



Titulares

Diseño en Aragón

- Una startup aragonesa reinventa el colchón. [\[leer\]](#)
- Nueva identidad corporativa para la Asociación de Artesanos de Aragón. [\[leer\]](#)
- Nuevos trabajos de Activa. [\[leer\]](#)
- Araven completa su gama de contenedores con los nuevos Gastronorm 2/1 para conservar y descongelar grandes cantidades de alimentos. [\[leer\]](#)
- Sleeping BABY PLAY. [\[leer\]](#)
- La experiencia "Entrar en el cuadro", en el Patio de la Infanta. [\[leer\]](#)
- Corona Catalina de Aragón: el postre "renacentista" de Ascaso inspirado en la obra de Juan de Flandes con el que triunfar en Navidad. [\[leer\]](#)
- Nuevos proyectos de la diseñadora Beatriz Gimeno. [\[leer\]](#)
- La Trenza de Almudévar celebró su 25 Aniversario. [\[leer\]](#)
- Atades Huesca ahora es Valentia. [\[leer\]](#)
- Martha Peters presenta la nueva colección Novia 2020. [\[leer\]](#)
- Ambar Terrae, una cerveza elaborada con lúpulo de viña. [\[leer\]](#)
- Grupo Sallen Tech presenta el D6. [\[leer\]](#)
- Buzones inteligentes Kuik de BTv. [\[leer\]](#)
- Placas Flex de Inducción Total Balay. [\[leer\]](#)
- Kempfor Charcoal. [\[leer\]](#)
- La Implantación diseñada por HMY para L'ÓR en espacios gourmet de ECI. un proyecto de premio. [\[leer\]](#)
- Nuevos proyectos de ENATE. [\[leer\]](#)
- Juan Duyos presenta el primer diseño evocador del maridaje de vino y jamón. [\[leer\]](#)
- Anhelébloom: Teruel se sube a la pasarela de la Semana de la Moda de Nueva York. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- Acercar la Administración a los ciudadanos, objetivo del Programa de codiseño de los servicios públicos impulsado por el LAAAB junto con el CADI. [\[leer\]](#)
- Conferencia final del proyecto Kraken. [\[leer\]](#)
- Bodegas Care presentó Care Nouveau 2019, con el diseño ganador del concurso "Ponle cara a la fiesta del vino". [\[leer\]](#)
- Stand CerTest Biotec, S.L. [\[leer\]](#)
- Vino solidario de ENATE para Rotary Club. [\[leer\]](#)
- La marca de aceite Agustín Fornós comienza su andadura en la exportación al mercado chino. [\[leer\]](#)

- ATADES presenta su calendario solidario 2020, ilustrado por el taller de Arte y Diseño. [\[leer\]](#)
- Tatoma apuesta por los vehículos autónomos para el movimiento de cargas. [\[leer\]](#)
- Monasterio de las Viñas gran reserva, Edición Especial Real Zaragoza. [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- El diseñador gráfico José Luis López Velilla (Zaragoza, 1932 – 2019). Semblanza de Josefina Clavería Julián. [\[leer\]](#)
- Saica Pack gana el Premio Platino de ECMA con un envase sostenible para productos agrícolas. [\[leer\]](#)
- El airbag de moto, más eficaz y accesible que nunca. [\[leer\]](#)
- Scooterdocks presenta una solución para aparcar patinetes. [\[leer\]](#)
- La próxima tendencia entre los smartphones: no tocarlos. [\[leer\]](#)
- Esta máquina que plancha, dobla y perfuma la ropa en 4 segundos llegará al mercado a finales de 2019. [\[leer\]](#)
- Matter, colección de gafas de sol desarrollada por estudiantes de diseño de Valencia. [\[leer\]](#)
- Ergolux. El ratón, reinventado. [\[leer\]](#)
- LEGO estrena nuevo campus en Dinamarca. [\[leer\]](#)
- Un diseño que promete hacer más cómodo el asiento del centro en los aviones. [\[leer\]](#)
- Coca Cola sostenible. [\[leer\]](#)
- Karbon, la silla ultraligera y futurista de ACTIU. [\[leer\]](#)
- El diseño de packaging nacional se encumbra en Londres. [\[leer\]](#)
- El Design Museum de Londres celebra 30 años de diseño con más diseño. [\[leer\]](#)
- Premios Jump the Gap 2018/2019. [\[leer\]](#)

Eventos

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



Langel System.



El usuario puede levantar el cabezal para leer un libro o mirar una serie en su tablet.



Diseño en Aragón

Una startup aragonesa reinventa el colchón

Langel System, ha creado los primeros colchones articulados y adaptables del mercado. Éstos permiten modificar su forma, cambiar su firmeza e incluso su tamaño.

Gracias a esta tecnología, el usuario puede levantar el cabezal para leer un libro o mirar una serie en su tablet. También puede agrandar la superficie del colchón levantando unas alas laterales, convirtiendo así un colchón individual en uno de matrimonio y uno de matrimonio en un King Size y permite a su vez ofrecer una protección frente a posibles caídas de niños o personas dependientes.

Este nuevo concepto de descanso se ha adaptado no solo al colchón, sino también al sobrecolchón o topper para dar también la posibilidad de actualizar su descanso a las personas que no deseen cambiar su colchón. Incluso se ofrecerá una estructura capaz de adaptarse al sobrecolchón del usuario, siendo ésta la opción más económica de la gama Langel. Conscientes de la importancia del diseño, el resultado final es un colchón de primera calidad, avanzado en su estética, joven y urbano.

Alberto Sánchez, CEO de Langel System, quien lleva más de 20 años trabajando en el sector del mueble, tomó la firme decisión de reinventar el concepto del colchón actual. Huyendo, además, del canal de comercio tradicional, ha desarrollado, con la ayuda de multinacionales del sector, lo que podríamos denominar el colchón del futuro. Cinco años de prototipos y varias patentes han hecho posible esta presentación.

Un concepto diferente e innovador de descanso, patentes en más de 44 países, dos nuevas solicitudes ya publicadas y en proceso de examen en UE, CN y USA y 7 modelos de utilidad en España, todo ello otorga más de 80 protecciones efectivas de los diferentes conceptos.

Esta protección también será licenciada cediendo la comercialización y la fabricación a los principales fabricantes del sector a lo largo de los próximos meses en los diferentes países en los que es efectiva.

LANGEL SYSTEM ha obtenido (dos veces consecutivas) el "Seal of Excellence" from the European Commission (EU Framework Programme for Research and Innovation 2014-2020).

El resultado es un colchón mucho más disruptivo del "ya habitual colchón en caja" modelo probado y exitoso de comercialización on line.

El colchón actualmente comercializado no se envía en una sola caja sino que se divide en varias. El usuario puede combinar diferentes capas de espuma "todas ellas de superficie no de soporte" personalizando así su confort entre 96 posibilidades diferentes de colocación, convirtiéndolo así en el único colchón en caja que puede satisfacer diferentes cualidades y adaptarse así a la morfología y los gustos del usuario.

-Personalizable (alterando el orden de sus capas internas cambia de firmeza y cualidades adaptándose así a diferentes entornos).

-Duradero (el usuario tiene la posibilidad de actualizar el orden de las capas más desgastadas sin deshacerse de todo el colchón).

-Ecológico (Los aceites químicos derivados del petróleo usados en su proceso de fabricación son sustituidos por aceites de soja).

Con la intención de dar un salto al mercado internacional "on line" el origen de la presentación fue una Kickstarter en 2018 (plataforma on line de micromecenazgo en USA) siendo así reconocidos actualmente en los buscadores internacionales bajo el término "Reinventar el colchón" en los diferentes idiomas.

Actualmente han comercializado hace un par de meses en las cinco plataformas europeas de Amazon varios de los modelos siendo así posible entregarlos en 24 horas en toda Europa.

www.langelsystem.com

[inicio] [titulares de grupo]

Los colchones permiten modificar su forma, cambiar su firmeza e incluso su tamaño.



