

mayo - agosto 2017



Titulares

Diseño en Aragón

- EDELVIVES diseña un programa didáctico para la incorporación de la robótica en la escuela. [\[leer\]](#)
- Smart PIK de Pikolin, el primer colchon inteligente con el que mejorar nuestra calidad de descanso. [\[leer\]](#)
- Zalux lanza al mercado su primera luminaria fabricada por extrusión. [\[leer\]](#)
- Araven lanza al mercado el primer carro de compra compacto con una capacidad de 160 litros. [\[leer\]](#)
- Bottle Flip Countries, una app educativa basada en el fenómeno viral "El reto de la botella". [\[leer\]](#)
- Ambar presenta Ambar roja, con cereza ácida. [\[leer\]](#)
- El grupo oscense Angel Bosch cuida la imagen de su enseña Tento y su marca Querida Carmen. [\[leer\]](#)
- IDRIAS, recientemente adquirida por GRANDES VINOS, relanza su imagen con una nueva botella y un nuevo diseño. [\[leer\]](#)
- Imaginarium y Hawkers se unen y desarrollan una línea de gafas de sol para los más pequeños. [\[leer\]](#)
- El Grupo de Investigación IDERGO de la Universidad de Zaragoza concluye la evaluación de Riesgos Ergonómicos y el uso quirúrgico de la Silla Dinámica Vitaldinamic SDMed. [\[leer\]](#)
- El juguete que enseña a programar a niños de tres años. [\[leer\]](#)
- Neki, una "start-up" de la UZ, diseña relojes con GPS camuflado para enfermos de Alzheimer. [\[leer\]](#)
- Un colchón para el amor. [\[leer\]](#)
- Martha Peters presenta su novena colección de Alta Costura para novias en Zaragoza. [\[leer\]](#)
- Premios Anuaría 2016 reconocen a estudios aragoneses. [\[leer\]](#)
- El estudio de diseño Sumun Comunicación Global diseña la imagen del Congreso Lattice 2017 . [\[leer\]](#)
- Toldos Lucas renueva su identidad corporativa con motivo de su 50 aniversario. [\[leer\]](#)
- Imágen gráfica para la primera edición de Zaragoza Escena. [\[leer\]](#)
- Tres nuevos proyectos de la mano de Batidora de Ideas. [\[leer\]](#)
- LEH Perfumes, algo más que fragancias. [\[leer\]](#)
- Compy Supreme se hace con la medalla de plata de los Best Awards. [\[leer\]](#)
- ¿Qué hace únicas a Bubub y sus Gelées?. [\[leer\]](#)
- La ilustradora aragonesa Ana Villalba bate un record. [\[leer\]](#)

- Alumnas de la EINA galardonadas en los Premios Nacionales de Diseño y Sostenibilidad del Clúster de Innovación en Envase y Embalaje. [\[leer\]](#)
- La exposición Proyectos Emergentes volvió por sexto año al Paraninfo. [\[leer\]](#)
- Nace el primer concurso de diseño de moda inspirado en la figura de Goya. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- Molino Alfonso se alzan con la Medalla de Oro en los EVOOLEUM Packaging Awards. [\[leer\]](#)
- Grandes Vinos lanza al mercado su nueva app. Una manera diferente de disfrutar el vino. [\[leer\]](#)
- Nuevos desarrollos de Sumun Comunicación Global. [\[leer\]](#)
- Podoactiva abre en Madrid su primera clínica de referencia para intervenciones quirúrgicas del pie. [\[leer\]](#)
- ENATE con el Festival Internacional de las Culturas "PIRINEOS SUR". [\[leer\]](#)
- LAUS protagonista en diferentes citas del mundo del vino. [\[leer\]](#)
- El packaging para cilindros de BTV una innovación para humanizar la ferretería. [\[leer\]](#)
- Un nuevo sistema de mobiliario en punto de venta y exposiciones para BSH Electrodomésticos España de la mano de Línea Diseño. [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- Entrevista a David Santafé Fondevila, responsable de la división de Consulting & Design de HMY. [\[leer\]](#)
- Opel presenta su nuevo logo y claim: "El futuro es de todos". [\[leer\]](#)
- Soulman Insightful Thinking crea la imagen corporativa de Emisores Españoles. [\[leer\]](#)
- La BMW del futuro: cero emisiones y 100% conectada al conductor. [\[leer\]](#)
- Facebook diseña un dron para llevar Internet a las zonas en desarrollo. [\[leer\]](#)
- Nuevos frigoríficos Serie Cristal de Balay. [\[leer\]](#)
- Nuevos desarrollos de Mormedi. [\[leer\]](#)
- Una colección de zapatillas, el último legado de David Delfin. [\[leer\]](#)
- Nuevos helados en StreetXo. Creatividad con la firma de David Muñoz. [\[leer\]](#)
- Opel Grandland X: Un SUV con un diseño llamativo que destaca entre sus rivales. [\[leer\]](#)
- Prendas que pueden utilizarse desde los 4 hasta los 36 meses de edad. [\[leer\]](#)
- El primer exoesqueleto para niños, creado por una ingeniera española. [\[leer\]](#)
- Manuel Estrada y la empresa Actiu Berbegal y Formas, Premios Nacionales Diseño 2017. [\[leer\]](#)
- Ganadores de los Premios ADGLaus 2017. [\[leer\]](#)
- La Barcelona Design Week cerró sus puertas con más de 20.000 participantes. [\[leer\]](#)

Eventos

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

EDELVIVES diseña un programa didáctico para la incorporación de la robótica en la escuela



Robot Next, vista frontal y posterior.



Robot y Tapete.



Bodegón sección desplegable Wedo.



Tiovivo.

La propuesta denominada NEXT ROBÓTICA EDELVIVES es un programa global para introducir la robótica en el aula y favorecer el aprendizaje de los alumnos. Es un programa integral y evolutivo que comienza en educación Infantil y llega, en este momento, hasta el final de la Primaria. Para cada una de las etapas del niño se ha desarrollado un plan de trabajo acorde con su edad y su maduración, así como un amplio abanico de materiales.

Con el proyecto Next Robótica, Edelvives espera trasladar a todos los docentes el entusiasmo por la introducción curricular de la robótica educativa, así como ofrecerles el acompañamiento necesario para que los profesores se sientan cómodos y seguros ante este nuevo desafío, que involucra activamente al alumnado en su propio aprendizaje, fomenta la autonomía, promueve la capacidad de resolver problemas, permite la integración de distintas áreas curriculares, y potencia habilidades como la creatividad, la organización, la atención...

Entre los materiales que integran el programa didáctico están cuadernos para el alumno, la propuesta para el profesor y, según los cursos, tapetes robóticos o de plástico personalizables, así como los robots Next exclusivos de Edelvives, las apps de programación o la caja de Lego WeDo para construir dispositivos.

En educación Infantil: 3, 4 y 5 años, el sistema gira entorno a Next, un robot de suelo que se programa con botones de direccionalidad para que se desplace por los tapetes. En Educación Primaria: 1.º y 2.º el robot Next 2.0, es ya un robot de suelo con conexión bluetooth y un APP desde la que programar sus movimientos, sonidos y otras funciones en su desplazamiento por los tapetes. Es en los siguientes cursos de Educación Primaria: 3.º, 4.º, 5.º y 6.º, donde Edelvives ha colaborado con LEGO para conformar su oferta que gira en torno a una caja de Lego WeDo 2.0 y software de programación y que requiere dispositivos con conexión bluetooth 4.

Edelvives, en su apuesta por la innovación y las nuevas tecnologías, ha desarrollado en colaboración con Robotix y LEGO education unas construcciones LEGO específicas para cada uno de los citados cursos de Primaria, sobre las que experimentar las posibilidades de la programación y la robótica.

Estas construcciones para tercer curso son: El Coche Speedy que es un coche de competición; pero también se puede llevar a cabo una Misión a la luna mediante la construcción de un vehículo espacial. El Dragón Komodo ruge cuando encuentra una presa y muerde con su poderosa mandíbula.

En cuarto se puede construir un tiiovivo y conseguir una atracción de feria que se mueva y suene; construir una grúa para poder desplazar objetos; o una oruga que cambia de color y emite sonidos.

En quinto se puede construir un cañón antiavalanchas, un puente levadizo o un pájaro que se aproxima al nido para



Grúa.

alimentar a sus polluelos.

Por último en sexto, junto al ya citado pájaro se puede construir un robot que lanza a canasta o un sapo que croa cuando localiza una mosca.

En todos los casos tras la construcción del robot se trabaja con los bloques de programación que permiten darles órdenes.

"En definitiva se trata de dar forma a una apuesta de futuro en línea con las necesidades generadas en la nueva sociedad de la tecnología. Necesidad que conlleva personas con mentalidad científica y analítica que sean capaces de programar. En este sentido, a los educadores y a la propia sociedad se le plantea el reto de preparar en las aulas a los niños en ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas. Este programa es la forma de incluir en un solo proyecto estas materias, además de la comunicación, el liderazgo y el trabajo en equipo", nos dicen en Edelvives.

www.edelvives.com
www.education.lego.com
www.robotix.es

[inicio] [titulares de grupo]

Imágenes con diferentes construcciones: Sapo, Robot lanza canastas, coche Speedy y Oruga.



Smart PIK de Pikolin, el primer colchon inteligente con el que mejorar nuestra calidad de descanso

PIKOLIN presenta el primer colchón inteligente del mercado que nos guía para mejorar la calidad de nuestro descanso, Smart PIK de PIKOLIN. Una auténtica revolución tecnológica que acerca las ventajas de la inteligencia artificial al descanso, marcando un antes y un después en nuestro sueño.

Un paso más en la continuada trayectoria de innovación de Grupo PIKOLIN, con el fin de que todos los españoles puedan mejorar sus hábitos de sueño y disfrutar de un estilo de vida más saludable. En palabras de César Isac, Responsable de Innovación y Desarrollo de PIKOLIN *"Smart PIK es un ejemplo más de la apuesta imparable de Grupo PIKOLIN por la investigación y la innovación, como parte del ADN de la compañía. Las tecnologías inteligentes son parte de nuestro día a día, y con este nuevo lanzamiento las llevamos a los productos de descanso en el hogar"*.

El sistema digital de descanso Smart PIK de PIKOLIN, está desarrollado 100% en España en colaboración con el partner tecnológico Geeksme, empresa española especializada en el Internet de las cosas (IoT) y en el diseño, desarrollo y fabricación de tecnología wearable.

Smart PIK se compone de 3 elementos:

El colchón Smart PIK, único en el mercado, gracias a su máximo confort y el beneficio de la medición del sueño. Se trata de un producto que une las diferentes tecnologías exclusivas de Pikolin como Normablock®, Confortcel® y Bultex® con el internet de las cosas.

La pulsera inteligente Smart PIK está diseñada para medir el sueño gracias a sus tres sensores de análisis, y realizada en un material suave y cómodo que permite llevarla cómodamente mientras dormimos. Además, la pulsera Smart PIK cuenta con una alarma inteligente, que mediante una ligera vibración despierta al durmiente sin molestar a la pareja, y lo más importante, le despierta en el mejor momento según la fase de sueño en la que éste se encuentre. También recordará mediante vibración el momento de ir a la cama si así lo deseas.

La aplicación móvil Smart PIK, disponible para iOS y Android, que se sincroniza mediante bluetooth con el colchón y la pulsera inteligente para recoger los datos del sueño (fases, duración, pulsaciones...) para elaborar estadísticas con las que valorarlo y proporcionar consejos personalizados para conseguir un óptimo descanso.

La innovadora tecnología Smart PIK de PIKOLIN está pensada para aprender a disfrutar de un descanso más saludable, gracias a sus 3 funcionalidades: el modo SUEÑO que midiendo los movimientos y ritmo cardíaco del usuario analiza las diferentes fases del sueño y permite una visualización interactiva de los datos (horas descansadas, tiempo despierto, ritmo cardíaco, fases de sueño profundo, ligero y REM); el modo COACH, un asistente virtual que propone retos personalizados durante 21 días para conseguir el máximo rendimiento en el descanso; y el modo AMOR que, de forma voluntaria y totalmente privada, permite descubrir datos sorprendentes y divertidos sobre la actividad sexual.

Gracias a la funcionalidad COACH, la más innovadora y diferencial del producto, Smart PIK de PIKOLIN es el primer colchón fabricado en España que "entrena nuestro descanso",



Pulsera inteligente Smart PIK.



Aplicación móvil Smart PIK.



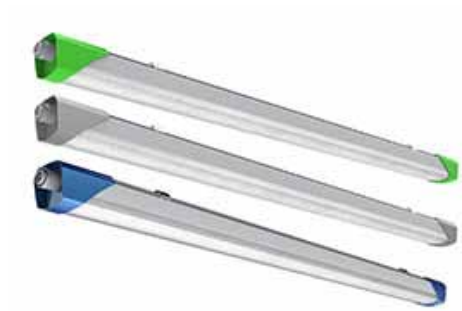
Foto de conjunto.

gracias a la valoración de la calidad del sueño y a los consejos proporcionados a medida del durmiente para conseguir un descanso óptimo y así, y un estilo de vida más saludable.

Para validar esta novedosa funcionalidad, única en el mercado, PIKOLIN contará con la colaboración de ASENARCO (Asociación Española del Sueño). María José Serrano Esteban, Socia Fundadora de ASENARCO, comenta al respecto "Por fin, un producto que coloca al sueño donde le corresponde: Como un factor esencial de la salud. Smart PIK de PIKOLIN acerca el buen sueño al público en general".

www.pikolin.com
www.geeksme.com

[inicio] [titulares de grupo]



Varios colores de la luminaria Base, de Zalux.



Montaje de la luminaria.

Zalux lanza al mercado su primera luminaria fabricada por extrusión

Zalux, empresa líder en fabricación de luminarias estancas, lanza al mercado la luminaria Base, luminaria básica que pretende competir en precio y flexibilidad a la hora de tener productos más personalizados para el cliente.

La luminaria se compone de una bandeja para fijar todos sus componentes electrónicos, un perfil de PC fabricado por bi-extrusión y dos tapetas de PC fabricadas por inyección y selladas al perfil para garantizar un índice de protección IP66.

Gracias al uso de la tecnología de extrusión en la fabricación de esta luminaria se consigue una gran flexibilidad para obtener cualquier longitud, esto permite al cliente tener una gran variedad de longitudes, de forma que siempre se pueda adaptar a las medidas y requisitos de sus instalaciones.

Los diseñadores industriales Ángela Alonso y David Franch en colaboración con AMD Desarrollo han trabajado en el diseño y desarrollo de esta luminaria. Gracias a su diseño compacto se ha conseguido una reducción de costes logísticos, además de darle un toque de diferenciación, ya que la mayoría de luminarias de este sector se caracterizan por unas medidas mucho más voluminosas. Su gran simplicidad en cuanto a número de componentes y operaciones de ensamblaje en fábrica hacen que esta luminaria sea más competitiva en costes.

Otro de los puntos clave de este proyecto es la personalización del producto, que el cliente pueda configurar la luminaria de acuerdo a sus necesidades dependiendo de las aplicaciones. Poder variar fácilmente materiales, colores, electrónica, conectores y longitudes sin necesidad de grandes inversiones y dando una respuesta rápida al cliente.

La luminaria Base, es una solución económica y de calidad. Ofrece una resistencia al impacto IK08 y un índice de estanqueidad IP66, lo que la hace adecuada para locales húmedos y zonas exteriores cubiertas donde hay unas exigencias elevadas de seguridad mecánica. Gracias al uso de la tecnología LED se consigue un incremento de la vida útil hasta 35.000h, con lo que se eliminan todos los gastos de mantenimiento, también una gran disminución del consumo eléctrico y una elevada eficiencia de hasta 106lm/W.

www.zalux.es
www.amdesarrollo.com

[inicio] [titulares de grupo]

Araven lanza al mercado el primer carro de compra compacto con una capacidad de 160 litros



Los dos carros compactos de Araven, 160L (izquierda) y Loop 100L (derecha).



Permite hasta 160 litros de capacidad con un peso total de tan solo 14 Kg.



El nuevo carro de Araven se puede personalizar con el color y la imagen corporativa de cada empresa.

Araven, empresa líder en el diseño y fabricación de productos para la equipación de establecimientos comerciales, vuelve a innovar en el sector del retail con el lanzamiento de su nuevo carro compacto de 160 litros de capacidad.

La empresa aragonesa, que ha revolucionado la forma de comprar en los últimos años -patentó en 2005 la primera cesta con asa telescópica y ruedas del mundo-, completa así el hito que marcó hace tres con el lanzamiento del primer carro compacto del mercado: Shop & Roll Loop 100 L, un exitoso concepto que hoy está presente en más de 35 países.

El nuevo carro de Araven se pudo contemplar por primera vez en Euroshop, la mayor feria internacional del retail celebrada el pasado mes de marzo en Dusseldorf (Alemania), donde tuvo gran acogida.

Entre las ventajas que aporta el nuevo carro con respecto a los existentes, destaca su gran movilidad. Su asa perimetral permite total libertad de movimiento con posibilidad de maniobrabilidad desde cualquier punto. Su conducción es fácil, ágil y acompaña al usuario como si de un asistente se tratara. Además, cesta y asa se encuentran en un mismo plano. El asa no sobresale del contorno del carro y acompaña al usuario sin golpearlo. Sus ruedas son de máxima calidad y permiten un deslizamiento perfecto y duradero en todas las superficies.

Otra característica destacada del Shop & Roll 160 L es su ligereza. Con 14 kilos de peso total, es el más ligero del mercado en su capacidad.

Un test realizado por Araven en varias cadenas revela que los carros y cestas son una variable importante para el consumidor dentro de la experiencia global de la compra en tienda. Son los únicos elementos que acompañan al usuario en todo el proceso de compra, de inicio a fin, por ello es necesario que sean cómodos y manejables.

Según un reciente estudio publicado por AECOC (Asociación Española de Codificación Comercial) sobre la valoración de los consumidores en términos de prioridad y servicio que exigen en los centros, el hecho de que los carros pesen poco y sean ligeros es una de las variables que más pesan en el servicio de tienda.

Los estudios demuestran claramente que los resultados en tienda aumentan cuando se introducen cestas y carros Shop & Roll de Araven. Según AC Nielsen, el incremento en el ticket medio de compra es del 18 %.

Las soluciones de Araven ofrecen una imagen global, moderna y uniforme en la cadena, con una gama de cestas y carros que se adaptan a cualquier necesidad.

www.araven.com

[inicio] [titulares de grupo]



App de Bottle Flip Countries.

Bottle Flip Countries, una app educativa basada en el fenómeno viral "El reto de la botella"

Imascono presenta 'El reto de la botella' en su versión más educativa. Bottle Flip Countries aúna educación y entretenimiento para ofrecer a los niños una estimulante herramienta con la que aprender geografía y curiosidades acerca de los países del mundo.

Un juego móvil que tiene el objetivo de acompañar a las familias en sus vacaciones de verano, permitiendo a los más pequeños ampliar su conocimiento mientras se divierten, comparten y retan a sus compañeros y amigos. Una forma atractiva de trabajar los conceptos educativos que tradicionalmente se trabajan en cuadernos de verano o repaso, tareas que se convierten en algo pesado y aburrido para los más pequeños. Y es que las apps de Chromville buscan promover la motivación de los niños por el aprendizaje continuo según sus necesidades y preferencias. Una formación motivacional basada en el juego y el descubrimiento; el aprender haciendo.

El modo de juego del Bottle Flip Countries tiene una mecánica sencilla y adictiva, basada en el movimiento original del reto, los usuarios deben lanzar la botella para desbloquear estrellas y en consecuencia información sobre los diferentes países que componen la aplicación como por ejemplo el nombre del país situado geográficamente y su capital o infinidad de curiosidades como ¿En qué país nació Albert Einstein?, ¿Qué país está habitado en un 95% por animales?...

