

enero - abril 2017



Titulares

Diseño en Aragón

- Nuevo vibrador monofásico universal. [\[leer\]](#)
- Los últimos lanzamientos de Ambar. [\[leer\]](#)
- Iverlux presenta su nueva luminaria Esera. [\[leer\]](#)
- Nuevos lavavajillas Bosch de 45 cm de anchura, perfectos para cocinas pequeñas. [\[leer\]](#)
- Contenedor 2Side System para la recogida selectiva de residuos. [\[leer\]](#)
- ELT Especialidades Luminotécnicas S.A.U. instala en el municipio de Torres de Berrellén su sistema inalámbrico de gestión remota de alumbrado STELARIA [\[leer\]](#)
- ATARÉS finalista en los premios Best of BDNY en Nueva York. [\[leer\]](#)
- Diseño, tecnología y tercera edad. [\[leer\]](#)
- BioCurve aumenta su oferta de calderas de pellets con la familia de baja temperatura. [\[leer\]](#)
- Nueva escalera de Iverna 2000, regulable a grados. [\[leer\]](#)
- OmWater Design, S.L. - Diseñar más allá del objeto. [\[leer\]](#)
- L'Alforjeta y la Fundació Crisàlida crean las Galletas Medardetas. [\[leer\]](#)
- #Soyvisual: una herramienta desde el diseño para ayudar a aquellos que se comunican con imágenes. [\[leer\]](#)
- REDDiary, el primer proyecto de Tinnwork. [\[leer\]](#)
- Social&Care, inteligencia artificial para el cuidado de personas discapacitadas o mayores. [\[leer\]](#)
- Mamifera, ropa de lactancia que aúna funcionalidad y moda. [\[leer\]](#)
- Próxima comercialización de un nuevo modelo de percha de la empresa REI. [\[leer\]](#)
- Últimos proyectos de Estudio Versus. [\[leer\]](#)
- Viñas del Vero presenta una joya única: Alfaya. [\[leer\]](#)
- Bodega LAUS comienza una nueva etapa. [\[leer\]](#)
- Nuevos lanzamientos del Cafés El Criollo. [\[leer\]](#)
- Biomio Organic lanza un vino orgánico especial para cocinar. [\[leer\]](#)
- La Mar de Cookies. Un proyecto con corazón al servicio de la repostería especializada. [\[leer\]](#)
- Finca DORIA naming, marca y packaging alimentación. [\[leer\]](#)
- La DGA crea una marca única para promocionar Aragón como plataforma logística. [\[leer\]](#)
- Un cartel dedicado a los peñistas, imagen de La Vaquilla 2017. [\[leer\]](#)
- El cartel ganador de las fiestas del Pilar 2017. [\[leer\]](#)

- XI Jornadas sobre la práctica del diseño en la ESDA. [\[leer\]](#)
- IX semana del Diseño en la EINA: diseño y fabricación. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- I Zaragoza GovJam
Zaragoza alberga por primera vez una GovJam . [\[leer\]](#)
- Bultex Nanotech, de grupo Pikolin, producto del año del gran premio de la innovación. [\[leer\]](#)
- Opel OnStar: Nuevos servicios y más de 9 millones de interacciones. [\[leer\]](#)
- Younext Bike, el estudio para la salud del ciclista, llega a Pamplona, Barcelona y Palma. [\[leer\]](#)
- Diálogos sobre el pan de Tolosana. [\[leer\]](#)
- El Museo IAACC Pablo Serrano de Zaragoza acoge, hasta el 4 de Junio la exposición "Arte y Vino". Colección ENATE. [\[leer\]](#)
- Magapor se establece en EEUU y amplía su fábrica en Ejea de los Caballeros. [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- V Edición Diseña Forum: Diseño, liderando la economía. [\[leer\]](#)
- El coche eléctrico Opel Ampera-e: Una nueva forma de conducir. [\[leer\]](#)
- El diseño más vanguardista y la máxima eficiencia con las nuevas campanas Bosch. [\[leer\]](#)
- Más de 600 jóvenes demuestran su creatividad en la gran final del First Lego League. [\[leer\]](#)
- Cafés Novell presenta la primera cápsula de España que no deja residuos. [\[leer\]](#)
- Magén Arquitectos obtiene el Architectural Record DESIGN VANGUARD 2016. [\[leer\]](#)
- Semáforos en el suelo para usuarios de móvil en Holanda. [\[leer\]](#)
- Llega a España la máquina de Coca-Cola que fabrica 100 refrescos distintos. [\[leer\]](#)
- iF Design award night: ceremonia de entrega de los premios iF. [\[leer\]](#)
- Los Reyes presiden la entrega de los Premios Nacionales de Innovación y de Diseño 2016. [\[leer\]](#)

Eventos

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



Imagen del vibrador FOX.

Nuevo vibrador monofásico universal

ENARCO realiza el nuevo diseño de un vibrador monofásico universal llamado "FOX" que ha supuesto el diseño de un nuevo motor, un cambio en la composición, disposición y sujeción de los elementos interiores, y un nuevo diseño exterior con incorporación de nuevos materiales. El motor monofásico universal FOX está diseñado para transmitir, a través de un eje flexible, un movimiento rotacional a la excéntrica de una aguja vibrante que genera la vibración necesaria para compactar el hormigón.

Su diseño limpio y ergonómico hace que tenga una imagen moderna y robusta, habiéndose eliminado rejillas y recovecos en los que se podrían acumular restos de hormigón que afectan al buen funcionamiento de la máquina.

La utilización de materiales técnicos de alta calidad para su fabricación hace que el nuevo motor FOX sea mucho más resistente a los impactos y mucho más estable en el trabajo continuo a temperaturas elevadas y a altas cargas.

En el nuevo motor FOX se ha utilizado una nueva configuración de sujeción del rotor y del estator diferente a la utilizada hasta ahora en los motores desarrollados por ENARCO. Respecto a éstos, que llevan carcasa autoportante, el nuevo motor FOX presenta una configuración de jaula para soportar el motor y así asegurar la alineación de rotor y estator. Todo el conjunto de escobillas, porta-escobillas y tapones son nuevos y de mayor tamaño para asegurar una mayor duración de estos elementos de desgaste que reduzca los gastos de mantenimiento.

El motor FOX se ofrece en diferentes configuraciones de 230 y 115V, con marcado UL para el mercado americano y con diferentes clavijas de conexión para adaptarse a las necesidades de los clientes.

www.enar.es

[inicio] [titulares de grupo]



Nuevos diseños de Ambar.



Ambar Centeno en su original packaging.

Los últimos lanzamientos de Ambar

MÁS BLANCO, MENOS ROJO, IGUAL DE AMBAR

Ambar renueva la identidad gráfica de sus productos más icónicos bajo el claim "Esto tiene una explicación". La campaña, que habla directamente al consumidor de la marca, cuenta con diferentes soportes de publicidad exterior, prensa y digital. El nuevo diseño se traslada a las etiquetas de Ambar Especial, Ambar 0,0, la gama de cervezas sin gluten y Ambar Original, que pasa a denominarse Ambar Clásica.

Esta nueva propuesta tiene la gran responsabilidad de presentar Ambar allá donde nadie la conoce y consigue transmitir algo que no es nada nuevo: que esta cerveza es una cerveza excelente y que, los que la hacemos, trabajamos para seguir haciendo la cerveza en la que creemos, cuenta la marca en el argumentario que ha querido trasladar a través de diversos canales hablando en primera persona a quienes decidirán si les sigue interesando beber sus cervezas.

El diseño de las botellas ha sido desarrollado por el estudio de diseño Enric Aguilera, que ha buscado modernizar la imagen sin perder la esencia de la marca, así como destacar el posicionamiento de cerveceros independientes y la alta calidad del producto a través de una línea más depurada.

En esta nueva identidad visual, predomina el color blanco que rejuvenece los característicos rojos y dorados de Ambar, sin restarle el carácter Premium que posee la marca.

AMBAR LANZA AMBAR CENTENO

Ambar Centeno conserva el espíritu y las premisas de la colección Ambiciosas: despertar sensaciones, sorprender a quien la prueba y experimentar con las técnicas cerveceras. Con esta carta de presentación llega la última referencia de La Aragonesa, una cerveza elaborada con centeno, un cereal muy poco usado en la actualidad para hacer esta bebida tan antigua.

El tono oscuro de la cerveza contrasta con el dorado del tratamiento tipográfico que remite a la espiga del cereal antes de ser recolectado y tostado. Un diseño elegante para una cerveza rotunda que sorprende y despierta sensaciones. Realizado por Grande, estudio/agencia de diseño gráfico con base en Barcelona. Especializada en crear conceptos creativos en múltiples disciplinas: proyectos de branding, publicidad, diseño editorial, packaging, digital, dirección creativa, dirección de arte y audiovisual, han desarrollado proyectos reconocidos internacionalmente para una amplia gama de ámbitos comerciales, desde multinacionales a pequeñas empresas, así como una variedad de instituciones culturales y públicas.

Para la tercera referencia de la colección se decide recuperar un cereal antiquísimo, el centeno, apenas utilizado ya en cervecería, y se hace con un resultado sorprendente. Se transforma de manera que este grano a priori rústico y duro, pero con conocidas propiedades nutricias, se convierte en algo sedoso y aterciopelado para el paladar cervecero.

Oscuro, debido al tueste de las maltas de este peculiar cereal, es una cerveza con cuerpo, turbidez y espuma persistente. El lúpulo ha sido un aliado fundamental a la hora de conseguir una cerveza más aromática y sutil de lo que pudiera esperarse de este cereal. Ambar Centeno cuenta con

aromas de fondo muy sutiles de melocotón, avellanas, pasas, mandarinas y granadas, que arropados por la sedosidad del centeno, la convierten en una cerveza amable al plato.

Por sus características, la mejor manera de apreciar una Ambar Centeno en su máximo esplendor es por encima de los 8 grados centígrados. Nada acompaña mejor una Ambar Centeno que una temperatura todavía fresca y un plato de toma pan y moja, añaden desde La Zaragozana.

La colección Ambiciosas Ambar nació con la filosofía de ofrecer, además de buenas cervezas, sorbos de cultura gastronómica. Son cervezas elaboradas de forma artesanal en la única sala de fermentación tradicional de España que sigue en activo. Se hacen pequeñas producciones que persiguen también conservar la tradición centenaria de esta cervecera aragonesa.

Se trata de composiciones creativas, arriesgadas, que no gustan a todos los paladares y preparadas con ingredientes completamente naturales. Son cervezas que están pequeñas temporadas en el mercado.

www.ambar.com
www.enricaguilera.com
www.grande-estudio.com

[inicio] [titulares de grupo]



Nueva luminaria Esera.

Iverlux presenta su nueva luminaria Esera

Iverlux Alumbrado de Emergencia S.L. nació en 1984 con la intención de proporcionar al mercado de la iluminación las herramientas necesarias para cumplir con la normativa relacionada con la iluminación de emergencia. Gracias a su esfuerzo y afán de superación, este objetivo se consiguió rápidamente, pasando a ser una empresa de referencia en el sector. En la actualidad, IVERLUX continúa con ese espíritu innovador y de adaptación a las nuevas tecnologías y a los cambios de los mercados de cada momento.

Siguiendo esta política, la apuesta por la eficiencia energética es su objetivo y, por ello, ha lanzando al mercado su nueva luminaria de emergencia ESERA. Este modelo aprovecha las excelentes prestaciones que ofrece la iluminación LED para conseguir un importante ahorro energético respecto de las luminarias convencionales.

La combinación de un magnífico rendimiento lumínico y una envolvente especialmente diseñada para evitar las pérdidas de luz y emitir un flujo luminoso uniforme, permiten reducir el tamaño de la batería y el peso de la luminaria, consiguiendo de este modo una luminaria ligera, de altas prestaciones a un precio muy competitivo.

La luminaria se puede suministrar como emergencia, permanente o señalización, con baterías de NI-Cd o NI-MH y admite la integración del sistema AUTOTEST. Este sistema verifica periódicamente, de forma automática, el correcto funcionamiento de la luminaria. Semanalmente se prueba el estado de la batería y de la lámpara, y cada tres meses se verifica la autonomía de la batería. Además, el usuario puede realizar un test en el momento que lo desee. Cualquier deficiencia de funcionamiento es reflejada inmediatamente por los indicadores luminosos, permitiendo la interacción con el operario y asegurando el correcto funcionamiento de la luminaria. Este sistema supone un ahorro de tiempo y de personal de mantenimiento.

La luminaria ESERA se puede instalar de forma rápida y sencilla tanto en pared como empotrada en falso techo, reduciendo así al máximo el tiempo necesario para llevar a cabo la instalación de iluminación de emergencia. Las dimensiones y características técnicas de este modelo, lo hacen especialmente práctico como luminaria de reposición, permitiendo una colocación cómoda en el alojamiento que ocupaba la anterior luminaria.

El equilibrio entre robustez, discreción y funcionalidad hacen de la luminaria ESERA el elemento ideal para cualquier situación, bien sea decorativa o en instalaciones industriales.

www.iverlux.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de uno de los modelos.



Frontal del modelo.

Nuevos lavavajillas Bosch de 45 cm de anchura, perfectos para cocinas pequeñas

Elegir un lavavajillas puede ser una tarea difícil, pero la realidad es que lavando la vajilla a mano se gasta diariamente 30 litros más que si se usa el lavavajillas. Los nuevos lavavajillas de 45cm son perfectos para cocinas pequeñas y han sido elegidos por una reputada organización de consumidores como compra maestra por su bajo impacto medioambiental y su funcionamiento en modo ECO, entre otros aspectos:

- *El programa Eco:* Cuenta con uno de los mejores programas ECO del análisis. La temperatura del agua se mantiene constante durante todo el lavado, ahorrando energía y favoreciendo el cuidado de la vajilla. Además, utiliza la mínima cantidad de agua posible y hace que no sufra daños por cambios bruscos de frío-calor.
- *Bajo consumo:* Cuentan con el motor Eco Silence, que además de ser silencioso, también es eficiente. Al conseguir una potencia alta en la circulación del agua, el ciclo de lavado se aprovecha al máximo. Consume únicamente 14 céntimos en agua y luz por programa.
- *Cómodo y fácil de usar:* No se encuentran mensajes incomprensibles. El display muestra la información básica y realmente necesaria para el usuario: el tiempo restante para que acabe el programa, y si se tiene que reponer la sal o el abrillantador.
- *Capacidad:* Caben hasta 10 servicios. Es decir, se podrían meter los platos y cubiertos de 10 personas... y aún quedaría espacio para un tupper, cucharones, e incluso una olla.

Además, los programas automáticos son muy cómodos porque siempre se ajustan a lo que se necesita en cada momento.

www.bosch-home.es

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de los contenedores en uso.

Contenedor 2Side System para la recogida selectiva de residuos

Dos líderes del sector, Contenur y Ecología, han lanzado el contenedor de polietileno de carga bilateral "2Side" diseñado por Activa Design y el TIIP.

La gama de contenedores de carga vertical mediante un robot grúa es altamente resistente. Está fabricada mediante un sistema de rotomoldeo con PEAD (Polietileno de Alta Densidad), coloreado en masa y estabilizado frente a la acción combinada del agua y los rayos U.V., lo que proporciona al producto una gran resistencia frente a los agentes atmosféricos, no siendo afectados directamente por la corrosión y de superficie inalterable.

Su desarrollo técnico para una industrialización optimizada ha sido desarrollado por el taller de inyección de la industria de los plásticos de la Universidad de Zaragoza.

El diseño de Activa Design ofrece una estética más amigable que se adapta perfectamente al entorno urbano, de formas orgánicas que son percibidas por el cliente y los usuarios como más modernas, confiriéndole connotaciones de mayor calidad, además de ser fácilmente personalizable. En su desarrollo técnico se ha definido la opción de recubrir el interior del contenedor de manera que su utilización sería mas silenciosa, minimizando la huella sonora de sus predecesores.

La gama 2Side System por su diseño incrementa la carga útil, optimizando la capacidad de carga del vehículo de recogida y reduciendo el coste de la misma, y presenta una gran variedad de soluciones específicas: puertas abatibles, rotativas, bocas fijas, etc. para cada necesidad de recogida: vidrio, papel, envases, etc.

<http://www.contenur.com/>
<http://www.ecologia.re.it/>
<http://www.activa1.com/>
<http://www.tiip.unizar.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Sistema de gestión Stelaria

ELT Especialidades Luminotécnicas S.A.U. instala en el municipio de Torres de Berrellén su sistema inalámbrico de gestión remota de alumbrado STELARIA

ELT Empresa zaragozana líder en el mercado de los componentes de iluminación, con presencia mundial en 85 países y más de 40 años de historia, entiende que la innovación y el talento van de la mano para garantizar un alto nivel de competitividad en el desarrollo de productos y servicios que proporcionen una iluminación eficiente, para mejorar la calidad de vida de las personas, aumentando su confort y bienestar, mediante un uso sensato de la tecnología.

La nueva línea de desarrollo e innovación de Smart lighting desarrollada y fabricada por la firma aragonesa ELT está diseñada para garantizar una gestión inteligente del alumbrado público.

El pasado 16 de febrero, se realizaba el encendido de la nueva instalación de alumbrado inteligente en el municipio Zaragozano de Torres de Berrellén, que utiliza el sistema de gestión remota de la firma ELT.

STELARIA es un avanzado sistema inalámbrico de gestión remota, punto a punto, de iluminación exterior. Un proyecto multidisciplinar, pilotado por el Centro de Innovación y Desarrollo de la firma especialista en tecnologías de iluminación ELT, resultado de la convergencia e integración de tecnologías avanzadas en electrónica de potencia para luminarias, sensorización, sistemas de comunicaciones y procesado de datos.

Esto posibilita, entre otras funcionalidades, el encendido/apagado programado de las luminarias, la regulación dinámica de los niveles de iluminación, la representación gráfica de las luminarias sobre mapa, la generación automática de avisos/alarmas, la monitorización en tiempo real del estado de las luminarias, y el mantenimiento preventivo de cada una de ellas de forma individualizada en múltiples instalaciones al mismo tiempo.