Nueva identidad corporativa para la Asociación de Artesanos de Aragón

Batidora de ideas ha sido el estudio de diseño encargado de llevar a cabo la creación de la nueva identidad corporativa de la Asociación de Artesanos de Aragón. El resultado ha sido una marca cargada de simbolismo, que evoca a la tradición y el origen de los primeros artesanos, y que transmite la idea de unión, integración y colaboración propia de la asociación.

El símbolo que conforma la marca está compuesto por una serie de elementos geométricos básicos que dan sentido al conjunto: así el más básico se trata de una de las marcas de cantero más antiguas de Aragón; que a su vez es una A, y una flecha. Una especie de brújula que indica el camino a seguir. También recuerda un compás, símbolo de las logias masónicas, relacionadas con los secretos de la construcción de las primeras catedrales. Representa el origen de los primeros artesanos.

Este símbolo básico se vuelve triple, representando tres A: de Artesano, de Aragón y de Asociación. Transmite una imagen de unión, de remar en la misma dirección, de coordinación y organización. También es una esquematización de un elemento decorativo. Repetido, es la forma más básica de diseño, en textil o en cerámicas. Es una firma.

El símbolo completo, que entrelaza este elemento triple de forma simétrica, nos traslada a la artesanía de cuerda o de esparto, a la cestería, a la primera joyería, a las decoraciones de artesanados o de arquitectura mudéjar... Pero también nos lleva al futuro. Hacia una artesanía más contemporánea, elegante, para las nuevas generaciones. Una artesanía, que es un objeto único, y que puede competir en igualdad de condiciones con cualquier regalo, con cualquier objeto, una especie de joya. Un símbolo de unión y de integración, también de diversidad y de colaboración.

El imago tipo completo incluye el nombre ASOCIACIÓN ARTESANOS DE ARAGÓN, pero también se ha contemplado la posibilidad de utilizar únicamente ARTESANOS DE ARAGÓN, como marca, para eventos y para los productos que se vendan en la tienda.

También se han diseñado, conformando esta identidad visual, una serie de bolsas y cajas para utilizar como packaging, y otros elementos de merchandising complementarios como pueden ser mochilas, camisetas...

www.artearagon.com
www.batidoradeideas.com

[inicio] [titulares de grupo]



Descomposición del símbolo que conforma la marca en sus elementos más básicos.



ARTESANOS
DE ARAGÓN

Nuevo logotipo de la Asociación Artesanos de Aragón.

Aplicación de la marca a diferentes elementos corporativos.





Versiones Oval 2000



Oval 3000 para papel, plástico y resto.



Formas redondeadas y pedal exterior.



Espadas fabricadas en material plástico para reducir la huella sonora en el momento de la recogida.



Nuevos trabajos de Activa

CONTENUR OVAL 2000 Y OVAL 3000. REDISEÑO EN PROFUNDIDAD

Los contenedores de carga lateral Oval 2000 / Oval 3000 para el reciclaje urbano, diseñado por ACTIVA DESIGN para CONTENUR, presentan la solución más completa del mercado actual.

- Para la ciudad: Integración total en el entorno urbano, estética depurada y amplio espacio de personalización.
- Para el ciudadano: Sencillez de uso, altura que no limita la visibilidad, elementos que facilitan la accesibilidad.
- Para la empresa de servicios: Diseño simplificado que reduce el mantenimiento. La solución más eficiente.
- Para el entorno: Especialmente diseñado para albergar elementos inteligentes, sensores y cerraduras.

Concepto. Integración total en el entorno urbano. Formas redondeadas y simplificación en las líneas. Cada pieza está diseñada para facilitar y maximizar su uso, posee una estética depurada para su total integración en la ciudad. Todos los contenedores tienen la misma altura y profundidad, de esta manera, se mantiene uniforme la línea estética de las islas a instalar en la vía pública, consiguiendo así, la mayor homogeneidad y la menor ocupación de la misma.

Ergonomía. Pensado para facilitar su uso.

- Pedal exterior. OVAL integra un pedal diseñado pensando en su accesibilidad y ergonomía. La altura máxima a la que llega el pedal en su posición más baja es de 250mm con respecto al suelo, y su recorrido para abrir la tapa al máximo permite llevar el pedal hasta el punto de contacto con el suelo sin generar fuerzas extras en la tapa.
- Accesible a 1190 mm.
- Tapa de Usuario ligera y amortiguada que ralentiza la bajada de la tapa evitando cierres bruscos.
- Bocas de Ø400 y Ø200 y Boca papel 890x200 mm.
- Cerraduras electrónicas: Integración fiable y ajustada que reduce las incidencias.

Mantenimiento eficiente. OVAL es un contenedor resistente, está fabricado mediante el sistema de inyección de polietileno de alta densidad en cuerpo y tapas, con protección frente a los rayos UV, lo que prolonga su aspecto inicial a lo largo del tiempo. Su reducido número de piezas y componentes hace que su mantenimiento sea eficiente.

Facilidad de Limpieza.

- Cuerpo sin nervaduras ni ondulaciones.
- Radios de acuerdo muy suaves y sin nervios para evitar la acumulación de residuos.

Personalización. Un abanico de posibilidades. Gran espacio de personalización en cuerpo (termoimpresión o vinilo). Posibilidad de incluir la pegatina de identificación de residuo, que facilita la tarea del reciclaje al ciudadano, al incluir gráficos e iconos que permiten la rápida identificación del contenedor a utilizar. Puede incluir identificación del contenedor mediante marcaje Braille y resalte, con una placa para facilitar su utilización por personas con discapacidad visual.

INTERNET DE LAS COSAS: QRID

Diseño de producto de internet de las cosas -IoT- para programas de fidelización de clientes. Cada vez que se pulsa el botón táctil, el dispositivo muestra un QR diferente con



Pantalla táctil.



Explosionado.

información codificada que el usuario captura con su móvil, identificando su acción o visita al establecimiento donde se encuentra, y a través de la App se premia al usuario.

En el diseño se ha priorizado la usabilidad del producto, su funcionalidad de instalación y mantenimiento. Con una estética minimalista y tecnológica, se transmite la función del producto con la serigrafía de su frontal, para generar recuerdo y reconocimiento en los usuarios.

Diseño industrial realizado para Eversmart.io

www.contenur.com

www.activa1.com

www.eversmart.io

[inicio] [titulares de grupo]

Araven completa su gama de contenedores con los nuevos Gastronorm 2/1 para conservar y descongelar grandes cantidades de alimentos



Los contenedores son apilables.



Los distintivos Colorclips permiten identificar la tipología del alimento.



Fondo perforado, óptimo para la descongelación.

La firma aragonesa Araven ha vuelto a mostrar su papel de líder en el campo del equipamiento profesional para hostelería con el lanzamiento al mercado este mes de los nuevos contenedores para alimentos GastroNorm 2/1, con un innovador diseño y especialmente dirigidos a clientes que trabajan con grandes cantidades, como colectividades, hoteles vacacionales o industrias alimentarias. Así, esta nueva línea suma a su capacidad de 70 o 90 litros, un diseño óptimo para procesos de descongelación y todas las afamadas características exclusivas de Araven para facilitar el trabajo y garantizar la seguridad y la calidad de los alimentos.

Los contenedores GastroNorm 2/1 están disponibles en polietileno de alta densidad -más apropiados para la congelación y descongelación- o ABS, idóneos para la conservación. Resisten temperaturas de entre -40 y +90 °C, son higiénicos y su diseño sin aristas vivas es idóneo para limpiarlos, manejarlos, encajarlos y apilarlos. Como complemento, la plataforma con ruedas GN 2/1 permite transportarlos sin esfuerzo.