El estudio creativo imascono, a través de su universo infantil Chromville, está detrás de la aplicación educativa Bottle Flip Countries. Esta empresa afincada en Zaragoza, cuenta con una amplia experiencia en el desarrollo de Realidad Aumentada y Virtual. En la actualidad, participan activamente en la transformación digital de empresas reconocidas como Disney, Telefónica, Carrefour, Samsung o Adidas. Las aplicaciones educativas de Chromville cuentan con más de 500.000 descargas a nivel internacional desde más de 100 países y con un volumen mayoritario en Estados Unidos, con el 65% de los usuarios.

www.imascono.com

[inicio] [titulares de grupo]



Botella de la nueva Ambar roja.

Ambar presenta Ambar roja, con cereza ácida

Cervezas Ambar lanza su última creación cervecera: AMBAR ROJA. Una cerveza de estilo lámbico, elaborada con cereza ácida. La cuarta creación de la colección Ambiciosas Ambar es una cerveza que nace de dos; una fermentada con levadura salvaje, potente y oscura y otra más clara y suave y de perfil menos amargo.

La combinación junto a la cereza ácida es inesperada, divertida y equilibrada. Dulce, ácida y amarga, la complejidad gustativa llama tanto la atención como su color.

"Emparenta con las lámbicas por su fermentación espontánea, por el uso de la fruta y porque en apariencia y en sabor nos conduce hasta Bélgica", explica Antonio Fumanal maestro cervecero de Ambar. Un viaje de ida y vuelta porque "para un purista nunca sería una lámbic".

Enrique Torguet recuerda que "A nosotros los registros encorsetados nos gustan para salirnos de ellos y la Roja, como el resto de Ambiciosas, no dejará a nadie indiferente. O te encanta o no te gusta nada. Ese era el espíritu de inicio y de momento lo mantenemos intacto".

Su estilo de fermentación y cantidad alcohólica de 6.7° permiten juegos gastronómicos poco habituales en el mundo cervecero. Gracias a su balanceo entre la acidez y el dulzor es posible maridarla con quesos y otros postres. Y es que, al igual que las cerezas, Ambar Roja puede ser el broche perfecto para una comida de verano.

El planteamiento gráfico de la etiqueta de Ambar Roja, perteneciente a la colección Ambiciosas de Ambar, destaca por su contundencia visual. Su tratamiento, con la eliminación de sus ojos tipográficos y los cantos romos, consigue destacar la carnosidad de la cereza ácida y reforzar la originalidad de esta Ambiciosa.

El diseño corresponde a Grande, estudio/agencia de diseño gráfico con base en Barcelona.

NUEVA IDENTIDAD VISUAL DE AMBAR LEMON Y AMBAR MANZANA

La empresa ha decidido también renovar la presentación de dos de sus cervezas 0,0% las de sabor a limón y a manzana.

El nuevo diseño de Ambar Lemon y Ambar Manzana transmite más naturalidad y enfatiza el carácter Premium del producto. Se crea un código visual único para la gama sabores de Ambar en la que se incluye Ambar Radler. Una imagen más fresca y natural dirigida también para los más cerveceros. Con Ambar Lemon y Ambar Manzana: Vuelve lo natural.

El diseño es obra del estudio Enric Aguilera Asociados.

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

[inicio] [titulares de grupo]

Las nuevas presentaciones y la gama de sabores completa.



El grupo oscense Angel Bosch cuida la imagen de su enseña Tinto y su marca Querida Carmen



Una de las tiendas insignia de la cadena Tinto, situada en el céntrico barrio del Eixample de Barcelona.



Pack línea Premium.

Tinto es la cadena de restauración especializada en comida preparada saludable del grupo Precocinados Ángel Bosch que inició su trayectoria en el año 1983. En 2011 se crea el primer Tinto que con tan solo seis años, ya cuenta con 75 establecimientos; la mayoría en Barcelona y Madrid, y prevé abrir otras 35.

Desde Fraga, donde Tinto tiene la sede social y sus cocinas, se elaboran y reparten cada día más de 35.000 platos con productos frescos y de temporada.

Siguiendo una dieta mediterránea, con ingredientes de proximidad y de calidad, Tinto cocina con alimentos frescos y 100% naturales, de elaboración tradicional y casera, sin aditivos. La única cadena de restauración de comida preparada saludable avalada con el certificado AMED (Alimentación Mediterránea, concedida por la Agencia de Salud Pública) y el Premio Empresa Saludable 2016.

El objetivo principal de Tinto es proporcionar platos saludables y frescos para lograr que sus consumidores disfruten de su tiempo libre, sin renunciar al placer de comer bien.

Tinto cuenta con más de 5.000 suscriptores de Club Tinto que disfrutan de actividades saludables y de ocio que la empresa les proporciona. Desde clases de yoga, hasta preestrenos de cine pasando por clases de running y conferencias de alimentación, educación o deporte.

El diseño de las tiendas Tinto, cuidado y mimado hasta el último detalle por las interioristas Andrea Brusés y Beth Verdaguer, intenta transmitir a los clientes una imagen confortable, de proximidad y comodidad.

"Trabajando con colores de base clara, intentamos transmitir luminosidad, blancura, sencillez y limpieza. Con la madera, transmitimos proximidad, confort y un entorno agradable a los clientes." Dice la interiorista Beth Verdaguer.

Intentamos no trabajar con materiales que resulten fríos, ni colores que resulten agresivos. Además, hemos querido introducir el verde en formato de planta para transmitir la naturalidad de los productos, la proximidad y la frescura de los mismos, y la imagen mediterránea y saludable de los platos de Tinto.

La imagen de las tiendas de Tinto, al igual que los platos y todo lo que construye Tinto en general, está en constante movimiento y evolución para conseguir que esta marca tan joven consiga acercarse cada vez más a las personas, a mejorar su experiencia Tinto.

Querida Carmen, es la marca de productos semicocinados que nace el año 2010 de las mismas cocinas que Tinto, de Precocinados Ángel Bosch SL.

Querida Carmen, transporta el sabor mediterráneo en forma de semicocinados de alta gastronomía elaborados únicamente con ingredientes frescos, que se cocinan siguiendo procesos de elaboración artesanal. Platos de gran calidad, 100% naturales y sin conservantes, ni colorantes ni potenciadores de sabor.

Con más de 15 productos, Querida Carmen presenta dos líneas: Basic & Premium Line, además del gazpacho tradicional

y el gazpacho ecológico.

Está presente en más de 30 países: Francia, Italia, Suiza, Holanda, México, Australia, Estados Unidos...

La diferencia se encuentra en el tiempo. Mientras las Cármenes de antaño pasaban horas en la cocina para hacer felices a los suyos, Querida Carmen permite preparar estos mismos platos en un "cocer y cantar".

Además, Querida Carmen colabora con la Fundación de síndrome de Down Aspros, quien realiza el manipulado de los productos.

Querida Carmen es un producto gourmet que además de mimar el interior del producto ha cuidado la imagen y los diseños de los productos desde el inicio.

Los objetivos principales del packaging de Querida Carmen, siempre han sido que éste fuera atractivo, funcional, válido para la distribución online y offline, con un diseño moderno y con una clara descripción del contenido.

Con diseños realizados por la agencia de comunicación La Sal, Querida Carmen obtuvo el Laus de Oro en la 42ª edición de premios Laus en la categoría de Packaging y Etiquetas.

www.angelbosch.com
www.tento.es
www.queridacarmen.com

[inicio] [titulares de grupo]

Querida Carmen: Packs Basic Line.





Nueva imagen.

IDRIAS, recientemente adquirida por GRANDES VINOS, relanza su imagen con una nueva botella y un nuevo diseño

Recientemente GRANDES VINOS, Bodega líder de la D.O.P. Cariñena anunció la adquisición de Bodegas Sierra de Guara, ubicada en Lascellas (Huesca), que elabora bajo la marca comercial IDRIAS y cuyos vinos poseen el sello de Vinos Ecológicos.

La primera decisión estratégica de GRANDES VINOS ha sido incorporar de nuevo sus vinos a la D.O. SOMONTANO, hecho que unido al enclave privilegiado de sus viñedos y a la demanda creciente de vinos ecológicos en el mercado son los pilares con los que GRANDES VINOS espera consolidar e incrementar las ventas de esta marca, además de reforzar su apuesta por Aragón y complementar su portfolio de marcas comerciales con el objetivo de satisfacer a sus clientes.

Para comunicar de manera más contundente este nuevo rumbo, IDRIAS acaba de relanzar su imagen con una nueva botella y un nuevo diseño. La ilustración de la etiqueta es un motivo abstracto que pretende que la marca se perciba con un aire más internacional, más moderno, un estilo que quiere posicionar la marca en un segmento de alto prestigio. Este trabajo está realizado por la agencia argentina YG DESIGN con quien GRANDES VINOS ya había trabajado anteriormente.

www.idrias.es
www.yg-d.com

[inicio] [titulares de grupo]

Imaginarium y Hawkers se unen y desarrollan una línea de gafas de sol para los más pequeños

Imaginarium y la firma de gafas Hawkers han desarrollado una línea de gafas de sol infantiles que ya está a la venta, de forma exclusiva en las tiendas físicas de la juguetera española, su ecommerce y en la web oficial de la marca de gafas de sol.

De este modo, Imaginarium, como expertos en infancia, apuestan por la importancia de disfrutar del juego en el exterior durante el verano con una correcta protección ocular, disfrutando además de la modernidad, el estilo y la calidad que aporta Hawkers.

Dos de los modelos se corresponden con diseños exclusivos de Hawkers: Fusion Clear Blue Kids y Fusion Nebula Kids, mientras que los modelos Hawkers Kids x Imaginarium Pink Hibiscus y Blue Sharks son creaciones que toman como referencia la colección de verano de Imaginarium, Agua y Arena.

Natalia Chueca, directora de marketing de Imaginarium asegura: "Cada año la colección de verano de Imaginarium es un referente esperado de estilo, diversión y calidad para disfrutar del aire libre con total seguridad y protección. Buscamos año tras año la innovación y diseño para seguir sorprendiendo y este año hemos querido unirnos a una marca referente de estilo y moda como es Hawkers, para crear juntos las gafas de sol infantiles más estilizadas con total garantía de protección solar, calidad y a un precio muy accesible".

Por su parte, David Moreno, co-fundador y director creativo de Hawkers destaca que Hawkers se ha ganado en apenas unos años un puesto destacado entre las grandes marcas de gafas de sol y añade: "Nuestra empresa es tan joven que podría entrar por la puerta de los niños pero, igual que ellos, nuestros sueños son infinitos y entrar de la mano de Imaginarium, marca líder en el sector infantil a nivel mundial, permite a Hawkers Kids entrar por la puerta grande de las tiendas".

Las gafas cuentan con los estándares de calidad necesarios para la protección de los más pequeños, ya que son gafas de categoría óptica 3, recomendadas para entornos muy soleados porque proporcionan hasta el 92% de absorción de la luz visible y filtran el 100% de los rayos ultravioleta (UVA Y UVB), además cuentan con lentes UV400 de alta resistencia.

De este modo, Imaginarium ha renovado la línea de gafas de sol que lanza cada verano, añadiendo esta colección exclusiva y única de la firma ilicitana dirigida para niños y niñas a partir de los cuatro años de edad.

www.imaginarium.es
www.hawkersco.com

[inicio] [titulares de grupo]



Modelo Fusion Clear Blue Kids de Hawkers.



Modelo Fusion Nebula Kids de Hawkers.



Modelo Hawkers Kids x Imaginarium Pink Hibiscus.



Modelo Hawkers Kids x Imaginarium Blue Sharks.

El Grupo de Investigación IDERGO de la Universidad de Zaragoza concluye la evaluación de Riesgos Ergonómicos y el uso quirúrgico de la Silla Dinámica Vitaldinamic SMed



Vitaldinamic SMed. Método Forces para la evaluación ergonómica de tareas repetitivas.



Vitaldinamic es una compañía Zaragozana fundada por Juan Bellvis y especializada en el diseño de equipos ergonómicos que mejoran la vida cotidiana y laboral de las personas. La esencia de sus diseños se fundamenta en el "movimiento es vida".

Uno de los productos patentados por Vitaldinamic es el soporte dinámico SMed desarrollado para solucionar los problemas de los cirujanos y su equipo producidos por estar mucho tiempo de pie, operando y pasando consulta.

Prevenir es la mejor solución, la Silla SMed es un diseño especial para trabajar de pie en el quirófano, protege y relaja los pies, las piernas, espalda y cuello. Facilita el necesario cambio postural de pie-sentado-apoyado.

La validación biomecánica y la evaluación de riesgos ergonómicos ha sido realizada por el Grupo de Investigación Idergo perteneciente al Instituto de Investigación en Ingeniería de la Universidad de Zaragoza.

El objetivo del estudio era la evaluación de riesgos en el quirófano derivados del trabajo de pie y el análisis de los beneficios del uso de la silla SMed. Se ha realizado en el Hospital Mompía de Santander en el que ha intervenido directamente el Dr. Daniel Casanova, Presidente de la Asociación Europea de Trasplantes, y en el laboratorio de Ergonomía de la Universidad de Zaragoza. También se realizaron experiencias de utilización en 8 hospitales de diferentes ciudades. Los test dieron unos resultados positivos muy interesantes. Una conclusión sorprendente es el "relax instantáneo" que proporciona el uso de la SMed, después de llevar un rato trabajando de pie.

En el estudio se analizaron intervenciones específicas de Cuello, Abdomen, Neurocirugía, Extremidad superior y Laparoscopia. Pero se ha demostrado que su uso es de gran interés para todo tipo de operaciones y para todas las personas que trabajan en el quirófano.

Para el análisis se utilizaron captura de movimiento Mocap, Plataforma dinamométrica y manta de presiones. En el análisis del movimiento se utilizó el método Forces, desarrollado por el Grupo de investigación en Ergonomía Idergo basado en el cálculo de esfuerzos de las articulaciones.

Las conclusiones han sido muy positivas y beneficiosas para el colectivo médico-sanitario. La utilización de la silla SMed permite reducir de forma notable el peso soportado por las extremidades inferiores, permitiendo a la vez su movimiento y disminuyendo los problemas circulatorios.

El diseño del asiento le confiere una correcta distribución de las presiones en la zona de contacto con la silla SD-Med favoreciendo la circulación sanguínea.

En definitiva el estudio de Idergo considera que el uso de la silla Dinámica SMed en la práctica quirúrgica supone un claro beneficio para el cirujano, su equipo y para toda la actividad desarrollada en el entorno del quirófano. Actualmente hay

miles de cirujanos trabajando de pie y la SDmed es una buena solución para ellos.

www.vitaldinamic.com
Link al video de la SDmed

[inicio] [titulares de grupo]

El juguete que enseña a programar a niños de tres años



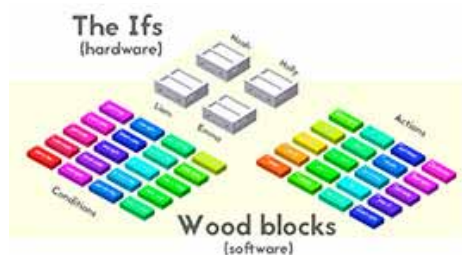
Dos niños juegan con prototipos de "The Ifs".



"The Ifs".



Bocetos de estos pequeños robots.



The Ifs (hardware).



Logotipo.

"The Ifs" son cuatro robots con ranuras en su cabeza. En ellas, los niños intercambian fichas con diferentes acciones dejándose llevar por su imaginación, hasta que los muñecos hacen lo que ellos quieren. Un juego sin fin.

Emma, Liam, Holly y Noah son "The Ifs", una familia de robots con la que un niño de sólo tres años puede aprender a programar.

Animales, piratas, princesas, monstruos, extraterrestres, también bomberos, maestros, papás y equilibristas. Los cuatro robots pueden representar infinitos personajes, todos los que genere la creatividad de un niño. Las aventuras que viven juntos estos muñecos, las que los niños inventan, son reprogramables. Solo hay que intercambiar las fichas en sus ranuras. Es la programación tangible, un nuevo método de interacción sin pantallas de por medio. Un alivio para los padres.

Esther Borao, Luis Antonio Martín, Borja Latorre y Fergus Reig son los autores de este primer juguete educativo con el que se aprende a programar, desarrollado durante cinco meses en el Centro Santander Yuzz, con la colaboración de la Universidad de Zaragoza y el Ayuntamiento de Zaragoza. El proyecto ya es ganador de "Ideas Camp" con un premio que les permitirá fabricarlo. Fruto de Ideas Camp, un nuevo programa de aceleración de ideas de la Fundación Rafael del Pino, es la web de "The Ifs".

Elos han dado infinitas vidas a sus prototipos "Ifs", contruidos en su local de La Magdalena zaragozana con impresora 3D y Arduino, con sensores y con piezas de programación de condiciones y acciones (if-then).

Caben en la palma de la mano, pueden iluminarse si hay oscuridad o, si lo prefieren, llamar a los amigos para jugar; pueden lanzar alertas de diferentes colores, asociar notas musicales a las acciones o a posiciones concretas, tocar distintos instrumentos y emitir sonidos de animales a gusto del consumidor. Causa-efecto. Las combinaciones no tienen fin. Esther Borao lo ha comprobado dejando "The Ifs" en manos de sus sobrinos: "inventan unas historias que nunca habías imaginado".

"Es que, entre los tres y los siete años, los niños no aprenden a programar porque no saben leer", apunta Borao. Ahora podrán hacerlo con "The Ifs" y con toda su creatividad. "A la vez desarrollan el pensamiento lógico", algo, según la programadora, "necesario para la nueva revolución industrial que acaba de empezar". Van a abrir una campaña de crowdfunding con Kickstarter para llegar a las jugueterías en 2018.

Los "padres" de Emma, Liam, Noah y Holly, miembros de la asociación Makeroni, con sede en Zaragoza, llevan años contagiando a los niños el "movimiento maker" a través de talleres en el Centro de Arte y Tecnología Etopia. "Queremos que los niños pasen de ser simples usuarios de la tecnología a ser los inventores del mundo que está por venir", concluye Borao.

www.theifs.cc
www.makeronilabs.com
www.yuzz.org.es

www.estherborao.es

[inicio] [titulares de grupo]



Neki, una "start-up" de la UZ, diseña relojes con GPS camuflado para enfermos de Alzheimer

Neki, una "start-up" de la Universidad de Zaragoza, ha desarrollado unos relojes con GPS camuflado para conocer la ubicación de ancianos y enfermos de Alzheimer en todo momento.

Fuentes de la Universidad indican en una nota que durante este año, la empresa aragonesa Neki se ha posicionado como líder en el mercado de dispositivos GPS para la tercera edad, al desarrollar instrumentos que facilitan la vida de los enfermos de Alzheimer o deterioro cognitivo, teniendo en cuenta todos los casos.

De los 600.000 enfermos de Alzheimer que hay en España, el 80 % es atendido por sus familiares, según datos de la Sociedad Española de Neurología.

Apuntan las fuentes que el estrés que surge en las familias afectadas debido a las presiones físicas, emocionales y económicas hace que, con frecuencia, se les nieguen libertades y derechos básicos a las personas que padecen inicios de Alzheimer o algún tipo de deterioro cognitivo.

Las herramientas desarrolladas son unos discretos relojes, colgantes, monederos y cinturones con un dispositivo GPS camuflado, que permiten conocer la ubicación de los ancianos en todo momento, y al ser unos accesorios de uso diario, se adaptan a su vida con total naturalidad.

Ya son más de 1.000 familias las que están usando estos dispositivos, y esperan llegar a muchas más a lo largo de este año.

Los familiares de la persona mayor pueden llevar un control desde su móvil, desde cualquier parte del mundo y en cualquier momento, y consultar la ubicación y recorrido realizado por la persona mayor.

Una de las funcionalidades más útiles para los usuarios de Neki es la zona de seguridad, es decir, acotar un área en el que la persona en cuestión suele moverse: comprar el pan, hacer recados o dar un paseo por el barrio.

Si en algún momento el anciano sale de esa zona de seguridad, la persona responsable recibe un aviso en su aplicación.

"Nock Senior nació como una forma de ayudar a cuidar de los mayores; con una tecnología sencilla y un diseño atractivo podíamos facilitar algunas partes de la tarea de cuidado que tantos familiares llevan a cabo a día de hoy", afirma Rafa Ferrer, CEO de Neki y creador de Nock Senior.