El gerente de la firma ELT, D. Juan José González Méndez, explicaba, cómo "la implantación de estos sistemas inteligentes abren un nuevo escenario donde el alumbrado es un reto y una inmensa oportunidad para liderar el cambio tecnológico que va a conducir nuestra forma de vida en los próximos años a nivel mundial". Al acto asistieron diferentes autoridades políticas y del mundo empresarial aragonés y el arranque del sistema fue llevado a cabo por el presidente de la Diputación Provincial de Zaragoza, D. Juan Antonio Sánchez Quero.

STELARIA, que ya era presentada en la pasada Exposición Internacional Light & Building de Frankfurt y en la Smart City Expo World Congress de Barcelona, es sin duda uno de los grandes hitos para la sociedad. Un sistema de gestión de alumbrado eficiente, inteligente, dinámico, autónomo y adaptable en tiempo real a las necesidades cambiantes de las ciudades, convirtiendo estos espacios urbanos en entornos eficientes y sostenibles al servicio de sus habitantes.

Incremento de calidad vida, aumento de la eficiencia energética y mejora de la gestión las ciudades.

www.elt.es

[inicio] [titulares de grupo]

Imagenes del acto de encendido.





Imágenes de la feria.



Imagen del producto premiado.

ATARÉS finalista en los premios Best of BDNY en Nueva York

ATARÉS fue premiada en la feria BDNY de diseño de hoteles boutique en Nueva York donde presentó sus últimas colecciones de mosaicos de mármol. Durante el evento, nuestro diseño en mármol "Angled Marble Mosaic" fue premiado como finalista en el Annual Product Design Competition – Best of BDNY 2016.

La Boutique Design New York Fair (BDNY) es la feria de referencia del sector de hábitat en la Costa Este y es el punto de encuentro de interioristas, constructores, estudios de arquitectura y cadenas hoteleras.

La empresa ATARÉS participó por primera vez en la edición de este año como parte de las empresas de Interiors From Spain, del Instituto de Comercio Exterior de España (ICEX).

Durante el show, se presentaron las nuevas colecciones de ATARÉS con piedra natural, desde diseños contemporáneos, geométricos y abstractos como "Strings" hasta aquellos de calidad fotográfica de texturas naturales como "Waterfall".

ATARÉS presentó su concepto de Mosaico Angular que fue premiado como finalista de lo mejor de la feria en la categoría "Arte y Accesorios", debido a la innovación en su diseño y acabado estético.

Angled Natural Marble Mosaic es una opción de acabado de mosaico de mármol que, utilizando nuestra técnica patentada, crea un ángulo de 90 grados generando un efecto de continuidad entre pared y suelo. Permite así diseñar espacios con revestimientos y pavimentos artísticos con un diseño personalizable.

Este acabado de mosaico es perfecto para crear ambientes originales como revestimientos en lobbies y espacios sometidos a humedad donde es difícil encajar conceptos artísticos, como baños, duchas o Spas.

Por otro lado, también abre las puertas a diseños impresionantes de mobiliario, como por ejemplo, integrar un lavabo en el plano horizontal del Mosaico Angular.

Todo ello con las características de los mosaicos ATARÉS: realizados con las vetas y tonos del propio mármol, siempre irrepetibles, naturales y sin tratamientos artificiales como tintes o foto impresión.

Angled Natural Marble Mosaic supone un nuevo paso en la creatividad de los diseñadores para diseñar espacios originales, y únicos.

www.atares.es

[inicio] [titulares de grupo]

Diseño, tecnología y tercera edad

Diseño de "pulsador" para el sistema de teleasistencia avanzada de **Sensovida**, dirigido a usuarios de la tercera edad.

El sistema funciona mediante el uso de dispositivos con tecnología sensorial, una solución pionera en el ámbito de la teleasistencia.

Esto permite la detección de situaciones de riesgo de forma autónoma, y complementa el servicio con una APP móvil que permite la monitorización fuera de casa o teleasistencia móvil.

Diseñado para la comodidad del usuario, que debe llevarlo 24 horas al día para mejorar su seguridad, quién puede elegir llevarlo en la muñeca o al cuello, además de seleccionar el modelo, material (nylon o cuero) y color de la correa.

Además es intercambiable, así como el diseño de la gráfica aplicada al producto, también personalizable. Las carcasas cumplen con una IP 67 para poder ducharse y bañarse sin problemas.

La estética huye de las formas y colores de los actuales botones de emergencia, acercándose más a productos tecnológicos como relojes o pulseras de actividad, la posibilidad de elegir acabados, colores y personalizar, lo convierte en una opción más moderna y elegante, de acuerdo con los gustos de cada usuario.

Activa Design ha desarrollado el diseño de producto, gráfica aplicada y packaging.

<http://www.sensovida.com>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del pulsador.



Packaging del producto.

* Todas las imágenes (caja y pulseras) muestran prototipos.

Imagen de la gama.





Familia de calderas BioCurve.



Vista en sección de la caldera en funcionamiento.



Imagen generada del plato de limpieza.

BioCurve aumenta su oferta de calderas de pellets con la familia de baja temperatura

Con el objetivo de aumentar su oferta de producto y adecuarlo a las necesidades de cada usuario, la empresa BioCurve ha lanzado su gama de calderas de baja temperatura, caracterizadas por un tamaño muy compacto y una combustión e intercambio optimizados, que las sitúan en posición líder de calderas de no condensación, con rendimientos de hasta el 98.5%.

El diseño de esta nueva gama mantiene la línea estética del resto de calderas de la marca con las correspondientes adaptaciones a los nuevos tamaños, potencias y sistemas de alimentación.

BioCurve decidió contar en sus inicios con el diseñador Raúl Llagüerri para el diseño del aspecto exterior de sus calderas. El principal reto consistió en concebir una estética de caldera para la recién creada empresa, que carecía de antecedentes o historial de modelos en los que poder basarse. Este nuevo diseño era estratégico, pues suponía marcar la tendencia estética de los productos de la firma en el corto y medio plazo. Por esta razón se realizó un completo análisis de mercado de este tipo de calderas que permitió estudiar la competencia y realizar un posicionamiento estratégico. También se tuvo en cuenta que la construcción del carrozado de la caldera permitiera una fabricación sin necesidad de gran inversión en utillajes, así como la fácil adaptación del diseño a diferentes tamaños. En todo momento se ha trabajado con el departamento técnico de BioCurve para la adaptación al diseño mecánico y funcional de la caldera.

La colaboración de Llagüerri con BioCurve se ha prolongado, realizando trabajos como la decoración de las instalaciones que tiene la empresa en el CEEI Aragón, el diseño de diferentes sistemas de alimentación de las calderas o la realización de imágenes comerciales para catálogos y fichas de producto. En las imágenes comerciales se ha buscado la obtención de una uniformidad visual tanto en colores como tonalidades que ofrezcan una sensación limpia y agradable a la vista. Un ejemplo de esto es la vista en sección de la caldera en funcionamiento o el sistema del plato de limpieza.

<http://www.biocurve-heating.com/>

<http://llaguerri.com/>

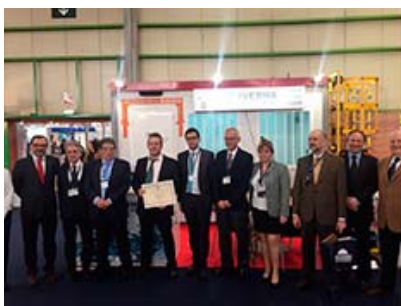
[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la escalera Inoxpat.



Imagen del asidero inoxidable.



Entrega del galardón en Smagua.

Nueva escalera de Iverna 2000, regulable a grados

Fabricada en acero inoxidable en todos sus elementos y polipropileno de alto impacto, alta visibilidad y larga protección ultravioleta, esta escalera tiene la particularidad de que se adapta a todos los terrenos. El peldaño se puede regular dependiendo del terreno, sea un pozo o colector. Por ejemplo en un canal de agua el peldaño se regula a 45 grados por lo que el pie siempre entra recto al peldaño y el operario asciende o desciende más seguro y de forma correcta por la superficie antideslizante y los topes laterales del peldaño.

La escalera Inoxpat está pensada para estar sumergida continuamente en agua gracias a los materiales de alta calidad con los que está construida. Es modular y se fabrica en tramos de 3000 mm, permitiendo conexionar tramos hasta la medida que necesite el cliente.

Los principales usos de la escalera Inoxpat son:

- pozos y colectores
- canales de riego abastecimiento y trasvase
- balsas de riego
- acequias
- depuradoras
- labores de mantenimiento

ASIDERO INOXIDABLE

Además, Iverna 2000 fue galardonada con el premio a la innovación técnica en SMAGUA 2017 gracias a su asidero inoxidable Iverna.

Este asidero polivalente está construido en acero inoxidable AISI.316, calidad espejo, por lo que es el material idóneo para contrarrestar los ambientes húmedos y ácidos que se producen dentro de pozos, arquetas y colectores. Además es de fácil accionamiento ya que está construido sobre una base que dispone de unas ranuras cortadas por láser donde resbala el bulón de la barra de asidero, accionándolo con un leve giro.

El asidero inoxidable de Iverna se puede acoplar a pozos curvos y paredes rectas de colectores y arquetas, también se puede acoplar directamente a pates o escaleras existentes o bien directamente al hormigón. El asidero se puede pedir con barra desmontable o con versión fija para asegurar que el operario siempre tenga el acceso y descenso al pozo con seguridad.

<http://iverna2000.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

OmWater Design, S.L. - Diseñar más allá del objeto

OmWater es un estudio de diseño industrial integrado por dos aragoneses, Cesar Didi Ferrer y Miguel Antón Malo, que se han unido para:

*"crear objetos en base a las cualidades espirituales de éstos y bajo criterios de ecología y sostenibilidad, teniendo en cuenta diversos factores. Por un lado la dimensión cualitativa de la resonancia vibratoria proveniente de la forma y de la intención de ésta. Por otro lado, la impronta de los hábitos en nuestra emocionalidad y nuestro crecimiento espiritual, - que nosotros llamamos **mantrificar** el acto cotidiano, - por supuesto sin olvidar aspectos como la funcionalidad, ergonomía, estética y eficiencia que todo objeto bien diseñado debe poseer.*

No se diseña el objeto pensando solamente en cómo debe ser éste para cumplir su cometido, sino que lo que se diseña es la capa invisible que todo objeto conlleva llevándolo a ser más allá de un producto, un acto, una vibración y una nueva postura mental con la que transformar paulatinamente nuestras vidas y recibir todos los beneficios asociados a estos cambios a nivel individual y colectivo teniendo así un impacto sobre el conjunto ser humano-naturaleza, continúan los diseñadores.

También nos dicen, que la botella GRATITUDE está creada para facilitarnos un acceso a esta transformación a través de la gratitud. Pedimos al agua que nos ayude a adquirir esta vibración y a sostenerla día a día cada vez que realicemos el acto de beberla. Dicen además, que nos proponen jugar a ser creadores de las vibraciones que deseamos recibir, sostener y manifestar en nuestra realidad a través de la intención con la que bebemos día a día.

Y que, esta botella está diseñada 100% bajo una geometría áurea (numero de oro) poniéndola así en sintonía con el universo y con el resto de formas vivas. En su base se ha incorporado una geometría llamada "Semilla de la Vida", que representa la estructura básica de todo lo que existe, una frecuencia que es generadora de nueva creatividad, que nos ayudará a transmitir y asimilar estas nuevas vibraciones.

El logo en relieve sobre la botella (el símbolo Om dentro de una gota de agua) reconoce y manifiesta que el agua es vida, es conciencia, existencia, dicha.

En la base de la botella encontramos la palabra - Gracias - en 6 idiomas. Mantrificar el acto sería aquí acordarse y volver a sintonizar una y otra vez con la gratitud cada vez que bebemos agua. Esto nos ayudaría a experimentar cada vez más esta gratitud, hasta sentirla de forma continuada por todo lo que la vida nos ofrece y tiene para ofrecernos. La gratitud está considerada como el sentimiento más elevado para un ser humano no iluminado y puerta para esta iluminación.

En definitiva, terminan diciendo desde OmWater Design, una botella diseñada con amor para elevar positivamente la vibración del agua y por resonancia, de quienes la usen".



OmWater.

[inicio] [titulares de grupo]

L'Alforjeta y la Fundació Crisàlida crean las Galletas Medardetas



Momento de la presentación y cata a ciegas.



Moldes impresos en 3D con tecnología FDM.



Galletas Merdardetas.

El pasado mes de Febrero tuvo lugar la presentación en Benabarre de las Galletas Medardetas, creadas por L'Alforjeta y la Fundació Crisàlida. Una presentación pública muy singular, puesto que ha contado con la participación de 10 vecinos de la localidad en una cata sorpresa para descubrir este nuevo producto. Durante esta cata a ciegas, los asistentes pudieron descubrir las galletas mediante el tacto, el olfato, el gusto y, por último, la vista. Las galletas, que llevan el nombre de Medardetas en honor a San Medardo, el patrón de Benabarre, tienen la forma del Castillo de Benabarre y la Ermita de San Medardo, dos de los iconos más representativos de la población y están hechas a base de harina de espelta y canela.

La idea original es de Paula Gracia, diseñadora gráfica de Benabarre que fue premiada recientemente con un premio Laus de bronce en diseño gráfico. El molde ha sido diseñado y fabricado en impresión 3D por Raúl Llaguerri. Para el diseño de los moldes se partió del diseño gráfico creado por Paula y se tuvo en cuenta diferentes factores como la densidad de la pasta o el espesor de las zonas de marcado. La impresión 3D permite la fabricación inmediata de este tipo de moldes usando plástico permitido para el uso alimentario y a un coste bastante reducido. Después de una serie de pruebas y ajustes de las piezas, los moldes estaban listos para la fabricación, que han materializado gracias a L'obrador d'Atenea, que la Fundació Crisàlida tiene en Camporrells.

<https://www.facebook.com/lalforjeta/>
<http://fundacioncrisalida.org/>
<https://www.behance.net/paulagracialarregola>
<http://llaguerri.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

#Soyvisual: una herramienta desde el diseño para ayudar a aquellos que se comunican con imágenes



Imagen promocional del proyecto.



Sitio web www.soyvisual.org



App para móviles y tablets.

El estudio Tropical, asesorado por profesionales de la educación, ha desarrollado este sistema de comunicación aumentativa basado en imágenes y láminas ilustradas, que facilita a personas con autismo la comprensión del mundo.

#Soyvisual es un ejemplo de cómo desde la metodología y experiencia del diseño gráfico se pueden aportar soluciones de comunicación no comerciales y con un fin social.

Las personas que sufren trastornos del espectro autista y personas que tienen dificultades con el lenguaje oral encuentran en las imágenes la manera con la que comunicarse con los demás, organizar sus rutinas e integrarse en su entorno más inmediato. Para facilitar su aprendizaje del lenguaje y el trabajo de educadores y familias, nació #Soyvisual, un sistema de comunicación universal y gratuito desarrollado por el estudio de diseño Tropical, con el apoyo de un equipo de profesionales de la comunicación y la educación y promovido por la Fundación Orange.

El proyecto, lanzado hace un año, coincidiendo con el Día Mundial de Concienciación sobre el Autismo, que se celebra el 2 de abril, proporciona a estas personas un apoyo para comunicarse de la forma más natural para ellos: de manera visual. #Soyvisual es también una reivindicación de su manera de relacionarse con el mundo y entender la realidad, a través de imágenes.

Con #Soyvisual, Tropical se ha enfrentado al reto nunca antes abordado de construir un sistema de comunicación, basado en fotografías, láminas ilustradas y un avatar modelado en 3D que representa acciones y adjetivos, independientes del sujeto de la acción. El sistema se ha comenzado a desarrollar a partir de las necesidades más básicas de comunicación (como "comer", "beber", "oler", "dormir" o "pasear"). Aquellas que son contenidos básicos en los primeros aprendizajes en la familia y en la escuela.

Tropical abordó el proyecto desde el pensamiento de diseño, una metodología innovadora en la que de manera colectiva –en este caso, con un equipo multidisciplinar que trabaja muy cerca de las comunidades de usuarios- se pueden detectar y abordar necesidades específicas. Las fotografías y láminas se crean en el estudio, en base a las necesidades determinadas por los logopedas y educadores, y se testean con los usuarios en un proceso de mejora constante hasta llegar a soluciones de comprensión total.

Todos los recursos forman parte de un mismo sistema visual, definido por Tropical en el inicio del proyecto, y en el que la forma está al servicio de la función. Las fotografías son representaciones icónicas de cada concepto a trabajar, y están realizadas con unas características técnicas concretas para su finalidad. La fotografía es el modo más sencillo para hablar sobre el mundo real y son el puente entre la realidad y otras representaciones visuales más abstractas, como por ejemplo los pictogramas.

Por su parte, las ilustraciones, que representan escenas cotidianas ("el niño está triste", "El papá y la mamá están cansados", etc.), tienen varios niveles de lectura, que los educadores utilizan en función del nivel cognitivo de sus alumnos.



Fotografías.



Laminas ilustradas.



Material didáctico.

Un elemento fundamental del proyecto #Soyvisual es la web www.soyvisual.org, enfocada a la búsqueda y descarga gratuita de los recursos, que están organizados a partir de un sistema de etiquetas semánticas que incorpora un potente buscador. La web se actualiza diariamente con recursos propios o creados por los miembros de la comunidad.

Por último, #Soyvisual cuenta también con una App para móviles y tablets que proporciona un aprendizaje más autónomo mediante actividades como juegos y adivinanzas que se pueden ir descargando desde la propia aplicación.

Diseño gráfico al servicio de la comprensión cognitiva

En #Soyvisual todo el trabajo de diseño gráfico está al servicio de la comprensión cognitiva. El principal objetivo es que lo representado sea entendido, y por lo tanto útil para personas con necesidades especiales de comunicación. La estética es una herramienta de la que los diseñadores se sirven para dotar al sistema de coherencia formal.

El desarrollo del sistema #Soyvisual ha ido acompañado del trabajo sobre la marca y la comunicación del proyecto. El naming es además una reivindicación en positivo de lo que significa tener unas capacidades diversas: incluye a las personas con trastornos del espectro autista, pero también a las personas que han sufrido una parálisis cerebral, extranjeros o personas que, por un accidente, tienen afectada el habla y la comprensión oral. Todos ellos se apoyan en Sistemas aumentativos y alternativos de comunicación (SAAC) como #Soyvisual, para aprender y comprender el mundo.