En los dos tamaños de 70L y 90L se ofrece también una versión con fondo perforado, óptima para procesos de descongelación, porque se realiza más rápido al no acumularse el líquido exudado con el alimento. Además, la forma ondulada de la base reduce la zona de contacto con el producto, con lo que también se minimiza el riesgo de proliferación de bacterias y se conservan todas las propiedades organolépticas del gusto y el olor.

Para garantizar una completa seguridad e higiene, las cubetas lisas y de fondo perforado se combinan de manera que la primera sirve para recoger el líquido desprendido, evitando que el goteo contamine otros alimentos. La tapa para evitar que la partida con la que se trabaja sufra a su vez contaminaciones completa un kit especialmente concebido para la descongelación de grandes partidas de materias primas.

Naturalmente, los nuevos contenedores ofrecen también las demás características patentadas de la familia Araven, para reforzar las garantías higiénico-sanitarias y facilitar la trazabilidad y los procesos de trabajo. Así, la etiqueta permanente integrada en el propio contenedor muestra de forma clara y sencilla los datos necesarios para identificar con el rotulador Araven los aspectos básicos de cada lote, como su procedencia o la fecha de envasado. Este sistema no requiere pegar y despegar etiquetas de papel y no deja restos tras el lavado.

Como complemento, los distintivos colorclips, un juego de pestañas de cuatro colores distintos, permiten identificar la tipología de alimento que contiene cada contenedor para ayudar a evitar la contaminación cruzada.

www.araven.com

[inicio] [titulares de grupo]



Etiqueta permanente integrada en el propio contenedor.



Sleeping Baby incorpora una interfaz muy intuitiva.



El reproductor es totalmente portátil.



Diseñado para estar cerca del bebé.

Sleeping BABY PLAY

SBP Sleeping Baby Play® es un reproductor portátil y compacto que emite melodías y sonidos orgánicos creados y diseñados para recordar al bebé su estancia en el útero del vientre materno, además de relajarlo y tranquilizarlo.

El proyecto se empezó a gestar hace más de 10 años naciendo de la necesidad real de calmar a un bebé. Las composiciones integradas en el Sleeping Baby Play se basan en la creatividad, percepción y sensibilidad musical de los musicoterapeutas y productores de Wonder Elements S.L. Su eficacia se asienta en cientos de pruebas con bebés, pruebas en hospitales, con matronas y grupos de lactancia, subraya su inventor.

Este aparato contiene ruido blanco y estructuras musicales que han sido desarrolladas en estudio profesional por especialistas durante 10 años de trabajo e investigación. Ayudan a relajarse, dejar de llorar y dormir. Enmascaran otros sonidos innecesarios y habituales que afectan a la tranquilidad del recién nacido.

Sleeping Baby Play está diseñado para estar cerca del bebé con formas suaves de materiales plásticos sellados con bordes redondeados. Incorpora una interfaz muy intuitiva y sencilla de manejar para todos los usuarios: 6 botones pulsables, una rueda de volumen y on/off. No contiene ninguna conexión eléctrica, cable u orificio de carga y no genera calor. Probado y medido por seguridad a un límite de 75 dB.

Totalmente portátil, ya que puede sujetarse a la cuna, cochecito o colocarlo sobre cualquier superficie plana y estable. Diseño ergonómico. La interface es sencilla de usar y operar con una sola mano. El diseño de su altavoz es fundamental para que, en un espacio tan reducido podamos generar con su caja de resonancia, las frecuencias de sonido que necesitamos para conseguir su eficacia. Las melodías están integradas en una placa base donde se disparan al activar unos pulsadores. Estas melodías duran 10 minutos seguidos y pueden utilizarse en modo continuo o desactivar con un temporizador.

www.sleepingbabyplay.com

[inicio] [titulares de grupo]



'Les Vessenots' en Auvers, de Vicent van Gogh.



Experiencia de realidad virtual.

La experiencia "Entrar en el cuadro", en el Patio de la Infanta

El espacio Ibercaja Patio de la Infanta, acogió entre los días 5 y 12 de octubre la experiencia de realidad virtual "Entrar en el cuadro", en la cuarta itinerancia por España de esta novedosa experiencia del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza con la colaboración de Endesa.

El casco de realidad virtual permite desplazarse en un entorno virtual en el que se disponía de libre movimiento, lo que permitió vivir la experiencia a nuestro gusto, aproximándose a los lugares que uno desea, pudiendo detallar la obra de forma única e individualmente. El usuario pudo disfrutar de patrones y trazos inmersos en las obras pero ubicándolas en un espacio tridimensional dando la impresión de sumergirse en los cuadros.

Entre los pilares que sustentan este proyecto, uno de ellos es la cultura, un concepto tan amplio y necesario, que debe ser transformado hacia esa apertura que lo impregna todo. "Cultura sin barreras para aprovechar y compartir las ventajas de todo aquello que nos mejora como ciudadanos".

El diseño de esta experiencia obligó a crear un equipo de 30 especialistas que estuvo trabajando en los cuadros durante meses. En cierta medida, la exposición volvió a casa, por cuanto el creador de la experiencia no es otro que Entropy Studio, compañía encargada de la realidad virtual y el videomapping.

(Fuente: Heraldo de Aragón y El Periódico de Aragón)

www.fundacionibercaja.es

www.entropystudio.net

[inicio] [titulares de grupo]



Packaging utilizado para la corona Catalina de Aragón inspirado en la obra de Juan de Flandes.



Detalle de la corona, postre inspirado en la época renacentista.

Corona Catalina de Aragón: el postre "renacentista" de Ascaso inspirado en la obra de Juan de Flandes con el que triunfar en Navidad

De porte regio y gusto "renacentista". Así es la Corona Catalina de Aragón, el postre con el que Pastelería Ascaso vuelve a innovar desde su obrador. Inspirado en el cuadro "Retrato de una infanta, Catalina de Aragón" del pintor Juan de Flandes, de la Colección Thyssen de Madrid, detrás de esta corona hay mucho tiempo de investigación histórica y gastronómica para conseguir un postre que reflejara los gustos de la época y, a la vez, los valores que transmite la infanta en la obra del pintor flamenco.

La Corona Catalina de Aragón se presentó el 25 de noviembre, en el Museo Thyssen, en un acto especial en el que ha estado presente Vicente Ascaso, presidente honorífico de la empresa, galardonado recientemente con el Premio Memorial de la Real Academia de Gastronomía al Mejor Pastelero Repostero de España.

Para contextualizar este dulce, el equipo de Ascaso se trasladó desde su obrador a la época renacentista, mientras pensaba en un postre que hubiera podido degustarse en la época de Catalina de Aragón y que además pudiera reflejar los gustos de la princesa. "Consultadas varias obras culinarias, como el libro de cocina de Ruperto de Nola (1470-1520), creamos una corona donde las rosas, como la que lleva Catalina entre sus dedos en el cuadro, adquieren protagonismo", matiza Sura Ascaso, responsable de Desarrollo de Negocio de la empresa oscense.

El resultado, tras muchos meses de estudio coordinados por José María Pisa, experto en historia de la gastronomía, es este dulce de forma circular de mazapán con agua de rosas, combinado con otros sabores muy apreciados por los comensales de entonces, como el azafrán, la yema, el jengibre y la fruta (en este caso, pasta de fruta de pera). La decoración se ha realizado con yema y pétalos de rosas naturales cristalizados: "Se trata de un postre que destaca por su elegancia en el plato y la combinación de texturas, producto de la superposición de capas. Esos sabores se entremezclan y adquieren matices en boca", indica Ascaso.

En cuanto al packaging utilizado, se trata de una lata redonda metálica (155x50 mm) con la reproducción impresa del cuadro en el que está inspirada, "Retrato de una infanta. Catalina de Aragón". La impresión exterior se ha realizado mediante litografía en cuatricromía, con un acabado mate, mientras que el interior se caracteriza por un acabado oro. La encargada de crear este packaging fue Cristina Pereiro, diseñadora en el Museo Thyssen. Este postre es uno de los 25 incluidos en la publicación "El Thyssen en el plato" (#elthyssenenelplato), todos inspirados en cuadros de este museo madrileño.

