equipos multidisciplinarios.

<https://valeoinnovationchallenge.valeo.com/rules>

[inicio]

PENTAWARDS

Fecha tope de presentación de proyectos: 22 de Abril de 2016

Creados en 2007, Pentawards es la competición más prestigiosa en todo el mundo dedicada exclusivamente al diseño de packaging en todas sus formas.

Los premiados recibirán un Pentawards de bronce, plata, oro, platino o diamante, según la calidad creativa de su obra.

<http://www.pentawards.org/en/competition/rules/>

[inicio]

Libros y publicaciones



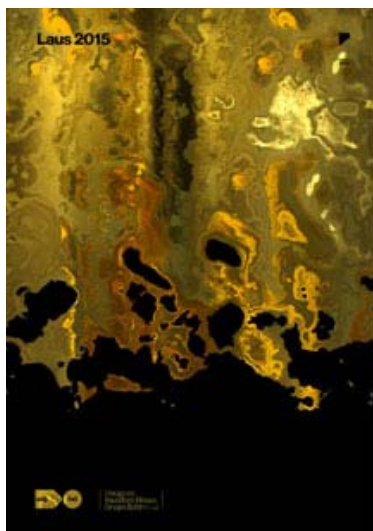
Selected Europe Visual Inspiration from Bilbao

Autor: Varios autores.
Editorial: Index Book.

Recientemente la UNESCO ha incorporado a Bilbao en su Red de Ciudades Creativas, en el apartado "Diseño". El principal motivo de dicho reconocimiento internacional ha sido la apuesta de la ciudad por el diseño como eje vertebrador de transformación urbana. Dentro de este contexto surge la idea del libro "Selected Europe. Visual Inspiration from Bilbao", una selección de artistas y diseñadores cuyos proyectos aportan a la configuración del escenario visual europeo como referentes de inspiración visual.

<http://www.indexbook.com/libro/selected-europe-visual-inspiration-from-bilbao-1560/>

[inicio]



LAUS 2015

Autor: Varios autores.
Editorial: GRIJALBO.

Un libro imprescindible para profesionales, estudiosos, curiosos y amantes del diseño. Ya está disponible el esperado Libro Laus 2015, el anuario que recoge lo mejor del diseño y la publicidad del año, seleccionado por los miembros del jurado de los Premios Laus, un panel de profesionales de reconocido prestigio nacional e internacional, situados en la primera línea creativa

<http://www.casadellibro.com/libro-laus-2015/9788416220861/2564495/>

[inicio]



CUANDO EL DISEÑO ES UN ARTE

Autor: SUSIE HODGE.
Editorial: LUNWERG.

¿Por qué algunos diseños son más exitosos e influyentes que otros? Cuando el diseño es un arte despliega ochenta diseños superlativos, de la cámara Polaroid Land al walkman Sony, pasando por la botella de Coca-Cola y las zapatillas deportivas Converse All Star. Este libro revelador destaca aquellos elementos de cada diseño que lo distinguen de sus semejantes y explica los motivos que lo han llevado a superar la prueba del tiempo.

<http://www.casadellibro.com/libro-cuando-el-diseno-es-un-arte/9788416177783/2595084/>

[inicio]



Basic Graphic Design

Autor: Varios autores.

Editorial: Indexbook.

Basic Graphic Design es una recopilación de los últimos títulos de la serie Basic: Basic Stationery, Basic Cover, Basic Type, Basic Poster y Basic Identity 2.

<http://www.indexbook.com/libro/basic-graphic-design-1559/>

[inicio]



Signos, símbolos, marcas, señales

Autor: Adrian Frutiger.

Editorial: Gustavo Gili.

Manual de referencia en el mundo del diseño, el arte y los estudios visuales, este libro constituye una de las obras más completas y accesibles que se han escrito sobre los signos. Adrian Frutiger nos adentra con rigor y maestría en su origen y sentido, su comportamiento y el arte de su producción.

<http://ggili.com/es/tienda/productos/signos-simbolos-marcas-senales>

[inicio]



Eventos

Exposición «What's next?»

Organiza: FAD.

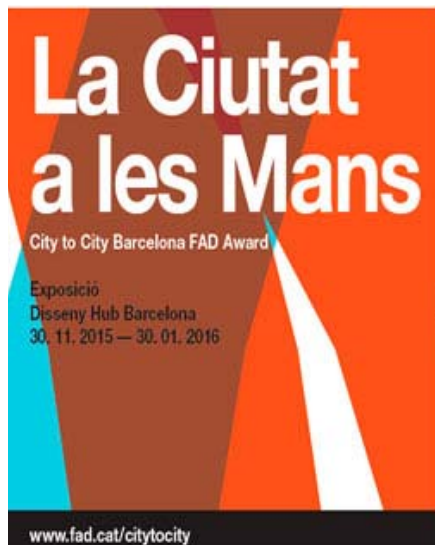
Lugar: Disseny Hub, Barcelona

«What's next?» es la exposición de Materfad que recoge la vigilancia tecnológica realizada por este centro de materiales. Una muestra en constante actualización que presenta las últimas novedades a través de diez familias de materiales avanzados: tejidos y fibras avanzados, polímeros de alto rendimiento, fabricación avanzada, compuestos avanzados, materiales activos, geles y espumas, nanomateriales, aleaciones ligeras, recubrimientos y materiales biológicos.

Hasta el 31 de diciembre de 2015

<http://fadfest.cat/website/exposicio-whats-next>

[inicio]



La Ciutat a les Mans

Organiza: FAD.

Lugar: Disseny Hub, Barcelona.

El Disseny Hub Barcelona exhibe la exposición "La ciutat a les mans", una retrospectiva de las quince iniciativas ganadoras del premio City to City Barcelona FAD Awards de los últimos años, que buscan mejorar la vida de las personas en el entorno urbano.