La comunidad #Soyvisual

Detrás de #Soyvisual está un equipo formado por ocho personas, fotógrafos, ilustradores, diseñadores y profesionales de la educación, coordinados por Tropical, un estudio de diseño ubicado en Zaragoza y formado por Álex Sánchez y Sergio Palao. #Soyvisual es un proyecto no comercial (con licencia Creative Commons), promovido por Fundación Orange, que impulsa proyectos tecnológicos creativos e innovadores que ofrezcan respuestas a las necesidades de las personas con autismo.

Desde su lanzamiento en 2016, el sistema #Soyvisual no ha parado de crecer. Cada semana se publican nuevos materiales y recursos. Y en torno a él se ha constituido una comunidad de usuarios que descarga estos recursos y utiliza los materiales para crear sus propios documentos o presentaciones, que comparte a través de la web con el resto de los miembros de la comunidad.

El portal nació con 600 recursos disponibles y a día de hoy incorpora más de 1.700. A pocos días de cumplirse un año de su lanzamiento se han superado los 250.000 recursos descargados, más de 20.000 personas han instalado la App, el sitio web ha recibido un millón de páginas vistas y se ha formado una comunidad de más de 17.000 usuarios y usuarias en Facebook. Datos muy positivos que demuestran la gran acogida que ha tenido el proyecto.

www.soyvisual.org
www.fundacionorange.es
www.tropicalestudio.com

[inicio] [titulares de grupo]



Agenda de REDDiary.

REDDiary, el primer proyecto de Tinnwork

Tinnwork es una empresa pensada para ayudar a mejorar la sociedad y dar respuesta a alguno de los muchos retos, grandes o pequeños, a los que se tienen y tendrán que enfrentar.

El primer proyecto desarrollado por Tinnwork se llama REDDiary, está dirigido a la tercera edad y a personas con discapacidad, y pretende dar la oportunidad de acceder al teléfono móvil de una manera muy sencilla y adaptada a las necesidades e intereses de cada usuario.

Consiste en una aplicación móvil y una agenda física. Únicamente apoyando el móvil sobre las páginas podemos realizar determinadas funciones, como hacer llamadas, leer mensajes, leer noticias, comprobar el siguiente evento de nuestro calendario, y muchas más.

Para aquellas personas que tengan dificultades para pasar páginas, o simplemente por comodidad, el producto se presenta también en formato tapete.

La idea es ofrecer una solución que además de simplificar el uso del teléfono aporte la seguridad de estar interactuando con algo tangible

Hay que destacar que se trata de un proyecto con valor social y responsabilidad en toda la cadena de valor: desde la elección de los proveedores con criterios de responsabilidad social hasta la producción y distribución a través de un Centro Especial de Empleo.

El proyecto ha sido seleccionado por el programa Startup Huesca, llevado a cabo por Obra Social "la Caixa", Fundesa y el Parque Tecnológico Walqa.

www.tinnwork.org

[inicio] [titulares de grupo]

Social&Care, inteligencia artificial para el cuidado de personas discapacitadas o mayores



Esta aplicación, desarrollada por una empresa zaragozana, permite a los usuarios tener más autonomía dentro y fuera de casa, más confianza y, en definitiva, mejor calidad de vida. El usuario solamente tiene que llevar consigo uno de los tres dispositivos wearables –un móvil, un reloj inteligente o una baliza GPS– y Social&Care informa automáticamente al familiar o cuidador si la persona está bien, actúa con normalidad y está donde debe estar.

Ignacio Barraqué, CEO de Social&Care, afirma que "esta herramienta supone una gran diferencia respecto a las tecnologías actuales porque la responsabilidad de saber que la persona está bien recae sobre nosotros. El usuario no tiene que hacer nada, sino que la aplicación informa de todo automáticamente, dándoles a los usuarios la máxima autonomía y confianza".

Tareas habituales, ubicaciones e itinerarios frecuentes se interrelacionan con horarios y recordatorios gracias a la inteligencia artificial, que crea y memoriza esos hábitos de manera sencilla e intuitiva. El cuidador, desde su dispositivo, puede regular la frecuencia de los avisos según el ritmo y estilo de vida del usuario, crear tareas o recordar avisos, además de saber en todo momento si se encuentran bien.

Social&Care supone un gran avance para familiares y cuidadores particulares, como para entidades del tercer sector dedicadas al cuidado y atención de personas mayores o con alguna discapacidad. El usuario puede llevar una vida totalmente autónoma dentro y fuera de su domicilio, en cualquier parte del mundo, mientras el cuidador o el familiar recibe información a tiempo real y puede responder con la máxima rapidez en caso de emergencia.

Este proyecto surge porque hasta el momento las aplicaciones existentes requieren la acción activa del usuario para informar sobre su estado y al mismo tiempo exigen un cierto dominio de las nuevas tecnologías. Social&Care dispone de tres tipos de dispositivos que permiten recibir y consultar avisos, recordatorios y tareas de forma muy simple para que cualquier persona de avanzada edad o con alguna discapacidad pueda utilizarlos. Además, no solo dispone de botón SOS para llamar directamente al familiar o cuidador si surge algún problema, sino que permite al cuidador llamar al dispositivo, que incorpora una tarjeta sim, para escuchar y comprobar lo que sucede, reaccionando convenientemente en caso de que sea necesario.

La aplicación Social&Care se puede descargar en dispositivos móviles Android o iPhone y los relojes inteligentes y balizas GPS están disponibles en la página web.

www.socialandcare.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de la aplicación.

Mamífera, ropa de lactancia que aúna funcionalidad y moda



Imágenes de diferentes prendas de la colección.

Mamífera es una marca de ropa de lactancia que aúna funcionalidad y moda, ya que presta la misma importancia al diseño formal de la prenda que a la función de facilitar la lactancia de forma cómoda.

A mediados de Mayo se presentó la nueva colección de Primavera-Verano, con multitud de tops y vestidos de tejidos ligeros y estampados veraniegos. El proceso de creación comenzó mucho tiempo atrás, a principios de año, la primera parte del proceso creativo es el bocetaje de los diseños, realizados por Asun Juderías, propietaria de Unauna.

Es fundamental imaginar la caída de la prenda, el tipo de tejido más adecuado y qué sistema de apertura para la lactancia se utilizará, todo ello sin salir del papel, aunque en ocasiones es necesario realizar prototipos que ayudan en la toma de decisión de los modelos que formarán parte de la colección.

Una vez seleccionados los diseños y los tejidos para la colección, se digitalizan los patrones con su escalado para las diferentes tallas y se inicia el proceso de fabricación que pasa por el corte de las telas, el cosido de las prendas y su planchado. Todos estos pasos se realizan con pequeños talleres de España, buscando siempre que sea posible la mayor proximidad para minimizar el impacto ambiental.

Los dos puntos fuertes de las prendas son la comodidad y la versatilidad. Cuando el público las ve no las relaciona con ropa de lactancia, las aperturas se realizan con cremalleras invisibles que quedan camufladas en el diseño de la prenda, de manera que la vida útil de la prenda es mucho más amplia. Y es que el objetivo, según la empresa, es que las madres lactantes, "se sientan cómodas durante un período de su vida tan importante como es la lactancia materna, pero que también se vean bien, se sientan guapas y ellas mismas, porque además de madre, se sigue siendo mujer".

www.soymamifera.com

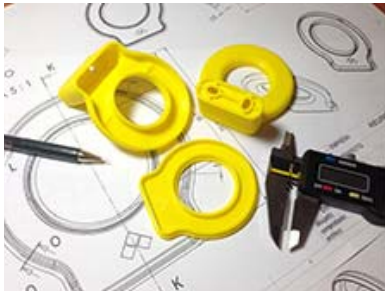
[inicio] [titulares de grupo]



Pruebas en diferentes colores .



Diseño de la nueva percha.



Prototipos impresos en 3D.

Próxima comercialización de un nuevo modelo de percha de la empresa REI

La empresa REI, Reunión Industrial, se dedica al diseño, producción y comercialización de complementos para los sectores de bricolaje, decoración y mobiliario desde 1986. Cuenta con un equipo humano de más de un centenar de personas en sus cuatro plantas de producción donde se realiza desde el diseño de artículos, prototipado, confección de moldes, fundición y torno de metal, hasta su envasado para el punto de venta.

Desde hace ya un año cuentan también con la colaboración de Llagüerri para el desarrollo de productos. El objetivo de esta colaboración es agilizar la comercialización de nuevos productos garantizando la fabricación y la funcionalidad de las piezas. Entre los diversos trabajos destacan el desarrollo para fabricación, la mejora de productos existentes y el diseño de nuevos productos. Al contar con la impresión 3D, el desarrollo de las piezas se acelera ya que la fabricación de los prototipos y ajustes se realiza de forma casi inmediata.

Uno de los primeros productos que se va a comercializar próximamente y que surge como fruto de esta colaboración es un nuevo modelo de percha. Diseñada por Héctor Diego, diseñador valenciano que colabora de forma habitual con REI, y desarrollada por Raúl Llagüerri. En el desarrollo se ha tenido en cuenta la fabricación por inyección de plástico y el sistema de montaje de la tapa que garantice un fácil y cómodo uso por parte del usuario final. La percha está compuesta por una base que se monta atornillada en la pared y una tapa intercambiable que añade un toque de color al conjunto. Estará disponible en diversos colores y acabados que se podrán ir ampliando con el tiempo.

<http://www.reunion-industrial.es/es/>
<http://www.hectordiego.com/>
<http://llaguerrri.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

Últimos proyectos de Estudio Versus

LOLEA ROSÉ

Sangría Lolea presenta un nuevo concepto de cocktail de vino rosado frizzante, con jengibre y flor de hibisco. Con un diseño que sigue la línea marcada por Lolea desde sus inicios pero con un toque Rosé. La gráfica e identidad de marca de Lolea, creada por el Estudio Versus, reúne los cuatro pilares sobre los que se asienta la marca: gourmet, tradicional, alegre y española.

En esta ocasión adopta el rosa como color principal, combinado con toques de color blanco, una tipografía más orgánica y gestual, y la solidez del negro tan presente en el código gourmet, dotan a esta nueva Lolea N°5 de una personalidad única, tanto en su sabor como en su diseño. Lolea rosé está "ready to drink", para disfrutar solo o como base para un cóctel.

MOLINO ALFONSO

Fundada en 1907, la almazara Molino Alfonso lleva más de cien años produciendo el mejor aceite de oliva de los olivos centenarios de la comarca de Belchite. Dedicada a la producción, envasado y comercialización de Aceite de Oliva Virgen Extra con Denominación de Origen Bajo Aragón.

Desde Estudio Versus han desarrollado una nueva identidad visual de la marca tratando de mantener sus valores centenarios en toda su gama de productos. Aceites de oliva, olivas y patés forman parte de su extensa gama de productos. Además han desarrollado una línea de cosmética natural, formulada con aceite de Oliva Virgen Extra, y una gama de aceites ecológicos que combinan a la perfección con los valores de la marca.

Galardonado en la categoría de Mejor Diseño Gama Retail con la Medalla de Oro, siendo uno de los mejores diseños de envases de AOVE que han concurrido en EVOOLEUM AWARDS 2017, "por reinventar el concepto de elegancia en un formato complicado como la lata, por su acertada selección de los colores, transmitiendo que contiene un producto cuidado y artesanal".

www.estudioversus.com
www.sangrialolea.com
www.molinoalfonso.com

[inicio] [titulares de grupo]



Nuevo Lolea Rosé.



Identidad de la nueva marca Molino Alfonso.

Imágenes de aplicaciones.





Imágenes de la edición limitada.

Viñas del Vero presenta una joya única: Alfaya

La bodega lanza una nueva Edición Limitada de su emblemático vino blanco Viñas del Vero Gewürztraminer Colección, en la que incluye una joya única diseñada por el orfebre Fernando Piró.

El orfebre, Fernando Piró, ha diseñado un colgante inspirado en Viñas del Vero Gewürztraminer, el vino blanco más emblemático de esta bodega. Con Alfaya, Viñas del Vero da vida a una pieza que evoca toda la grandeza que encierra el Somontano y la nueva imagen de Viñas del Vero Gewürztraminer 2016.

Viñas del Vero Gewürztraminer 2016 se elabora con las uvas seleccionadas procedentes del pago "El Enebro". Destaca por su llamativa luminosidad en la copa, con un elegante juego de brillos dorados y verdes. En nariz posee un gran potencial aromático de flores blancas y frutas orientales, que son acompañadas en boca por sensaciones agradables unidas a un tacto sedoso y sensual.

Alfaya es el nombre elegido para esta obra singular, un término utilizado en el aragonés antiguo del Somontano para hacer referencia a las joyas de la época. De edición limitada, Alfaya es un colgante exclusivo realizado a mano y acabado en plata dorada de primera ley, que recuerda el color de la variedad Gewürztraminer.

El orfebre, creador de la Medalla de la Hispanidad (2008), define esta creación que refleja la esencia de Viñas del Vero Gewürztraminer como: "Paseos entre piedras milenarias, amaneceres de otoño brumoso, aguas cristalinas que corren por el río Vero. Difícil resumir en una sola pieza todo el Somontano, sus colores, sus texturas, el aroma de sus campos. Reflejos del atardecer en el cuarzo roas, el verde de la vid en el jade, el azul del agua que da la vida a la piedra madre. Y la plata, que chapada en oro, evoca el color de este Gewürztraminer."

Alfaya se presenta en un estuche, diseñado a medida y que se convierte en un joyero lleno de detalles, que contiene una botella Viñas del Vero Gewürztraminer 2016 junto al colgante exclusivo diseñado por el artista.

La pasión por la innovación es una de las máximas de Viñas del Vero, una bodega pionera no solo en el mundo de la enología y viticultura, sino también en la realización de propuestas novedosas. Entre ellas se encuentran su última iniciativa, "Alfaya", y la creación del "Perfume de Gewürztraminer", la primera fragancia femenina del mundo vino basada en los inconfundibles aromas de esta variedad de uva.

Esta edición limitada se podrá adquirir en la tienda de Fernando Piró (C/ Ponzano, 6. Zaragoza) o en la tienda de Viñas del Vero (Carretera a Naval, km 3,7. Barbastro).

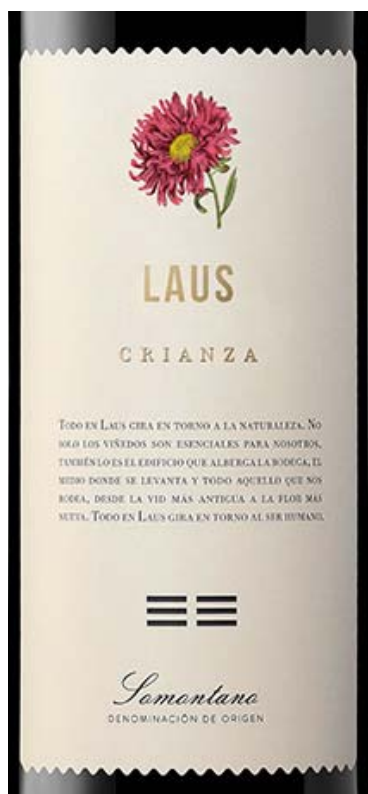
www.vinasdelvero.es
www.fernandopiro.com

[inicio] [titulares de grupo]

LAUS



Logotipo de LAUS.



Detalle de etiqueta.

Gama de vinos LAUS.

Bodega LAUS comienza una nueva etapa

El pasado mes de febrero se presentó una nueva andadura en la Bodega LAUS, con una imagen más actual y renovada, centrada en la naturaleza y en la búsqueda de una mayor conexión con las nuevas generaciones.

Para dar a conocer esta nueva estrategia, realizaron un evento de presentación de la nueva imagen en el taller floral Boogaloo, dedicado a la composición de ambientes florales. La localización no pudo ser más idónea ya que expresaba a la perfección la filosofía de elogio a la naturaleza mediante la representación de flores en los vinos e imagen de LAUS.

Durante el evento se presentó la línea de vinos y nueva esencia, más fresca y actual, en la que se pone de manifiesto la estrecha relación desde los orígenes de la Bodega con la naturaleza, en especial con el Somontano. Un lugar privilegiado en el que se encuentran la Bodega y los viñedos.

En este sentido, el logotipo también ha querido hacer una alabanza a la tierra al inspirarse en uno de los 8 trigramas que conforman el sistema del Yi King, la tierra, donde comienza el proceso de creación de los vinos LAUS.

Cuentan además con una página web renovada, llena de frescura y esencias florales, en la que el espectador podrá deleitarse con los vinos, inspirados en la belleza de una flor característica, como ilustra el diseño de las etiquetas cuyo autor es Enrique Torrijos, de la Agencia Torrijos Publicidad y Comunicación Integral, así como conocer los orígenes de la Bodega y su privilegiado entorno.

www.bodegalaus.es/
<http://www.torrijoscoyo.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Nuevos lanzamientos del Cafés El Criollo

DOBLE LABEL

Doble Label es el compromiso de Cafés El Criollo con los productores de café y los entornos sostenibles. Es nuestro blend 100% de tueste natural, certificado por el Comité Aragonés de Agricultura Ecológica y Fairtrade International.

La Certificación Ecológica garantiza que en su cultivo no se han utilizado pesticidas, herbicidas químicos, ni fertilizantes artificiales y que se respetan los recursos naturales del ecosistema, haciendo un uso responsable de la energía.

Bajo los criterios de Fairtrade los productores de café, además de obtener un trato comercial diferente de las condiciones estándar del mercado, reciben la prima de Comercio Justo Fairtrade para invertir en el desarrollo de sus comunidades y seguir produciendo de manera sostenible.

De ahí el diseño del packaging, desarrollado por la agencia de publicidad Comunica -t, es único en toda la gama de productos. El verde predomina en el envase, atendiendo a su naturaleza BIO y de producción sostenible. Las hojas del café y los granos del café que aparecen en el envase también atienden a su calidad de producto 100% natural en su esencia y en el tueste, también natural, al estilo tradicional de Cafés El Criollo. Estos elementos vienen a reforzar tanto la imagen como el concepto de comercio justo y orgánico.

Se presenta en dos tipos de formatos: 1 kg en grano en bolsa, para el sector de hostelería. 250 g molido en cartón para hogar, que se puede comprar en tiendas de alimentación especializada.