La Corona Catalina de Aragón se suma así a otros productos de Ascaso que ya se venden en el Museo Thyssen, como las tabletas de chocolate elaboradas en el obrador oscense y los turrónes duro y blando, envueltos en packagings ilustrados con cuadros de la Colección Thyssen-Bornemisza.

www.pasteleriaascaso.com
www.museothyssen.org

[inicio] [titulares de grupo]

Diseño de packaging de chocolate.



Nuevos proyectos de la diseñadora Beatriz Gimeno

PUYET



Packaging diseñado para turrone Puyet.

El diseño para los turrone Puyet nace al pensar en el origen del chocolate, que se consumió por primera vez en mesoamérica. Todos los elementos gráficos están inspirados en elementos decorativos que en esa cultura aparecen en cerámicas, pinturas, esculturas, tejidos...

Los iconos representativos de los ingredientes, elemento principal de la etiqueta, están basados en la escritura de mesoamérica que era pictográfica. Muchos de estos pictogramas solían tener un formato cuadrado, estructura que se ha seguido en el diseño de los iconos. El estilo es muy artesanal, de trazo irregular, que sugiere que todo lo que se elabora de manera artesanal no puede reproducirse de forma idéntica.

La imagen de la caja y de las etiquetas fusiona los conceptos de artesanía e innovación, directrices de la filosofía de la empresa en la elaboración de sus productos.

IRIUSRISK

IRIUSRISK se dedica a construir herramientas para gestionar y analizar la seguridad del software.

El diseño de las portadas para sus ebooks informativos, realizado en estrecha colaboración con la dirección de marketing de la empresa, está basado en una ilustración lineal de colores planos y la búsqueda de conceptos que representen la necesidad de implantar la ciberseguridad en las empresas.

www.beatrizgimeno.com

www.turronpuyet.com

www.irusrisk.com

[inicio] [titulares de grupo]

Diseño de las portadas para ebooks informativos de Iriusrisk.





Imagen utilizada para el 25 Aniversario de la Trenza de Almudévar.



Asistentes disfrutando de la Gala de Aniversario.



Reconocimiento a los embajadores de la Trenza de Almudévar.

La Trenza de Almudévar celebró su 25 Aniversario

Más de 300 personas se congregaron en el Hotel ABBA de Huesca para celebrar los 25 años sello "C'Alial", la marca de garantía certificada para aquellos productos agroalimentarios de la región que destacan por sus excepcionales cualidades gastronómicas y nutricionales.

Los asistentes a la Gala de Aniversario disfrutaron de una velada entretenida y original, estructurada en siete actos que corresponden al proceso de elaboración y degustación del dulce aragonés: Masa madre, hojaldrar, plegar y extender, rellenar y cortar, enrollar y trenzar, pintar, y por supuesto, degustar y charlar. El evento estuvo conducido por el humorista Rafa Maza, que realizó una búsqueda surrealista del secreto de la Trenza de Almudévar, y amenizado por la música del saxofón de Fernando LLEYda.

En un coloquio a cinco bandas, los responsables de Pastelería Tolosana hablaron de la fuerza de lo natural, de lo auténtico, combinado con un respeto a la tradición, aderezado con el trabajo y la innovación continua, como las claves de una marca de referencia que afronta el futuro con optimismo.

El acto central de esta Gala de Aniversario, fue el reconocimiento a los Embajadores de la Trenza de Almudévar, un sincero homenaje a distintas personalidades y amigos por el cariño y apoyo que han mostrado a este producto de repostería a lo largo de estos años. Todos los embajadores, recibieron una caja, en forma de lingote de oro, como el estuche de la Trenza, que contenía una litografía de Pepe Cerdá de edición limitada y la explicación, en forma de agradecimiento escrita en un pergamino, de lo que supone ser embajador. Fueron galardonados en este acto: La Agrupación Deportiva Almudévar, Fernando Sarasa, Asociación de Cocineros de Aragón, Javier Vázquez, Aspanoa, Bvocal, Gardeniers, Grupo Hilanderas de Almudévar, José Luis Melero, Os andarines de Aragón, Guayente Escuela de Hostelería, Julio Luzán, Oregon TV, La Ronda de Boltaña, Cristina Nerín, Pepe Cerdá, Paula Ortiz, Carmen Barrantes, Alberto Jiménez Schuhmacher, Luisa Gavasa, Javier Sierra, Mikel Rico, Miki Nadal, Luis Alegre y Teresa Perales. Las palabras de Joaquín Olona, consejero de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón, que hizo hincapié en la importancia de la Trenza de Almudévar como marca de referencia del territorio, cerraron este emotivo bloque.

Cinco lustros de éxitos que se condensaron en este evento conmemorativo que concluyó con la degustación de las distintas versiones de la Trenza de Almudévar, maridadas con diferentes vinos, y las muestras de agradecimiento de la familia Tolosana a todos los asistentes al mismo.

www.pasteleriatolosana.com

[inicio] [titulares de grupo]



La nueva marca en versión positivo y sobre degradado corporativo



Aplicación de la marca a cuaderno



Aplicación a furgoneta



Atades Huesca ahora es Valentia

Del compromiso y la voluntad de construir una sociedad más inclusiva y justa nace Valentia, que recoge los más de 50 años de experiencia de Atades Huesca: la organización sin ánimo de lucro referente en la provincia de Huesca que ofrece a las personas con discapacidad intelectual y a sus familias todo el apoyo necesario para desarrollar una vida plena.

El proceso que ha dado lugar a un nombre y una imagen, se ha desarrollado durante más de cuatro meses y ha contado con una amplia participación de los miembros de los patronatos y la junta de cada una de las organizaciones. Fruto de este proceso, surge una nueva imagen. Una imagen que transmite conceptos como impulso, avance y positividad junto a una gráfica ligera y fluida. Y una propuesta cromática que recoge el peso de la trayectoria resumida en el sobrio azul oscuro del logotipo original pero se combina con una paleta de colores que integra una inmensa diversidad en la que cabemos todos.

Respecto al nombre, se inspira en el concepto de valentía, la cualidad compartida por todas las personas que forman la entidad.

A las once de la mañana del día veinticinco de octubre de 1964 se constituía la Asociación Provincial de Padres, Familiares y Protectores de Subnormales de Huesca y se utilizó como imagen un logotipo que era común a varias organizaciones constituidas con fines similares y agrupadas en torno a una federación nacional.

Hoy la sociedad ha evolucionado y los términos de aquel momento se han superado y cambiado. Han cambiado las necesidades, los servicios, la sensibilidad de las entidades, de la sociedad y de los profesionales. Cuando nació Atades Huesca, se buscaba protección. Lograron integración. Hoy están preparados para ofrecer el apoyo que cada uno requiere. Con una atención centrada en las personas. En la que cada uno decide sobre su propia vida.

Hoy son capaces de dar respuesta a las necesidades más diversas y variables a través de una fundación asistencial, una asociación y una fundación tutelar. Tres entidades que permiten una mayor profesionalización, una mejor atención de las personas con las que se relacionan y comparten un mismo sueño: una sociedad mucho más integradora.

VALENTIA

La fundación que reúne los servicios, los profesionales, los centros, la formación y el empleo. Que completa el círculo de una vida plena; respetando las preferencias e intereses de todos los usuarios, respetando las preferencias de cada persona.

VALENTIA SOCIAL

Alma y corazón de la entidad. Donde latan los anhelos de las familias y la empatía de socios y voluntarios. Nacida para integrar y defender los derechos de las personas con discapacidad y sus familias. Es la Asociación y es esencialmente social.