Neki es una "start-up" que nació en 2014 de la mano de Rafael Ferrer y del programa SpinUp de la Universidad de Zaragoza. También formó parte del programa Talentum de Telefónica.

www.neki.es
www.talentumtelefonica.com

[inicio] [titulares de grupo]



Productos con gps incorporado

Funcionalidades del reloj.

- GEOLOCALIZACIÓN**

Conoce la ubicación de tus seres queridos en todo momento. Sin limitación de distancia.


- LLAMADAS DE VOZ**

El reloj permite recibir y enviar llamadas telefónicas con tan sólo pulsar un botón.


- ZONAS DE SEGURIDAD**

Establece zonas de seguridad para ser notificado si se entra o sale de ellas.





- BOTÓN SOS**

Al pulsarlo se envía una notificación y la posición actual del reloj a las personas responsables.


- CORREA AJUSTABLE**

Materiales seguros y diseño ergonómico. Discreto, nada más que es un localizador.


- APP DE MONITORIZACIÓN**

Gestiona todas las características a través de nuestra app por el móvil o plataforma web.





Pablo Carbonell, posando con algunos de los invitados a la puesta de largo del nuevo colchón.

Un colchón para el amor

Recientemente se presentó en Teruel un sistema de descanso que, más allá de proporcionar ídem, puede aportar paz, aromas y toda una sensación de bienestar a nuestros sueños. Y encima con vips de regalo. ¿Quién da más? El cantante, actor y showman Pablo Carbonell y la sexóloga y escritora Valèrie Tasso fueron los encargados de apadrinar la puesta de largo del colchón del amor. Una creación de la firma Tina, que dirigen Diego y Fidel Loza, cuya presentación en sociedad se celebró en la sala Garden del restaurante El Milagro de Teruel. En un nuevo homenaje a la historia de los Amantes.

La idea parte del grupo turolense Tina, una de las empresas más consolidadas de la provincia en el sector del mueble (cuyo origen también está en una historia de amor, puesto que Diego Loza llegó a la ciudad de los Amantes, precisamente, por esa razón). El caso es que ellos han creado, como colofón a sus 35 años de historia, un colchón que amén de novedades tecnológicas (como la aplicación de ingravidez total con efecto masajeador) incorporan un original diseño distintivo con los símbolos más reconocibles de la ciudad (manos entrelazadas, corazones o estrellas mudéjares). La guinda es un sistema de aromaterapia encapsulado dentro del colchón... Todo un sueño de amor.

(Fuente: El Periódico de Aragón)

www.elperiodicodearagon.com
www.mueblestina.com

[inicio] [titulares de grupo]

Martha Peters presenta su novena colección de Alta Costura para novias en Zaragoza



Colección Novia 2018. Soleil.



Colección Novia 2018. Danielle.

Martha Peters presenta su nueva colección Novia 2018, una propuesta inspirada en su último viaje por Francia con paradas en los pueblos con más encanto del Pirineo, visitas a castillos de ensueño y pequeñas ciudades, hasta llegar a París con sus inconfundibles calles repletas de luz, ambiente bohemio y mercados de antigüedades. Una ruta que empezó con la maleta vacía y acabó cargada de recuerdos, tejidos, puntillas, revistas antiguas... que ahora se transforma en su nueva línea de Alta Costura. Los diseños capturan el espíritu bohemio y vintage a través de multitud de detalles couture: tejidos artesanales realizados a base de puntillas, aplicaciones de macramé antiguo, flores bordadas a modo joya, puntillas de hilo y vainicas, sedas, muselinas y organzas que envuelven y embellecen a la mujer potenciando lo mejor de cada una.

Algunos de los aspectos más destacados son sus increíbles escotes y espaldas, junto a un trabajado juego de texturas y su gran variedad de mangas ablusonadas, francesas, largas o con volantes. La luminosidad de las prendas y la forma en que se disponen los tejidos dibujan una colección llena de matices, con vestidos de corte dulce y romántico con mucho movimiento. En la paleta de colores encontramos una cuidada selección de blancos y detalles en color rosa, negro, burdeos y plata. En cada una de sus prendas se proyecta la originalidad que la joven diseñadora deja fluir siempre en sus creaciones.

Como principal novedad, esta temporada Martha Peters presenta Esenzial, una segunda línea más sencilla compuesta por ocho creaciones que versionan los grandes clásicos de la firma. Siluetas en sedas y tules sedosos, encaje chantilly, crepé, guipur o mikados con suaves toques cromáticos en verde, burdeos o malva y detalles de puntillas.

www.marthapeters.es

[Vídeo vestidos de novia Martha Peters 2018](#)

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



Premios Anuaría 2016 reconocen a estudios aragoneses

Los Premios Anuaría son posibles gracias a la colaboración de las empresas colaboradoras, a la gran labor de comunicación que las revistas oficiales desarrollan y a la confianza que las diferentes asociaciones, colegios profesionales y centros de diseño depositan, año tras año, en los Premios.

Esta trayectoria ha llevado a los Anuaría a ser los premios de diseño gráfico más reconocidos de España, no subvencionados por la administración y con más soporte del sector, lo que los convierte en los de más difusión y en un referente de calidad dentro de esta profesión.

El Jurado de los premios Anuaría está formado exclusivamente por representantes de las asociaciones profesionales.

Estas son las empresas aragonesas galardonadas en 2016:

Premio Anuaría al mejor cartel e ilustración

I.S.L.A Impulso Sonoro Las Armas (Anuaría de Oro)
Rebeca Zarza Estudio con Montalbán Estudio.



Impulso Sonoro Las Armas I.S.L.A., festival de música independiente en el espacio de Las Armas, Zaragoza. Incluye un cartel global y ocho carteles que nacen del cartel principal: una isla multicultural que aúna los distintos estilos (electrónica, jazz, flamenco, balcánica...). A partir de ese concepto, los carteles individuales desgranar los distintos estilos musicales para difundirse en las redes sociales.

I.S.L.A Impulso Sonoro Las Armas

Selección Anuaría a la mejor campaña de publicidad comercial e ilustración

Campaña turismo Huesca La Magia (Selección Anuaría)
Numéricco Agencia Digital Creativa.



Se han ilustrado todas las posibilidades turísticas de la provincia identificando elementos que caracterizan el territorio, los pueblos y sus tradiciones. El espectador participa en este juego visual de descubrir todos estos hitos en un mural repleto de pequeños pero relevantes detalles. La campaña incluye el diseño de diferentes soportes de comunicación y la web: www.turismohuescalamagia.es

Campaña turismo Huesca La Magia

Selección Anuaría al mejor cartel

Verano en la Sala López (Selección Anuaría)
Montalbán Estudio Gráfico.



Para ilustrar la programación de conciertos de verano de la Sala López, buscamos una imagen ligera y refrescante que representase el dulce eclecticismo de la música que suena en su local. Por eso creamos una guitarra de helado, el mejor instrumento para saborear lo más fresco del verano.

Izda: Verano en la Sala López.
Dcha: Ciclo "En femenino".

Selección Anuaría al mejor cartel

Ciclo "En femenino" (Selección Anuaría)
Tres estudio creativo.

"En femenino" es un ciclo de actividades culturales en torno a la mujer, que se desarrolla en Centros Cívicos de Zaragoza. La gráfica resuelta a dos tintas, una de ellas fluorescente, se basa en la representación tipográfica de los 5 sufijos que componen el género femenino.

Selección Anuaría al mejor cartel

5º Aniversario Zaragoza Activa (Selección Anuaría)



5º Aniversario Zaragoza Activa.



Calendario 2016.



Clásicos Linea del Horizonte.



Revival.



Vinilo 7 pulgadas.



Viveros Montecarlo.

Detalier estudio creativo.

Diseño de cartel para la celebración del 5º Aniversario de Zaragoza Activa. Zaragoza Activa, con sede principal en el edificio La Azucarera, es un ecosistema formado por varios proyectos de carácter emprendedor, innovador, creativo y colaborativo.

Selección Anuarial al mejor trabajo de autopromoción
Calendario 2016 (Selección Anuarial)

Detalier estudio creativo.

Diseño de calendario circular donde quedan representados los días, semanas, meses, estaciones, lunas... una efeméride por día y hasta la temperatura media de Zaragoza.

Selección Anuarial al mejor diseño de una publicación editorial

Clásicos Linea del Horizonte (Selección Anuarial)

Montalbán Estudio Gráfico.

Esta colección acoge textos sobre los primeros exploradores y sus viajes. Retrato de autor virado a sepia, orlas y ornamentos antiguos, y un lomo negro que ayuda a identificar cada volumen como un cuaderno de viaje. Un diseño que explica el espíritu de la colección sin alardes, y sin renunciar al color, a los nuevos lectores, o a lo contemporáneo. Un diseño clásico pero modernizado.

Selección Anuarial al mejor diseño de una publicación editorial

Revival (Selección Anuarial)

Montalbán Estudio Gráfico.

Revival es un recopilatorio de artículos seleccionados y ampliados sin los límites de extensión de los originales, por eso no había mejor símbolo que un sacapuntas para ilustrarlo. Diseñado en formato bolsillo, maquetamos sus textos explicativos y balizas en vertical, y los artículos de forma periodística. El resultado es un libro atractivo, moderno y fresco, como los textos de Gómez Milián.

Selección Anuarial a la mejor ilustración

Vinilo 7 pulgadas. The Magnetophones (Selección Anuarial)

Rebeca Zarza Estudio.

Un título, dos canciones, ritmos de ska, soul, reggae y rhythm'n'Blues. El diseño de este vinilo en 7 pulgadas para el grupo musical The Magnetophones parte de estos conceptos y con un objetivo claro: dar forma a esa parte más evocadora y abstracta del sonido. Para ello, Paradise of Love interpreta a través de los colores un paisaje onírico que nos transmite la parte más psicodélica del amor.

Selección Anuarial al mejor Programa de identidad corporativa

Viveros Montecarlo (Selección Anuarial)

Cubo Diseño S.L.

Proyecto global de Service Design, que renueva la imagen de Viveros Montecarlo. Un vivero aragonés, con una trayectoria de más de 60 años que se ve reflejada en la tipografía elegida, el contraste nos recuerda a los árboles, combinando la delicadeza de las ramas y la solidez de sus troncos. El icono muestra el nacimiento de una nueva vida, transmitiendo renovación y frescura.

Selección Anuarial al mejor packaging



Mimbo.



Flora.



Valparadiso.

Mimbo (Selección Anuaría)
Montalbán Estudio Gráfico.

Frutas tropicales, destellos verdes, olor a fresas, flores recién cortadas y frutos secos. No es una fiesta, pero los aromas y sabores de Mimbo, blanco y rosado, playa y montaña, son motivo de celebración. Ahora toca relajarse y disfrutar, todos los lugares son idílicos con Mimbo. ¡Tómatelo con calma!

Selección Anuaría al mejor packaging

Flora (Selección Anuaría)
Iglóo Creativo.

Con motivo de la 30 Edición de la Feria Internacional de Teatro y Danza de Huesca realizamos un diseño de imagen para la feria en el que una tortuga (Flora) con bombín era la protagonista. En relación a la imagen del evento, para la venta de camisetas, creamos un packaging especial con forma de tortuga en cuyo caparazón albergaba la camiseta conmemorativa del 30 aniversario de la feria.

Selección Anuaría en la Miscelánea: Todo aquello no incluido en las otras categorías

Valparadiso (Selección Anuaría)
Montalbán Estudio Gráfico.

Representar el rock paradisíaco y caleidoscópico de Valparadiso no era tarea fácil, por eso dibujamos un horizonte idílico, un paisaje que genera su propio sonido, y por el que navegar y disfrutar de cada una de sus canciones.

www.veredictas.com
www.zarzaestudio.es
www.montalbanestudio.es
www.numericco.com
www.tresestudiocreativo.com

www.detailier.com

www.cubo.es
www.igloocreativo.com

[inicio] [titulares de grupo]

El estudio de diseño Sumun Comunicación Global diseña la imagen del Congreso Lattice 2017



Nueva imagen del Congreso Lattice.

En junio del 2017, se celebró el Congreso Internacional sobre la teoría de campos en el retículo. El Congreso Lattice 2017, reúne a una gran comunidad de investigadores teóricos de sistemas de computación de física de partículas que interactúan fuertemente. Esta exitosa Conferencia Internacional tuvo lugar del 18 al 24 de Junio de 2017 en la ciudad monumental de Granada, una joya de la arquitectura multicultural y del patrimonio.

Inspirados por la presencia de Escher en la Alhambra y por las formas de una retícula en tres dimensiones, el estudio diseñó una L imposible que causa en el espectador una extraña atracción hipnótica, así como recursos para el póster del congreso y el sitio web, también inspirados en elementos de la Alhambra y con una clara influencia escheriana. La animación del logo incrementa todavía más la desconcertante sensación de encontrarse ante una anomalía.

www.sumun.net
www.lattice2017.es

[inicio] [titulares de grupo]

Imágenes de aplicativos.





Imagen de la nueva identidad corporativa.

Toldos Lucas renueva su identidad corporativa con motivo de su 50 aniversario

Toldos Lucas es una empresa familiar especializada en toldos y protecciones solares con fábrica, equipos de montaje y tienda en Zaragoza, con varias delegaciones en Aragón.

Con motivo de su próximo 50 aniversario, la remodelación de su tienda comercial en Zaragoza y el cambio de generación en la dirección de la empresa, propuso al equipo de Línea Diseño el rediseño de su identidad corporativa, así como todos sus aplicativos, claim y manual de identidad corporativa.

La nueva marca debía representar con su identidad gráfica: un cambio generacional, una nueva alineación estética con su tienda a pie de calle enfocada como una "boutique de la sombra" y estar a un mismo nivel de imagen con marcas punteras del sector, de las cuales comercializan sus toldos y sistemas de protecciones. Atendiendo no solo al público final sino a prescriptores como arquitectos y decoradores.

Se ha prescindido de colores e iconografía habituales en el sector generando un símbolo más geométrico que representa técnica y protección, alejándose del uso de colores primarios como amarillos y verdes, dotando a la marca de una gama cromática más personal y técnica, que permite diferenciarla de las logomarcas que se analizaron en el estudio comparativo realizado.

Se utiliza una tipografía de palo seco que da solidez y armoniza tanto con el símbolo creado como con los diferentes soportes a veces industriales (perfilerías, vehículos, rótulos) en los que va a ir aplicada.

www.toldoslucas.com
www.linea-online.es

[inicio] [titulares de grupo]

Aplicaciones de la nueva identidad.



Imágen gráfica para la primera edición de Zaragoza Escena

Más de 20 compañías de teatro y otras artes escénicas están en Zaragoza en septiembre para presentar y dar a conocer sus últimos trabajos artísticos a todos los públicos y edades.

El Festival, gestionado por el Patronato Municipal de las Artes Escénicas y de la Imagen y las dos Asociaciones de empresas de artes escénicas de la comunidad aragonesa, como son Ares Aragon Escena y Asemtar, ha elaborado una programación variada, equilibrada y atractiva para todo el público en la que prima la calidad, la innovación y la creatividad artística de todas las compañías.

El festival se celebrará en diferentes teatros de Zaragoza (Principal, del Mercado, de la Estación, Arbolé y de las Esquinas) y otros espacios de la ciudad.

Línea Diseño ha diseñado la imagen de este festival utilizando un collage de la artista inglesa Maria Rivans, artista que trabaja el collage 3D y crea paisajes con toques surrealistas y pop, captando iconos del cine de Hollywood de los años 40 y 50 y elementos de la naturaleza y la vida cotidiana.

La imagen utilizada titulada "Mrs. Smith" aporta varios mensajes todos ellos alineados con la filosofía del festival como pueden ser el glamour, la escena, el mundo de la interpretación, lo femenino y la invitación a vivir nuevas experiencias. Convirtiendo el cartel en un elemento que llama la atención y ayuda a decorar la ciudad.

También se diseñó en la Edición 0 un logotipo muy sobrio y contundente con las inicial ZGZ y una línea transversal que lo atraviesa y une las 3 letras que son tratadas como los 3 pilares en los que se sustenta el festival: Teatro, danza y circo.

Al logotipo se le dota de libertad para estirar la línea en cualquiera de sus extremos, ayudando a enriquecer los distintos recursos y aplicativos para los que será necesario, mupys, carteles, folletos, entradas, camisetas o aplicaciones muy verticales como banner, autobuses, etc.

www.zgzescena.es
www.linea-online.es
www.affordableartfair.com

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel ZGZ Escena 2017.



Tres nuevos proyectos de la mano de Batidora de Ideas

VITAKE TRADITION

En Batidora de Ideas se ha desarrollado un nuevo packaging para la marca Vitake.

Comida para perros, grain free, con ingredientes naturales. Un producto exquisito, con productos muy seleccionados.

Se buscaba que la gráfica recordara a las primeras latas que se utilizaron en el oeste americano a finales del siglo XIX y principios del XX. Esa estética transmite autenticidad, convierte en protagonista a la composición del producto a través de la única utilización de una tipografía recuperada de antiguos carteles.

Se habla de tradición, de lo esencial.

BATIDORA DE IDEAS SE ENCARGA DEL DISEÑO DE LA IMAGEN GRÁFICA PARA LA NOCHE EN BLANCO 2017

El Gobierno de Aragón se sumó un año más a la celebración de la Noche en Blanco el pasado sábado, 24 de junio, con el objetivo de acercar la creación artística a toda la ciudadanía.

Para la ocasión, Batidora de Ideas diseñó la gráfica del evento de este año. Partiendo de los iconos del semáforo que se encuentra junto al museo Pablo Serrano, una de las sedes. Se crearon unos personajes que flotan etéreos por la noche zaragozana.

Una imagen poética, seres nocturnos que flotan bajo la cautivadora mirada de la luna. Buscando una imagen sencilla, entendible, y que gustara a todo tipo de público.

AMALIYO, EL PROYECTO PERSONAL DEL DISEÑADOR GRÁFICO MIGUEL ÁNGEL PÉREZ ARTEAGA

AMALIYO, es un proyecto personal del diseñador gráfico e ilustrador Miguel Ángel Pérez Arteaga (Batidora de Ideas). Un lugar en el que crear, soñar y contar ideas relacionadas con el juego. Para niños y para adultos que no quieren serlo.

Bajo este paraguas investigará en mundos tangenciales con el diseño gráfico: diseño de pequeñas tiradas de juegos, animaciones, cuentos, objetos, ect.

www.facebook.com/batidoradeideas
www.vitake.net
www.zaragoza.com/nocheenblanco

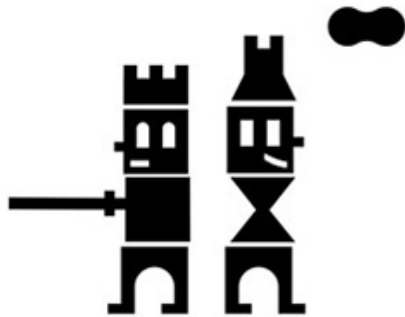
[inicio] [titulares de grupo]



Packaging para Vitake.



Imagen del cartel de este año.



Un ejemplo de la creación de Miguel Ángel Pérez.



Imagen de los envases del producto y formato de presentación para regalo.

LEH Perfumes, algo más que fragancias

La intención de crear una línea de perfumes que fueran algo más que un simple aroma surge a partir de la idea de que una fragancia también puede aportar un bienestar. "LEH perfumes recupera el valor de la alquimia al incorporar los beneficios equilibrantes de los minerales y las flores de bach.

Este componente terapéutico y casi espiritual es el punto de partida a la hora de crear la imagen y el diseño de todo lo que rodea a las fragancias LEH.

Mi voluntad es que mi trabajo sirva para ayudar a los demás, llevar el perfume mas allá de los conceptos de seducción y glamour, pero a la vez sin olvidarnos de ellos", nos dice María Martínez.

La colección se compone de tres fragancias JOY of living una fragancia revitalizante; inner PEACE, relajante; y power of LOVE, equilibrante.

Como imagen publicitaria se partió de la representación del mandala como elemento simbólico principal y a partir de él se hizo una síntesis que sirvió como elemento distintivo sobre las botellas y el packaging. Para cada una de las fragancias se eligió una tinta distinta metalizada que las diferenciaba; Amarillo-dorado para "JOY of living", violeta para "inner PEACE" y rosa para "power of LOVE".