Siguiendo esta política de compromiso con el medio ambiente y los entornos sostenibles, en Cafés El Criollo han ido cambiando algunos de los envases de azúcar en monodosis que se distribuyen al sector hostelero en bolsitas de polipropileno, por envases de papel con certificación FSC. Todo producto forestal con el logotipo del FSC (Forest Stewardship Council) o Consejo de Administración Forestal, proporciona la garantía de que su origen es de un bosque que cumple con los criterios reconocidos internacionalmente en cuanto a una gestión forestal económicamente viable, socialmente beneficiosa y ambientalmente responsable.

SWEET ESPRESSO

Sweet Espresso es el blend exclusivo de Cafés El Criollo, en el que combinan a la perfección dos grandes orígenes cafeteros: Brasil y Colombia.

A las características propias que ambos cafés ya aportan por su origen, se añaden las peculiaridades de las zonas en las que han sido cultivados, lo que da una información completa sobre la trazabilidad del producto desde su origen, hasta que llega al tostadero.

De este modo, desde la región Do Cerrado Mineiro en Brasil, llega este café de alta calidad cultivado a 1.250 metros de altitud, de cuerpo sedoso, dulce y perfecto para maridar con leche. Y desde la región de Cauca en Colombia, donde los cultivos se encuentran a más de 1.700 metros de altitud, obtenemos este café que aporta un gran aroma y una acidez muy ligera, aportando elegancia y finura.

"Sweet Espresso" es, en definitiva, el resultado de mezclar en unas proporciones equilibradas, dos cafés con carácter propio,



Doble Label.



Sweet Espresso.

naturales y tostados a la manera tradicional de Cafés El Criollo, que sin duda harán disfrutar de una taza de café única.

En recipiente de acero, único para hostelería, con capacidad para 2 kg de café en grano. El envase es hermético con válvula unidireccional, que mantiene las cualidades organolépticas del café en óptimas condiciones durante un largo período de tiempo.

El nombre del producto es básicamente la característica fundamental de su ficha de cata, puesto que se trata de un café dulce. El diseño del envase atiende a su pureza, el marrón en diferentes tonalidades que conforman los cafés de los dos grandes orígenes que lo forman y que juntos crean este café único.

<http://www.cafeselcriollo.com/>
www.comunica-t.net

[inicio] [titulares de grupo]



Etiqueta tinto.



Packaging de los vinos blancos.

Biomio Organic lanza un vino orgánico especial para cocinar

Activa Design ha desarrollado el packaging para la gama de vinos especiales para cocina, de Bodegas Valdepablo. Bajo la marca Biomio Organic diseñada por Activa Design se realiza un rediseño. Se añaden atributos, casi de comic, que se asocian a un cocinero: gorro, gran bigote y mantel de cuadros.

La nueva gama está dirigida al mercado exterior, por lo cual todos los textos son en inglés. La simplicidad de los elementos ayudan enormemente a conseguir un envase con unos costes de fabricación muy ajustados. Se utilizan exclusivamente dos tintas y se propone una solución de diseño simple y eficaz a la vez.

La creación de gama dentro de Biomio Cocina se realiza con una sencilla selección de colores en función al vino utilizado: tinto y blanco.

El tipo de tapón, común al resto de la gama Biomio así como la gama Luis The Marinero desarrollada también por Activa Design, es el adecuado para los vinos dirigidos a exportación.

www.valdepablo.com
www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]



Logotipo en positivo y sobre fondo morado.



Imagen del catálogo de producto.



Imagen de los distintos packs.

La Mar de Cookies. Un proyecto con corazón al servicio de la repostería especializada.

La Mar de cookies es un proyecto integral basado en la constancia y el trabajo de una pareja que decidieron llevar la repostería y el pan al mundo de los celíacos e intolerantes a la lactosa.

Mar, acompañada de Alberto, encabeza un obrador que decidieron montar a causa de la cantidad de gente y amigos celíacos e intolerantes a la lactosa que les rodeaban. Mar dice que la primera vez que vio a una niña celíaca comer uno de sus bollos lloró.

El trabajo de diseño fue muy fluido, con una gran sintonía entre diseñador y cliente. El nombre había sido seleccionado hace tiempo así como una imagen previa de su negocio, así que el equipo de diseño propuso una actualización. Matizar el color para que fuese más suave, trazar las letras y quitar la línea que delimitaba una base a la imagen de marca, fueron sus principales propuestas. Se pretendía que el logo flotara para que en las futuras aplicaciones las cosas no fueran complicadas. Las letras tipo manuscritas evocan algo manual y cercano.

Una vez que la imagen estaba se trabajaron los pictogramas que se asociaban a sin gluten y sin lactosa para que fueran en línea y colores de la marca. También se desarrolló el packaging y la rotulación de la tienda.

En la propuesta de aplicación de marca se prepararon diferentes diseños para catálogo de productos y web, dónde pueden comprarse sus delicatessen, y para dar fuerza al conjunto de la marca y buscar una identificación clara de la empresa con su imagen.

En la actualidad el éxito de sus productos les está llevando a la ampliación del negocio y han franquiciado el proyecto, así que la imagen de marca se aplicará y difundirá asociándose a esta empresa y a su mimado producto.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Desarrollo de los aplicativos.

Finca DORIA naming, marca y packaging alimentación

El proyecto desarrollado por Activa Diseño engloba naming, branding y packaging, para una nueva marca de venta de patatas seleccionadas gourmet, dentro del sector de la alimentación.

Con un cuidado naming, sugerente tanto con la situación geográfica de la que procede la patata, como con el aspecto dorado que tiene el producto, ya sea natural o después de su cocinado. Para el desarrollo del naming, la visión pretende ser más global, al investigar sobre la historia de Soria y de dónde proviene el término "Soria", provincia de la que es originaria la empresa.

Ayudado de un claim evocativo se define la marca y se deja clara la procedencia de este producto y futuros. Respecto a la marca, FINCA D'ORIA se articula de una manera única focalizando la propia personalidad de la marca. Llevado a un terreno tipográfico de marcado estilo clásico pero actual.

La tipografía romana habla del destacado origen histórico de la región, a la vez, el toque stencil sugiere el tipo de producto y su tratado manual, así como su facilidad de aplicación a todo tipo de materiales con poco tratamiento y con dificultades a la hora de ser impresos.

D'ORIA está sujeto por FINCA de una manera sutil, para no robar protagonismo a la parte principal de la marca y a su vez forma un bloque compacto. Se consigue de esta manera una pregnancia muy potente, la sencillez y naturalidad de la marca hablan por el producto.

Para el packaging, hemos tenido en cuenta las propias limitaciones del soporte y método de impresión, para así, ser lo más efectivos en cuanto a mensaje y posición dentro del sector y el mercado, pero optimizando costes al máximo. El resultado es un packaging sobrio, elegante, con un carácter gourmet que sigue las pautas de la propia marca.

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]



La nueva identidad corporativa.

La DGA crea una marca única para promocionar Aragón como plataforma logística

El Gobierno autonómico ha creado una marca única para promocionar aragón como plataforma logística, cuya puesta de largo y lanzamiento se hará a principios del año que viene con el objetivo de vender sus "ventajas de conectividad" y la oportunidad competitiva que supone instalarse aquí tanto para la industria como las empresas de distribución.

Bajo este paraguas se centralizará la labor de comercialización de las cuatro plataformas públicas y de la sociedad Expo Zaragoza Empresarial. El objetivo final es convertirlo en un proyecto de región con los apoyos complementarios que implica la labor formativa de Zaragoza Logistic Center (ZLC) y la investigadora del Instituto Tecnológico de Aragón (ITA) en materia logística.

La marca "Aragón plataforma logística" cuenta ya con una imagen y ahora se trabaja en darle forma jurídica, de modo que tenga entidad propia para contratar campañas de publicidad o estudios. La principal baza de la marca es el valor añadido que a juicio de la Corporación tiene Aragón respecto a otros territorios que cuentan con suelo: la conectividad, un término que engloba no solo las infraestructuras de comunicación multimodal, sino la disponibilidad de empresas especializadas en la gestión de las cargas, así como de asociaciones impulsoras del desarrollo del sector.

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

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



Imagen del cartel de este año.

Un cartel dedicado a los peñistas, imagen de La Vaquilla 2017

Un cartel dedicado a los peñistas ha sido el ganador de entre 65 trabajos presentados al concurso para elegir la imagen de La Vaquilla 2017, cuyo autor es un joven turolense de 20 años, estudiante de Bellas Artes.

La alcaldesa de Teruel, Emma Buj, reconoció en el acto de presentación que con el cartel "los peñistas se sienten identificados", ya que en él aparece la imagen de una casaca, que es la tradicional chaqueta negra que portan los peñistas con los escudos, en los que en este caso aparecen las letras de 'Fiestas del Ángel de Teruel 2017'.

Este año, ha habido novedades puesto que hubo una primera selección de entre los 65 carteles presentados, con la colaboración de expertos, para hacer una selección de diez trabajos que se sometieron a votación popular a través de Internet.

El trabajo ganador recibió 673 de los 2.907 votos, apenas 8 votos más que el segundo cartel más votado.

De esta imagen se editarán 2.500 ejemplares que serán repartidos por toda la ciudad.

Autor del cartel

El autor, David Sancho Novellón, un estudiante de 2º curso del Grado de Bellas Artes en la Universidad Politécnica de Valencia, premio al mejor expediente por obtener la nota de acceso más alta a este grado en 2016.

Además, ha recibido reconocimientos en las diversas ediciones de los concursos de pintura de San Jorge de Teruel, además de otros concursos como el de la felicitación navideña del Ayuntamiento y la Escuela de Arte de la capital.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.heraldo.es

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del cartel de este año.

El cartel ganador de las fiestas del Pilar 2017

El zaragozano Javier Martín Martín se proclamó ganador del concurso del Cartel Anunciador de las Fiestas del Pilar 2017, con su obra titulada "A la J, Jota". El cartel, elegido entre los 125 presentados que optaban a la elección en esta nueva edición, y que contó como el año pasado con un jurado integrado por profesionales de la imagen, las artes plásticas y visuales, y la publicidad.

Según el ganador "el cartel quería buscar líneas simplistas y que quedara grabado en la memoria fácilmente". Javier Martín ha señalado que con su obra "quería transmitir la cultura nuestra, y lo que más la representa es la jota".

El jurado, presidido por el consejero de Cultura, Fernando Rivarés, estuvo compuesto por 12 miembros entre especialistas del diseño, la comunicación, la publicidad, el arte y la cultura, así como por técnicos municipales:

Junto al ganador, cuyo premio es de 4.000 euros, fueron seleccionados y distinguidos dos accésit, de 500 euros cada uno, para Víctor Meneses Lobera por la obra titulada "Pedacitos de fiesta", y para Javier Manuel Echevarría Piedrafita por el cartel que lleva el título de "La Colorica".

Los premios del concurso serán entregados durante las próximas Fiestas del Pilar, en un acto oficial que tendrá lugar en el Ayuntamiento de Zaragoza.

Por otra parte, señalar también que se seleccionaron 16 carteles para ser expuestos, junto con el cartel ganador y los dos accésit, en la sala de exposiciones del Torreón Forzea del 16 de junio al 2 de julio.

(Fuente: El Periódico de Aragón)

www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/cartel-ganador-fiestas-pilar-2017_1198942.html

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel de las jornadas.

XI Jornadas sobre la práctica del diseño en la ESDA

Durante los pasados 25, 26 y 27 de abril, la Escuela Superior de Diseño de Aragón organizó las undécimas Jornadas sobre la práctica del diseño, con el lema *Proyecta*, ya utilizado el año pasado para este mismo fin.

Se trata de un evento sin ánimo de lucro sobre diseño dirigido a estudiantes, profesores de la Escuela Superior de Diseño y apasionados de la creatividad, en general.

Las jornadas comprendieron tres días de conferencias distribuidos de martes a jueves donde profesionales especializados compartieron sus vivencias en la industria del diseño y donde además, los asistentes pudieron aprender de sus conocimientos de manera directa en los talleres. Diseñadores como Ricardo Rousselot y Martí Guixé y estudios de diseño como Lab Matic, Enorme Estudio, Folch Estudio y Emiliana Design han sido los protagonistas principales de estas jornadas.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del cartel de este año.

IX semana del Diseño en la EINA: diseño y fabricación

El pasado mes de marzo se celebró en Zaragoza la IX edición de la Semana del Diseño, organizada por la Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza con la temática de "Diseño y Fabricación". Tras la celebración de ocho ediciones de la semana del Diseño en la EINA dedicadas a la relación entre el diseño y la sociedad, la comunicación, la naturaleza, la ciencia, los nuevos conceptos de producto, el factor cultural del diseño, el empleo y la creatividad; y manteniendo el carácter monográfico de las mismas, se plantea en esta ocasión una reflexión sobre un nuevo tema de interés: Diseño y fabricación.

La semana de Diseño se estructura en dos tipos de actividades: por un lado, la presencia de destacados profesionales de la empresa, el diseño y la cultura vinculados al tema concreto del diseño y la fabricación para que impartan una serie de charlas. Estas conferencias se complementan con la realización de talleres en los que los alumnos del grado de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto, tienen la ocasión de llevar a la práctica algún aspecto explicado previamente. Estos talleres son dirigidos por uno de los ponentes.

En el caso de las conferencias, las sesiones están abiertas a todos los alumnos de la EINA y público en general; mientras que los talleres son específicos para los del Grado de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto y Máster en Ingeniería de Diseño de Producto.

Con motivo de la semana del diseño cada año se convoca un concurso de carteles para publicitar la actividad. El concurso pretende ser una acción participativa en la que los alumnos expresan una idea temática por medio del diseño gráfico. Este año el ganador del cartel es el alumno Daniel Martín Gutiérrez.

www.eina.unizar.es

[inicio] [titulares de grupo]



Los participantes atendiendo a las presentaciones previas a la actividad.



Fernando Fernández Cuello observando como comenzaba el trabajo en equipo por proyectos.



Juan Manuel Ubierno durante la presentación.

Comunidad Diseña

I Zaragoza GovJam Zaragoza alberga por primera vez una GovJam

Del 16 al 18 de mayo se celebró en las instalaciones del Cadi la primera Zaragoza GovJam, co-organizada por el Centro aragonés de diseño industrial y Fractal Diseño de Servicios.

La Zaragoza GovJam es una experiencia que se enmarca en la Global GovJam, iniciativa global que nació en el año 2012 y se ha celebrado desde entonces cada año, y en el mismo momento, en numerosas ciudades de distintos países alrededor del mundo.

Al final de la actividad todos los equipos que participan en la GovJam, en las distintas ciudades que la albergan, muestran sus ideas en una plataforma global.

En esta primera vez que ha sido celebrada en Zaragoza han sido 30 los jammers (participantes): principalmente funcionarios de distintas administraciones públicas y organismos de la administración local y regional que se han reunido para trabajar en grupo sobre el diseño de servicios públicos guiados por facilitadores y dinamizadores expertos en diseño.

16 de mayo: Presentaciones y formación de los equipos

La tarde del 16 de mayo fue revelado el tema secreto de los organizadores del evento a nivel mundial, compartido por todas las ciudades que albergaban la GovJam. Se trata de una "pista", un punto de partida sobre el que comenzar a trabajar en el diseño de servicios públicos.

Antes de comenzar, el Director General de Industria, PYME, Comercio y Artesanía, Fernando Fernández Cuello, presentó la actividad, y transmitió a los participantes que esta actividad era el principio, el primer paso, de un objetivo más ambicioso: acercar el diseño de servicios a la administración pública. Compartió con los asistentes la idea de que se podría llegar a formar un grupo multi departamental de funcionarios que pudieran trabajar en esta línea dentro de la administración.

Por su parte, Juan Manuel Ubierno Castillo, Director del Cadi, explicó la importancia del diseño en las organizaciones y como este podía integrarse en la estrategia misma. Ilustró la importancia de este concepto con ejemplos de productos y servicios.

A continuación, las personas encargadas de organizar la actividad: Carlos Romero, por parte de Fractal Diseño de Servicios y Elena Bernia, por parte del Cadi, hicieron una introducción sobre la actividad que se iba a desarrollar y sobre la disciplina de diseño de servicios.

Además presentaron a los que junto a ellos iban a dinamizar los equipos, Javier Fernández, Gabriel Jiménez, Jorge Sierra, Merche Gómez y Rosana Sanz.

El taller se trabajó en equipos de 5-6 personas más un facilitador/dinamizador que guiaba al equipo en el proceso de



Los organizadores y dinamizadores de la actividad durante las presentaciones y la introducción.



El equipo "Escarabajo" trabajando en su proyecto.



El equipo "Nice Team" realizando entrevistas a usuarios potenciales del servicio.



Gemma Marmol y Sergi de Dios durante la presentación.



Los grupos testeando sus conceptos y story boards con sus compañeros.

diseño: Se trabajó en base a la metodología de diseño de servicios, del doble diamante, icono de la imagen del Zaragoza GovJam. Se siguieron las siguientes etapas: descubrir, definir, crear y desarrollar. El primer día, los jammers trabajaron guiados mediante dinámicas hasta que cada grupo creó un nombre y eligió un camino o vía de trabajo.

17 de mayo. Mentors

Descubrir, definir y crear. Por la mañana, los equipos estuvieron realizando la fase de investigación (descubrir), estuvieron conociendo más a los usuarios potenciales del servicio, y definieron y realizaron entrevistas. Tras compartir y visualizar los datos descubiertos en las entrevistas realizaron conclusiones y de allí elaboraron un reto por equipo. A continuación, mediante técnicas de creatividad, comenzaron a generar ideas para hacer posible el reto definido.

Esa misma mañana tuvimos la visita de tres personas del Ayuntamiento de Sant Quirze del Vallés: Gemma Marmol, Jefe de Atención y Comunicación Ciudadana, Sergi de Dios, Técnico de Comunicación y de Cultura y Oskar Bardina, Responsable de Atención Ciudadana en las Redes Sociales. Los tres se integraron en distintos equipos y pudieron aportar su punto de vista sobre los servicios que allí se estaban analizando y desarrollando.

Por la tarde, Gemma Marmol impartió una charla para contarnos el proyecto de design thinking y diseño de servicios acometido por su ayuntamiento. El objetivo principal del proyecto era la mejora de la oficina de atención ciudadana.