VALENTIA TUTELAR

Una fundación que surge para no dejar ninguna pregunta sin respuesta. Ninguna persona sin apoyo. Que defiende que las vidas son para ser vividas.

www.valentiahuesca.org

Aplicación a tote bag

[inicio] [titulares de grupo]

Martha Peters presenta la nueva colección Novia 2020

Martha Peters presenta su undécima colección de Alta Costura para Novias en la que la diseñadora se adentra en sus recuerdos para presentar su colección más íntima, artesanal y personal. 11 diseños inspirados en 11 mujeres fuertes, con alma vintage, naturales, independientes y románticas.

Un telón de verdes profundos adornado por hortensias y margaritas contrasta con las casas de ladrillo rojo y el cielo azul pálido, casi grisáceo. Huele a hierba mojada y el sol brilla a lo lejos mientras baja y desaparece lentamente sobre el Mar del Norte. Aquella casa enmoquetada y sus paredes cubiertas con antiguo papel pintado cuenta historias a cada centímetro. En la sala de estar espera un té negro acompañado de un pastel recién hecho. Son recuerdos. Imágenes que despiertan felicidad y nostalgia, y que son la fuente de inspiración de la nueva colección para Novias Martha Peters 2020. Este año la diseñadora cierra los ojos y vuela 1.842 kilómetros para acercarnos la Alemania de sus recuerdos.

Una propuesta formada por 11 diseños inspirados en 11 mujeres reales fuertes, con alma vintage, naturales, independientes y románticas en la que destacan multitud de detalles artesanales en cada pieza: aplicaciones bordadas, puntillas de hilo, botones metálicos en contraste, cinturones trenzados, sutiles transparencias, mangas abullonadas, faldas abiertas por delante, espaldas diferentes... La gama cromática está protagonizada por el blanco y el color crema, aderezada con sofisticados toques en oro viejo, azul noche y negro.

Una colección formada por 11 piezas entre las cuales se distinguen vestidos, dos piezas, un vestido tobillero, una chaqueta de lana o un rompedor kimono realizado a base de puntillas y guipures. Todos ellos completamente personalizables al gusto de cada novia, ya sea realizando variaciones de un modelo, combinaciones entre varios o incluso la creación de un vestido único partiendo de algún detalle.

www.marthapeters.es

[inicio] [titulares de grupo]



Una de la 11 propuestas de la nueva colección de Alta Costura para Novias de Martha Peters.



Detalles inspirados en mujeres fuertes, con alma vintage, naturales, independientes y románticas.

Ambar Terrae, una cerveza elaborada con lúpulo de viña

Ambar rinde homenaje al concepto de terroir en su nueva Ambiciosa: Ambar Terrae. Una cerveza elaborada con lúpulo de una viña centenaria que traslada la personalidad única del cultivo y de quienes lo trabajan.

Arropada por las maltas de cuatro cereales (cebada, avena, centeno y trigo), el lúpulo, que proviene de una viña centenaria ubicada en la localidad navarra de Olite, es el hilo conductor de esta cerveza de amargor amable, fruto de la frescura de la flor y de la delicadeza con la que se ha trabajado. De las variedades Cascade y Columbus, ha sido trasladado directamente desde el campo a la fábrica, y utilizado directamente en flor, con una manipulación mínima, en un proceso de molienda a baja temperatura.

Un naming que traslada el concepto de terroir a la cerveza

AMBAR TERRAE bebe del terruño de una viña centenaria en la que ahora crece lúpulo, otorgando la personalidad única de ese suelo trabajado por las raíces, por los agricultores que la han cuidado y por un clima único que deja su huella en esta cerveza.

"Cada civilización enriquece la tierra que trabaja, y de ello se beneficia la siguiente generación que habita en ella", explica Antonio Fumanal, maestro cervecero de Cervezas Ambar. Así, aquellos que cuidaron y cuidan de la vid en esta localidad navarra, han hecho posible que el lúpulo empleado en la elaboración de Ambar Terrae se nutra de todas las propiedades de este terreno excepcional.

El resultado de Ambar Terrae es sedoso y complejo en boca y terroso en nariz. En la mesa, Ambar Terrae consigue maridar a la perfección con propuestas otoñales e invernales. Tanto guisos sencillos como platos y productos de temporada (calabaza, setas, caza...) resultan perfectos para acompañar con esta cerveza, nada estridente y extremadamente suave al paladar.

Ambar Terrae es el décimo primer lanzamiento de Ambiciosas Ambar, la colección de cervezas más independientes de Ambar.

www.ambar.com

[inicio] [titulares de grupo]



El concepto "Terroir"



Los formatos del nuevo lanzamiento de Ambar.



La nueva logomarca de la colección "Ambiciosas".



Imagen del D6.



Detalle del prototipo.



Vista de uno de los laterales.

Grupo Sallen Tech presenta el D6

Bajo el nombre de D6 se pone en el mercado la segunda generación del Obolus, el equipo de gestión de efectivo más exitoso de la firma. La empresa Grupo Sallen Tech, pertenece al Grupo Gunnebo, siendo un referente tecnológico en su sector. Su actividad se centra en el desarrollo de tecnología y fabricación de equipos para la gestión de dinero en efectivo.

El nuevo D6, supone un cambio en el concepto de arquitectura de toda la mecánica y electrónica que permite el conteo y clasificación de los diferentes billetes. Este nuevo modelo se basa en un módulo central extraíble donde se ubica toda esta tecnología y sistema de detección de los billetes, comportándose como un elemento independiente, aspecto que facilita tanto la propia organización en la producción como las tareas de actualización y mantenimiento.

El resto de componentes electrónicos y sistema de alimentación eléctrica se sitúan en los laterales, así como el módulo de conteo de monedas, la impresora y un lector de código de barras. Todo este conjunto monta sobre la caja fuerte que se encarga de almacenar los billetes contados y validados.

Desde AM Desarrollo, conscientes de la importancia que tiene este nuevo equipo para la compañía, ha dotado al módulo central de unas líneas suaves, pero con una marcada personalidad, a fin de transmitir las características de un producto de uso profesional y de alta tecnología.

Uno de los principales retos del proyecto fue la incorporación en la parte frontal de una pantalla táctil de 7 pulgadas, de modo que no afectara a la bandeja de alimentación de los billetes, que se sitúa en la parte frontal superior y a su vez tampoco interfiriera sobre la bandeja inferior para la salida de billetes rechazados, aspecto de vital importancia de cara al uso, ya que la visibilidad y accesibilidad de las diferentes partes es importante.

Por otro lado, se ha tratado la configuración de las carcasas teniendo en cuenta las aperturas de las diferentes partes para acceder al interior en caso de atascos. Esta tarea la realiza el propio usuario, por lo que los puntos de apertura deben de ser claramente identificados, aunque el software, a través de la pantalla indica las acciones a realizar.

El D6 se presenta en dos versiones, una incorpora un módulo para el conteo de monedas y el otro no lo incluye. Toda la parte superior también se monta sobre el modelo D5, diferenciándose básicamente en que tiene una menor capacidad de almacenamiento de billetes, siendo más compacto.

Como es habitual, AM Desarrollo ha trabajado en estrecha colaboración con el área técnica de Grupo Sallen para desarrollar y validar los avances, tanto en la parte estética como en la mecánica propia del chasis interior, así como en el seguimiento durante la fabricación de los moldes, realización de muestras y montaje y validación de prototipos.

www.sallen.es

www.gunnebo.com

www.amdesarrollo.com

[inicio] [titulares de grupo]



Nuevo buzón inteligente Kuik Go.



Gestionable desde una APP sencilla e intuitiva.



Personalización mediante vinilo impreso.

Buzones inteligentes Kuik de BTV

Los buzones inteligentes Kuik permiten la entrega y recogida de paquetes 365 días al año, las 24 horas del día a través del teléfono móvil de una forma sencilla e intuitiva, solucionando así el problema logístico de "la última milla". Están pensados para ser instalados en comunidades de vecinos, oficinas y hoteles, entre otros establecimientos.