Para el acabado de las botellas se utilizó un esmaltado blanco mate y serigrafiados en tintas de color metalizadas los mandalas de cada una de las fragancias.

Para los diversos elementos de packaging el planteamiento es similar al de las botellas. Se juega siempre con una superficie plastificada mate de color blanco y sobre esta, se imprimen los mandalas con tintas pantone metalizadas y recubiertas con un barniz UVI para acentuar el contraste de brillo y mate.

La identidad gráfica de las fragancias ha sido diseñada por el ilustrador Oscar San Martín.

www.lehperfumes.com
www.oscarsanmartin.com

[inicio] [titulares de grupo]



Compy Supreme para perros.



Compy Supreme para gatos.

Compy Supreme se hace con la medalla de plata de los Best Awards

Bynsa Mascotas, una de las empresas de referencia del sector de alimentos para animales de compañía, ha logrado que tres de sus “productos estrellas”, de la línea Compy Supreme Razas Medianas Grandes, hayan sido galardonados con la Medalla de Plata de los premios Best Awards 2017 en su categoría Branding-Packaging.

Con este logro, Compy Supreme refuerza su posicionamiento Superpremium y consolida el reconocimiento a su innovador diseño, que ya en 2015 se convirtió en uno de los más galardonados de su segmento, al hacerse con tres premios diferentes, tanto nacionales como internacionales.

Durante 2016 y 2017, Bynsa ha ampliado su gama Superpremium “Supreme” reforzando esta categoría elaborada a partir de ingredientes frescos, con una línea para gatos y perros con pollo fresco y salmón fresco. Bynsa seguirá desarrollando esta línea para gatos y perros, con nuevas referencias y variedades específicas.

El objetivo del diseño de la gama Supreme es dar respuesta a las tendencias actuales de packaging y al posicionamiento Premium de estos productos: transmitir calidad, calidez, usabilidad, seguridad y claridad informativa. Así, se trabajó una línea para perros de razas medianas grandes con un diseño en forma de bolso de 3kg. exclusivo e innovador en el mercado, con un práctico cierre cremallera para abrir, cerrar y permitir la óptima conservación del producto.

Posteriormente, se lanzó una gama Supreme para perros de razas pequeñas con la misma línea, pero adaptado a un envase de fondo plano y con las esquinas selladas, aspectos que le confieren rigidez y una estética atractiva en el lineal. Estos envases llevan la tecnología de cierre adherente para una apertura fácil y una óptima conservación del producto.

La línea Supreme gatos se desarrolla bajo los mismos parámetros Supreme, en este caso con un elemento diferenciador: el color blanco, que predomina en el envase.

De esta manera, Compy Supreme se posiciona en el mercado español como un producto Premium, que aúna calidad y seguridad con un envase de vanguardia y que ha sido premiado en tres ocasiones. Y todo, además, con unos precios altamente competitivos, lo que ha hecho que esta gama haya tenido, desde su lanzamiento, una muy favorable acogida por parte de los consumidores, hasta el punto de haberse convertido en una referencia en su segmento.

www.grupobynsa.com

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

¿Qué hace únicas a Bubub y sus Gelées?

En primer lugar las gelées tienen una textura parecida a la de una mermelada pero se diferencian de ella en diversos aspectos. Las gelées de la marca Bubub no tienen fruta, están hechas de vino y licores, en este artículo en concreto se va a hablar de las gelées elaboradas con cava como ingrediente principal.

Gelée de Sant Jordi (Cava i Rosas)

Base de pétalos de rosa roja mezclados con las burbujas de cava y rociada por encima con copos de alga marina agar-agar dando como resultado esta mezcla o, más bien, poema culinario de sonrosada faz que se derrite en el paladar.

Esta delicada jalea acompaña sorprendentemente bien al sushi japonés. Sutil ingrediente en una ensalada de frutas tropicales (mango, piña, aguacate...), capaz de sorprender y mucho con una brocheta de rape o de pollo de corral con hierbas provenzales o incluso una mousse de limón.

Gelée de Cava y Oro

Oro de verdad, un derroche de fantasía ideal para convertir cada cucharada en una fiesta para tus sentidos.

Ideal para acompañar con una tostada de foie, para resaltar el sabor de unos corazones de alcachofa a la plancha. Un fino toque en un asado de carne roja. Ideal con pato y embutido de jabalí, succulento con salmón, con chocolate puro glamour. Productos hechos con paciencia y amor en los que su presentación está a la altura que ellas se merecen.

Presentadas en un elegante frasco italiano para contenerlas, vistiendo de color sus etiquetas y guardadas en cajitas aportando un sugerente toque de misterio.

El original diseño de la identidad gráfica y de la presentación de los productos Bubub es obra de Arantxa Escartín Azanza.

www.bubub.es

[Linkedin Arantxa Escartín Azanza](#)

[inicio] [titulares de grupo]



Gelées de Sant Jordi y de Cava y Oro



Ilustración del Gelée de Cava y Oro

La ilustradora aragonesa Ana Villalba bate un record



Cartel de la exposición.

El pasado 16 de Julio se clausuró la exposición de trabajos de plastilina de Ana Villalba en la Casa de Aguilar con la que consiguió batir un record, al convertirse en la más visitada de la historia del centro. A esta exposición acudieron 1.540 personas. Estas cifras hay que enmarcarlas en la realidad de una población como Borja que tiene algo más de 5.000 habitantes.

La exposición recogía una selección de trabajos realizados con plastilina por la ilustradora aragonesa durante sus más de veinte años de trayectoria profesional como especialista en esta técnica. Numerosas figuras originales de plastilina y sus correspondientes materiales impresos: libros, folletos, catálogos, calendarios, envases, anuncios, etc... Todo tipo de publicaciones hechas para un amplio abanico de clientes nacionales e internacionales, dentro de los ámbitos editorial, publicitario e institucional.

El evento se enmarcaba en la IX edición de "De vuelta con el cuaderno", un curso teórico-práctico que organizaba la Escuela de Arte de Zaragoza y estaba dirigido por Clara Marta, profesora de Dibujo Artístico de la escuela.

www.cesbor.blogspot.com.es
www.anavillalba.com

[inicio] [titulares de grupo]

Varios elementos de la exposición.



Alumnas de la EINA galardonadas en los Premios Nacionales de Diseño y Sostenibilidad del Clúster de Innovación en Envase y Embalaje



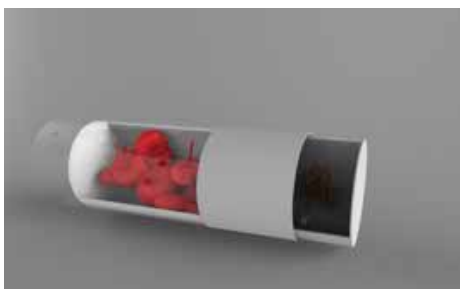
Las alumnas Nuria García, Amaia Garde, Paula Font y Sara Bermúdez.



Las alumnas Eva Gallego, Soraya Fernando y Paola Pequerul.



Imágen de los tres envases para SanLucar Fruit.



Imágenes del embalaje para zapatos, bolsos y otros complementos de Tempe.

En la VIII edición de los Premios Nacionales Diseño y Sostenibilidad, organizados por el Clúster de Innovación en Envase y Embalaje, las alumnas de la Escuela se han alzado con 2 de los 4 premios, todo un éxito en la primera participación de la Universidad de Zaragoza en dicho concurso nacional.

Las alumnas Nuria García, Amaia Garde, Paula Font y Sara Bermúdez se han alzado con unos de los galardones debido a su propuesta de embalaje para zapatos, bolsos y otros complementos de Tempe –Grupo Inditex-.

Su innovación ha consistido en la propuesta de un embalaje que fabricado de forma rápida y sencilla, cuenta con un solo liner y una flauta, ahorrando espacio y material ya que no necesita papel de protección y cuenta con un ahorro de un 55% de cartón. Además de utilizar materiales reciclados y reciclables como el cartón reciclado y el polipropileno reciclable.

El envase puede ajustarse tanto en anchura como en altura y largura, adaptándose completamente al producto de su interior. En el packaging diseñado el material recortado es al 100% el utilizado. Por lo tanto, no se generan desechos en la fabricación del envase

Las alumnas Eva Gallego, Soraya Fernando y Paola Pequerul han recibido otro de los premios por el diseño de un estuche cilíndrico de plástico transparente, en tres piezas, que permite el consumo de fruta fresca "on the go" para la compañía SanLucar Fruit. El embalaje, que dispone de un depósito para los desechos de la fruta, es además reciclable y reutilizable.

El acto de apertura contó con numerosas empresas y entidades implicadas en el sector del envase y embalaje. En él, el presidente del Clúster de Innovación en Envase y Embalaje, Francisco Ortega, destacó el carácter "nacional que han alcanzado los Premios Diseño y Sostenibilidad en esta VIII edición debido a la implicación de 21 universidades y escuelas de Diseño de toda la geografía española y la participación de más de 350 alumnos de todas ellas".

www.eina.unizar.es
www.clusterenvase.com
Boletín La EINA en Acción

[inicio] [titulares de grupo]



La exposición Proyectos Emergentes volvió por sexto año al Paraninfo



Alumnos y profesores del Grado que se han encargado de la organización.



Algunos de los diseños expuestos.



Los estudiantes de la titulación de Grado en Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza realizan anualmente una exposición de sus proyectos con el objeto de aumentar su presencia en la sociedad mediante la exhibición de sus capacidades y habilidades. El proyecto expositivo es desarrollado por los propios estudiantes que asumen la responsabilidad de su ejecución, bajo la supervisión de profesores de la titulación.

Esta exposición sirve también como punto de contacto con empresas y profesionales relacionadas con el diseño, inicio de posibles colaboraciones en otros campos. Una exposición de proyectos es un excelente punto de información para futuros colaboradores, empleadores, personas interesadas en la titulación, o futuros estudiantes. Es una actividad enriquecedora para estudiantes y profesores que pueden constatar el resultado y logros de su esfuerzo. El proyecto contribuye a una mejor comprensión y visibilidad del valor de la titulación y las capacidades de sus egresados entre la comunidad de la propia escuela de ingeniería y de la sociedad en general. Es por otro lado un proyecto de envergadura ejecutado por los propios estudiantes con un alto valor de motivación, en que se desarrollan múltiples capacidades transversales y que influye positivamente en el ambiente cotidiano en la titulación.

Es importante relacionar la vida universitaria con la vida empresarial y la sociedad en general. Mediante la realización de una exposición de proyectos, nuestros estudiantes pueden establecer una toma de contacto con futuros colaboradores o empleadores. Las tendencias, los avances tecnológicos, los planteamientos conceptuales exhibidos contribuyen también a la formación de una cultura del diseño en la sociedad. La exposición de los trabajos desarrollados en la titulación es un excelente punto de información para personas interesadas en la titulación, desde futuros estudiantes a colaboradores de todo tipo.

El diseño es una disciplina profesional capaz de mejorar la calidad de vida de las personas mediante el desarrollo de productos, entornos y gráficos más amables, más cómodos y más útiles. También es un elemento cultural de primera magnitud. Pero es además una herramienta imprescindible para el desarrollo económico, porque contribuye a generar oportunidades para cualquier tipo de empresa y a mejorar su competitividad. Una empresa que hoy día no incorpore profesionales del diseño como una parte fundamental de su organización, ya sea contando con un departamento interno o contratando servicios externalizados no tiene, sencillamente, ninguna posibilidad de éxito en el mercado.

La exposición pretende mostrar el alto nivel de capacitación técnica y de creatividad que tienen estos jóvenes diseñadores, con el objetivo de llamar la atención del público en general, pero, sobre todo, de las empresas y emprendedores, sobre la necesidad de aprovechar su potencial como actores ya completamente preparados para ayudar a conducir a nuestra sociedad, en su conjunto, a un futuro más prometedor.

En la exposición, los visitantes pudieron contemplar las innovadoras ideas de los alumnos de la Universidad de Zaragoza, que para la realización de sus proyectos han tenido

que aplicar una serie de conocimientos multidisciplinares, una de las características más destacadas de su titulación. El resultado se refleja en la interacción de las capacidades técnicas y creativas de los alumnos, que expresan su potencial con el fin de obtener productos innovadores, de calidad y adecuados a las necesidades y expectativas de los potenciales usuarios. Entre las mismas se encuentran electrodomésticos con vocación de servicio social, revisiones de productos cotidianos, o ideas radicalmente innovadoras dirigidas a todo tipo de públicos.

La muestra estuvo instalada en la sala África Ibarra del Paraninfo. Dicha muestra estuvo patrocinada por el Vicerrectorado de Cultura y Proyección Social de la Universidad de Zaragoza.

Proyectos emergentes 2017 es una recopilación de proyectos realizados por alumnos del Grado Universitario de Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto. Cada proyecto se ha realizado en el marco de una o varias asignaturas siguiendo un brief que establece tanto el objetivo como una serie de requisitos. Todo el material para la exposición ha sido igualmente elaborado por alumnos de este grado de manera voluntaria.

ESTUDIANTES DE LA ASIGNATURA "DISEÑO GRÁFICO APLICADO A PRODUCTO" REALIZAN DIVERSAS PROPUESTAS DE INNOVACIÓN PARA LOS ESPACIOS COMUNES DE LA EINA



Los estudiantes de la asignatura "Diseño Gráfico Aplicado a Producto", del grado de Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto y coordinados por Ana Serrano y Anna Biederman, profesoras de la EINA, han realizado diversas propuestas de innovación para los espacios comunes de la Escuela.

Al inicio del curso 2017-18 se elegirán las más innovadoras y está previsto que puedan llegar a construirse para transformar los tres Edificios del campus Río Ebro.

www.eina.unizar.es
boletín informativo [La EINA en Acción](#)

[inicio] [titulares de grupo]



Costureras de trajes goyescos.



Hacer Creativo, centro superior de diseño de Zaragoza.

Nace el primer concurso de diseño de moda inspirado en la figura de Goya

La Fiesta Goyesca, que se celebrará del 29 de septiembre al 1 de octubre, incluye este año como novedad la organización del primer Concurso de diseñadores de moda inspirado en la vida y obra del pintor Francisco de Goya.

"Aguja goyesca", en el que colabora la Escuela Superior de Diseño "Hacer Creativo", incluye dos categorías en las que participar: profesional y estudiante.

En ambos casos los participantes deberán presentar una colección inspirada en Goya y compuesta por cuatro modelos distintos.

El jurado seleccionará cinco colecciones de cada categoría que se presentarán durante un desfile de moda que tendrá lugar en septiembre, durante la celebración de la Fiesta Goyesca.

El plazo de inscripción finalizó el pasado 30 de junio, informan fuentes de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza, impulsora de la fiesta.

El concurso establece un primer premio, dotado con 3.000 euros, en la categoría Profesional, y un segundo premio de 1.000 euros en la categoría Estudiante. Además, las cinco colecciones mejor puntuadas se beneficiarán de una ayuda de hasta 400 euros para la confección de los modelos.

La Fiesta Goyesca, en la que también colabora el Ayuntamiento de Fuendetodos (Zaragoza), localidad natal de Goya, también incorpora este año la celebración de un "Showcooking, elaborado con productos de la época del pintor para más de 300 personas.

Una iniciativa que repite tras el éxito de la pasada edición es el Concurso de pintura Cámara Zaragoza sobre la vida y figura de Francisco de Goya.

El fallo del jurado se hará público durante la celebración de la III Fiesta Goyesca en Fuendetodos. El concurso establece tres premios de 200, 500 y 1.000 euros.

(Fuente: El periódico de Aragón)

www.elperiodicodearagon.com
www.goyazaragoza.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del packaging de Molino Alfonso galardonado con el Oro al Mejor Diseño Gama Retail.

Comunidad Diseña

Molino Alfonso se alzan con la Medalla de Oro en los EVOOLEUM Packaging Awards

El Concurso Internacional EVOOLEUM Awards ha querido reflejar una edición más la revolución creativa que ha experimentado el sector de los aceites de oliva virgen extra en los últimos años: la referida al packaging, o lo que es lo mismo, la presentación y cuidado diseño de los envases que contienen el preciado oro líquido. De ahí que los Premios EVOOLEUM al Mejor Packaging de AOVE -una referencia en los concursos de estas características- reconozcan los mejores diseños en las categorías de Mejor Diseño AOVE Premium, Mejor Diseño Innovador y Mejor Diseño Gama Retail.

En la categoría Mejor Diseño Gama Retail ha resultado galardonado con la Medalla de Oro Molino Alfonso Empeltre, de Almazara Molino Alfonso, diseñado por estudio Versus, "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". Con la Medalla de Plata ha sido reconocido Capricho del Fraile Coupage (Fraile - Llanos De Castillejo S.L.), "por su estética impecable, la comodidad de su formato y la limpieza de su gráfica". La Medalla de Bronce ha recaído en Campolea (Hacienda Salvador Díaz) atendiendo a "su diseño cuidado, los tonos verde aceituna de su serigrafía, la solidez del formato elegido y la comodidad de su uso".

Al igual que el EVOO TOP100 reúne a los 100 mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo, todos los AOVES premiados en los Packaging EVOOLEUM Awards figurarán en la edición 2017/18 de la Guía EVOOLEUM World's TOP 100 Extra Virgin Olive Oils -editada en castellano e inglés en papel y app- a través de una completa ficha descriptiva e informativa de cada uno de los zumos galardonados acompañada de una imagen del envase.

www.molinoalfonso.com
www.evooleum.com
www.estudioversus.com

[inicio] [titulares de grupo]

Grandes Vinos lanza al mercado su nueva app. Una manera diferente de disfrutar el vino

Que el móvil y el mundo de las app se van a convertir, si no lo son ya, en el centro del marketing ya es considerada como la tendencia número 1 que liderará el futuro de esta área, por diferentes revistas especializadas, incluida FORBES (Top Trends Driving the Future of Marketing), donde las empresas, grandes y pequeñas, deberán ser capaces de generar aplicaciones que aporten valor al consumidor y con las que sean capaces de crear comunidades a medio y largo plazo.

Dentro de esta tendencia se señalan por diferentes expertos tres "experiencias" en pleno crecimiento y que ofrecen oportunidades únicas para conectar con los consumidores: la realidad virtual, la realidad aumentada y los videos y fotos 360°.

GRANDES VINOS ya lanzó al mercado sus primeras experiencias de Realidad Aumentada en 2014 y de Realidad Virtual en 2015, siendo pioneros en ambos casos en el sector vinícola y con un mercado ya más maduro, presenta su nueva APP que agrupa en una sola aplicación todo este contenido digital innovador.

La nueva APP GRANDES VINOS ha sido realizada desde su diseño por DeuSens - una start up aragonesa que desarrolla soluciones tecnológicas experienciales que optimizan el proceso de venta y facilitan la compra, potenciando el valor de marca de sus clientes- y con la que la Bodega ya había trabajado en otros proyectos.

Además de servir como herramienta comercial para los diferentes importadores y distribuidores de GRANDES VINOS por el mundo, la App servirá de plataforma para diferentes concursos con los consumidores, que desde ya mismo están en marcha en las Experiencias de Realidad Aumentada de BESO DE VINO y EL CIRCO y sobre la misma se irán añadiendo progresivamente nuevos contenidos en las diferentes secciones, así como nuevas secciones, siempre con el objetivo principal de aportar valor a los consumidores.

www.grandesvinos.com
www.deusens.com

[inicio] [titulares de grupo]



Interfaz de la app.

Nuevos desarrollos de Sumun Comunicación Global

NUEVO CONFIGURADOR DE PRODUCTO INTERACTIVO

La agencia de diseño Sumun Comunicación Global ha desarrollado recientemente un configurador de producto para TROX España, empresa que quería presentar su nuevo producto modular de una forma impactante en la Feria de Climatización y Refrigeración de Madrid 2017. Para ello querían ofrecer al espectador un elemento interactivo que le permitiera configurar el producto a su medida y generar el código del producto según las diferentes opciones seleccionadas.