Tras la charla los equipos continuaron trabajando más motivados si cabe. Era el momento de trabajar en la elaboración del primer concepto de servicio y de su story board. Lo mostraron a otros grupos para poder recoger las sugerencias, dudas o mejoras que suscitaban.

A continuación comenzó el trabajo de realización del prototipo del servicio mediante la construcción de storyboard más completos, escenarios (Walk through), teatrillos (role plays)...

18 de mayo. Desarrollar y presentar

El día 18 los jammers empezaron el día mejorando el prototipo y haciendo el mapeo de la experiencia del servicio. A continuación comenzaron la preparación de la presentación que tuvo lugar a las 16:00 horas.

Valoración de la actividad: Para todos resultó ser una buena experiencia, para los organizadores un éxito de participación y seguimiento de la actividad. Este ha sido el primer paso para hacer posible que la Administración en Aragón se beneficie del uso y aplicación del diseño de servicios en proyectos de análisis, mejora o puesta en marcha de servicios públicos....Y teniendo en el centro del proceso al usuario/ciudadano. Os esperamos en la Zaragoza GovJam 2018!!

Equipos y proyectos: Un total de 6 equipos trabajaron en una idea de servicio. Todos los trabajos y el resultado del trabajo colaborativo está en la red global del evento.

Efecto Amanta. ¿Cómo ayudar a un nuevo ciudadano a integrarse en la ciudad?

Amimarte. Ayudar a los cuidadores a compatibilizar el cuidado y su proyecto de vida.

Go to Gov!!. ZARANDANDO. Servicio para fomentar desplazamientos a pie en la ciudad. Service to improve walking.

Escarabajo. Servicio de movilidad rural mediante transporte



El equipo "Go to Gov!!" mostrando sus prototipos.

colaborativo bajo demanda.

Nice Team. Creating nice places to improve the quality of life and be happier.

Encuentro verde. Reúnete en verde.

<http://www.govjam.org/jamsite/23544/projects>

<http://zaragozagovjam.org>

<https://fractalarea.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes del producto.

Bultex Nanotech, de grupo Pikolin, producto del año del gran premio de la innovación

La innovadora tecnología del colchón de Grupo Pikolin, Bultex Nanotech® ha sido reconocida con el premio Producto del Año 2017 en la categoría de Descanso. Este es el único certamen donde se eligen, mediante el voto directo de más de 10.000 consumidores, los productos más innovadores del año.

Es el segundo año consecutivo que Grupo Pikolin se hace con este galardón que en la anterior edición fue para Normasense. La innovación es una de las principales señas de identidad de Grupo Pikolin, la empresa líder en I+D en las principales tecnologías del descanso con más de 60 patentes registradas.

La tecnología de Bultex Nanotech®, es un buen ejemplo de ello, con su composición nanocelular, consigue un confort más preciso, con una mejor adaptación a cada zona, peso y contorno del cuerpo, aislando completamente los movimientos de la pareja. Su estructura nano alveolar permite una constante circulación del aire, elimina la humedad que se produce al dormir de manera mucho más rápida y eficiente, favoreciendo la higiene y permitiendo controlar la temperatura, lo que repercute en un incremento de la calidad del descanso.

Esta nueva composición de Bultex Nanotech® crea una malla alrededor de las nanomoléculas de forma que el confort se mantiene durante más tiempo garantizando una inversión en descanso inteligente.

El premio de los consumidores

El Gran Premio a la Innovación, que celebra este año su decimoséptima edición, tiene como objetivo que el consumidor sea el auténtico protagonista a la hora de elegir "Los Productos del Año". Para ello, la consultora TNS realiza un estudio con las valoraciones de más de 10.000 personas representativas de la población española.

Este galardón se ha convertido en un referente entre los consumidores, ya que más del 62% de la población lo conoce, especialmente el público más joven, el 72% lo asocia a un sello de garantía de calidad y al 70,8% le otorga confianza a la hora de adquirir el producto en el mercado.

A esta edición se han presentado los lanzamientos realizados en el mercado español entre marzo de 2015 y septiembre de 2016 pertenecientes a más de 50 empresas diferentes.

<http://www.pikolin.com/es>

[inicio] [titulares de grupo]

Imágenes de la entrega de premios.





Acceso directo interior vehículo.



Interacción a través de smartphone.



"Ángel de la guarda" atendiendo emergencias.

Opel OnStar: Nuevos servicios y más de 9 millones de interacciones

- Asistente personal: los asesores de OnStar ayudan a encontrar hotel y parking.
- Ángel de la guarda: más de 21.000 llamadas de emergencia atendidas en Europa.
- Control remoto: cuatro millones de interacciones *vía smartphone y myOpel app.*

Los modelos Opel equipados con OnStar llevan ya en la carretera 18 meses. La mitad de los nuevos Opel en Europa llevan instalado este innovador sistema. La conectividad personal y servicio de asistencia ofrece respuesta automática de colisión, diagnóstico del vehículo, asistencia de vehículo robado y punto Wi-Fi para una conectividad sobresaliente. En el último año y medio, Opel OnStar ya ha registrado más de nueve millones de interacciones, de las que cerca de la mitad han sido vía smartphones y la aplicación myOpelApp. A partir de ahora, los suscriptores de Opel OnStar pueden acceder a servicios adicionales como la reserva de habitación de hotel o la búsqueda de parking a través de un asesor de OnStar. Para final de año, Opel planea ofrecer OnStar en 33 países de Europa y 23 lenguas diferentes.

Desde verano de 2015, el Centro de Servicio Opel OnStar ha recibido **más de 21.000 llamadas de emergencia**. La respuesta de emergencias es tan solo una de las muchas funciones innovadoras que hacen la conducción más segura y confortable. Ahora, los asesores de OnStar también pueden ayudar a reservar una habitación de hotel o localizar el mejor lugar donde aparcar el coche. Ambos servicios lanzados con el nuevo Opel Insignia estarán disponibles para todos los modelos, desde el Adam al Zafira, y extenderán la amplia oferta de servicios de la conectividad personal y asistencia individualizada con un potente punto WI-FI 4G/LTE.

Los nuevos servicios OnStar facilitan reservar habitación de hotel y parking.

Los conductores del nuevo Opel Insignia, por ejemplo, podrán reservar una habitación en ruta de forma sencilla. Esto permite a los clientes de OnStar encontrar un lugar adecuado donde pasar la noche incluso en una ciudad desconocida. El conductor puede contactar con el asesor de OnStar a través del botón azul quien localizará y reservará una habitación de hotel en la banda de precio deseada. Esto se realizará a través de booking.com – una compañía con un acreditado récord de cumplimiento durante más de dos décadas dedicada a la industria de reserva de alojamiento. Adicionalmente, OnStar ofrecerá un segundo nuevo servicio para reducir el stress que frecuentemente se asocia a la búsqueda de un parking adecuado para el coche. Los usuarios de OnStar pueden contactar a un asesor para solicitar el parking más adecuado y recibir en su sistema de navegación su dirección exacta. Esto se realizará vía Parkopedia, un proveedor clave en servicios de parking."

myOpel app y el diagnóstico del vehículo enormemente populares

Desde su lanzamiento hace alrededor de año y medio, Opel OnStar ya ha registrado más de **nueve millones** de interacciones, la mayor parte de las cuales han sido a través

de la aplicación myOpel app. Hasta la fecha, los clientes con *smartphones* han elegido esta vía alrededor de cuatro millones de veces. Desde su inicio, Opel OnStar ha recibido cerca de **1,2 millones de llamadas de clientes**. La cantidad de emails mensuales con actualizaciones del estado del vehículo supera el **millón y medio**. En el futuro, Opel también ofrecerá alertas de diagnóstico temporal. Bajo solicitud del cliente, esta información también podrá ser enviada al concesionario Opel encargado del mantenimiento del coche. Esto permitirá al concesionario ofrecer asistencia inmediata cuando se requiera. Por otro lado, los clientes han tenido acceso a Opel OnStar a través de la web **2,3 millones** de veces.

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

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



Imagen del espacio Younext Bike Pamplona.



Nuevo estudio para la salud del ciclista.

Younext Bike, el estudio para la salud del ciclista, llega a Pamplona, Barcelona y Palma

Younext Bike, el nuevo concepto de estudio biomecánico para el ciclista desarrollado desde Podoactiva, ha sumado nuevos puntos en los últimos meses en Pamplona, Barcelona y Palma, en las respectivas Clínicas Podoactiva de estas ciudades. Este servicio ya se prestaba en la Sede Central de Podoactiva, en el Parque Tecnológico Walqa de Huesca, y en Policlínica Guipuzkoa en San Sebastián.

En el caso de la presentación de Younext Bike en Podoactiva Pamplona, el acto contó con la presencia, como padrino de honor, de Miguel Indurain y otras personalidades del mundo del ciclismo. En Podoactiva Barcelona, donde el servicio se puso en marcha el pasado mes de febrero, fue Ángel Vicioso el que se subió a la bicicleta estática de Younext Bike para realizarse este estudio, en una presentación que también contó con la presencia de Joaquím 'Purito' Rodríguez.

Younext Bike se diferencia de cualquier otro estudio del mercado porque incorpora las últimas novedades tecnológicas aplicadas al mundo de la bici y está avalado por un conjunto de profesionales médicos-fisioterapeutas que han buscado, a través de la investigación, la aplicación de protocolos especiales para lograr la mejor simbiosis entre bicicleta y deportista.

Este estudio incluye un análisis corporal y antropométrico de alta precisión que permite adaptar los componentes de la máquina a la postura del ciclista. También comprende una exploración fisioterapéutica que permite conocer el estado físico del ciclista y detectar aquellas dolencias y disimetrías que puedan influir en la adaptación de los componentes de la bicicleta. A estas pruebas se suma un análisis del trabajo de las distintas partes del cuerpo mediante la sensorización del manillar, el sillín y los pedales, lo que permite ver en tiempo real la distribución de presiones ejercidas sobre estos tres puntos de contacto.

Otra de las ventajas es el análisis en 3D del movimiento en el pedaleo ejercido por el ciclista, con el objetivo de mejorar su eficiencia. Younext Bike incorpora además el innovador sistema de captura del movimiento Younext 4D, desarrollado en exclusiva por la filial de Podoactiva, para calcular la cinemática angular del gesto deportivo sobre la bicicleta en distintas posiciones, sin precisar para ello de ningún tipo de marcador.

Con esta revolucionaria tecnología se consigue mejorar la postura del usuario, se previenen lesiones y se mejora el rendimiento deportivo, logrando así la correcta combinación entre mecánica y músculo en cualquier terreno.

Además, gracias a las pantallas ubicadas frente al ciclista, se pueden comprobar en tiempo real las mediciones y ajustes, y se facilita la comprensión y las recomendaciones que permiten mejorar el pedaleo.

<http://www.podoactiva.com/>
<https://www.younextbike.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Txema Pascual, Beatriz Echeverría e Ibán Yarza.



Imagen del pan Chusco.



Algunas de las obras de arte de Tolosana.

Diálogos sobre el pan de Tolosana

Pastelería Tolosana organizó unas sesiones el pasado enero, con el título 'Diálogos sobre el Pan', un encuentro donde se juntaron alrededor de 300 personas, entre profesionales, amantes de la gastronomía y público en general, que hablaron del pan y su relación con la salud y contaron cuales son las últimas tendencias en relación con este alimento. Estas jornadas concluyen que informar al cliente sobre las cualidades del pan ayuda a valorar el producto y aumentar su prestigio.

En una de las sesiones participaron como ponentes Txema Pascual, gerente de Artepan y promotor del proyecto Mamia; Beatriz Echeverría, periodista y fundadora de la escuela y tienda de panadería 'El horno de Babette', e Ibán Yarza, periodista y autor de 'Pan casero'. Los tres expusieron sus visiones sobre las actuales tendencias en la elaboración y consumo de pan y coincidieron en afirmar que es necesario informar al cliente sobre las cualidades del pan que compra y consume porque, de ese modo, lo valora más y aumenta el prestigio del producto.

Tras las sesiones, se degustaron una serie de propuestas gastronómicas vanguardistas sobre la base del pan Chusco.

Aprovechando estas jornadas, Pastelería Tolosana presentó el pan Chusco con la marca C'Alial otorgada por el Gobierno de Aragón, que identifica y certifica los productos agroalimentarios de calidad de la región.

El Chusco es un pan de calidad, con color dorado y aspecto rústico. Con suela firme y tostada porque ha sido cocido en una solera de piedra, tiene una textura tupida y húmeda y una corteza firme y crujiente. Su aroma a cereal puro es intenso y su sabor ligeramente ácido.

Este producto está en venta desde el día 16 de enero, junto a todos los panes especiales de Tolosana en todos sus establecimientos.

OBRAS DE ARTE COMESTIBLES

El espacio de la pastelería Tolosana ubicado en Zaragoza, 'Trenzarte' se ha convertido estos días en toda una galería de arte, a la que poco tienen que envidiar el Louvre y el Prado, y es que las obras que allí se exponen tienen un valor añadido: son totalmente comestibles, y de algo tan apetecible como el chocolate. De hecho, a los trabajadores del establecimiento, les cuesta convencer a sus clientes de que los cuadros que ven colgados en las paredes se pueden comer.

Esta nueva línea de la pastelería oscense se basa en la reproducción de obras de arte, habiendo seleccionado las grandes pinturas de la historia, siempre con el chocolate como materia prima. Así, por ahora se pueden encontrar en sus vitrinas 'Los Girasoles' y 'La noche estrellada' de Van Gogh, 'La Gioconda' y 'La última cena' de Leonardo Da Vinci, 'El beso' de Gustav Klimt, 'El jardín de las delicias' de El Bosco, las majas desnuda y vestida de Francisco de Goya, 'El nacimiento de Venus', de Botticelli, y 'Las Meninas' o 'La Venus del Espejo', de Diego Velázquez.

Desde el día 27 de abril, estas piezas solo pueden encontrarse en el establecimiento de la calle Alfonso I, que sirve de epicentro para todas las iniciativas de 'Trenzarte', tomando su nombre, aunque la intención de los pasteleros es extender la propuesta en las próximas semanas al resto de tiendas,

incluida la de Huesca.

Además, Tolosana ofrece a sus clientes la posibilidad de convertir en estas dulces obras de arte sus recuerdos, al poder transformar también en cuadros sus fotografías, o postales de su ciudad. "En la tienda de Zaragoza tenemos la imagen del Pilar, la de la Aljafería o el escudo del Real Zaragoza. Para Huesca preparamos otras con Las Pajaritas del parque Miguel Servet, o el cuadro de la Campana", dice el responsable de la pastelería, que está especialmente orgulloso del resultado de la reproducción de esta famosa obra que se puede ver en el ayuntamiento de la ciudad.

Para estas obras personalizadas, que tienen un coste de 6 euros las pequeñas y 8 las de mayor tamaño, se necesita un tiempo de tres días a la hora de afrontar el pedido, ya que la realización de cada uno de los cuadros requiere una preparación. "La impresión se realiza sobre una lámina de chocolate blanco, previamente trabajada para adquirir la textura y el estado ideal que permite fijar en ella, perfectamente, la imagen deseada. Es muy importante el tiempo de reposo en cada paso, para que los colores se fijen bien, por lo que al final cada pieza requiere entre 10 y 12 horas del obrador", concreta el pastelero, en un minucioso proceso casi equiparable al llevado a cabo por los grandes artistas frente al lienzo.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

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

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



Imágenes de la exposición.

El Museo IAACC Pablo Serrano de Zaragoza acoge, hasta el 4 de Junio la exposición "Arte y Vino". Colección ENATE

El IAACC Pablo Serrano de Zaragoza acoge, hasta el próximo 4 de Junio, la muestra "Arte y Vino" Colección ENATE, una exposición que pretende exhibir el maridaje entre vino y arte, concepto que resume la filosofía de la Bodega desde hace 25 años.

La muestra acoge un total de 45 obras de 31 artistas, 27 de ellos aragoneses, y se articula en 4 bloques temáticos, aunque todos tienen como elemento común el vino y el arte contemporáneo.

Las obras creadas para las etiquetas de las botellas

Antonio Saura fue el primer artista que vistió una de las botellas, la del Chardonnay Fermentado en Barrica, obra que, además, se ha convertido en uno de los símbolos identificativos de ENATE, al igual de identificativas que son las creaciones que acompañan esta selección de artistas aragoneses. Desde Antonio Saura (2 obras), Ignacio Mayayo (1 obra), Víctor Mira (2 obras), Alberto Duce (1 obra), Alberto Carrera Blecua (2 obras), José Manuel Broto (3 obras), Salvador Victoria (1 obra), José Beulas (1 obra, considerando a Beulas ya como artista aragonés), Dani García Nieto (1 obra), Carmen Pérez Ramírez (1 obra) y Vicente Badenes (1 obra).

La colección de arte contemporáneo de la propia Bodega

El compromiso de ENATE con el arte le ha llevado a adquirir obras que enriquecen la propia colección. Un ejemplo de este segundo bloque son las obras de artistas también aragoneses, como Fernando Alvira (1 obra), Salvador Victoria (1 obra), Vicente Badenes (1 obra), Natalio Bayo (1 obra), Pepe Cerdá (5 obras de su serie "La memoria hurtada. Pinturas de historia"), Teresa Ramón (1 escultura), Eduardo Cajal (1 escultura), Vicente García Plana (2 obras) y Pablo Serrano (1 escultura)

Las obras pertenecientes a las convocatorias de la Beca ENATE, instrumento de compromiso con los jóvenes creadores

Las 7 ediciones que, hasta la fecha, se han convocado, permitieron que un joven artista desarrollase el proyecto presentado, así como exponer en la propia sede de la bodega.

Diversidad de los artistas becados, incluidos los accésits que se concedieron en alguna de las ediciones. Buenos ejemplos son Eva Armisén (1 obra), Roberto Coromina (1 obra), María González (1 obra), Andrés Begué (1 obra), Patricia Albajar (1 obra), Mapi Rivera (1 obra), Lourdes Murillo (2 obras), Ángel Masip (1 obra), Gema Rupérez (1 obra), José Antonio García (1 obra) y Jon Landa (1 obra).