Son gestionables desde el Smartphone gracias a la app de Kuik (forma sencilla e intuitiva- Esto se repite también arriba, nosotros lo cambiaríamos por "desarrollada por BTV").

Únicamente requiere de una toma eléctrica para su instalación y no necesita internet. Es 100% modular, tiene gran versatilidad y la posibilidad de integrar los módulos de buzones inteligentes junto con buzones convencionales.

Además es amigable con el medio ambiente, reduce las emisiones de CO², ya que no hay entregas fallidas, por lo que el repartidor no debe volver a la vivienda evitando así desplazar de nuevo su vehículo para ello.

Hay varias versiones de diferentes tamaños. Kuik Go, la agrupación de dimensiones más reducidas (615 x 1079 x 370 mm); Kuik Plus, pensada para grandes comunidades de vecinos y bloques de oficinas (922 x 1079 x 370 mm) y Kuik Premium que combina módulos Kuik con grupos de buzones convencionales.

Los buzones inteligentes Kuik también cuentan con la versión Kuik & Collect, destinados al sector retail: casilleros inteligentes han sido especialmente concebidos para dar servicio a los establecimientos que ofrecen a sus clientes la opción de recoger sus pedidos online en sus tiendas físicas. A través de su innovador sistema, se optimiza el proceso de entrega de las compras online, permitiendo al establecimiento llevar un control exhaustivo de las mismas y ahorrar tiempo de gestión tanto a sus empleados como a sus clientes, lo que se traduce en un aumento de beneficios y mejora de la imagen de marca.

Al ser modulares, se puede configurar el tamaño de los casilleros en función de las dimensiones de los paquetes que se vayan a alojar. También permite la personalización de las puertas mediante vinilo impreso.

La aplicación y la plataforma web son fáciles de utilizar e intuitivas. Se adapta a las necesidades de cada establecimiento. Cuenta con un historial de entregas para llevar un control de los pedidos gestionados a través del sistema y mejora la experiencia de compra del usuario, aportando un importante valor añadido a la marca.

www.btv.es

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



Nuevas placas Flex de inducción total Balay.



Diseño en cristal gris antracita.



Recipientes de cualquier forma, tipo y tamaño.

Placas Flex de Inducción Total Balay

Cocinar sin preocuparse por el tamaño, la forma o la posición de los recipientes ahora es posible. En las placas de inducción total hay espacio para todo gracias a su nueva tecnología que amplía la zona de cocción haciéndola más flexible, y el cocinado mucho más libre y cómodo. Además se pueden colocar recipientes de todo tipo, forma y tamaño: desde una cafetera italiana hasta Teppan Yaki, un grill, o una paellera gigante, y todo al mismo tiempo.

Su diseño en cristal gris antracita le da un toque de distinción para las cocinas más sofisticadas y están disponibles en 60 cm y 80 cm de ancho.

Además de ser muy sencillas de manejar, todas las placas FlexInducción Total incluyen impresionantes prestaciones:

Control de temperatura del aceite:

Permite seleccionar y mantener la temperatura adecuada para cada alimento y te avisa cuando el aceite está listo. Así los alimentos no se queman y las frituras son más sanas.

Reconocimiento de desplazamiento del recipiente:

La misma placa desactiva automáticamente una zona y activa la nueva elegida, manteniendo la potencia y tiempo previamente seleccionados para la cacerola, el cazo o el recipiente que se haya movido.

Función zona móvil:

Divide automáticamente la zona FlexInducción en 3 zonas con potencias diferentes: precalentar, cocinar y mantener caliente. Bastará con desplazar el recipiente para que varíe la potencia de cocción y así tener la temperatura adecuada en cada momento. Por ejemplo, en la preparación de legumbre o verdura, el nivel precalentar la llevará a ebullición, el nivel cocinar la dejará en su punto y gracias al último nivel se mantendrá caliente hasta que llegue el momento de servir el plato.

www.balay.es

[inicio] [titulares de grupo]



Kemphor Charcoal.

Kemphor Charcoal

Kemphor lanza al mercado la nueva referencia Kempthor Charcoal. Un novedoso dentífrico formulado con carbón activo el cual, unido a los ingredientes naturales, potencia su poder blanqueador y contrasta por su diseño clásico en blanco y negro.

Jugando con la característica más sorprendente del dentífrico, su color negro, el diseño, llevado a cabo por Estudio Versus, se adapta sirviendo de complemento para la gama completa de Kempthor 1918.

www.kemphor.com
www.estudioversus.com

[inicio] [titulares de grupo]

Un dentífrico negro para unos dientes más blancos.



La Implantación diseñada por HMY para L'OR en espacios gourmet de ECI. un proyecto de premio



Ejemplos de implantación en ECI de Cornellà.

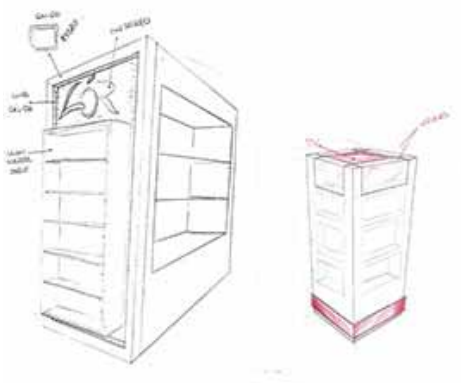


Imagen de uno de los bocetos.

El pasado 11 de abril, se celebró en el espacio Próxima Estación de Madrid, la ceremonia de entrega de los Best Awards, con la presencia de representantes de los principales anunciantes y agencias que trabajan para marcas de Alimentación, Bebidas y Foodservice.

El proyecto de implantación en espacios Gourmet de ECI resultó galardonado con el bronce en la categoría de DISPLAY. Un reconocimiento al esfuerzo y colaboración entre JACOBS DOUWE EGBERTS-L'OR y el equipo de HMY.

Desde Consulting & Design se acompañó al cliente ayudándole a transmitir los valores de la marca al PDV, creando un concepto que después se ha implantado a la perfección.

Todo un reconocimiento al trabajo la coordinación y la labor de equipo de HMY.

El objetivo era promocionar una nueva gama de producto, L'Or Sublime, a la vez que ganar mayor presencia de marca en espacios de venta de categoría gourmet. La zona principal de acción era fuera de lineal. Así se pretende provocar sorpresa y proponer nuevas experiencias, además de, al estar la marca sola, realzar el status del producto.

Las fases en la que se ha llevado a cabo el diseño son:

Bocetos: Con todos los conceptos definidos, se plantea una batería de intervenciones para el PDV. Siempre con la idea de potenciar la presencia de marca y transmitir los valores del producto.

Se plantea que todos los elementos diseñados sean combinables para poder adaptar la acción al contexto y a la inversión. Pudiendo generarse kits de distinta categoría según la relevancia del espacio dónde se ubiquen.

Con la idea de promocionar la nueva colección **SUBLIME**, se plantea reservar el 40% del facing de los muebles, también se da presencia a la gama de grano, molido y a la gama más genérica en distinto grado de relevancia.

El resultado es un planteamiento modular, dentro del cual el proyecto se implementaba en distintos puntos como columnas, cabeceras de lineal, expositores roba-cabeceras.

Así el resultado lo componen:

Expositor de columna, que combina exposición, glorificación y comunicación visual o didácticos a 4 caras con luces ocultas para mayor visibilidad desde cualquier punto del espacio.

Expositor, que destaca por su capacidad para desarrollar su función en muy diversos espacios, llama la atención del shopper y a su vez no entorpece su tránsito por el espacio.

Cabecera con laterales, con la que se completa el conjunto cerrando la cabecera con sendos laterales para exposición/glorificación de producto para ganar visibilidad desde el pasillo.

Imágenes de las tres propuestas resultantes.



A la izquierda Pedro J. Aguilera Rio, Channel Shopper Marketing Manager de JDE, recoge el premio en la gala. (tercero izqda.) y a la derecha el jurado durante la sesión de valoración de los premiados.