La solución propuesta fue un entorno 3D táctil utilizando los modelos de ingeniería ya desarrollados, que permite intercambiar piezas, la aplicación de diferentes materiales y colores, así como rotar el producto en el espacio y de este modo poder verlo desde cualquier punto de vista. Con una clara inspiración gamer se consiguió una estética y la funcionalidad espectacular que se buscaba en el proyecto.

El entorno de desarrollo utilizado fue Unity, lo que permite generar aplicaciones ejecutables en multitud de sistemas operativos y, aunque está pensado principalmente para pantallas táctiles de cierto tamaño, puede utilizarse en otros entornos más pequeños y con periféricos de entrada no táctiles como un ratón o una tableta digitalizadora.

ENGLoba ESTRENA IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

La correduría de seguros Engloba ha llevado a cabo un minucioso trabajo de naming y branding integral.

Desarrollado desde la agencia Sumun Comunicación Global, la nueva identidad visual refleja la sensación de tranquilidad, confianza y cercanía que transmite la marca. Bajo este concepto se ha buscado trasladar estos atributos a todos los elementos de comunicación corporativa incluyendo dípticos, tarjetas, pósters, roll ups o un llamativo flyer en forma de cubo.

LA WEB DEL ESTUDIO SUMUN, MEJOR DISEÑO WEB DE LOS PREMIOS HERALDO DE ARAGÓN

El 19 de julio de 2017 el estudio Sumun recibió en la gala organizada por Heraldo de Aragón el premio al mejor diseño web, de entre una gran cantidad de candidatos de gran nivel. En total 7 categorías más la categoría popular, con más de 300 propuestas de todos los ámbitos.

Rubén Osés, director creativo, y Fernando Blasco, director multimedia, agradecieron la distinción ya que "nos hace mucha ilusión haber ganado con la página web de nuestro estudio; diez años después de que iniciáramos nuestra andadura, no se nos ocurre mejor forma de celebrar el aniversario".

www.trox.es
www.englobagrupo.es
www.premios.heraldo.es
www.sumun.net

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del nuevo configurador.



Elementos corporativos.



Premios Aragón en la Red 2017.

Podoactiva abre en Madrid su primera clínica de referencia para intervenciones quirúrgicas del pie



Imágenes de la inauguración de la nueva clínica en Madrid.

Podoactiva, la empresa líder en podología y biomecánica, dentro del plan de expansión nacional que acomete a lo largo de este año, ha abierto Podoactiva Olavide, en el barrio de Chamberí de Madrid, su primera clínica de referencia de la red Podoactiva para intervenciones quirúrgicas del pie.

Se trata de una clínica con salas de biomecánica para realizar estudios de la marcha y la pisada con la tecnología exclusiva de Podoactiva, salas de quiropodia, y área de cirugía ambulatoria dotada con los últimos avances para el diagnóstico, tratamiento y recuperación de intervenciones quirúrgicas como sistema de fluoroscopia (sistema de radiología intervencionista en tiempo real) para el tratamiento de patologías óseas, ecógrafo para el diagnóstico y tratamiento de lesiones de tejidos blandos y área independiente de radiología digital. También cuenta con una Unidad de Terapia Biológica para la regeneración de tejidos mediante la técnica de Plasma Rico en Factores de Crecimiento. La clínica está dirigida por Raúl Ramos, podólogo y fisioterapeuta, especialista en Biomecánica y Cirugía del Pie, con más de 15 años de experiencia en el campo de la podología clínica, la cirugía podológica y el radiodiagnóstico.

Este jueves tuvo lugar la inauguración oficial, en un acto que tuvo como padrino de honor al podólogo y atleta Jesús Ángel García Bragado, siete veces olímpico y campeón del mundo en marcha. Profesionales del mundo del deporte, la salud y representantes de federaciones deportivas y clubes de fútbol de primer nivel estuvieron presentes en el acto. "Hemos hecho un gran esfuerzo en dotar a Podoactiva Olavide de los últimos avances en el campo de la cirugía podológica para aportar al paciente resultados óptimos, y toda la calidad humana de su equipo", apunta Víctor Alfaro, director general de Podoactiva. "Para nosotros esta clínica es un nuevo hito en la andadura de Podoactiva, es un proyecto muy ilusionante con el que pretendemos dar soluciones a todos los pacientes que presentan patologías más complejas que no se han podido paliar mediante tratamientos conservadores y requieren intervención", explica Alfaro.

En Podoactiva Olavide se llevan a cabo todas aquellas intervenciones del pie con tecnología mínimamente invasiva susceptibles de tratamiento quirúrgico, en régimen ambulatorio, donde el paciente puede marcharse andando a las pocas horas de la intervención. Las patologías que se intervienen son hallux valgus (juanetes), dedos en garra, metatarsalgias, neuroma de Morton, fascitis plantar o espolón calcáneo, entre otras patologías del antepié y retropié.

La apertura de Podoactiva Olavide se enmarca dentro del plan de expansión que la empresa acomete a nivel nacional con la apertura de más de 8 nuevas clínicas monográficas a pie de calle a lo largo de este año. Las últimas aperturas han sido las de las clínicas de Podoactiva Murcia y Podoactiva Palma, y en los próximos meses se abrirá Podoactiva Sagasta, en Zaragoza, y Podoactiva Andorra, en Andorra la Vella.

Así, entre finales de 2017 y principios de 2018 Podoactiva contará con 12 clínicas de podología de la marca a pie de calle, que se sumarán a las más de 130 unidades de podología en hospitales y centros sanitarios de referencia en todo el país, y a su sede central en Huesca, el mayor espacio en Europa dedicado a la biomecánica y la podología. Dentro de su plan de

expansión internacional ha abierto sus primeras clínicas en Italia, Portugal y México.

Podoactiva nació hace diez años de la mano de los hermanos Víctor Alfaro y Javier Alfaro con una pequeña clínica en el Coso de la ciudad de Huesca, desde donde fueron creciendo por el resto de España. La excelencia en tratamientos y protocolos de consulta, la apuesta por la tecnología como vía para mejorar la calidad de vida de los pacientes y la I+D+i han sido valores diferenciadores de esta empresa.

Podoactiva patentó a nivel mundial el 3D scan Podoactiva, método de escaneo del pie de alta precisión para realizar los estudios biomecánicos de la marcha y la pisada, y como método diagnóstico para prescribir sus plantillas personalizadas, que ya utilizan más de 250.000 pacientes, entre ellos, más de 2.000 deportistas de elite. La empresa es proveedora de equipos como la Selección Española de Fútbol, el Real Madrid, el Atlético de Madrid, el Sevilla FC, el New Castle o el CSKA de Moscú, la Federación Española de Atletismo, la Federación Española de Golf, así como de equipos de la élite del baloncesto, el fútbol sala y numerosos atletas y deportistas de primer nivel de distintas disciplinas.

www.podoactiva.com

[inicio] [titulares de grupo]

ENATE con el Festival Internacional de las Culturas "PIRINEOS SUR"



Botella vino especial Enate.

Un año más, Bodega ENATE ha vuelto a patrocinar el Festival Internacional de las Culturas "Pirineos Sur", festival que apuesta por la multiculturalidad y la diversidad, donde conviven personas de todas las étnias y culturas, convirtiéndose en algo más que un festival de música y apostando por otras vertientes artísticas.

La artista cubana Giselle Monzón ha sido la autora de la imagen de Pirineos Sur de este año, y también ha servido de inspiración para etiquetar un vino especial ENATE, que está presente en la botella de 75 cl, y se comercializa en los distintos puntos de restauración del Valle de Tena, así como en los propios espacios del Festival PIRINEOS SUR, en las localidades de Sallent de Gallego y Lanuza. La mayor parte de la obra de Giselle Monzón se relaciona con eventos culturales dialogando, a través de las metáforas visuales ingeniosas y soluciones gráficas, con los diferentes eventos que promueven.

ENATE, una de las bodegas más emblemáticas del Somontano, tiene una dilatada trayectoria elaborando vinos de calidad. Dentro de la estrategia de la bodega, el concepto de calidad no se detiene en el vino como tal, sino que su filosofía se traslada a distinguirse dentro del mundo del vino a través de su inescindible maridaje con el arte, esencia de su carácter y seña de identidad en el tiempo. ENATE: el arte del vino, el vino del arte.

www.enate.es

www.clubamigosdelcartel.com/author/giselle/

[inicio] [titulares de grupo]

LAUS protagonista en diferentes citas del mundo del vino

Los vinos de Bodega LAUS triunfan en Alemania y Francia. Desde que inició su nueva andadura con una imagen renovada, a principios de año, los vinos de dicha bodega han cosechado dos importantes premios en distintos certámenes internacionales: Medalla de ORO en Mundus Vini (Alemania) a LAUS Reserva, y Medalla de PLATA en Chardonnay du Monde (Francia) a LAUS Blanco.

"Son vinos que se disfrutan con los cinco sentidos: su color, su olor, su sonido al servirlo, su sabor y su aroma, inherente al del Somontano, en el que se mezclan el efluviio de la tierra mojada, la frescura del viento, el viñedo, la fermentación de la uva...

Desde Laus (DO. Somontano) elaboramos vinos que llenan cada espacio de naturaleza, de pasión por el fruto, de respeto a la tierra... son como flores que acompañan, que recuerdan de dónde venimos, que alegran.

Por ello, sus etiquetas, con ilustraciones de diferentes flores, acercan a nuestro consumidor al viñedo, al entorno y a la naturaleza que rodea a la bodega. Y sus aromas, AROMAS DEL SOMONTANO, guardan silenciosamente los secretos de la zona que abarca nuestra bodega."

www.bodegalaus.es

[inicio] [titulares de grupo]



LAUS Reserva, ganador del oro en Mundis Vini.



LAUS Blanco, ganador de una plata en Chardonnay du Monde.



Nuevos packs de BTV.

Otros aplicativos.

El packaging para cilindros de BTV una innovación para humanizar la ferretería

BTV es una empresa aragonesa fabricante de buzones y cajas fuertes, que celebra en este mes de septiembre su 55 aniversario. Su vasta trayectoria en el sector la ha hecho consolidarse como firme líder en el mercado nacional, con filiales en China y México y presencia internacional.

Este año, ha sacado una nueva gama de producto: los cilindros y herrajes, para la cual ha cambiado 180° su estrategia de venta y con ella el diseño de sus embalajes.

Pensando en humanizar un producto de por sí muy frío y acercarlo al público, se pensó en asociar cada serie de cilindros con un animal salvaje, cuyas características en el imaginario colectivo fuesen similares a las que se querían transmitir con cada producto: feroz, muy fuerte, peligroso si te enfrentas a él, etc.

Los cilindros protegen de la ganzúa, del bumping, del taladro y de la rotura. Todo ello son métodos comunes que emplean los ladrones para entrar en las casas. Por ello han de ser productos seguros y fuertes, que protejan "ferozmente". De ahí viene esa idea de asociar su imagen con las de animales salvajes, cuyas características esenciales se han querido proyectar en el producto.

Así surgieron: Panther, Dragon, Snake y Puma. Una propuesta innovadora de cilindros, listos para vender en ferreterías.

El packaging de esta gama debía ser tan atrevido y fresco como sus nombres. Para ello apostaron por un diseño limpio, minimalista, que aportara un valor añadido al producto. Teniendo siempre en cuenta que debía adaptarse tanto a formato blíster como a caja de cartón.

Con colores vivos muy saturados en la mayoría de los casos: verde, azul, rojo, naranja... combinados con blanco, una tipografía gruesa y legible a gran distancia, y la silueta del animal representado en cada caso.

La proporción de blanco es fundamental, ya que resalta el producto, los iconos asociados y los planos, fomentando la máxima legibilidad del conjunto.

El resultado conseguido es altamente satisfactorio y dota de coherencia el mensaje que se quiere comunicar. Además por primera vez, una gama de productos caracterizada tradicionalmente por diseños muy clásicos, pasa a tener una imagen más vanguardista.

www.btv.es

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



Un nuevo sistema de mobiliario en punto de venta y exposiciones para BSH Electrodomésticos España de la mano de Línea Diseño



BOSCH PAE, es una división de BSH Electrodomésticos España, S.A encargada de implantar y dar apoyo a centros comerciales y tiendas especializadas donde se comercializa el pequeño electrodomésticos de la marca BOSCH y otras marcas del grupo en las líneas de negocio preparación de alimentos, aspiración y planchado.

Con el objetivo de aportar a su productos en el punto de venta un valor añadido alineado con un target de clientes de tipo medio y de transmitir una imagen de marca basada en la innovación y la cercanía con su clientes "Bosch hace la vida un poco más fácil", así como de facilitar y dar un servicio al establecimiento donde comparten espacio con otras marcas de la competencia, Línea Diseño ha diseñado un sistema de mobiliario que permite tener una presencia de marca con unos acabados nobles (madera y cristal) y la posibilidad de personalizar mediante gráfica los distintos ambientes de uso de los electrodomésticos.



Los muebles están basados en la repetición de unos laterales de madera blancos, combinados con un sobre de madera natural y balda de cristal iluminada que permiten modular distintas composiciones de mueble (120cm, 60cm, Islas de 120 cm). Teniendo todos ellos un elemento común corporativo llamado "taxi", que es un cabecero en cristal y madera lacada retro-iluminado.

Todos los cantos están acabados a inglete transmitiendo un acabado de mueble de hogar de gama alta.

Los materiales elegidos y la gráfica aplicada responden a las necesidades marcadas por el Manual de estilo de la compañía.

También se ha desarrollado mobiliario para un show room de planchado y cafeteras para la marca Siemens combinando acabados de textura de hormigón e hilos iluminados.



Algunos de los muebles de BSH.

www.bosch-home.es
www.linea-online.es

[inicio] [titulares de grupo]



David Santafé Fondevila.



Visión 360°.

Diseño Nacional e Internacional

Entrevista a David Santafé Fondevila, responsable de la división de Consulting & Design de HMY

HMY Yudigar ha sido tradicionalmente una empresa dedicada a la fabricación de mobiliario para equipamientos comerciales de vuestros clientes, pero tenemos entendido que ese planteamiento ha cambiado...

Nuestro enfoque es la Innovación en el Retail. Ya hace tiempo que un punto de venta no se basa en el equipamiento, si no en muchos otros factores. El usuario ha cambiado, la tienda no es su único punto de contacto con la marca, y eso hace que haya que plantearse el negocio desde varias perspectivas. Debemos entender y dar soluciones a nuestros clientes para todos y cada uno de los escenarios posibles, ya sean físicos o digitales, y crear modelos de venta de éxito. Para ello debemos ser expertos y conocer cada una de las herramientas que consiguen esto. Una de ellas es el mobiliario y el equipamiento, pero no la única, de hecho cada vez su peso es menor.

A este nuevo planteamiento le llamáis estrategia 360° ¿qué papel juega el diseño y cuáles son las principales diferencias con la etapa anterior?

Claramente el diseño se ha convertido en un campo estratégico para HMY. Nuestra oferta 360° empieza en el servicio de Consulting & Design, trazando así desde el principio la línea estratégica del concepto a crear, e integrando desde esa conceptualización los factores claves de un concepto retail: estrategia y análisis, diseño, comunicación, iluminación, tecnología, obra... Todo se coordina desde el inicio, evitando así problemas en cualquiera de las fases del proyecto. Hemos pasado de hacer un diseño que luego otras áreas desarrollan a crear una metodología que integra a cada una de esas áreas en el proceso creativo.

¿Y el usuario y la experiencia de cliente, cuándo o por qué os dais cuenta de que la actividad de diseño tiene que girar sobre ellos?

No se puede entender el diseño de producto sin centrar la metodología y el proceso creativo en el usuario final, pero en el diseño de retail ha sido diferente. Ha primado tradicionalmente el diseño estético y la arquitectura interior dejando a un lado al usuario final, el "invitado" al punto de venta. En HMY lo ponemos igualmente en el centro del proceso. Si diseñamos para el cliente de nuestro cliente, el concepto funcionará, y nuestro cliente estará satisfecho. Es por eso por lo que le damos mucha importancia a la parte del procedimiento que llamamos DESCUBRIR y DEFINIR, fases con las que arrancamos el proyecto, y que se basan en la investigación y el análisis. Estas fases incluyen el ENTENDER bien el problema a resolver, basándonos por supuesto en el briefing del cliente, pero aportando nuestro punto de vista como expertos y las conclusiones obtenidas de las fases de análisis, parte que los clientes aprecian y valoran especialmente.

¿Qué equipo y qué perfiles tenéis dedicados a la



Equipo de Consulting and Design.



Nuevo concepto. Crealidad.



Proceso de Consulting and Design.



actividad de diseño, cómo se estructura y organiza esta actividad en vuestra compañía?

Los perfiles son realmente variados. Tenemos arquitectos, interioristas, diseñadores industriales y de producto, gráficos, pero también especialistas en retail marketing, indispensables hoy en día a la hora de realizar un concepto de éxito. Como he dicho, el diseño es una parte importante del proceso, pero la parte analítica y de investigación debe ser la que guíe todo y marque la estrategia a seguir y el posicionamiento del proyecto.

¿Cómo es esa relación entre marketing y diseño en un proyecto cualquiera o con un cliente cualquiera?

Las fases de DESCUBRIR y DEFINIR se basan mayoritariamente en entender a los grandes protagonistas del retail: el cliente, el operador o retailer y el contexto en el que actúan. Si analizas bien esos actores y te diriges correctamente a ellos, el mensaje llegará con efectividad y al cliente adecuado en el contexto adecuado. Esta fase inicial se basa en parte en el marketing del sector, en conocer a los diferentes target, analizarlos, saber como se comportan en todos los puntos de contacto con la marca, la competencia directa e indirecta...

¿Qué papel juegan en vuestra estrategia las tecnologías de la información y la comunicación, en esta nueva era digital?

En 2008 comenzamos a integrar tecnologías en tienda a través de soluciones de RFID (identificación por radio frecuencia) o sistemas de autocobro, desde entonces no hemos dejado de evolucionar y ahora nuestro catálogo es muy variado. Debemos mostrar con claridad los beneficios de las tecnologías, cada cliente necesita resolver su transformación digital en función de su estrategia y nuestro papel es ayudarlo a definir los "para qué" e integrarlos, garantizando su eficacia. Es por esto que categorizamos las tecnologías según su aportación de valor en tres grandes familias:

1 - Experiencia de compra. Hologramas, cajas mágicas, tecnología led flexible, realidad aumentada, realidad virtual o realidad mixta son solo algunas de las tecnologías que aplicadas al punto de venta sorprenden al consumidor y provocan el tan deseado "efecto wow", mejorando su experiencia y su conocimiento en el punto de venta.

2 - Procesos en tienda. La tecnología para gestionar colas, stocks, Smart View para controlar el stock, visualizar planogramas o controlar la carga en peso de una estantería, por ejemplo, para enviar alarmas si se excede un límite determinado. A través de estas tecnologías se logra añadir valor en la tienda, lo que desde HMY se conoce como el efecto "¡bien!".

3- Métrica y analítica. Monitorizar y capitalizar la información es clave. Soluciones para obtener respuestas como quién se ha parado delante de un expositor, cuál ha sido su sentimiento (expresión facial), cuál su género y rango de edad o si ha completado el proceso de compra son las categorizadas por HMY como "efecto mmm...". Los puntos de venta son ahora también puntos de encuentro, facilitar espacios experienciales capaces de conectar con el consumidor, observarlo y generar aprendizaje sobre su comportamiento, es hoy esencial.

Háblanos un poco de vuestro laboratorio de innovación

Expositores Coca Cola.



Diseño de Tiendas.



L'oreal Essie Castellana.



Parfois.



Mas y Mas.

El innovacion LAB es una sala permanente en la que mostramos a nuestros clientes nuestra capacidad para poner en acción la innovación. Presentamos todo tipo de soluciones proactivas (tecnológicas, de nuevos materiales, ergonómicas, sostenibles, de iluminación...) con el objetivo de demostrar nuestro enfoque absoluto al cliente. Este laboratorio de innovación está enmarcado en un showroom de 600 metros cuadrados en el que hay además 3 salas para presentar prototipos específicos a clientes (hemos llegado a recrear tiendas enteras) y otra sala semipermanente que actualizamos en función de nuestra estrategia comercial sobre tendencias del mercado (tuvimos el año pasado el showroom de alimentación y este año el BRAND LAB)

En 2016 pasaron 120 clientes y este año esperamos llegar a 200.