Las obras para las etiquetas de los vinos solidarios de ENATE, como parte de la RSC de la Bodega

A lo largo de los años, Bodega ENATE ha impulsado una serie de valores y principios, en el terreno de la acción social, gracias a los acuerdos de colaboración alcanzados con el Tercer Sector (Atades Huesca, Atades Zaragoza y el Club Rotary Huesca). El vino y la cultura convierte a los miembros de estos colectivos en protagonistas de sus propios caldos, con etiquetas de Enrique Torrijos (1 obra) o José Beulas (1 obra).

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

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

[inicio] [titulares de grupo]





Magapor llega a EEUU.

Magapor se establece en EEUU y amplía su fábrica en Ejea de los Caballeros

Siguiendo su política estratégica de proyección al mercado internacional, Magapor, S.L. ha constituido una nueva sede en Estados Unidos de América, Magapor USA, Inc., operativa desde Abril.

Esta nueva etapa en el mercado norteamericano refuerza la apuesta y trabajo realizados en los últimos 10 años en los Estados Unidos. Magapor es referente del sector de la inseminación artificial porcina y su marca es ampliamente reconocida en el mercado estadounidense. Magapor USA Inc. se constituye con el fin de consolidar su presencia y ser un inmejorable escaparate de sus exclusivos e innovadores productos en el país.

Tanto los clientes actuales como los potenciales exigen una relación más cercana, y trabajar a su lado es la única manera de ofrecer productos, tecnología y servicios únicos que les aporten soluciones eficaces en un proceso tan delicado como es el de la Inseminación Artificial. De esta forma se asegura un contacto más directo con el cliente norteamericano, garantizando un más eficaz aprovisionamiento y un servicio técnico integral cercano que contribuya a mejorar la productividad de sus clientes.

Por otra parte, Magapor ha comenzado la ampliación de las instalaciones dedicadas a la producción situadas en el Parque Científico Tecnológico Valdeferrín- Aula Dei de Ejea de los Caballeros (Zaragoza). El constante crecimiento a nivel internacional logrado en los últimos 7 años hace necesario este aumento de la capacidad productiva ya que la empresa viene creciendo más de un 20 % anual durante dicho periodo.

La inversión se centrará en una nueva línea de producción de Bioconservadores de Alto Rendimiento para dosis seminales, instalación dotada con atmósfera controlada para producir materiales con calidad farmacéutica. También se ha creado recientemente la tercera línea de producción de blisters para el envasado de dosis, con control de Calidad específico contra reprotóxicos.

Para ello, los recursos humanos de la compañía se fortalecerán mediante la incorporación de veterinarios, ingenieros y personal cualificado en departamentos como Marketing, Exportación, RRHH y Producción. El objetivo es afrontar este nuevo reto con la eficiencia y productividad que su proyecto de liderazgo internacional requiere.

www.magapor.com

[inicio] [titulares de grupo]

Diseño Nacional e Internacional

V Edición Diseña Forum: Diseño, liderando la economía



Foto de la Consejera Marta Gastón



Imágenes del acto.



Patrick Van Der Pijl.

Los días 15 y 16 de febrero se celebró el quinto foro internacional "Diseña Forum" en el Palacio de Congresos de Zaragoza. El Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón a través del Cadi organizó esta iniciativa.

Fue inaugurado por la Consejera del Departamento de Economía, Industria y Empleo, Marta Gastón Menal, y el Presidente de la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) de Aragón, Félix Longás Lafuente y clausurado por el Director General de Industria, PYME, Comercio y Artesanía, Fernando Fernández Cuello.

Esta V Edición Diseña Forum: **Diseño, liderando la economía** estuvo centrada en la importancia del diseño y su papel de liderazgo en las distintas manifestaciones de la actividad económica.

Y si se habla de economía, cómo ignorar la gran significación económica y social de los cambios originados por la tecnología digital. Tecnología que está cambiando las referencias y modos de vida de los consumidores y usuarios pero también las de quienes se enfrentan a la gestión de las empresas. Una revolución en la que el diseño ha de asumir un papel preponderante.

Sobre todo ello, nos ilustraron los ponentes participantes en la **V edición del Foro Internacional de Diseño y Empresa, Diseña Forum**.

El Foro dedicó la sesión del día 15 a conocer experiencias de uso del diseño en el campo del sector público, las organizaciones para el desarrollo social, en la gestión de las empresas y en la definición y orientación de los negocios.

Patrick Van Der Pijl con su ponencia: "Diseñando mejores empresas", nos mostró que tanto las startups como las empresas se enfrentan a una incertidumbre cada vez mayor por el mero hecho de que el mundo está cambiando, y si uno se fija en las empresas de mayor éxito descubre que tienen un rasgo en común: transforman la incertidumbre en ventaja. Durante su discurso de apertura explicó cómo cada itinerario – tanto si eres una startup o una empresa – comienza con un Punto de Vista claro, y cómo puedes hacer crecer tu negocio empleando el aprendizaje del "Doble Bucle". Es decir:

- Piensa como un diseñador. Los diseñadores siempre han convivido con la incertidumbre, y saben cómo hacer de ella un aliado. En el mundo actual, para tener éxito necesitas pensar como un diseñador y aceptar la incertidumbre.

- Comienza con tu Punto de Vista (POV). ¿Cuál es el ancla de tu negocio (idea) actual? ¿Cómo quieres transformar el mundo? Habrá veces en que pensarás que tu producto no gusta a la gente porque nadie lo compra. O sentirás que no entiendes a tu cliente porque te llega un feedback suyo



Pablo Riquelme.



Stuart Campo.

contradictorio. No te preocupes: retoma tu Punto de Vista y adopta decisiones estratégicas que se basen en él.

- Haz pruebas. Nadie sabe cuál es el valor de tu producto/servicio, ¡sólo lo sabe tu cliente! Trata de poner a prueba el mayor número posible de hipótesis para **entender así quién es tu cliente, qué problema tiene y qué le gusta de tu solución.**

Pablo Riquelme con su ponencia: "Diseño para el sector público" nos explica el uso del diseño en el sector público tomando como referencia la experiencia desarrollada en la ciudad de Helsinki durante el proyecto "Design Driven City" donde la capital Finlandesa avaló el uso del diseño como parte de la estrategia de la ciudad. Asimismo la ponencia describió la evolución de los profesionales del diseño utilizando herramientas creativas para replantear desafíos públicos, desarrollar ideas a partir de la inclusión de los usuarios y generar soluciones innovadoras dirigidas a los desafíos que afectan a nuestra sociedad.

En este contexto se revisó el diseño como una práctica empática y participativa, donde la experiencia del usuario está en el centro del desarrollo.

Stuart Campo en su ponencia: "*Diseño para el cambio social. Acelerando resultados para cada niño mediante el diseño*", como Técnico Superior de Innovación de Implantación en el Global Innovation Center de UNICEF, compartió su experiencia en aplicar el DCP (Diseño Centrado en las Personas) dentro de diferentes contextos nacionales, subrayando el potencial del DCP como estrategia básica para mejores resultados de desarrollo *para cada niño*.

En su informe del año 2014, "Defendiendo el Diseño en el Sector del Desarrollo"

http://www.disenaforum.com/2017/destacado.php_-_ftn1, el Design Impact Group evaluó las expectativas y las dificultades del DCP (Diseño Centrado en las Personas) como estrategia para el desarrollo. El informe constata que "el interés por el diseño centrado en personas (DCP) ha ido creciendo dentro del sector del desarrollo, sin embargo son pocas las organizaciones que han encontrado un camino para integrar sistemáticamente propuestas de diseño en su trabajo."

Aunque hay numerosos factores que han llevado a un aumento de inversión en el DCP en el sector del desarrollo, también hay muchas barreras que impiden una mayor aceptación e implementación de propuestas de diseño.

La aplicación del DCP ha tenido durante mucho tiempo un papel primordial en el trabajo de UNICEF. Es el primero de **sus principios de innovación**—'diseño con el usuario'— contribuye a garantizar que nos enfrentamos a retos y desarrollamos soluciones de una manera que se centre en el usuario/la persona.

Uno de los ejemplos más concretos y mejor documentados de la práctica del DCP en UNICEF viene de Nicaragua donde UNICEF, el gobierno y Reboot trabajaron conjuntamente para crear una nueva política centrada en los niños en la Región Autónoma del Atlántico Norte del país.

A través de esta cooperación, Reboot y UNICEF aprovecharon el DCP para involucrar a los legisladores en las experiencias de personas (madres y niños) de su distrito electoral, generar un compromiso para políticas más centradas en los niños a través de la cooperación y la creación conjunta, centrarse en los sistemas en lugar de en los conjuntos de problemas individuales y promover un proceso para enfocar la política



Público asistente al evento.



Nacho Torre.



"partiendo de cada niño".

Actualmente, se está trabajando en Malawi, Malasia, Myanmar y otros países para potenciar el uso del DCP como metodología.

Nacho Torre en su ponencia: *"Diseño para la innovación en la empresa. Lecciones aprendidas en IberCaja"* explica como Ibercaja empezó en 2014 a aplicar de modo organizado la metodología Design Thinking para la resolución de retos complejos en los que existe un usuario, un conjunto de personas, que tienen una necesidad sin resolver o está claramente mal resuelta.

Desde entonces han desarrollado proyectos centrados en diferentes usuarios como por ejemplo los empleados, los clientes o incluso la sociedad en general. En estos tres años de aplicación, y ya con unos cuantos proyectos finalizados, han dado pasos en falso y también cosechado algunos éxitos, pero siempre, en cada proyecto, han aprendido algo nuevo sobre la aplicación de la metodología. En el V Diseña Forum Ibercaja compartió sus lecciones aprendidas más relevantes de un modo concreto, claro y sintético.

El Diseña Forum tuvo continuidad por la noche ya que se contó dentro de la programación con el desarrollo de un **Pecha Kucha Night**. Un evento de mecánica muy particular donde se presentaron 10 ideas o proyectos por parte de 10 speakers. Presentaron inquietudes, opiniones, y/o proyectos relacionados con el diseño en 6 minutos y 40 segundos de tiempo máximo para cada uno de ellos.

El día 16 de febrero por la mañana se desarrollaron los Workshops: los dos primeros, que se celebraron al unísono, fueron los talleres de **Patrick Van Der Pijl**: *"Cómo diseñar una empresa mejor"*. En el que se pudo aprender cómo emplear el diseño como un enfoque disciplinado que permite buscar, identificar y extraer valor transformando la incertidumbre en una oportunidad, "Doble Bucle", y el de **Pablo Riquelme**: *"Diseño para el sector público"*, donde se presentó a los participantes, las herramientas y metodologías que el diseño utiliza en la búsqueda de soluciones para el sector público, con conceptos a partir de observaciones personales relacionadas a los servicios públicos ofrecidos por la ciudad en un ejercicio que pretendió inspirar la creatividad de los participantes.

Los otros dos talleres fueron impartidos por Gus Desbarats y Daniel Gargallo.

En el de **Gus Desbarats**: *"Creando propuestas de innovación centradas en la experiencia, en el Internet de las cosas"*, se explicó los métodos empleados por Alloy para desplegar una innovación -tanto en las marcas globales como en las startups- basada en la experiencia de la conexión y preparada para desplegarse en los grandes mercados. El taller repasó las mejores prácticas actuales en métodos de diseño de Servicios basados en la experiencia y continuó con la presentación de un abanico de herramientas y procesos que facilitan el diseño estratégico de nuevas propuestas que suponen nuevos flujos de datos, nuevos puntos de contacto con el cliente y potencialmente modelos totalmente nuevos de compromiso comercial. El taller de **Daniel Gargallo**: *"Metodología de diseño de producto industrial y el contexto de la Robótica"*, versó acerca de la importancia de tener una metodología de diseño, y se hizo énfasis en las herramientas utilizadas (Design Thinking, Arrow to the Moon, TRIZ, vigilancia tecnológica, etc.), ello dio lugar a una mayor interacción con los asistentes. Se ilustró la metodología con ejemplos de productos diseñados,



Imágenes de los workshops.



Daniel Gargallo



Alicia Asín.

con especial detenimiento en el diseño de células robóticas por su valor didáctico. Igualmente entre los contenidos se destacó por un lado la nueva generación de robots colaborativos, generados desde el diseño con articulaciones redondeadas, bajo peso y sensores de fuerza para poder trabajar con humanos y por otro, cómo se diseña una aplicación o caso de uso teniendo en cuenta la seguridad y la manera de afrontar su estudio, selección de los sensores, etc.

Por la tarde la sesión del día 16, dedicada al entorno económico de la tecnología actual como contexto del diseño, comenzó con **Alicia Asín**, con su ponencia: *"Diseño y datos. Ciudades inteligentes, salud, industria..."*. En ella nos habló, de los sistemas de gestión urbana basados en sensores, que ya son una realidad y se encuentran instalados en muchas ciudades y regiones de todo el mundo. Las Smart Cities generan toneladas de datos que facilitan acciones como encontrar fácilmente un aparcamiento, conservar el agua de riego en parques y jardines, monitorizar el transporte público, los atascos de tráfico, las aglomeraciones en eventos multitudinarios y los niveles de contaminación.

El Internet de las Cosas (IoT) además de aplicarse en ciudades tiene posibles implementaciones en cualquier sector. De hecho, el desarrollo de aplicaciones de eHealth para el sector sanitario podría suponer la democratización del acceso a la atención sanitaria para toda la población dado que aproximadamente la tercera parte de la población mundial no puede obtener un diagnóstico médico a tiempo cuando percibe un primer síntoma debido al alto coste del sistema sanitario tradicional. En otros campos como la industria, puede ayudar a optimizar procesos en la cadena de producción, controlar la calidad e incluso monitorizar cualquier actividad logística. Las posibilidades del IoT son infinitas debido a su adaptabilidad a las necesidades de diferentes sectores y organizaciones.

A continuación, **Gus Desbarats**, con su ponencia *"Diseñando experiencias que desbloqueen el potencial comercial de los productos inteligentes del Internet de las Cosas"*, continuó con el tema de Internet de las Cosas, dando respuestas a cómo implementar la innovación centrada en la experiencia – desde el principio hasta la obtención de ingresos, por etapas. Cómo pasar del diseño de una propuesta de servicios al diseño de la coordinación entre dispositivos y apps. Cómo casar las necesidades no satisfechas con las capacidades del ecosistema del Internet de las Cosas. Cómo mapear las experiencias del cliente para prever el decisivo "momento de la verdad". Cómo emplear la técnica del juego de roles con modelos previos procedentes de la experiencia para maximizar su adopción y uso. Cómo crear un ambiente de colaboración tipo "equipo de equipos" a lo largo de la cadena de valor. De entre los productos inteligentes, los ganadores serán aquellas marcas que sepan claramente cómo adquirir la tecnología que necesitan. Alí utilizó una batería de casos prácticos invocando sus 25 años de experiencia en el diseño de aparatos conectados, así como casos de éxito probado de marcas globales como Amazon, Apple y Disney para demostrar, en términos prácticos, cómo los métodos de diseño centrados en la experiencia transformarán una mera aspiración en planes de suministro innovadores y en éxito comercial en los mercados de gran consumo, por etapas, con una gestión integral cuidadosamente equilibrada de los riesgos de carácter comportamental, comercial y técnico.

Después de una pequeña pausa, **Javier Peña** con su ponencia *"Diseño y materiales funcionales"* nos explicó que estamos inmersos en una nueva revolución a partir de la consideración de una nueva escala de la materia, la nanométrica, en la que el



Gus Desbarats.



Javier Peña.



Alvin Ho Young.

Decoding de la materia – energía adquiere una especial relevancia. Nos encontramos en un punto de la historia en que los materiales son a la carta, versátiles y de propiedades ayer inimaginables y hoy inteligentes. Materiales, cuya razón de ser es adaptarse a la necesidad real de cada proyecto permitiendo al proyectista proponer diferentes soluciones de eficacia contrastada para un mismo proyecto que finalmente debe salir al mercado. Una nueva generación de materiales innovadores basados en la escala nano promete dar un paso de gigante en casi todos los campos de nuestro marco de actuación, social, cultural y tecnológica. Conducir el cambio que significará la aparición en el mercado de nuevos materiales bidimensionales como lo es el grafeno, que darán sentido a una nueva escala de la materia como es la escala nano y la energía como es la escala cuántica es el objetivo de esta línea de trabajo. Unas nuevas escalas que necesitan nuevos códigos de interpretación, de valoración de desarrollo y de diseño.

Alvin Ho Young, centró su ponencia: *"Realidad Virtual cinematográfica: nueva vanguardia del diseño"*, en los nuevos horizontes y experimentaciones en la narrativa que han abierto nuevas oportunidades: la audiencia ha paladeado una prueba del contenido inmersivo y está ansiosa por más. Comenzó hablando del nuevo oficio del narrador de Realidad Virtual; los nuevos y viejos paradigmas de las técnicas de filmación. A continuación pasó a tratar cómo las audiencias experimentan estas técnicas a través de las diversas plataformas y, naturalmente, de los diversos tipos de industrias y géneros. Y por último, aunque no menos importante, puso el acento en que el enorme potencial económico de esta tecnología, precisa del diseño de una nueva narrativa, de unos nuevos interfaces de usuario y de nuevas formas de consumir estos contenidos, para llegar a cumplir sus promesas.

Y por último, clausuró el Foro **Alberto Fantova** con su ponencia: *"El diseño centrado en el usuario y la transformación digital en HMY Yudigar"*.

El sector del retail está en constante evolución. Con el fin de mantener una posición competitiva, cualquier empresa necesita adaptarse continuamente e implementar la innovación, la experiencia de compra y el compromiso de sus clientes. En HMY apoyan a sus clientes en la identificación y satisfacción de las diversas necesidades del consumidor de hoy, centrándose en los beneficios de hacer de las compras una experiencia innovadora tan atractiva, agradable y rica como sea posible, con la tecnología desempeñando un papel clave en la conexión entre personas y productos. Compartió algunos ejemplos de su forma de entender y aplicar, tanto en clientes como a nivel interno, el diseño centrado en el usuario y la transformación digital.

www.aragon.es

[inicio] [titulares de grupo]



Alberto Fantova.



Imágenes del nuevo Opel Ampera-e.