El director de la Fundación Caja Rural de Aragón, José Antonio Artigas; la directora de marketing y comunicación de Enate, Ana García Palacio; y el comisario de la muestra, el artista Pepe Cerdá



Imagen de la exposición.

Nuevos proyectos de ENATE

FUNDACIÓN CAJA RURAL DE ARAGÓN ACERCA A ZARAGOZA
"EL ARTE DEL VINO, EL VINO DEL ARTE" DE LA COLECCIÓN ENATE

La bodega ENATE tuvo muy presente desde su fundación, en 1991, que producir vino era un modo ancestral de ser civilizado y quiso vincular en sus etiquetas otro modo esencial de ser civilizado, que es el Arte. Y en 1992 invitó al pintor Antonio Saura a realizar las primeras etiquetas, las del Chardonnay Fermentado en Barrica. Desde entonces, hasta hoy, decenas de artistas han colaborado: Tàpies, Plensa, Chillida, Broto, Beulas, Arroyo, Bayo y muchos otros han realizado etiquetas. Así mismo, la bodega ha querido apoyar a los nuevos creadores a través de las becas ENATE: Gemma Rupérez, Alfonso, Ascunce o Eva Armisén han sido algunos de los artistas becados", señaló el comisario de la muestra, el pintor aragonés y también representado con sus obras en esta exposición, Pepe Cerdá.

La exposición, que pudo visitarse hasta el pasado día 22 de noviembre en la sala de exposición de la sede corporativa de Caja Rural de Aragón, estaba compuesta por medio centenar de obras de los más destacados artistas aragoneses, nacionales e internacionales que, en algún momento y de diversas formas han colaborado con la bodega, o de los que se ha adquirido obra.

ENATE, una de las bodegas más emblemáticas de la DO Somontano, cuenta con 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 busca distinguirse dentro del mundo del vino a través de su inescindible maridaje con el arte contemporáneo, esencia de su carácter y seña de identidad en el tiempo.

Su interés por el mundo del arte ha llevado a ENATE, desde el nacimiento de la bodega, a adquirir obras de muy distintos artistas, presentando en la actualidad un fondo de más de 350 obras entre pinturas, dibujos y esculturas. Hoy, ENATE es bodega y museo. Es al tiempo vinoteca y galería artística, y ha fraguado su personalidad en la exquisitez de ambas. Sus barricas y sus paredes resumen los grandes vinos de España, habitados por la genialidad de los grandes creadores españoles e internacionales.

La exposición "El arte del vino. El vino del arte", estaba estructurada en torno a tres grandes ejes que guardaban relación entre sí. Si el primero estaba dedicado a las etiquetas que han sido una marca de distinción de la bodega, en la segunda Pepe Cerdá decidió apostar por el dibujo dentro de lo que él consideró "lo que es la pintura y el arte". En esta sala se podían ver obras que no habían sido vistas fuera de la sede de las bodegas Enate como dibujos de Javier de Juan y también se pudieron contemplar a los dos Sauras (Antonio y Carlos) juntos o un Mayayo. Poco a poco, las obras iban llevando hacia el color que irrumpe en el último ámbito de la exposición donde hay cuadros de Fernando Alvira, Jon Landa, Roberto Coromina, Vicente Pascual, Salvador Victoria, Beulas, Viviana Guasch y Natalio Bayo, entre otros.

ENATE Y ATADES ZARAGOZA: VINO DE LA AMISTAD 2019

El pasado mes de noviembre, ATADES y Enate presentaron la VIII Edición del Vino de la Amistad, un vino solidario que, desde hace ocho años, cuenta con la colaboración de la artista



Imagen de la presentación.



Imagen de la etiqueta del Vino de la Amistad 2019



Eva Armisén es la autora de la obra que se plasma en la etiqueta de este vino.

aragonesa Eva Armisén, quién cede los derechos de reproducción de la obra que ilustra la etiqueta de la botella. Este año, la obra elegida se titula "Ideas". El presidente de ATADES, Jesús Soto, ha agradecido a Bodega Enate y a Eva Armisén su colaboración con el Vino de la Amistad, un vino cuyos beneficios "contribuyen a promover e impulsar proyectos de inclusión, de alto impacto social como es el Centro Especial de Empleo Gardeniers". Soto ha recordado que en ATADES "Entre todos, haremos todo" y con la venta del Vino de la Amistad se contribuye a hacer realidad las necesidades de los usuarios de la asociación. Ana Gállego, directora de Comunicación, Marketing y Enoturismo de Bodega Enate, explica que, con esta colaboración, "Enate quiere ser un eslabón más de la cadena que ayude a hacer realidad los sueños de la asociación en pro de todos sus usuarios". Los beneficios que se obtengan con la venta del Vino de la Amistad 2019 se destinarán a proyectos sociales del Centro Especial de Empleo Gardeniers de ATADES. La presentación se ha celebrado en la Confederación de Empresarios de Zaragoza (CEOE) y ha contado con representantes institucionales, empresariales y sociales de Aragón. Los asistentes a la presentación han conocido en primicia cómo es la botella solidaria de esta edición y han disfrutado de un vídeo sobre la vendimia del Vino de la Amistad, realizada el pasado 12 de septiembre, con alumnos de los Colegios de Educación Especial San Martín de Porres y San Antonio en los viñedos de ENATE en Salas Bajas en Huesca.

www.fundacioncajaruraldearagon.es
www.ataDES.com
www.enate.es
www.evaarmisen.com

[inicio] [titulares de grupo]

Juan Duyos presenta el primer diseño evocador del maridaje de vino y jamón



Juan Duyos, embajador del vino DO Somontano y de la DO Jamón de Teruel, ha presentado dos versiones de un diseño sorprendente con dos de sus musas, Cristina Piaget y Carla Álvarez.



Maridaje entre el vino D.O. Somontano y la D.O. Jamón de Teruel.

Diseño y gastronomía se han fusionado en Madrid en la presentación del primer diseño evocador del maridaje de vino y jamón, con la firma de Juan Duyos, embajador del vino D.O. Somontano y la D.O. Jamón de Teruel en 2019. Esta presentación pionera forma parte de la campaña "Denominaciones de origen: mucho más que un lugar", que tiene como objetivo dar visibilidad al significado del concepto "denominación de origen" como certificado de calidad más allá del lugar de procedencia. La campaña cuenta con la cofinanciación de la Unión Europea (UE).

Juan Duyos ha presentado el evocador vestido con dos de sus musas, las modelos Cristina Piaget y la joven Carla Álvarez. Ambas han estrenado sendas versiones del sorprendente diseño, confeccionado para dos modelos de mujer, que representan la evolución del maridaje del vino con el jamón en diferentes momentos vitales. Productos tradicionales en permanente evolución que Juan Duyos ha representado de una forma sorprendente.

El diseñador ha utilizado texturas como el brocado y los paillettes que evocan las viñas, la uva o las vetas del jamón. Los tejidos elegidos son etéreos, como las organzas o el georgette fluido, que simbolizan el placer gustativo. Todo ello combinado con colores vino, rojo, carne o también negro, en representación de la tierra española. La elección de los zapatos también forma parte del conjunto, aterciopelados como el vino en boca, salpicados por las gotas del rocío.

Expreso, a través del vestido, el contraste de sabores y el maridaje entre el vino D.O. Somontano y la D.O. Jamón de Teruel, que son artesanía, tiempo lento, cariño, lo hecho en España; en definitiva, los valores que comparto con ambas denominaciones", explica Juan Duyos.