Desde 2009, el premio City to City Barcelona FAD Awards da a conocer diversos proyectos sociales, arquitectónicos, educativos y urbanos internacionales que buscan mejorar la vida en las ciudades.

La exposición se ha montado en base al "lenguaje de los carteles", a partir de la idea de la FAD de que la exposición fuese económica y replicable en otras ciudades.

Hasta el 30 de enero de 2016

<http://www.dissenyhubbarcelona.cat/blog/el-premi-city-to-city-barcelona-fad-award-arriba-al-disseny-hub/>

[inicio]

¿Sí? Digame. Breve historia del teléfono y más

Organiza: Fundación Telefónica y Fundación Zaragoza Ciudad del Conocimiento.

Lugar: Centro de Arte y Tecnología Etopia. Zaragoza.

La exposición tiene el doble objetivo de mostrar el desarrollo de la telefonía, en especial en España, y la búsqueda incansable del progreso para lograr una comunicación de mayor calidad y más veloz. Las piezas seleccionadas cronológicamente en cuatro bloques ilustran un viaje en el tiempo que revela la increíble transformación que las telecomunicaciones han provocado en la sociedad de los últimos 150 años.

Las innovaciones de cada momento de la historia tecnológica de España se muestran a través de más de sesenta piezas y material audiovisual complementario: varias entrevistas a empleados jubilados y algunas piezas audiovisuales de contextualización histórica.

Hasta el 30 de enero de 2016

<http://www.fundacionzcc.org/es/noticias/exposicion-digame-breve-historia-telefono-mas-abierta-proximo-30-enero-2271.html/>

[inicio]

Exposición TDC61 | Type Directors Club de Nueva York

Organiza: DIMAD

Lugar: Central de Diseño de Matadero Madrid





El pasado 7 de noviembre se inauguró, en el marco de Typomad 2015, en la Central de Diseño de Matadero Madrid la edición 61 del Type Directors Club de Nueva York. Una selección internacional de los mejores diseños tipográficos del año.

Los Premios TDC son otorgados por la asociación internacional Type Directors Club (TDC) de Nueva York, fundada en 1946 y cuya función es velar por la divulgación y protección de la palabra escrita expresada formalmente a través de la tipografía y representada tanto en medios impresos como en pantalla.

Dentro de las diversas actividades de la organización (cursos, talleres...) los Premios TDC –motivo de esta exposición–, pretenden mostrar una selección de los trabajos tipográficos, que bajo unos criterios propios de calidad tipográfica han sido premiados por un jurado internacional en las categorías de tipografía aplicada y de diseño de tipos. Por tanto, en esta muestra podremos ver algunos de los trabajos premiados en las dos categorías, una primera parte destinada a tipografía aplicada y comunicación, seguida de la segunda correspondiente al diseño de nuevas tipografías.

Hasta el 31 de enero de 2016

<http://dimad.org/dimad.org/TDC61>

[inicio]

Cycle Revolution

Lugar: Design Museum, Londres

Cycle Revolution llega al Design Museum de Londres para celebrar la diversidad del ciclismo contemporáneo en Gran Bretaña. Una muestra de que este deporte tanto puede formar parte de nuestro día a día como llegar a competiciones de nivel olímpico, una mirada al diseño y a la innovación que puede llegar a suponer para ciclistas y aficionados del futuro. La exposición examina las subculturas de la bicicleta a través de cuatro "tribus": las empresas de alto rendimiento que alcanzan velocidades olímpicas, los buscadores de emociones que corren en cualquier tipo de terreno, los corredores urbanos que pedalean la ciudad Km a Km, y los ciclistas de carga que trabajan sobre dos ruedas.

Hasta el 30 de junio de 2016

<https://designmuseum.org/exhibitions/cycle-revolution>

[inicio]

Making Africa – Un continente de diseño contemporáneo

Organiza: Fundación Telefónica y Fundación Zaragoza Ciudad del Conocimiento.

Lugar: Museo Guggenheim Bilbao.

La exposición, bautizada "Making Africa-Un continente de diseño contemporáneo", recoge la obra de 120 creadores y diseñadores actuales que ilustra la manera en que el diseño





acompaña e impulsa el cambio político, económico y social que vive ese continente.

Recoge, además, la visión crítica de una nueva generación de jóvenes creadores africanos, muchos de ellos criados en el mundo de Internet, sobre la imagen tradicional que tiene el mundo occidental de África, difundida por las potencias coloniales europeas a lo largo de más de un siglo de dominación.

Hasta el 21 de febrero de 2016

<http://makingafrica.guggenheim-bilbao.es/exposicion/>

[inicio]

Distinción. Un siglo de fotografía de moda

Organiza: Museu del Disseny de Barcelona.

Lugar: Museu del Disseny de Barcelona.

La fotografía de moda es el principal medio de difusión de la moda del siglo XX y un elemento más del sistema de la moda. Se trata de imágenes generalmente hechas por encargo y destinadas a ser publicadas en los editoriales de las revistas de moda, o bien por una campaña de comunicación de una marca, de un diseñador o de una empresa de moda.

Hasta el 27 de marzo de 2016

<http://www.museudeldisseny.cat/es/exposicion/distincion-un-siglo-de-fotografia-de-moda/>

[inicio]

CENTRO ARAGONÉS DE DISEÑO INDUSTRIAL

C. Monasterio de Samos s/n
(Edificio antiguo matadero)
50013 Zaragoza

El Centro Aragonés de Diseño Industrial en cumplimiento con la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE) y de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos española (LPD), garantiza la total privacidad de los datos personales de nuestros usuarios. Para darse de baja de la suscripción [\[haga click aquí\]](#)