El coche eléctrico Opel Ampera-e: Una nueva forma de conducir

Con el Ampera-e y su autonomía de hasta 520 kilómetros en el Nuevo Ciclo Europeo de Conducción (NEDC), Opel presenta el primer vehículo eléctrico que permitirá a la mayoría de los compradores de coches convertirse a la electromovilidad; una nueva forma de conducir que abre el próximo capítulo en la historia del automóvil.

Opel está lanzando primero el Ampera-e en los países que ya tienen algún tipo de infraestructura en vehículo eléctrico o han mostrado su intención de convertirse en líderes en lo que a vehículo eléctrico se refiere.

El Opel Ampera-e redefine la electromovilidad con su autonomía eléctrica de más de 520 km (basada en NEDC, New European Driven Cycle): al menos 100 km de autonomía adicional que el que ofrece su rival de segmento más cercano.

El enfoque en la eficiencia y el rendimiento queda patente en la arquitectura intencionada del Ampera-e. Compacto por fuera, el Ampera-e tiene un interior más espacioso que el Astra de mayor tamaño. Con el habitáculo situado encima del paquete de la batería, que está montado debajo del suelo, los asientos quedan en posiciones más altas y crean una "sensación de SUV" que es cada vez más popular entre los nuevos compradores de coches.

"Conducción con un solo pedal": frenar con el acelerador

Pero el Ampera-e tiene aún más que ofrecer: el revolucionario coche eléctrico permite circular de forma relajada y prácticamente sin ruido a velocidad de cruce mientras se recargan las baterías al estar en movimiento. Para ello, el conductor sólo tiene que levantar un poco el pie del acelerador en la posición normal "Drive". El Ampera-e se recupera automáticamente en retenciones y recobra energía del motor eléctrico, que funciona como generador. El efecto de freno motor se incrementa cuando el conductor selecciona la posición "Low", aumentando así también la recuperación de energía. Además, el conductor puede seleccionar la posición "Regen on Demand" para obtener la máxima recuperación de energía a través de un mando detrás del volante. El par de retención es tan alto en los modos "Low" y "Regen on Demand" que no hace falta pisar el pedal del freno para detener completamente el vehículo en tráfico normal. De esta forma, el Ampera-e se puede controlar con toda seguridad a través del acelerador (conducción con un solo pedal). Obviamente el pedal de freno habrá de utilizarse en caso de emergencia.

La potencia del motor eléctrico es de 204 CV/150 kW. Las salidas de los semáforos y las entradas en autopista se encuentran entre las especialidades del Opel Ampera-e. La velocidad máxima está limitada a 150 km/h con el fin de favorecer la autonomía.

Adecuado para el uso cotidiano: espacio para cinco ocupantes con su equipaje

Pero el Ampera-e, de 4,16 metros de largo, no sólo impresiona por su aceleración. También ofrece espacio para hasta cinco ocupantes y un volumen de maletero de 381 litros, que es más de lo habitual en modelos de un tamaño similar. Este generoso espacio se ha logrado gracias a la inteligente colocación de los 10 módulos de baterías. Todo el paquete está colocado en el

suelo y ajustado al contorno del vehículo. De esta forma no se desaprovecha espacio. La batería, que consiste en 288 células de iones de litio con una capacidad de 60 kWh, ha sido desarrollada en colaboración con la empresa LG Chem.

Con la batería ubicada debajo del suelo, los ingenieros del Ampera-e han desarrollado un nuevo tipo de estructura para la carrocería que protege la batería a la vez que minimiza el peso.

También la relajación de los pasajeros en los viajes largos queda garantizada. Como es habitual en Opel, la gran sensación de amplitud se complementa con lo mejor en conectividad digital. El extraordinario Asistente Personal de Servicio y Conectividad Opel OnStar se combina con un sistema multimedia exclusivo del Ampera-e. El sistema multimedia IntelliLink-e es compatible con Apple CarPlay y Android Auto, lo que permite a los usuarios realizar llamadas, navegar hasta un destino, intercambiar mensajes y escuchar música por Spotify mediante el control con pantalla táctil o el reconocimiento de voz. El Ampera-e también incorpora un nuevo sistema de sonido Bose con siete altavoces de alto rendimiento.

www.opel.es

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

Imágenes del coche.





Campana vertical de Bosch.

El diseño más vanguardista y la máxima eficiencia con las nuevas campanas Bosch

Las nuevas campanas verticales de Bosch te proporcionarán la combinación perfecta en tu cocina con los nuevos diseños en cristal, tanto blanco como negro y con una electrónica que logra la adaptación perfecta con tu horno Serie 8 de Bosch. Este nuevo diseño, más vanguardista, dejará más espacio libre sobre la zona de cocción para que puedas cocinar con total libertad.

Pero esta no es la única novedad que aportan las campanas verticales. Con ellas, no tendrás que preocuparte de regular la potencia de extracción, porque se encarga de hacerlo de manera automática gracias al sensor PerfectAir. Este sensor mide la densidad y la calidad del aire en cada momento, ajustando de forma automática la intensidad de extracción de la campana.

Un cuidado diseño no está reñido con la mejor tecnología, por eso, las campanas verticales incorporan la tecnología Home Connect para que puedas controlar desde tu dispositivo móvil o tablet los ajustes de los diferentes niveles de intensidad de extracción, programar su desconexión y estar informado de cuando es necesario limpiar los filtros de grasa o cambiar el filtro de carbón activo.

Además, con su motor EcoSilence, olvídate del habitual ruido y consigue la máxima eficiencia energética porque permite reducir el consumo de energía en un 80%.

www.bosch-home.es

[inicio] [titulares de grupo]

Más de 600 jóvenes demuestran su creatividad en la gran final del First Lego League



Imagen de grupo de los más de 600 participantes.

FIRST (For Inspiration and Recognition of Science and Technology) es una asociación juvenil internacional, que ha inspirado en el terreno de la ciencia y la tecnología a casi medio millón de estudiantes y se ocupa de organizar las competiciones más importantes de robótica para jóvenes del mundo.

Entre las competiciones robóticas que organiza FIRST, una de las más populares es la First Lego League (FLL), un desafío internacional en el que chicas y chicos entre 9 y 16 años compiten para solucionar problemas del mundo real diseñando, construyendo y utilizando los kits de robots Lego Mind Storm. La FLL nació en 1999 con 975 equipos participantes y, desde entonces, ha continuado creciendo (en la actual competición hay más de 28.000 equipos de todo el mundo inscritos). Su principal característica es que incentiva la búsqueda de soluciones innovadoras a través de la competición cooperativa y el trabajo en equipo; es decir, no se trata únicamente de ganar, sino de aprender tanto de los compañeros como del resto de participantes. En la actual campaña de la FLL, llamada Animal Allies, los niños tienen que presentar un proyecto científico en el que se resuelva algún conflicto surgido en la interacción entre animales y humanos. Y, posteriormente, construir un robot que pueda competir en distintas pruebas relacionadas con el desafío (alimentación animal, apicultura, conservacionismo, etcétera). En campañas anteriores la FLL se ha ocupado de tratamiento de residuos, mejora de la vida de los ancianos, emergencias ante desastres naturales, movilidad urbana, la conquista de Marte, y así hasta un total de 18 ediciones.

España es actualmente el país de Europa que más equipos aporta a la competición. Esta temporada la gran final que da acceso a las pruebas internacionales se celebró el pasado mes de marzo en Logroño. La Fundación Scientia, la Fundación Riojana para la Innovación y la Federación de Empresarios de La Rioja fueron los organizadores del evento, en el que han participado 61 equipos de toda España y más de 1.800 personas.

En esta edición, el desafío Animal Allies ha permitido a los participantes conocer de cerca el mundo de los animales y explorar nuevas formas de relacionarse con las personas. El programa no solo fomenta vocaciones científicas y tecnológicas, sino que complementa este aprendizaje con el desarrollo de habilidades. El primer premio fue entregado por la Fundación Scientia al equipo de Electronics Falcons, de Murcia.

Fuente: El Periódico de Aragón.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Los hermanos Ramon y Josep Novell, con su nuevo producto.

Cafés Novell presenta la primera cápsula de España que no deja residuos

Por fin se puede degustar un buen café de cápsula sin tener que preocuparse por los residuos que deja el envoltorio de aluminio. La compañía Cafés Novell, dedicada a la producción para hostelería, entra en el mercado doméstico con las primeras cápsulas de compostaje de España: se desintegran en 12 semanas, y además son compatibles con la cafetera Nespresso, la más vendida del sector. El desarrollo de este producto a nivel industrial, que ha costado alrededor de un millón de euros, tiene como precedente la investigación de la empresa química BASF y los esfuerzos de pequeñas y medianas empresas en Suiza e Inglaterra.

Novell es una de las grandes empresas productoras de café para bares y restaurantes. Con 200 trabajadores, ocho delegaciones en España y con presencia en 16 países, los hermanos Dolors, Ramon y Josep Novell han sabido impulsar el proyecto que empezó su padre hace casi 60 años. En 2016, la compañía facturó 25 millones de euros, un 13% más que en el año anterior, y las previsiones para 2017 son de un crecimiento de un 12%.

Dentro de este optimismo se enmarca la entrada de Novell en el mercado del café doméstico con las cápsulas: con 300 puntos de venta y con acuerdos que ya está negociando la empresa con supermercados y otros locales, los hermanos Novell pretenden vender 500.000 cápsulas al mes. De momento, el mercado español es uno de los más fértiles en este sector: es el tercer país con más consumidores de cápsulas de café. "El modo de consumo de café ha cambiado mucho y muy rápidamente, en Europa ya se venden más máquinas de cápsulas que máquinas tradicionales", explica Josep Novell.

"Queremos llevar la calidad de nuestro café a las casas y aportar una solución a un gran problema, el de la generación de residuos", cuenta Ramon Novell, que espera que su propuesta "arrastre a todo el sector". Según la empresa catalana, el 95% de las cápsulas de café están fabricadas con plásticos y aluminios. En España solo se recicla un 20% de ellas, algo que Novell cree que va a cambiar con las dosis de café encapsuladas con plástico biodegradable.

El café que acompaña a esta apuesta por la reducción de los residuos es un café ecológico y de consumo responsable, "como no podía ser de otra manera", expresa Ramon Novell. A 33 céntimos la cápsula, se puede comprar en variedad "intenso" o "descafeinado", y el envoltorio de plástico biodegradable no afecta a la fecha de caducidad del producto. "Queremos que nuestro café también despierte conciencias", ha sentenciado Josep Novell.

(Fuente: El País)

www.elpais.com

[inicio] [titulares de grupo]



Identidad gráfica de los premios.

Magén Arquitectos obtiene el Architectural Record DESIGN VANGUARD 2016

Magén Arquitectos ha sido galardonado con el premio Design Vanguard en su edición de 2016, un premio concedido desde el año 2000 por la revista americana Architectural Record –una de las publicaciones internacionales de referencia en materia de arquitectura-, que reconoce cada año a los 10 estudios emergentes del panorama internacional.

A través de este [enlace](http://blog.magenarquitectos.com) se puede acceder al listado de premiados en esta edición, entre los que también se encuentra el estudio granadino CUAC Arquitectura. El premio Design Vanguard, iniciado en el año 2000, ha sido concedido en ediciones anteriores a arquitectos internacionales de la talla de Alejandro Aravena, Sou Fujimoto o Bjarke Ingels (BIG). En los últimos años, destacados estudios españoles han sido reconocidos internacionalmente en las sucesivas ediciones: Magén Arquitectos, CUAC Arquitectura (2016); Losada-García (2015); Barozzi/Veiga, Andrés Jaque (2014); Héctor Fernández Elorza, Grupo Aranea (2013); FRPO (2012); Iñaqui Carnicero, Arquitectura (2011).

<http://blog.magenarquitectos.com>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de los semáforos.

Semáforos en el suelo para usuarios de móvil en Holanda

El ayuntamiento de la ciudad de Bodegraven, en el sur de Holanda, ha instalado un sistema que ilumina con una línea roja y verde el suelo para advertir a los peatones adictos al móvil cuándo es peligroso cruzar la calle.

"Los teléfonos de última generación son las principales distracciones de tráfico que causan atropellos. En los Países Bajos y en todo el mundo", explicó Dolf Roodenburg, encargado de Tráfico en el municipio.

De momento el sistema está instalado en cuatro puntos de Bodegraven, aún en fase de prueba, pero otros ayuntamientos de Holanda han mostrado su interés en adoptar esta iluminación, según Roodenburg.

Asegura que las redes sociales, las aplicaciones tipo Whatsapp, y la música suelen "tener a la gente con la cabeza agachada y los ojos centrados en la pantalla del móvil", en lugar de en el tráfico. Además, las personas que "lleven los auriculares con música tampoco se fijan por dónde van ni oyen lo que les rodea" y eso es un riesgo "doble".

Por tanto, se trata de "evitar atropellos" entre los adictos a los teléfonos, aunque Roodenburg reconoce que en su ciudad, al ser muy pequeña, "tampoco hay numerosos accidentes de tráfico" causados por la distracción.

Sin embargo, se trata de un experimento que será implementado en otras ciudades holandesas, como Ámsterdam, donde estos incidentes son más frecuentes. "La iniciativa está teniendo mucho éxito y ya nos han contactado muchos ayuntamientos para empezar a adoptar el sistema", explica Roodenburg, que dijo además que incluso "otros países" están interesados en este sistema.

La idea es "anticipar" el peligro a los transeúntes ya que la luz está colocada estratégicamente en "el mismo punto donde tienen centrada la vista los que van mirando los móviles". Lamenta que, "al no poder erradicar ni luchar contra este problema, hay que adaptarse a la problemática".

El regidor de Bodegraven, Kees Oskam, también aplaudió esta iniciativa "satisfactoria". "Puede que no seamos capaces de cambiar la tendencia pero si podemos anticiparnos a los problemas", aseguró. La compañía holandesa HIG fue quien desarrolló esta idea, conocida como +LightLine, una forma de conectar los semáforos a las tiras de luces LED empotradas en el pavimento.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.heraldo.es

[inicio] [titulares de grupo]



Máquinas FreeStyle en un local de Five Guys.

Llega a España la máquina de Coca-Cola que fabrica 100 refrescos distintos

¿Coca-Cola de naranja? "Oh, es posible", le dirá la máquina. ¿Fanta de uva? También. Y así hasta más de 100 combinaciones posibles. El restaurante Five Guys de la Gran Vía madrileña estrenó el pasado 4 de mayo dos máquinas Coca-Cola FreeStyle, unos dispensadores de bebidas que multiplican las opciones de las típicas fuentes de refresco y permiten, gracias a la combinación de bases carbonatadas y aromas, elegir una bebida más acorde al gusto y, ¿por qué no?, experimentar. Con gaseosa, eso sí.

Aunque llevan varios años en otros países, las FreeStyle del local de Five Guys son las primeras de este tipo instaladas en España. Las máquinas tienen más o menos el tamaño de una nevera (1,80 metros de alto a los que hay que sumar 80 del dispensador de hielo, por 65 de ancho) y llevan la firma de la empresa italiana de diseño Pininfarina. En el centro está el espacio para el vaso y sobre él, una pantalla táctil. En ella se confecciona el producto, en dos pasos. Primero se elige una de las 15 bases con las que cuenta, de momento, la máquina -las instaladas en otros países cuentan con más-. Todas son bebidas carbonatadas de la gama de Coca-Cola (Coca-Cola, Fanta, Sprite, Aquarius o las nuevas Fuze Iced Tea o Mezzo Mix, entre otras). Luego, se añade el aroma afrutado que se desee, "un toque de sabor", como lo define Agromayor. Cada una de las bases ofrece una serie de posibilidades, hasta un total de algo más de 100 combinaciones. Finalmente, se pulsa un botón que dispensa la bebida. Toda la que uno quiera.

Se trata de llevar la "customización", la personalización del producto, al mundo del refresco, defiende Daniel Agromayor, director general para España, Portugal y Francia de Five Guys, que presentó la máquina como un nuevo reclamo para sus clientes. "La posibilidad de customizar es parte del ADN de Five Guys", afirma, recordando que los clientes de esta cadena pueden también configurar sus hamburguesas, sus perritos calientes y sus batidos: a una base común, el filete, la salchicha o el licuado, se pueden añadir ingredientes al gusto (lechuga, tomate, cebolla, salsas o incluso bacon, sí, para los batidos). En el caso de la bebida, "la idea es que te hagas un refresco a tu manera, único", asegura. No obstante, por el momento, la posibilidad de customizar la bebida es limitada. Tan solo se puede elegir una base y un sabor. Más adelante, explican desde Five Guys, se podrá dosificar el porcentaje de aroma que se desee, pero por ahora esta funcionalidad, dependiente de una app instalada en la máquina, no está disponible en España. Lo estará en el local de Gran Vía a lo largo de este año, al igual que en los demás locales que la cadena estadounidense abra en el futuro en España, que tendrán desde el primer día la FreeStyle, empezando por el que tienen previsto inaugurar en julio en el centro comercial Parquesur, en Leganés (Madrid).

(Fuente: El País)

www.elpais.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes del evento.

iF Design award night: ceremonia de entrega de los premios iF

El pasado 10 de marzo, más de 2.000 invitados de los sectores del diseño, negocios, cultura, política y medios de comunicación de más de 40 países celebraron los ganadores del iF DESIGN AWARD 2017 en el BMW Welt de Munich. Cada año, el iF Internacional Forum Design GmbH (Hannover) concede la etiqueta de diseño de renombre internacional.

75 ganadores de todo el mundo fueron galardonados en el escenario por Ralph Wiegmann, CEO de iF, con el codiciado trofeo, el premio de oro iF.

Un total de 5,575 contribuciones de 59 países participaron en el concurso en las siguientes disciplinas:

- Diseño de producto
- Diseño de comunicación
- Diseño de envases
- Diseño de servicio
- Arquitectura
- Arquitectura de interiores
- Concepto Profesional

En enero, un jurado de 58 miembros, independiente e internacional, de 19 países, entregó el premio iF DESIGN AWARD 2017 en Hamburgo. Además, los 75 mejores trabajos fueron honrados con el premio de oro iF 2017.

<http://ifworlddesignguide.com/press-releases/832-munich-10-march-2017/>

[inicio] [titulares de grupo]



Los Reyes presiden la entrega de los Premios Nacionales de Innovación y de Diseño 2016

El pasado 6 de febrero Don Felipe y Doña Letizia presidieron en Alcalá de Henares el acto de entrega de los Premios Nacionales de Innovación y de Diseño 2016, que otorga la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.