Como vemos toda esta presencia de las nuevas tecnologías os acerca a vuestros clientes pero también os fijáis en los empleados de estos. Creo que tenéis diseñado un puesto de pescadería con una configuración y materiales que facilitan las tareas de limpieza del trabajador, puestos de cajero ergonómicos... ¿Nos puedes contar un poco sobre estos proyectos?

Este proyecto, el del puesto de pescadería, fue un ejemplo de transversalidad en el proceso de trabajo y en las funciones. Se creó un equipo multidisciplinar, Diseñador-Comercial-Ingeniería-Ciente-Usuario. Todos ellos aportaban su visión del proyecto. Su objetivo y qué hacer para mejorar. Esto nos llevó a replantearnos el proyecto desde el inicio. Desde los "clichés" preestablecidos, y así nos replanteamos de entrada el material, huyendo del acero inoxidable, lo cual parecía una locura, pero qué nos llevó a una solución que resolvía problemas antes no resueltos, y a la vez facilitaba el proceso de montaje, de movilidad, de limpieza y de ergonomía para el pescadero y el cliente. Otro ejemplo de que el diseño lo entendemos en HMY como algo transversal, que debe estar presente en cada una de las fases de un proyecto.

Otro cliente con el que tenéis una relación especial es con Coca – Cola, ¿nos puedes contar la evolución que habéis conseguido con este cliente?

Coca Cola ha sido para nosotros el caso mas claro de lo "ideal" a trabajar con un cliente. Nosotros lo llamamos "desarrollar" al cliente. Entramos en él de la manera tradicional para nosotros en el pasado. Vendiendo estanterías para los supermercados personalizadas. La relación fue muy buena, pero basada en eso, en producto. Pero poco a poco fuimos entrando en otras áreas de cocacola, como GPVs (gestores de puntos de venta) y Merchan, Shopper & Trade Marketing, Horeca...y así hemos podido trabajar con ellos, proyectos de comunicación, de diseño de expositores, eventos, y generando de manera proactiva elementos de visibilidad para punto de venta, elementos tecnológicos y hasta Apps para sus GPVs. La relación se ha convertido en lo ideal para cualquier empresa. HMY-Coca Cola como partners en todas y cada una de las nuevas aventuras que nos proponen y que proponemos.

¿Cómo ves el futuro del diseño en vuestra empresa y su incidencia en el retail?

Estratégico. La Consultoría y el diseño se convierten como ya he dicho en indispensables para desarrollar cualquier negocio de retail. Los clientes ven en nosotros un partner ideal que integra el proceso industrial dentro de la creación, nosotros lo



Futbol Emotion.

llamamos CREALIDAD, y viceversa. Es sin duda una ventaja competitiva, pero también una garantía de éxito en cada proyecto.

Para terminar, lleváis patrocinando el Diseña Forum desde hace unas cuantas ediciones, ¿por qué?

Nos parece un foro muy interesante para nosotros y para la Comunidad. El diseño hay que promoverlo dentro de nuestro entorno, que es donde nos movemos. Queremos crear cultura de diseño y que se conozca. Que los estudiantes que salen de las escuelas de nuestra Comunidad no se planteen como única salida el irse a grandes ciudades españolas o europeas. Que sepan que desde aquí, desde Zaragoza o Cariñena, se está diseñando para CocaCola, Heineken, Huawei, Vodafone, Carrefour, Nestle, Parfois y muchos otros. Y el Diseña Forum y eventos de este tipo, son contextos idóneos para transmitir todo esto.

Muchas gracias.

www.hmy-group.com
Futbol Emotion. [Ver video AQUÍ](#)

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



Nuevo logo de Opel.

Opel presenta su nuevo logo y claim: "El futuro es de todos"

"El futuro es de todos" es el nuevo claim de Opel y hace hincapié en las propias expectativas de la empresa: Opel quiere democratizar las tecnologías del futuro y ponerlas a disposición de todo el mundo.

Este enfoque está arraigado en la historia de la marca y está corroborado por ejemplos como la introducción del catalizador de tres vías de serie (1989), la instalación en todos los turismos de airbags de gran tamaño (1995), el debut del asistente personal de conectividad y servicio Opel OnStar (2015) y el lanzamiento actual al mercado del revolucionario coche eléctrico Opel Ampera-e con una autonomía de 520 kilómetros (según NEDC). La campaña de comunicación del lanzamiento para el modelo de representación de la marca, el nuevo Insignia, es la primera en presentar la nueva marca y el refinado logotipo del rayo de Opel.

La industria del automóvil está cambiando más rápido y más profundamente que nunca. El vehículo en sí ya no es el centro de atención. Ahora, el enfoque se centra en la movilidad de las personas, es todo un cambio de paradigma. De mecánica a digital, de combustible a electricidad, de poseer un automóvil a soluciones de movilidad basadas en cada necesidad. "El nuevo claim "El futuro es de todos" tiene su origen en el alma de Opel. Es un compromiso, un enfoque y una obligación - y por lo tanto mucho más que una simple promesa de producto", ha declarado la vicepresidenta de Marketing y Miembro del Consejo de Opel, Tina Müller.

"Nuestra marca es pionera en la democratización de las innovaciones. Siempre hemos hecho tecnologías de primera calidad disponibles para una amplia audiencia. El nuevo claim es un puente entre la historia de Opel y el futuro de la marca. Eso es lo que nos impulsa y eso es lo que representa la marca Opel", ha añadido Tina Müller.

Cinco palabras, un mensaje: Opel impulsa innovaciones para todos

Este titular hace hincapié en dos aspectos del posicionamiento de Opel: "El futuro..." demuestra que las soluciones de movilidad que marcan tendencia sólo son posibles con innovaciones constantes. Esto es algo que Opel está trabajando cada día y "... es de todos" enfatiza que estas soluciones y tecnologías futuras no sólo son exclusivas para unos pocos elegidos, sino que están destinadas para todo el mundo.

"El futuro no es un lujo elitista, sino una calidad de vida para todos", ha comentado Müller. Opel siempre ha sido pionera en la democratización de las innovaciones y las tecnologías premium. La introducción del catalizador de tres vías y la instalación en todos los turismos de airbags de gran tamaño se han considerado hitos en la conciencia ambiental y de seguridad. Más recientemente, la luz matricial IntelliLux LED® en los segmentos medio y compacto, la conectividad personal y el asistente de servicio Opel OnStar o el revolucionario coche eléctrico Opel Ampera-e son excelentes ejemplos. Estas tecnologías hacen la conducción más segura y más agradable, o en otras palabras, mejor para las personas. "Las innovaciones que queremos ofrecer no son desarrolladas por ingenieros para ingenieros, sino por ingenieros para personas", continúa Tina Müller. Opel quiere hacer una decisiva contribución a un mundo más humano de la movilidad. Un

mundo de mañana, que se caracterizará por una conducción autónoma, eléctrica y en la que las personas siempre serán móviles y conectadas entre sí, fiel al lema "El futuro es de todos".

"Este nuevo claim de la marca es un acercamiento hacia el exterior y una misión en el interior: queremos enviar una fuerte señal interna a nuestros empleados, que ponen su corazón y alma en trabajar en el futuro diariamente", agregó Tina Müller.

El comienzo de una nueva era también se transmite por el nuevo Opel Blitz. Concentrarse en lo esencial es decisivo y por ello las directrices para el rediseño del logotipo de Opel fueron claridad y simplificación. Todos los canales de comunicación utilizarán un logotipo de Opel con un aspecto 2D claro a partir de hoy. Obviamente, los componentes básicos del distintivo logotipo de Opel se mantendrán - con un círculo como símbolo de una rueda y el relámpago como signo de energía pura. Fácil de reconocer incluso de un vistazo: simple - sencillo - directo.

www.opel.es

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen corporativa de emisores españoles.

Soulman Insightful Thinking crea la imagen corporativa de Emisores Españoles

La asociación de Emisores Españoles se constituyó el 13 de noviembre de 2009, con la finalidad de dar respuesta a los retos que para las empresas se derivan de su condición de emisores de valores y velar por los intereses de las entidades en los mercados nacionales. Entre sus objetivos se hallan la mejora de la comunicación entre las sociedades y sus accionistas, el desarrollo de niveles elevados de buen gobierno corporativo y el reforzamiento de la seguridad jurídica en relación con la emisión, negociación, liquidación y registro de los valores cotizados.

La asociación mantiene una relación de diálogo y cooperación con las Administraciones Públicas y, en particular, con la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). Son miembros del Comité Consultivo de la CNMV y se han convertido en un portavoz habitual de las sociedades cotizadas ante los organismos reguladores, defendiendo lealmente los intereses de los miembros de la asociación.

Emisores Españoles participa en las consultas que se plantean desde distintos organismos públicos en el proceso de redacción de normativa relacionada con las sociedades cotizadas, con el fin de que nuestra opinión sea tenida en cuenta. En la actualidad, Emisores Españoles cuenta con 41 miembros que representan más del 70 % del mercado bursátil y del 75 % del Ibex 35.

Soulman Insightful Thinking ha desarrollado el posicionamiento y renovación integral de la imagen de la asociación. El símbolo en círculo simboliza la búsqueda de la perfección y la agrupación en una asociación. Es un círculo abierto, donde todos los miembros tienen igualdad, una mesa redonda en donde todos participan y suman. Aparecen dos "e" (de Emisores Españoles) estando la "e" de Emisores dividida en partes, como metáfora del concepto de la emisión de acciones dividiendo una empresa en participaciones. También simboliza que la unión hace la fuerza y recuerda al símbolo "+".

Es una identidad muy sencilla pero original que tiene muchas posibilidades de aplicación y que supone un importante cambio respecto a la identidad anterior.

www.soulman.es
www.emisoresespanoles.es

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de la innovadora BMW Motorrad Concept Link.

La BMW del futuro: cero emisiones y 100% conectada al conductor

El grupo BMW presentará en el Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2017 (Italia) su interpretación de la movilidad urbana con una moto de cero emisiones. Esta moto es la BMW Motorrad Concept Link, inspirada en la BMW Motorrad Vision Next 100. Interpreta la conexión entre el piloto, vehículo y entorno para su uso urbano.

Según explicaba el jefe de diseño de BMW Motorrad, Edgar Heinrich, "La BMW Motorrad Concept Link significa una nueva forma de entender la movilidad urbana. Aúna el mundo digital y el tecnológico y se centra en el conductor y en sus necesidades de desplazamiento. Gracias a su forma de enlazar la funcionalidad con la digitalización, funciona como medio de transporte y como dispositivo de comunicación".

Además, el jefe de Diseño de vehículos de BMW Motorrad, Alexander Buckan, añade que cumple "con las necesidades básicas de funcionalidad, la arquitectura técnica y la realidad digital de los usuarios actuales. Las realidades técnicas de la conducción eléctrica, como las baterías planas en el bajo y la tracción compacta en la rueda trasera, nos han permitido crear un diseño muy distintivo que da forma a un nuevo segmento". Su cuerpo bajo y alargado y su asiento plano junto con la elevación diagonal de la sección frontal, crean una silueta moderna y distinta. Además su arquitectura centrada en el uso, hace que la conducción sea más placentera gracias a la conducción eléctrica. La moto está más preparada para el tráfico urbano gracias a su aceleración rápida, su fácil manejo y que cuente con marcha atrás, lo que mejora su maniobrabilidad.

A lo largo de la conducción el conductor está conectado con su móvil en todo momento. Entre otras muchas cosas, el vehículo conoce el destino al que se dirige y planear así la ruta más rápida o la preferida del piloto y seleccionar la música si se le pide. Además, el cuadro de instrumentos clásicos ha sido eliminado y en su lugar la información de navegación y de la batería se proyecta en el parabrisas, en el campo de visión del piloto.

Por su parte, la información secundaria se muestra en un panel situado debajo del manillar que permite una gran conexión con el entorno y el poder conectarse con otros vehículos. La superficie táctil de este panel permite controlar un sistema de info-entretenimiento, conectividad e información de rutas. Los botones táctiles de su manillar son programables y permiten al conductor acceder a las funciones que desee sin tener que quitar las manos del manillar.

El equipamiento de la BMW Motorrad Concept Link también está conectado al vehículo, tanto es así, que con un movimiento en la chaqueta del conductor (un punto en la manga indica la zona de activación) la puerta corredera del portaequipaje puede abrirse o cerrarse. Con este nuevo modelo BMW muestra cómo entiende la movilidad urbana del futuro.

(Fuente: El Mundo)

www.bmw-motorrad.es

[inicio] [titulares de grupo]



Aquila es el nombre del nuevo dron de Facebook.

Facebook diseña un dron para llevar Internet a las zonas en desarrollo

Facebook sigue perfeccionando su proyecto para llevar Internet a zonas remotas a través de Aquila, un dron que funciona con energía solar. Este avión no tripulado acaba de completar su segundo vuelo de prueba y, cuenta la compañía, ha acabado la misión con éxito, lo que servirá para recopilar información que ayudará a optimizar su eficiencia.

Según explica Facebook en su blog de noticias, el dron despegó el pasado 22 de mayo de Arizona (EEUU) y se mantuvo en el aire una hora y 46 minutos. Su aterrizaje fue satisfactorio debido, cuentan, a un acertado pronóstico de la fuerza y dirección del viento. No fue así en el primer vuelo. Fue el 28 de junio del 2016. Entonces, el aterrizaje fue aparatoso debido a un fallo estructural en su ala derecha.

Para corregir ese error, el equipo de Facebook ha introducido para esta segunda prueba varios cambios. Entre ellos, los ingenieros han añadido cientos de sensores para recoger más datos y han modificado el software que pilota la nave. Hay que tener en cuenta las notables dimensiones del dron: tiene una envergadura de 43 metros, superior a un Boeing 737, y su peso es de unos 435 kilos.

El proyecto está enmarcado en la iniciativa Free Basics by Facebook (antes Internet.org), una asociación entre Facebook y proveedores de servicios de Internet móvil que pretende dar acceso gratuito a una selección de sitios webs mediante una aplicación móvil, con el objetivo de aumentar la penetración de Internet en países en desarrollo. Según la compañía de Mark Zuckerberg, la flota de drones Aquila podrían llevar conectividad a más de 4.000 millones de personas en todo el mundo.

(Fuente: el Periódico de Aragón)

www.elperiodicodearagon.com

[inicio] [titulares de grupo]



Nueva serie Cristal.

Nuevos frigoríficos Serie Cristal de Balay

Tecnología, comodidad y estética se combinan en estos nuevos modelos en cristal blanco, negro y gris antracita, tres acabados que permiten dar a cada cocina un estilo propio, adaptándose a los gustos de los distintos clientes.

El cristal es un material elegante y resistente que convierte la cocina en un espacio único, dotándola de un diseño novedoso y práctico al mismo tiempo, porque es muy fácil de limpiar. Cada detalle de los nuevos frigoríficos de la Serie Cristal está pensado para ofrecer un diseño externo limpio, sin elementos que sobresalgan, como los tiradores integrados.

Además, la Serie Cristal viene equipada con tecnología NoFrost Full Skin Condenser, que elimina el tradicional condensador de la parte trasera y lo sitúa en las paredes laterales. Gracias a este sistema se amplía la capacidad interior, se reduce el ruido y se mejora la eficiencia.

Pero no es la única novedad que incorporan estos modelos. También consiguen hasta el doble de tiempo en conservación gracias al nuevo sistema ExtraFresh Comfort, con su cajón específico para frutas y verduras y 2 cajones con una temperatura cercana a los 0°C, especial para la conservación de carnes y pescados. Además, esta zona 0°C ofrece muchas más posibilidades ya que sus 2 cajones independientes permiten conservar carnes y pescados hasta el doble de tiempo sin mezclar olores, o bien enfriar la bebida en la mitad de tiempo.

www.balay.es

[inicio] [titulares de grupo]

Los nuevos modelos de frigorífico de la serie Cristal.



Nuevos desarrollos de Mormedi

MORMEDI DISEÑA DE UN VEHÍCULO ENERGÉTICAMENTE RESPONSABLE



Renders del Synergy Truck.



Nueva factura de Gas Natural Fenosa.

La agencia de marketing The Picnic encargó a Mormedi la conceptualización de la experiencia de food truck del futuro a través del diseño y fabricación de un vehículo innovador. El Synergy Truck de Shell, fabricado para su festival #makethefuture es un ejemplo de diseño energéticamente responsable y el resultado de la colaboración entre estudiantes de ingeniería, emprendedores, diseñadores y fabricantes.

El food truck tenía tres objetivos principales. El primero, el de ser la plataforma de demostración para seis start-ups de energía apoyadas por Shell: Insolar, MotionECO, Bio-Bean, Capture Mobility, Gravity Light y Pavegen. El segundo consistía en convertirse en catalizador de un proceso colaborativo entre estudiantes y emprendedores a través de hackathons de ideación y diseño. Por último, el foodtruck debía ser un marco atractivo para eventos de show-cooking en festivales. Estos eventos serían claves para que Shell consiguiera conectar con su audiencia objetivo, los Energy Engaged Millenials.

FACTURAS INTUITIVAS Y AMIGABLES DE LA MANO DE MORMEDI

Como uno de los principales proveedores de energía del país, Gas Natural Fenosa confió en Mormedi para el rediseño de su nueva factura en el sector corporativo y de gestión de propiedades (MTYSE). Mormedi ayudó a GNF a reinventar sus facturas para que fueran más fáciles de entender y a la vez transformarlas en una herramienta para expandir el negocio.

Tres de cada cuatro clientes no entienden la factura de gas o luz. Mormedi hizo que todo girara en torno al cliente en cada paso del proceso del diseño de facturas para crear facturas que realmente fueran útiles para los consumidores de hoy en día.

La nueva factura tiene una estructura fácil de leer, que ayuda a los clientes a entender el contenido mejor. El diseño actualizado, la inclusión de información específica a petición de los clientes y el espacio para anunciar servicios complementarios ofrecen claridad y transparencia a los usuarios y refuerzan la marca.

www.mormedi.com
www.the-picnic.com
www.gasnaturalfenosa.es

[inicio] [titulares de grupo]



Las zapatillas diseñadas por David Delfin.

Una colección de zapatillas, el último legado de David Delfin

Con la muerte de David Delfin, que falleció el pasado 3 de junio a los 46 años tras su lucha contra el cáncer que le fue diagnosticado en 2016, no acaba su legado. A la espera de ver qué ocurre con la firma comercial que creó con sus socios (y a falta de un director creativo que continúe su trabajo), uno de sus últimos proyectos fue una colección de zapatos para la firma de calzado Unisa, con la que había colaborado anteriormente. La línea salió al mercado el 7 de septiembre y los beneficios de su venta se destinarán íntegramente a la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC).

La colección consiste en dos modelos de zapatillas formadas por materiales técnicos y ligeros, como el neopreno. Cada modelo estará disponible en tres posibles combinaciones de color: 'multi black', 'black' y 'multi white', que se traducen en una explosión de colores sobre negro o blanco, un diseño muy característico de Delfin. Además, todos los modelos cuentan con elementos decorativos como cremalleras y hebillas.

El año pasado el creador malagueño cedió uno de sus diseños para una campaña de concienciación sobre la lucha contra el sida. Y el pasado febrero, el diseñador y el fotógrafo David Postigo empapelaron las calles de Madrid con imágenes de su gran amiga Bimba Bosé, fallecida en enero también a causa del cáncer. En la fotografía, Bimba lucía la primera camiseta pintada a mano por Delfin, que se puso a la venta por 50 euros. Todo el dinero recaudado fue también para la AECC.

(Fuente: El periódico de Aragón)

www.elperiodicodearagon.com

[inicio] [titulares de grupo]

Nuevos helados en StreetXo. Creatividad con la firma de David Muñoz



David Muñoz y Pablo Sobrino.



La barra del StreetXo.

Entraron en órbita en StreetXO London poco antes de las últimas navidades y ahora se disponen a hacerlo en StreetXo Madrid. Postres semi helados presentados en cajitas de porexpan, que se presentan en las mesas bridados con fajas de papel en las que figura estampada la silueta de su autor.