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.

Los premiados en la categoría de Innovación son Carlos Moro, Cosentino y la Agencia Gallega de Innovación. En la categoría de Diseño los premiados son SIMON SAU y Mario Ruiz.

Premio Nacional de Diseño para la categoría de Profesionales: Mario Ruiz Rubio.

El jurado ha decidido premiar a Mario Ruiz al considerar su trayectoria como brillante y consolidada y haber conseguido una identidad de reconocido prestigio en el sector del diseño. Además, ha valorado su estilo atemporal y perdurable así como su proyección internacional y su capacidad de crear una marca consolidada fuera de España.

Premio Nacional de Diseño para la categoría de Empresas: Simon SAU.

El jurado ha otorgado el premio a la empresa Simon SAU tras considerar su larga trayectoria empresarial y amplia proyección internacional, haciendo del diseño y la innovación una constante estratégica de empresa. Además, el jurado ha destacado la capacidad de la empresa para introducir el diseño en productos de uso cotidiano.

<http://www.bcd.es/>
<http://www.marioruiz.es/>
<http://www.simon.es/>

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



Eventos

Formación

Estrategias de creatividad y ecoideación aplicadas a la ecoinnovación

Fechas: Del 03/07/2017 al 06/07/2017.

Lugar: Jaca.

Conocer los fines que persigue la ideación o conceptualización con criterios ambientales, la ecoideación. Formar a los asistentes para la realización y puesta en marcha de sus propios procesos de ecoideación a través de dinámicas grupales. Conocer las estrategias de ecoinnovación más destacadas a través de la presentación de casos de estudios reales. Conocer el proceso creativo y técnicas de creatividad para su aplicación al proceso de ecoideación. Gestionar y formar a los individuos de un grupo para llevar a cabo un proceso de ecoideación.

<http://cursosextraordinarios.unizar.es>

[inicio]

Estrategia Digital y Social Media

Fechas: julio 2017.

Lugar: IED (Madrid).

Gracias al Curso de Verano de Estrategia Digital y Social Media el alumno adquirirá los conocimientos básicos para diseñar una estrategia de comunicación digital de forma alineada e integrada con la estrategia global de cualquier marca o compañía, así como la capacidad para implementarla de forma exitosa. Todo ello mediante el estudio de los casos más relevantes y con profesionales en activo especialistas de cada área.

<http://www.ied.es/madrid/escuela-management/cursos-verano/estrategia-digital-y-social-media>

[inicio]

Escultura es dibujo. IX De vuelta con el cuaderno

Fechas: 1, 2 y 3 de julio de 2017. Inscripciones del 5 de mayo al 6 de junio.

Lugar: Tarazona / Monasterio de Veruela / Borja.

“De vuelta con el cuaderno”, es un curso teórico-práctico con ponencias y talleres acompañados de actividades que complementan el desarrollo del contenido del curso, cuyo principal objetivo es destacar el papel del dibujo como herramienta de trabajo y medio de comunicación.



En esta IX edición el dibujo se relaciona con la Escultura, revisamos la relación entre una y otra manera de expresarse en cuanto sus semejanzas como procesos y expresiones. La escultura nace del dibujo: es dibujar en el aire, en espacios y volúmenes. Escultores y dibujantes nos hablarán de procesos y proyectos de volumen y dibujo interaccionados.

<http://www.escueladeartedezaragoza.com>

[Inicio]

Mueble y contexto. Diseño de mobiliario



Fechas: Del 10 al 14 de julio de 2017.

El curso plantea una inmersión a partir de la aproximación a un modelo específico de producción, el de la edición de mobiliario, que engloba desde pequeñas editoras fundadas por los propios diseñadores, en un modelo de autoproducción, hasta empresas consolidadas, que son referente en la vanguardia del sector.

Durante el curso se combinará la realización de un proyecto para la empresa BD Barcelona Design con diversas sesiones magistrales, a cargo de profesionales de renombre dentro del sector, orientadas a enfocar aquellos aspectos clave del desarrollo del proyecto e introducir al alumnado en la realidad del sector.

<http://www.elisava.net/es/estudios/mueble-y-contexto-diseno-mobiliario>

[inicio]

Curso de Verano en Service Design for Innovation



Fecha de inicio: 3 de julio de 2017.

Cada día, desde que nos levantamos hasta que nos acostamos, en todo tipo de lugares, somos usuarios activos de multitud de servicios. Es bastante habitual que estos servicios no hayan sido diseñados teniendo en cuenta al principal protagonista: el usuario. El Service Design es una metodología de innovación consolidada y de éxito que ayuda a crear experiencias únicas para los usuarios.

<http://iedbarcelona.es/cursos-info/curso-de-verano-en-service-and-experience-design-for-innovation-2/>

[inicio]

Concursos



Premios Nacionales de Innovación y de Diseño 2017

Periodo de presentación de candidaturas: abrió el 11 de mayo de 2017 a las 0:00 (hora peninsular) y finalizará el día 8 de junio de 2017 a las 15:00 (hora peninsular).

Los Premios Nacionales de Innovación y de Diseño son el más alto galardón que se otorga en España como reconocimiento a empresas y profesionales que han destacado por su trayectoria excelente y ejemplar en unos casos en el campo del diseño y en otros en el de la innovación. Estos premios reconocen tanto la innovación como 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 asimismo 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.

<http://www.idi.mineco.gob.es/portal/site/MICINN/PNID>

[inicio]

El Festival de Cine de Zaragoza busca cartel para su 22 edición

Periodo de recepción de proyectos: 17 de junio.

El Festival de Cine de Zaragoza ha puesto en marcha el octavo concurso nacional de carteles para seleccionar la imagen oficial de su 22 edición, que se celebrará del 23 de noviembre al 2 de diciembre.

El tema de los carteles es libre, aunque se valorarán la creatividad y las referencias originales al cine y al mundo audiovisual, además de la introducción de cualquier tecnología o profesión del sector.

También se tendrán en cuenta alusiones a la ciudad de Zaragoza, aunque no son estrictamente necesarias en el contenido del cartel, han informado fuentes de la organización del Festival en un comunicado.

<http://www.festivalcinezaragoza.com>

[inicio]

DMI Design Value Awards 2017

Periodo de recepción de proyectos: finaliza el día 29 de junio.

DMI se enorgullece en anunciar el 2017 DMI: Design Value Awards. Los premios se otorgan a equipos que han entregado un valor significativo a través de prácticas de diseño o de gestión del diseño. El valor se puede expresar como ganancias financieras, impacto social, cuidado del medio ambiente o el cambio de cultura organizacional. Los premios están abiertos a los consultores, agencias gubernamentales, organizaciones sin ánimo de lucro, educadores y empresas de cualquier tamaño.



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

[inicio]

iF Design Talent Award 2017_02

Periodo de recepción de proyectos: finaliza el día 20 de junio.

Ya se han abierto las inscripciones para la segunda ronda del iF DESIGN TALENT AWARD con cuatro temas nuevos e interesantes:

1. Hogares inteligentes, ciudades conectadas - Visión para ciudades y ciudadanos.
2. Valor público, vida y humanidad - Viviendo juntos.
3. Micro apartamentos - Maximizando espacios pequeños.
4. Ciudadano de la salud en el futuro - Usando la tecnología para mantenernos más sanos.

Pueden participar estudiantes y jóvenes profesionales de todo el mundo.

<http://ifworlddesignguide.com>

[inicio]

15 Premio Internacional de Cerámica Contemporánea CERCO 2017

Periodo de recepción de proyectos: finaliza el día 20 de junio.

CERCO es cerámica contemporánea y es también el mayor evento alrededor de esta disciplina artística que tiene lugar en España. El eje principal de CERCO, en esta edición, es el Premio Internacional de Cerámica Contemporánea. En torno a él y coincidiendo en las fechas, tienen lugar diversas exposiciones que muestran tanto los valores emergentes como los ya consolidados, convirtiéndose así en una cita imprescindible para los amantes de la cerámica y del arte.

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

[inicio]

Libros y publicaciones

Hand Lettering (Dibujar a mano letras y alfabetos)

Autor: DOAN GRAVES

Editorial: ILUS BOOKS

Consejos y técnicas para dibujar a mano letras y alfabetos.

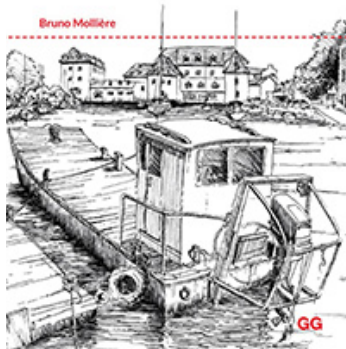
www.casadellibro.com

[inicio]



La perspectiva en urban sketching

Trucos y técnicas para dibujantes



La perspectiva en urban sketching

Trucos y técnicas para dibujantes

Autor: Bruno Mollière
Editorial: Gustavo Gili

¿Crees que dibujar perspectivas es difícil? ¿Te parece que captar la profundidad del espacio, calcular las proporciones o incluso jugar con ellas es solo para expertos? ¡Estás totalmente equivocado! Tienes en tus manos el manual 100% práctico destinado a dibujar in situ perspectivas técnicamente perfectas.

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

[inicio]

Cómo crear y gestionar tu proyecto craft

Guía de negocios para makers y artesanos

Autor: Mónica Rodríguez Limia
Editorial: Gustavo Gili

¿Cobran vida en tus manos piezas de cerámica, carpintería, costura, ganchillo, serigrafía, vidrio, cuero, papel...? ¿Quieres convertir tu talento creativo en un negocio? Si ya lo has hecho, ¿el dinero que ganas te permite vivir de ello? ¿Estás haciendo realidad el sueño que tenías cuando empezaste? Conseguirlo no es fácil... ¡pero sí posible!

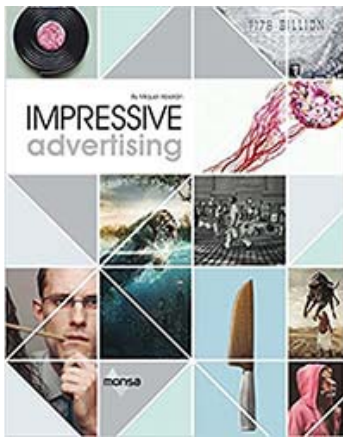
<http://www.ggili.com/>

[inicio]

Impressive Advertising

Autor: Miquel Abellán
Editorial: Monsa

El impacto visual, emocional, etc... la clave de muchas



campañas, conseguir comunicar al mayor público posible, generando sensaciones de todo tipo en el receptor.

Una campaña de publicidad, a través de un guión argumental, tiene que destacar entre centenares de inputs, conseguir ser única y más visible que el resto, para ello es necesario impactar sensorialmente, después de haber captado nuestra atención con sorpresa, intriga, curiosidad, o a veces incluso generando impresiones negativas como repulsión, rechazo o un toque de atención a la conciencia. Todas las emociones pueden alterarse detrás de una buena campaña publicitaria, dejando en el receptor un mensaje concreto, el mensaje deseado.

<http://monsashop.com>

[inicio]

Green Packaging Solutions

Autor: Miquel Abellán
Editorial: Monsa

Todos los sectores muestran interés por los envases reciclables, ya sea por que el producto es natural o ecológico y necesita reflejar a primera vista su espíritu, ya sea por que la empresa desea mostrar su compromiso medioambiental a través de sus productos.

<http://monsashop.com>

[inicio]



Cosas (y) materiales La magia de los objetos que nos rodean

Autor: Mark Miodownik
Editorial: Turner Libros

¿Por qué se puede ver a través del cristal? ¿Qué hace que los elásticos puedan estirarse? ¿Por qué los clips se doblan?

Todo está hecho de algo: desde los objetos cotidianos hasta los materiales que parecen anticipar el futuro. Se trata del milagro de la creación: la destreza, el diseño, la ingeniería y el ingenio que nos rodean cada día.

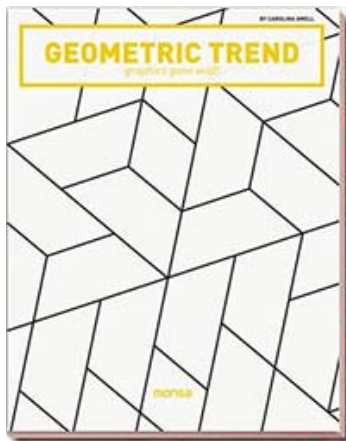
www.turnerlibros.com

[inicio]



Geometric Trend. Graphics gone wild!

Autor: Carolina Amell
Editorial: Monsa



Diferentes estudios de diseño, combinan la geometría en superficies, para decorar el interior del hogar, la piel, o usar como imagen corporativa de una empresa.

La geometría se impone en el diseño. No sólo ha decidido manifestarse en prendas de ropa: vestidos, faldas, shorts, pantalones y blazers, sino también en accesorios como anillos, collares, bolsos, tattoo, muebles... El concepto es usar líneas sencillas, que embellecen de forma minimalista, esas son las características que mejor definen esta tendencia, no importa la forma, el color o la mezcla de combinaciones entre las figuras.

<http://monsashop.com>

[inicio]

Eventos

Arte y vino. Colección ENATE.

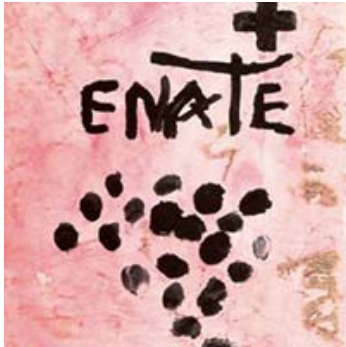
Lugar: IAACC Pablo Serrano

Los 25 años de Enate y su compromiso con el arte constituyen el hilo argumental de una muestra que presenta la riqueza de la colección de arte contemporáneo de la bodega, única por su relación directa entre arte contemporáneo y vino.

Del 26 de abril al 4 de junio de 2017

www.iaacc.es/

[inicio]



Vuelve la Barcelona Design Week

Lugar: Disseny Hub Barcelona

El programa de la BDW está formado por eventos que tienen como escenario principal el Disseny Hub Barcelona, sede de BCD, y se completa con los programas del BDW City y del Poblenou Design Day, compuestos por actividades paralelas organizadas por los agentes vinculados al diseño: profesionales, empresas, galerías, showrooms, escuelas de diseño, establecimientos y otras organizaciones del sector.

Bajo el título '**Transformando la sociedad**', y con un programa que incluye cerca de 100 actividades, la BDW 2017 tiene como objetivo poner en valor el diseño como herramienta de transformación y como factor clave de innovación, sostenibilidad y mejora de la calidad de vida de las personas. En este sentido, durante la campaña se rendirá homenaje a seis personajes pioneros de nuestra era que han contribuido de forma significativa a la evolución de la sociedad y al cambio de mentalidad en diversos ámbitos.

Del 6 al 14 de junio de 2017

<https://barcelonadesignweek.com/es/>





[inicio]

7º Encuentro BID

Organiza: DIMAD

Lugar: Central de Diseño, Matadero, Madrid

Fechas: del 23 al 26 de octubre de 2017

El encuentro BID de Centros de Enseñanza de Diseño es una plataforma de encuentro, debate y coordinación de la comunidad Iberoamericana de Centros de Enseñanza de Diseño, convocado por DIMAD en el marco de la Bienal Iberoamericana de Diseño (BID).

El encuentro plantea reuniones de trabajo y debates que presenten, cuestionen y analicen modelos de gestión y experiencias de procesos formativos de escuelas y universidades de diseño así como proyectos de investigación de posgrado y doctorado. A su vez, quiere impulsar y promover iniciativas innovadoras de los jóvenes estudiantes a través de la Muestra de estudiantes, una plataforma que recoge los mejores trabajos de alumnos de diseño como resultado de una propuesta pedagógica y metodológica de aula o propuesta curricular.

Convocatoria abierta hasta el 2 de junio.

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

[inicio]

Exposición carteles del Pilar 2107

Lugar: Torreón Fortea

El pasado 3 de mayo se seleccionó el cartel elegido para representar a las Fiestas Del Pilar 2017. El premio recayó en Javier Martín Martín con la obra titulada "A la J, Jota".

Entre las obras presentadas se han seleccionados 16 carteles para ser expuestos, junto con el cartel ganador y los dos accésit, en la sala de exposiciones del Torreón Fortea.

Del 16 de junio al 2 de julio.

<http://www.zaragoza.es/ciudad/cultura>

[inicio]

Libros con vida. Libros móviles y desplegados

Lugar: Centro de Historias de Zaragoza

Bajo el título Libros con vida. Libros móviles y desplegados el Centro de Historias acoge una colección de ejemplares que forman parte de una colección de más de 500 libros desplegados y móviles atesorados a lo largo de más de cuatro décadas por la familia Giménez Laguardia. Además de un





recorrido por la historia del género, se podrá contemplar ejemplares con elementos mecánicos y que al abrirlos despliegan ante nosotros todo un prodigio de papiroflexia.

Hasta el 11 de junio de 2017

<http://www.zaragoza.es/ciudad>

[inicio]

Fad Fest 2017

Lugar: Disseny Hub. Barcelona

FADfest, es el evento anual del FAD que celebra la excelencia creativa, reconoce el trabajo de profesionales y empresas y acerca el diseño a la ciudadanía. Un escaparate para descubrir las mejores propuestas del año en arquitectura, interiorismo, diseño gráfico, publicidad, diseño industrial, artesanía, arte y moda que se celebra en Barcelona entre el 26 de junio y el 2 de julio de 2017.

Este año, el FADfest se desarrollará en dos ejes: Por un lado el eje «El mejor diseño del año» con los premios que conceden las diferentes asociaciones del FAD y la exposición que reúne las obras finalistas.

También dentro de este eje se organiza el festival de cine y arquitectura Arqu[in]FILM. Por otro, el eje temático de este año, que con el nombre «Diseño y turismo», reflexionará alrededor de los retos que se presentan en las ciudades de hoy para gestionar el turismo masivo y como, desde el diseño, se puede incidir.

Del 26 de junio al 2 de julio de 2017.

<http://fadfest.cat>

[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 [\[haga click aquí\]](#)