Composiciones muy serias, aunque de apariencia informal, concebidas para tomar con cuchara sin perder de vista las bases de la comida callejera en las que se fundamenta el modelo de David Muñoz. Postres preparados al momento, moderadamente azucarados, chispeantes, complejos, sofisticados y repletos de aristas sápidas.

Por razones profesionales le he pedido que me los presentara antes de que salgan a escena teniendo en cuenta que durante mi último viaje a Londres, en StreetXOLondon aún no se habían implantado. A intervalos, mientras los degustaba he dialogado con David y con su brazo derecho Pablo Sobrino. Entre ambos me han enumerado los ingredientes de cada uno que transcribo para quien esté dispuesto a ensayarlos.

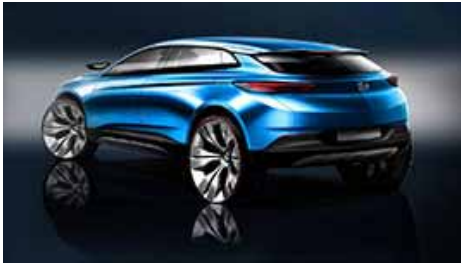
“Si te pregunto cuáles son los postres que más se consumen en las calles del mundo me responderás que nada supera a los helados. Fieles a esa idea hemos intentado que los nuestros provocaran tantas emociones como los platos de StreetXo. Como era lógico, tuvimos que recurrir a un nuevo soporte, las cajas de porexpan. Es imposible ordenar con nuestra lógica ingredientes de gustos tan dispares en los cucuruchos en los que se toman. Se trata de recetas creadas con arreglo a una renovada jerarquía dulce, aunque fieles al mismo hilo conductor que rige en nuestro mundo salado. Yo suelo decir que se asemejan a los platos de David Thomson en su restaurante Nahm de Bangkok, que cuando los paladeas aportan sensaciones cruzadas en sentido vertical y horizontal. Aunque solo llevamos 4 meses haciéndolos en Londres todavía les queda mucho recorrido. Estarán listos en septiembre en StreetXo Madrid”, comenta David.

(Fuente: El País)

www.elpais.com

[inicio] [titulares de grupo]

Opel Grandland X: Un SUV con un diseño llamativo que destaca entre sus rivales



Imágenes del Opel Grandland X.

El Grandland X es un modelo clave en la ofensiva de producto "7 en 17" de Opel por la que la marca pondrá en el mercado siete automóviles nuevos. Este nuevo SUV combina perfectamente el estilo de vida activo de hoy en día con su irresistible atractivo todo camino, una posición elevada de los asientos, buena visibilidad general, fácil entrada y salida del vehículo y mucho espacio para el equipaje. El estilo combina ingeniosamente la robustez con la elegancia y el concepto de diseño interior ofrece gran confort y un alto nivel de practicidad. El Grandland X desafía así al mercado de los SUV compactos, y los diseñadores de Opel han dado a su nueva creación una presencia excepcional que atrae todas las miradas entre sus rivales.

"Nuestros objetivos para el Grandland X han sido crear un diseño robusto pero dinámico, con la interacción óptima entre armoniosas superficies esculturales y líneas muy marcadas, así como un buen equilibrio entre estilo y funcionalidad", comenta el vicepresidente de Diseño, Mark Adams".

Por ejemplo, con el fin de dotarle de un aspecto deportivo, los diseñadores hicieron que las alas de la parrilla frontal fluyan desde el emblema de Opel hasta las "alas" de doble luz LED en los estilizados faros delanteros, dando al Grandland X una apariencia muy ancha. Su carácter poderoso se subraya con la forma escultórica del capó con su característico pliegue central y las grandes llantas con un diámetro de hasta 19 pulgadas.

Otro atributo de los SUV se enfatiza en la parte inferior de la carrocería con el poderoso revestimiento del frontal, alrededor de los marcados pasos de rueda, en los laterales y la zaga. Los detalles en cromo precisamente ejecutados en el parachoques refuerzan la impresión de anchura y también contribuyen a la percepción de lujo.

En la vista lateral, los diseñadores han creado una silueta especialmente equilibrada, dinámica y funcional. El Grandland X cuenta con una línea de techo de marcada caída pronunciada con los pilares C avanzados, típico de Opel y un marcado pliegue que fluye a través del frontal hasta la parte trasera. La interpretación única de la característica forma de "álabe" de Opel en el área inferior de las puertas contribuye a remarcar el perfil deportivo elevando visualmente la parte superior de la carrocería. Los raíles del techo resaltan aún más es aspecto característico de un SUV.

"El interior del Grandland X - explica Adams - presenta una atractiva armonía de estilo y funcionalidad. El acceso es sencillo, incluso para los ocupantes más altos y la buena visibilidad de los asientos elevados es característico de un SUV. El conductor y el pasajero delantero pueden disfrutar de la comodidad adicional de los asientos ergonómicos opcionales certificados por AGR. El diseño claro del sistema de información y la mínima cantidad de conmutadores son característicos de Opel. La pantalla del sistema de infoentretenimiento está colocada en la parte superior del panel de instrumentos para una visibilidad óptima y la moldura circundante proporciona a los dedos una base estable para descansar, lo que permite una operación cómoda".

Ya en el interior, por debajo de la pantalla en el centro del salpicadero se encuentran los interruptores para el infoentretenimiento, la calefacción, ventilación y sistemas de aire acondicionado, y los controles del chasis, como el control

de tracción. La alta funcionalidad continúa con la consola central entre los asientos delanteros que proporciona mucho espacio para los posavasos y almacenar pequeños objetos, mientras que el área de almacenamiento bajo el práctico reposabrazos también contiene el cargador inalámbrico opcional para smartphones.

"En general, hemos dado al Grandland X un habitáculo especialmente elegante y ergonómico, con las superficies del panel de instrumentos, la consola central y los elementos de decoración complementarios ejecutados en materiales de alta calidad al tacto, lo que crea una impresión suntuosa y de gama alta", asegura Adams".

www.opel.es

[inicio] [titulares de grupo]

Prendas que pueden utilizarse desde los 4 hasta los 36 meses de edad



Chaqueta Petit Pli.

Uno de los grandes quebraderos de cabeza de los padres con hijos pequeños puede tener su solución en la papiroflexia: la ropa puede dejar de quedarse pequeña para crecer junto a los niños. Ryan Mario Yasin, diseñador afincado en Londres, ha creado prendas con pliegues inspirados en el origami que pueden extenderse varios centímetros en cualquier dirección y recuperar después su forma original.

Según Yasin, los niños pueden necesitar hasta siete tallas diferentes en sus dos primeros años de vida. Las prendas de su línea, llamada "Petit Pli", pueden ser usadas desde los cuatro meses hasta los tres años de vida. Todavía está en trámite la patente, pero su creador trabaja ya en nuevas tallas y diseños. "La idea representa el encuentro entre la ingeniería y la moda. He unido mi conocimiento sobre materiales con el arte del origami para aplicarlos en un producto que busca reducir el desperdicio en la industria de la moda", afirma Yasin. El diseñador cree que su producto supondrá un gran ahorro para las familias, que tendrán que invertir mucho menos dinero en la vestimenta de sus pequeños.

(Fuente: El País)

www.ryanmarioyasin.com

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

El primer exoesqueleto para niños, creado por una ingeniera española



Imágenes del exoesqueleto.

En su libro "Robots. Al servicio del ser humano", la investigadora del CSIC Elena García Armada, hace un repaso accesible a la historia de la robótica y las enormes posibilidades que se abren ante nosotros gracias a ella. Ciencia de ciencias ("omnidisciplinar" la califica García Armada), la robótica ha sido siempre un terreno abonado para la imaginación, espoleada por los autores de ciencia ficción (el propio término tiene su origen en una novela del escritor checo Karel Capek), que en demasiadas ocasiones situaban a las máquinas como enemigos de los humanos. Engendros que, como golems futuristas, se rebelan contra sus creadores hasta destruirlos. Para García Armada esta imagen que despierta desconfianza no se corresponde con la realidad; por eso con sus trabajos y en las labores de divulgación que realiza quiere que la gente deje de ver al robot "como un Terminator" para aceptar "que se trata de un aliado, de una ayuda, de algo que puede contribuir a mejorar su calidad de vida".

Esta visión de la robótica que defiende García Armada, y que obviamente incorpora una mirada ética sobre la práctica científica, es la que la ha llevado a convertirse en una pionera mundial en el diseño y construcción de exoesqueletos pediátricos, un camino que nadie más se atreve a recorrer por su dificultad. En el mundo hay 17 millones de niños afectados por enfermedades neuromusculares, parálisis cerebral, espina bífida o lesiones medulares que les impiden caminar. Los médicos coinciden en que si estos pequeños recuperasen su capacidad para andar erguidos, muchos de los síntomas y las complicaciones asociadas a la enfermedad desaparecerían mejorando su calidad de vida. "No hay exoesqueletos pediátricos en el mundo, lamenta García Armada. Y eso no es porque resulte más difícil hacerlos pequeños. Es porque es difícil controlar el movimiento de un exoesqueleto para que se adapte a una sintomatología tan compleja como la que supone una enfermedad de tipo neurológico degenerativo". Las características de este tipo de enfermedades hace que cada paciente requiera un exoesqueleto distinto que se adapte a sus necesidades. Un condicionante que ha frenado la inversión y la investigación hasta ahora, pero que no asusta a la española: "los principales obstáculos a los que nos enfrentamos hasta ahora no son científicos ni tecnológicos. Son financieros, regulatorios y legales".

Estas dificultades no impidieron que García Armada fundara Marsi Bionics, empresa a la que define como un spin off del CSIC y la Universidad Politécnica de Madrid, y desde la que sigue peleando para sacar adelante el proyecto. En una entrevista publicada por la web del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, la investigadora lamentaba ese punto de vista centrado únicamente en el dinero que lastra muchos avances científicos: "Yo me indigno porque si me pongo en el lugar de esas familias, me corre un escalofrío al pensar que hace años podríamos haber empezado a darles una solución a niños que se están muriendo. ¿Por qué siempre tenemos que pensar en el aspecto económico, en el retorno, en el beneficio? Estamos hablando de salud pública, de nuestros niños y de una tecnología española. Siempre compramos la tecnología a otros países y cuando la tenemos aquí, no la apoyamos". La culpa, como en la famosa copla, es del "maldito parné". Afortunadamente García Armada no piensa rendirse, así que todos esos niños por los que pelea día a día tienen una esperanza.

Fuente: El País

<http://one.elpais.com/primer-exoesqueleto-ninos-ha-creado-una-ingeniera-espanola/>

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

[inicio] [titulares de grupo]



Manuel Estrada y la empresa Actiu Berbegal y Formas, Premios Nacionales Diseño 2017

El Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de I+D+i, ha concedido los Premios Nacionales de Diseño 2017 a Manuel Estrada Pérez en la modalidad de "Profesionales" y Actiu Berbegal y Formas en la modalidad de "Empresas". Este galardón supone un reconocimiento para empresas y profesionales que han destacado por su trayectoria ejemplar en el ámbito del diseño, un sector fundamental para el desarrollo económico y social como creador de riqueza y motor de innovación.

Manuel Estrada Pérez

El jurado ha destacado su intensa actividad profesional comprometida con la comunicación a través de las imágenes, así como su extraordinaria capacidad para el desarrollo de diferentes líneas proyectuales como son la identidad corporativa, el diseño editorial, y la definición de espacios expositivos y comunicativos. Además, el jurado ha resaltado su creatividad rigurosa y resolutiva que ha manifestado de manera coherente con su estilo y personalidad a lo largo de toda su trayectoria profesional.

Además, se ha destacado su capacidad para conectar eficazmente la cultura con el tejido empresarial, contribuyendo de manera significativa a profesionalizar el mundo del diseño. También se ha valorado de manera especial sus aportaciones en el sector editorial, que han provocado un cambio radical en la línea gráfica y comunicativa, lo que le ha convertido en un referente del diseño gráfico español, dándole reconocimiento internacional. Por último, se ha puesto en valor su compromiso con la promoción del diseño y la formación de las nuevas generaciones y con el papel y la imagen de España en el mundo.

Actiu Berbegal y Formas

Iniciando su actividad como un pequeño taller, es un ejemplo de superación y de progresión basado en el valor estratégico del diseño, lo que le ha permitido posicionarse en el mercado como referente en el sector de muebles de colectividades a nivel internacional. El jurado ha valorado especialmente su crecimiento continuo y sostenido destacando su capacidad para valorizar el diseño conjugado con la comunicación, el diseño gráfico y su habilidad de gestión en todos los ámbitos. También se ha tenido en cuenta en su candidatura su fuerte apuesta por el diseño y la I+D+i, ya que cuenta con un departamento de diseño propio, colaborado con profesionales expertos del ámbito de la arquitectura, el diseño de producto, gráfico e interiorismo, y una fuerte inversión de investigación y desarrollo comprometida con el medioambiente.

Además, el jurado ha valorado su fuerte penetración internacional resultado de la ejecución de una ambiciosa estrategia que les ha permitido estar presentes con sus productos y sus showrooms en más de 90 países de los cinco continentes.

Jurado

El jurado ha sido presidido por el secretario general de Ciencia e Innovación, Juan María Vázquez, y está compuesto por Vicente Gallega, Clara Eugenia García, Itsaso González, Salvi Plaja, Raquel Pelta y Mario Ruiz.

www.idi.mineco.gob.es

[inicio] [titulares de grupo]



Laus de Honor 2017: Enric Aguilera.



Laus Empresas y Entidades: Camper.



Grand Laus 2017 a la agencia Nanouk Films de Barcelona por "The Pleasure Island" para el Festival Temporada Alta 2016.

Ganadores de los Premios ADGLaus 2017

El pasado 30 de junio se celebró la Nit Laus, en la que la Asociación de Diseñadores Gráficos y Directores de Arte del FAD, ADG-FAD, otorga los Premios ADG Laus de Diseño Gráfico y Comunicación Visual de Barcelona desde hace más de cincuenta años.

ADG-FAD entregó los premios durante la ya tradicional Nit Laus, una celebración del grafismo que sirve como punto de encuentro para cientos de profesionales del sector y que se ha convertido en una referencia esencial para conocer las propuestas creativas más relevantes de al año. En esta ocasión, la Nit Laus tuvo lugar en el auditorio exterior del Disseny Hub Barcelona, sede de la asociación.

A los Premios ADG Laus 2017 se presentaron cerca de 1.100 proyectos, de los que resultaron ganadores 225 en cinco categorías diferentes: Diseño Gráfico, Digital, Creatividad Publicitaria, Audiovisuales y Estudiantes. Además se entregó el Laus de Honor, el Premio Laus Empresas y Entidades y la tercera edición del premio Laus Aporta-Fundación Banco Sabadell, que incluye las categorías de profesional y estudiante. Este año se repartieron un total de: 1 Grand Laus, 1 Young Talent, 29 oros, 65 platas y 129 bronce.

Los proyectos de Diseño Gráfico, Digital, Creatividad Publicitaria, Audiovisuales y Estudiantes compiten en apartados propios por los trofeos Laus Bronce, Laus Plata y Laus Oro. Dentro de cada uno de estos apartados los proyectos premiados con un Laus Oro compiten por un Grand Laus y, en el caso de los estudiantes, por un Young Talent. Todos los trabajos que se presentan en los Laus compiten, en conjunto, por el Laus Aporta-Fundación Banco Sabadell.

Por otra parte, la Junta de la ADG-FAD escoge dos premios importantes: el Laus de Honor y el Laus Empresas y Entidades.

Laus de Honor 2017: Enric Aguilera

La Junta de ADG-FAD estimó otorgar el Premio Laus de Honor a Enric Aguilera, por su aportación y trayectoria profesional como máximo exponente del packaging en el segmento del gran consumo. Pero también por su trayectoria como diseñador gráfico, un perfil de Aguilera a menudo poco reconocido, pero que ha marcado a toda una generación de diseñadores.

Laus Empresas y Entidades: Camper

Este premio reconoce a las empresas o entidades con una trayectoria por su buena relación con el diseño y la comunicación. La Junta de ADG-FAD decidió otorgar el premio Laus Empresas y Entidades 2017 a Camper, que con más de 40 años en el mercado del calzado, han apostado desde un principio por el imaginario cultural compartido como modo de comunicación rompedor a través de un cuidado diseño, imagen, estrategia o escenario. Este hecho ha permitido que su comunicación de marca convierta, sin duda, esta empresa familiar en una de las marcas españolas con más visibilidad y respeto a nivel internacional.

Grand Laus y Young Talent

Los proyectos premiados con un Laus Oro en las diferentes categorías (Diseño Gráfico, Digital, Publicidad, Audiovisual) compiten por un Grand Laus y, en el caso de la categoría Estudiantes, por un Young Talent. El chairman de cada categoría debe reunir a su jurado y debatir sobre los Oro premiados para valorar si hay algún trabajo digno de optar al



Young Talent 2017 por "Analytic Journal" realizado por Josep Muñoz de la EINA de Barcelona.



Premio Laus Aporta – Fundación Banc Sabadell – Profesional.



Premio Laus Aporta – Fundación Banc Sabadell – Estudiantes.

Grand Laus. Estos premios para ser otorgados requieren de la unanimidad del jurado (máximo un voto en contra). Este año, los ganadores de los Grand Laus y el Young Talent son:

Grand Laus: En la categoría de Audiovisuales, "The Pleasure Island".

Young Talent: Para Josep Muñoz autor de "Analytic Journal".

Laus Aporta – Fundación Banc Sabadell

Este premio valora los proyectos que destacan por su aportación social, económica o cultural. El jurado estuvo integrado por los Chairmen de cada categoría: Olga Pérez, Ainhoa Nagore, Albert Romagosa, Alejandro Masferrer, Anna Solsona junto con Daniel Ayuso (presidente ADG-FAD), Montserrat Corominas (directora adjunta de la colección de arte de la Fundación Banco Sabadell).

En la categoría profesional: "Thinking Out Loud" de la diseñadora gráfica Bendita Gracia.

En la categoría estudiantes: "Font de Gos, un barrio olvidado de Barcelona" de Albert Galeote, estudiante de IDEP Barcelona.

(Fuente: Fadfest)

www.fadfest.cat

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de uno de los actos de la BDW.

La Barcelona Design Week cerró sus puertas con más de 20.000 participantes

La Barcelona Design Week, la cita anual organizada por BCD Barcelona Centro de Diseño, ha finalizado su 12ª edición transformando la ciudad con más de 120 actividades, superando los 20.000 participantes de la edición anterior.

En este sentido, destaca el éxito del Poblenou Design Day, una de las novedades de la edición de este año organizada por BCD y Poblenou Urban District que contó con la asistencia de más de 5.000 personas en las 24 actividades que se pudieron vivir. El objetivo era dar a conocer el talento del barrio más creativo de Barcelona y se ha conseguido. Teniendo en cuenta los buenos resultados, las próximas ediciones de la Barcelona Design Week sumará otros distritos de la ciudad al programa del city para hacer llegar el diseño a todos los ciudadanos y ciudadanas.

Cabe destacar también, que este año ha aumentado el número de asistentes internacionales en las actividades que BCD ha realizado en el Disseny Hub Barcelona, alcanzando un 20% del total. Además, los participantes de estas actividades provenían de 67 países diferentes, convirtiendo a esta edición en la más internacional de las 12.

Bajo el eslogan 'Transformando la sociedad', esta edición ha ofrecido un programa formado por conferencias, exposiciones, talleres, charlas, presentaciones, circuitos, mesas redondas, celebraciones y actividades de networking que han permitido debatir sobre el diseño como herramienta de transformación de la sociedad y como factor clave de innovación, sostenibilidad y mejora de la calidad de vida de las personas.

www.barcelonadesignweek.com

[inicio] [titulares de grupo]



Alumnos del IDE de Madrid



Eventos

Formación

Product Design Labs. IDE Madrid

Comienzo: Febrero 2018.

Lugar: Madrid.

En el Master of Product Design Labs los estudiantes aprenderán cómo investigar, desarrollar y entregar un producto con altos estándares técnicos y de calidad, mediante una metodología basada en el proyecto que entrena a los estudiantes para comprender, en su totalidad y hasta el más mínimo detalle, el desarrollo de los procesos y las limitaciones industriales.

Dando acceso a las herramientas de la industria, materiales innovadores y procesos de manufacturación, creamos el marco de trabajo ideal para que los alumnos se puedan anticipar a las necesidades del mercado, buscando alternativas a los métodos habituales de solución de problemas, fomentando el pensamiento crítico y la conciencia social.

www.ied.es/madrid

[inicio] [titulares de grupo]

Curso de confección y publicación de páginas web en Zaragoza

Comienzo: 28 de Septiembre 2017.

Finalización: 8 de Marzo 2018.

Lugar: Centro Salvador Allende, Zaragoza.

Un curso orientado a crear y publicar páginas web que integren textos, imágenes y otros elementos, utilizando lenguajes de marcas y editores apropiados, según especificaciones y condiciones de «usabilidad» dadas y realizando los procedimientos de instalación y verificación de las mismas en el servidor correspondiente.

www.zaragozadinamica.es

[inicio] [titulares de grupo]

Diplomatura de postgrado en Creación de espacios en Barcelona

Comienzo: 27 de septiembre 2017.

Lugar: EINA Centre Universitari de Disseny i Art, Barcelona.

Idioma: Castellano (catalán 10%)

La diplomatura de posgrado en Creación de espacios se enfoca



Identidad corporativa del centro universitario.



sobre todo al diseño de ambientaciones y a la percepción del espacio entendido como continente donde suceden escenas que le atribuyen contenido, a partir de la concepción y comprensión de las texturas, los materiales, los colores y la luz.

Pretende profesionalizar una actividad fuertemente ligada a otras disciplinas y falta de formación rigurosa en nuestra área geográfica, así como completar la formación de los perfiles de diseñador, arquitecto y arquitecto técnico. Tiene por objetivo formar adecuadamente para que sean capaces de aplicar de forma creativa los conocimientos tal y como corresponden a la propia noción del diseño. Quiere formar adecuadamente en todos los aspectos legales y normativos de esta disciplina, detallando las competencias y responsabilidades de estos profesionales.

www.eina.cat

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

Concursos

Concurso de ideas para el diseño de un trofeo/relieve conmemorativo del Premio Aragón Investiga

Periodo de presentación de candidaturas: Hasta el 31/10/2017.

Se convoca concurso de ideas para el diseño de un trofeo/relieve conmemorativo del Premio Aragón Investiga.

Podrán participar en este concurso de ideas los alumnos matriculados en asignaturas de diseño industrial en el curso 2017-18, en los correspondientes centros formativos acreditados de Aragón. La participación podrá realizarse de forma individual o colectiva, designándose en este último caso un representante del grupo.

www.aragon.es
[Más información Boletín Oficial de Aragón](#)

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

Bilbao International Art&Fashion convoca la VI Edición de su certamen internacional de moda

Periodo de presentación de candidaturas: Del 01/10/2017 al 15/12/2017.

El concurso, dirigido a diseñadores emergentes de todo el mundo de entre 18 y 35 años, tiene una periodicidad bianual y cuenta con la colaboración y especial asesoramiento de profesionales de prestigio en los ámbitos de la moda y la cultura.

El carácter internacional de BIAAF pretende favorecer el enriquecimiento intercultural y la promoción de la moda como auténtico bien cultural, en estrecha relación con los valores artísticos.

Por ello, todos los trabajos presentados a concurso deben aportar como valor añadido el estar inspirados o relacionados directamente con el mundo del arte.

www.biaaf.com

[inicio] [titulares de grupo]

Correos vuelve con su concurso de diseño de sellos "Disello"

Periodo de presentación de candidaturas: antes del 17 de noviembre de 2017.

Correos convoca este concurso de diseño de sellos con dos categorías de participación: general, para mayores de 18 años, y juvenil, para jóvenes de entre 12 y 17 años. La temática será libre teniendo en cuenta que quedarán fuera de concurso todas las propuestas en las que aparezcan personas vivas como referencia directa y objeto de la obra.

www.disello.com

[inicio] [titulares de grupo]

El concurso para elegir la identidad gráfica del Care Nouveau vuelve este año

Periodo de presentación de candidaturas: antes del 28 de septiembre de 2017.

¿Te gusta el diseño? ¿Quieres demostrar tu creatividad? "Bodegas Care te invita a participar en el concurso de donde saldrá la identidad gráfica del "Care Nouveau" del 2017. El concurso está abierto a jóvenes diseñadores de entre 18 y 35 años, que sean aragoneses. La condición de aragonés a los efectos del concurso se considerará adquirida por nacimiento o por residencia en la región por un periodo igual o superior a cinco años. Cada participante podrá aportar una o dos propuestas de etiqueta y cartel promocional.

www.carewines.com
[bases del concurso](#)

[inicio] [titulares de grupo]

El Restaurante Vegetariano "La Quinoa" tiene el placer de convocar su 1er Concurso de Diseño Gráfico

Periodo de presentación de candidaturas: antes del 21 de noviembre de 2017.

El Restaurante Vegetariano "La Quinoa" tiene el placer de convocar su 1er Concurso de Diseño Gráfico.

La gastronomía ha pasado de ser una manifestación cultural, en la que los profesionales dominaban la elaboración de antiguas recetas de una manera artesanal y con un fin





meramente nutricional, a convertirse en un medio de expresión artística, en el que los platos se convierten en lienzo y la combinación creativa de alimentos, según sus colores, texturas, aromas... evocan nuestros sentidos, como lo hace una obra de arte.

A partir del próximo 9 de Enero de 2018 se expondrá la selección de obras finalistas en el restaurante, haciendo entrega de un premio en metálico al ganador, siendo el equipo de "La Quinoa" Restaurante quien lo elija.

www.facebook.com/LaQuinoa

[inicio] [titulares de grupo]

If Design Awards 2017

Periodo de presentación de candidaturas: antes del 29 de septiembre de 2017.

¿Quieres ganar uno de los concursos de diseño más prestigiosos del mundo y que todo el mundo aprecie tus conocimientos?

Participa en el If Design Awards en una de sus categorías; diseño de producto, packaging, comunicación, diseño de interiores, professional concept, user experience y arquitectura.

www.ifdesign.de

[inicio] [titulares de grupo]

V Certamen de Ilustración Dulce

Periodo de presentación de candidaturas: hasta el 11 de noviembre de 2017.

Trenzarte, el nuevo espacio que aúna la difusión del arte y la cultura con la pastelería, y Pastelería Tolosana, convocan la V edición del Certamen de Ilustración Dulce.

Una iniciativa dirigida a favorecer a los jóvenes creadores una plataforma para la difusión de sus propuestas artísticas de dibujo e ilustración, que les impulse en su promoción y desarrollo profesional.

En las cuatro ediciones realizadas se ha alcanzado gran repercusión, tanto por el número de obras y autores participantes en las mismas, presentándose a concurso más de 275 obras de jóvenes ilustradores; como por la difusión obtenida a nivel regional, nacional, (con obras procedentes de más de 20 provincias) y fuera de nuestras fronteras, con ilustraciones llegadas de países como México o Argentina, así como, por la participación de un jurado de alto nivel profesional y amplio reconocimiento, tanto en el ámbito académico como en el artístico.

www.trenzarte.com



V CERTAMEN DE ILUSTRACIÓN DULCE 2017

Participantes: Mayores de 18 años de cualquier nacionalidad, lugar de origen o residencia.
Tema Realización: Deberán atender al género de la repostería, la pastelería, el chocolate, los dulces, helados y similares, o evocar las sensaciones, emociones e experiencias que suponen. Se aceptan trabajos en cualquier formato: pictórico o gráfico impreso.
Fecha última recepción de Realizaciones: 15 de noviembre de 2017.
Más información en: www.provinciabilosna.com / www.trenzarte.com
Síguenos en: www.trenzarte.com / https://twitter.com/Trenzarte_Art / www.facebook.com/trenzartemudezar / <https://twitter.com/trenzartemudezar>

TRENZARTE
 EL NUEVO ESPACIO DEL ARTE Y LA CULTURA CON LA PASTELERÍA

[inicio] [titulares de grupo]

Libros y publicaciones

Make it Happen Materials and Techniques for Graphic Design

Autor: Varios Autores
Editorial: CYPI

Las nuevas tecnologías ofrecen a los diseñadores ambiciosos acceso a una variedad de nuevas opciones de impresión, desde papel especial, tintas y técnicas de grabado hasta materiales no tradicionales como madera, tela, metal e incluso cemento. "Make It Happen" muestra cómo los creativos están utilizando estas nuevas oportunidades en temas que van desde la impresión de libros y revistas hasta folletos, artículos promocionales y embalajes, en pequeños proyectos personales y grandes programas de branding corporativo.

www.amlibros.com

[inicio]

Arquitectura Biosaludable

Autor: Varios Autores
Editorial: ASIMETRICAS

x

Arquitectura biosaludable tiene un enfoque diferente al modo usual de abordar la habitabilidad básica, ya que valora el grado de influencia de factores presentes en el diseño arquitectónico que intervienen a favor o en contra de la promoción activa de la salud de sus ocupantes, tratando así de mejorar la calidad de vida y promover el envejecimiento activo de los mismos. Pone en relación la Medicina con la Arquitectura, las ciencias médicas con la construcción arquitectónica. No se trata de simples consideraciones higienistas asumibles y consabidas dentro del marco normativo, sino de detectar científicamente las variables arquitectónicas positivas que favorecen el estado saludable de la población. Pone en relación la vulnerabilidad con la habitabilidad.

www.libros.fnac.es

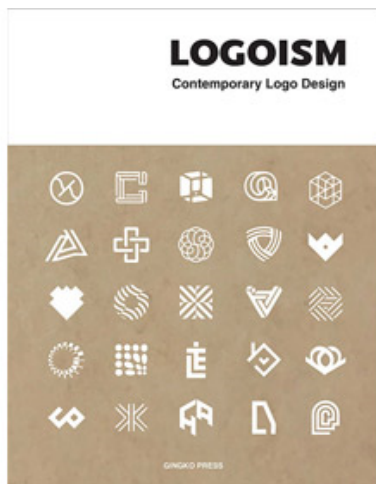
[inicio]

Logoism Contemporary Logo Design

Autor: Varios Autores
Editorial: GINGKO PRESS

Más de 1.500 logos de vanguardia fueron seleccionados y divididos en seis grupos basados en sus estilos y caracteres - símbolo, tipo, símbolo y tipo, forma, conjunto y retro. Ya sea que consistan puramente de símbolos y / o letras, aplique la estética retro o estilos vintage, fueron diseñados con múltiples





variaciones o se inspiran en estructuras geométricas, todos son ejemplos brillantes de diseñadores de todo el mundo.
www.amlibros.com

[inicio]

UNPACK ME AGAIN! - La guía definitiva de packaging creativo

Autor: Wang Shaoqiang
Editorial: PROMOPRESS

Este libro es una guía visual a través de las últimas tendencias en el mundo del packaging cuya intención es vehicular una comunicación visual efectiva entre diseñadores y lectores y proporcionar inspiración a todo creativo en busca de ideas innovadoras. UnPack me Again! es una selección de los más audaces proyectos de packaging de los últimos años.

www.casadellibro.com

[inicio]



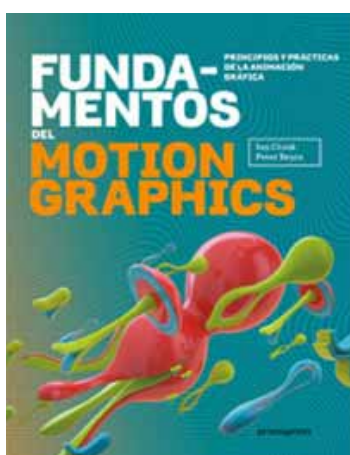
Fundamentos del Motion Graphic

Autor: Ian Crook; Peter Bearer
Editorial: PROMOPRESS

Hoy más que nunca vivimos rodeados de grafismo en movimiento. Este libro presenta los principios de esta materia, esenciales para estudiantes y profesionales de animación, diseño gráfico, producción de vídeo o efectos visuales. Los autores transmiten sólidos conocimientos de los conceptos y las técnicas que nos ayudarán a planificar, desarrollar y producir nuestros propios proyectos creativos.

www.casadellibro.com

[inicio]



Eventos

"Fin", exposición de Miguel Angel Gil

Fechas: Hasta el 20 de octubre de 2017



MIGUEL ÁNGEL GIL ANDALUZ
FIN

Lugar: Sala de Exposiciones del Centro de Artesanía de Aragón.

"Death is the mother of beauty" dice el personaje de Sunday Morning de Wallace Stevens. La metáfora es poderosa, identifica la muerte a la madre, pero una madre en la que se invierte la función que le es propia y en lugar de deshacer pasa a ser muerte-madre que concibe, engendra y da a luz y es su descendencia la belleza. Cediendo a la potencia de esas palabras, digamos, pues, que es así, que de la muerte, de sus signos, nace la belleza y no parece que sea inapropiado ese punto de partida, sino todo lo contrario, cuando recorremos las piezas de Fin que nos regalan el ingenio y las manos de Miguel Ángel Gil que ponen ante la vista la belleza de los despojos; piezas de impecable factura, de riqueza de significado: arte, belleza...

www.cerco.es

[inicio]

Nuevos Antepasados - ESPERANZA ROMERO

Fechas: Hasta el 11 de octubre de 2017

Lugar: Galería Pilar Ginés.

La exposición "Nuevos Antepasados" representa un nuevo punto de partida en la trayectoria de investigación de Esperanza Romero, artista que siempre ha tenido presente la figura humana como eje central de su temática. En esencia, el ser humano, sigue estando presente, pero de forma más sutil, como testigo de una proyección espacial que le rodea o como un eslabón esencial en una cadena evolutiva de entes embrionarios. Son formas ambivalentes que interactúan con el espectador, pudiendo éste darles distintos giros de 360 grados o de arriba abajo, recordando a las cintas de Moebius de Escher. Volumen, curvas y equilibrios son la razón de ser de estas obras que dentro de la abstracción buscan la presencia del individuo en una sociedad dominada por la máquina.

www.cerco.es

[inicio]



15 Premio Internacional de Cerámica Contemporánea

Fechas: Hasta el 20 de octubre de 2017

Lugar: Sala de Exposiciones del Centro de Artesanía de Aragón.

En el marco de la nueva edición de CERCO, la bienal de cerámica contemporánea que se celebra en Aragón y principalmente en Zaragoza tiene lugar la exposición 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.

Podrán verse las 21 piezas premiadas y seleccionadas correspondientes a las 72 candidaturas recibidas, 28 de ellas del extranjero.

www.cerco.es

[inicio]



Exposició "El millor disseny de l'any"

Premis ADG Laus, Arts FAD i FAD d'Arquitectura



Exposición "El mejor diseño del año"



Exposición "El Mejor Diseño del Año"

Fechas: Del 28/06/2017 al 30/10/2017

Lugar: Sala A del Disseny Hub Barcelona (Plaça de les Glòries, 37-38 Barcelona)

«El mejor diseño del año» incluye más de trescientas piezas que representan los mejores proyectos del año en algunas de las disciplinas del diseño: arquitectura e interiorismo, diseño gráfico y comunicación visual, arte y artesanía. Una exposición imprescindible para conocer el diseño contemporáneo y sus aportaciones en el ámbito cultural, social o económico. La selección de obras realizada por el jurado se basa siempre en valores como la excelencia, la originalidad y la innovación conceptual.

Reflejo del Diseño Industrial

Comienzo: 27 de Junio de 2017

Finalización: 27 de Octubre de 2017

Lugar: Disseny Hub Barcelona (Plaça de les Glòries, 37-38 Barcelona)

Dentro del marco de la exposición "El Mejor Diseño del Año" ADI-FAD presenta Premios ADI: Reflejo del Diseño Industrial, una pequeña exposición que muestra una selección, llevada a cabo por la Junta de ADI-FAD, de algunas piezas icónicas que han recibido un Premio Delta entre el 1961 y el 2016.

Esta muestra se inauguró junto con la exposición "El mejor diseño del año" dentro del marco del FADfest, el pasado 27 de Junio.

www.fadfest.cat

[inicio]

Imprimir el mundo. El universo 3D en Fundación Telefónica Madrid

Fechas: Hasta el 22 de octubre de 2017

Lugar: Fundación Telefónica de Madrid

La impresión 3D, que a partir de la redefinición de conceptos como la autoría, la sostenibilidad, la educación o la accesibilidad, permite al ciudadano fabricar casi cualquier cosa, es la protagonista de 3D. Imprimir el mundo, que hasta el 22 de octubre puede verse en la Fundación Telefónica de Madrid. Una exposición en torno a la influencia que esta tecnología tiene en nuestra sociedad, que a través de objetos y piezas audiovisuales muestra su impacto en disciplinas tan variadas como la medicina, la moda, la gastronomía o la arquitectura. Comisariada por la arquitecta Carmen Baselga y el diseñador Héctor Serrano, la muestra investiga sobre los retos de la impresión 3D a medio y largo plazo, a través de 100 obras, de 77 entidades prestadoras y 87 autores, organizadas en cuatro bloques temáticos: Del bit al átomo, Por el espejo retrovisor, La huella tridimensional y Un paso más allá.

www.espacio.fundaciontelefonica.com

[inicio]



Exposición Nacho Arantegui 'Kom Forest' en Zaragoza, Etopia Centro de Arte y Tecnología

Fechas: Del 24 de Mayo al 14 de Octubre de 2017

Lugar: Etiopia Centro de Arte y Tecnología, Zaragoza

El Centro de Arte y Tecnología Etopia, ubicado en la capital aragonesa, presenta la exposición de producción propia 'Kom Forest' en la que el artista Nacho Arantegui ha dado un paso más en su trayectoria dentro del Land Art para incorporar el lenguaje tecnológico.

Se trata de una instalación escultórica que permite experimentar de forma interactiva la unión del arte digital y el arte basado en la naturaleza, una obra híbrida de la que emanan diferentes procesos estéticos y conceptuales.

www.redaragon.elperiodicodearagon.com

[inicio]

MadridGráfica 2017

Fechas: Del 25 de septiembre al 15 de Noviembre de 2017

Lugar: Madrid

Madrid Gráfica es la cita anual con el mejor diseño gráfico internacional en Madrid.

La edición de este año cuenta con una gran presencia de carteles en la calle y 12 exposiciones simultáneas.

www.dimad.org
www.madridgrafica.org

[inicio]

Roca One Day Design Challenge

Fecha: 7 de octubre de 2017

Lugar: Galería Roca Barcelona y Galería Roca Madrid.

Con el objetivo de diseñar conceptos innovadores de productos relacionados con el espacio de baño se convoca la 6ª edición..

Los participantes se podrán inscribir a través de la web hasta las 24:00 horas (GMT +1) del día 05 de Octubre de 2017. También se podrán inscribir de forma presencial en los Roca Galleries de Barcelona y Madrid el mismo día 07 de Octubre de 2017 una vez leído el enunciado de 09:00 h hasta las 11:00 h.

www.onedaydesignchallenge.net

[inicio] [titulares de grupo]

Service Design Network. La conferencia global en Madrid





Fechas: Del 2 al 3 de Noviembre de 2017

Lugar: Calle Cifuentes 5 28021 Villaverde Madrid, España

La Conferencia Global de la Service Design Network es el evento de referencia en Diseño de Servicios y este año se traslada a Madrid. El estudio de diseño Mormedi, junto con otros voluntarios de empresas locales, están ayudando a crear el journey por la conferencia, un ejercicio de Diseño de Servicio en sí mismo.

Además de la propia conferencia los días 2 y 3 de Noviembre, habrá otra serie de eventos antes y después, como la Jornada para Miembros del SDN, el día para Jóvenes Talentos, el Premio de Diseño de Servicios y también algo de marcha por la noche para conocer la ciudad.

En el contexto de la conferencia, el día 1 de Noviembre Mormedi abrirá las puertas del estudio para impartir una master class donde compartiran su metodología a través de la revisión en detalle de un caso real de Diseño de Servicios.

www.mormedi.com

www.service-design-network.org

[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 [\[haga click aquí\]](#)