Vincular el vino D.O. Somontano con el diseño de Juan Duyos es todo un hito para nuestra denominación por ser la alianza perfecta de sus creaciones con nuestros vinos. Ambos mundos unidos por los valores de excelencia y pasión por el trabajo", señala Raquel Latre, presidenta del Consejo Regulador del Vino D.O. Somontano. Por su parte, el presidente de la D.O. Jamón de Teruel añade que "la moda lenta de Juan Duyos se identifica plenamente con la cuidadosa elaboración que requieren nuestros productos".

www.dosomontano.com
www.jamondeteruel.com
www.duyos.net

[inicio] [titulares de grupo]

Anhelébloom: Teruel se sube a la pasarela de la Semana de la Moda de Nueva York



Las modelos con diseños Anhelébloom.



Otro momento del desfile en New York.



Gene Martín (izda) y Elena Martín (dcha).

De Teruel a Nueva York por una pasarela. Ese es el camino que ha hecho Anhelébloom, una marca de ropa turolense que se estrenó el mes de septiembre en la Semana de la Moda de Nueva York con un desfile bajo el paraguas de la pasarela de Diseñadores de Latinoamérica.

En ese marco, en el que también presentaron sus colecciones otros diseñadores como Ágatha Ruiz de la Prada, Anhelébloom hizo su puesta de largo internacional en la que es una de las citas con la moda más importantes del mundo.

Anhelébloom es el proyecto de la turolense Elena Martín, su fundadora, que en este empeño cuenta con la ayuda del pintor Gene Martín, también natural de Teruel (de Cedrillas), quien se encarga de estampar con sus creaciones los tejidos. Y con la de Angie Polanco, diseñadora dominicana que, entre otros, ha tenido la oportunidad de colaborar en el equipo de Josep Font quien, por cierto, también sabe muy bien lo que es mostrar sus diseños en Nueva York con la firma DelPozo, de la que fue director creativo. Gene Martín, por su parte, es licenciado en Arquitectura y siente gran pasión por la fotografía, la ilustración y la poesía.

Además de sus exclusivas telas pintadas, Anhelébloom tiene otra característica que la hace muy especial, y es el hecho de que sus prendas se elaboran en Teruel, en unos talleres con personas con capacidades diferentes.

A la pasarela, la firma subió 'Líneas en el cielo', una colección para la próxima primavera: 26 piezas entre vestidos y complementos. La propuesta, dicen, «potencia la riqueza cultural dentro de los estándares de moda internacionales y sus diseños y cortes evocan la fuerza del poder femenino con unos tejidos vaporosos, que permiten que las prendas cobren vida».

Las modelos, también lucieron diseños turolenses en los pies, con la firma Arrimacu, detrás de la que está Pilar Escuder. Los bolsos son diseño de Angie Polanco, fabricados en Ubrique.

Para Elena Martín, poder presentar su colección en Nueva York supone también una oportunidad para «seguir la estela y el legado que dejó en Nueva York el gran modisto internacional que fue el turolense Manuel Pertegaz, una inspiración para una marca de Teruel como nosotros».

Tras el desfile, Anhelébloom ha abierto al público un 'showroom' en el Soho neoyorquino de 200 metros cuadrados donde los interesados podrán ver más de cerca los diseños, además de probar algunas delicias turolenses como el jamón o la trufa.

Elena Martín ya piensa en presentar la colección en Teruel, además de las dos fechas que tiene ya en Barcelona, en marzo, y en Bilbao.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.anhelebloom.com

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

Acercar la Administración a los ciudadanos, objetivo del Programa de codiseño de los servicios públicos impulsado por el LAAAB junto con el CADI



Presentación del Programa de Codiseño de los Servicios Públicos.



Imagen del acto de presentación.

Las relaciones de los ciudadanos con las administraciones son complejas, con servicios públicos en ocasiones diseñados exclusivamente desde la perspectiva de los funcionarios sin tener en cuenta la orientación a los usuarios. Ello implica dificultades a la hora de acceder a la información, utilizar una web, o la realización de trámites tan sencillos como puede ser pagar una multa. Con el objetivo de acercar la Administración a la ciudadanía desde el Laboratorio de Aragón [Gobierno] Abierto se ha puesto en marcha el Programa de Diseño Colaborativo de los Servicios Públicos, que se está desarrollando en colaboración con el Centro Aragonés de Diseño Industrial (CADI), centro de referencia de carácter técnico, del Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón.

Se trata, explicó el director general de Gobierno Abierto e Innovación Social, Raúl Oliván, de "repensar los servicios públicos, rediseñarlos, adaptarlos a la sociedad de la información y el conocimiento". Y hacerlo contando con la participación de la ciudadanía. "Estamos acostumbrados a que ante la Administración el ciudadano adopta un papel de usuario, de cliente. A través de este programa lo que se pretende es convertirlo en productor, en co-creador de esos servicios públicos". Un largo proceso durante el cual, destacó Oliván, "se genera compromiso, cercanía, comprensión mutua, cohesión social entre las instituciones y los ciudadanos. De esta forma no solo mejoramos el camino, sino también la meta porque al final los servicios van a ser mejores".

La metodología a aplicar, en el marco de la filosofía de trabajo de design thinking, es la de diseño colaborativo de servicios, que supone la realización de diferentes fases para el diseño o re-diseño de los servicios públicos. El principal cambio es que se debe pasar de un diseño exclusivo del servicio por parte de expertos burócratas a un diseño en el cual la fuente de información primordial son las personas y lo que estas experimentan en relación a un tema en concreto directamente relacionado con el servicio público.

"Inspirar un cambio de cultura organizacional, un nuevo modo de ver la arquitectura de la institución, abrirla a la participación ciudadana, agregar inteligencia colectiva, adoptar la experiencia de los ciudadanos y empatizar con ellos y con los propios trabajadores", concluyó Oliván en la jornada de presentación del programa, que ha tenido lugar este jueves en la Sala Jerónimo Zurita.

Con vistas a 2020 el LAAAB ha decidido realizar una convocatoria interna a los órganos y entidades del Gobierno de Aragón que deseen realizar un diseño colaborativo de sus servicios públicos. De esta convocatoria, el LAAAB y el CADI seleccionarán un máximo de tres proyectos anuales a los cuales se les ofrecerá el siguiente soporte:

- Asesoría por consultoras especializadas en procesos de

participación ciudadana y estudios de diseño especializados en diseño de servicios.

- Apoyo y seguimiento durante el proceso del LAAAB y el CADI.

Los órganos y proyectos seleccionados deberán comprometerse a aplicar la metodología del proyecto de Diseño Colaborativo de Servicios en un calendario máximo de 12 meses y a realizar una difusión de los resultados del proyecto en las jornadas y medios de difusión que establezca el LAAAB. La implicación de la organización y de su personal en el desarrollo de las actividades a realizar resulta imprescindible para el éxito del proyecto. La recepción de solicitudes finalizó el 29 de noviembre.

PROYECTO PILOTO DE RE-DISEÑO DE LOS ESPACIOS DE AUTO-INFORMACIÓN DEL INAEM

A este respecto, el LAAAB y el CADI realizaron un proyecto piloto de diseño de servicios en 2019, para el que han contado con la colaboración del Instituto Aragonés de Empleo (INAEM), basado en la mejora de los espacios de auto-información para el ciudadano en su red de oficinas de empleo. Para ello, explicó el director general de Aragón Abierto e Innovación Social, "se creó un grupo de trabajo con ciudadanos, trabajadores y expertos en diseño abierto que han trabajado en redefinir dichos espacios. El resultado: incremento del índice de satisfacción, la velocidad con la que acceden a la información, así como la claridad de las ideas de los procesos metodológicos que emplean los trabajadores".

www.inaem.aragon.es

www.laaab.es

www.somosfractal.com

www.aragon.es/-/diseno-y-empresa-2#anchor3

[Inicio] [titulares de grupo]



Cartel de la conferencia.



Impresión 3D mediante resina.

Conferencia final del proyecto Kraken

El pasado 25 de septiembre se presentó en las instalaciones del centro tecnológico Aitiip "Kraken", un sistema capaz de producir piezas mediante fabricación aditiva (impresión 3D capa a capa) alternando deposición de material con operaciones sustractivas, todo ello en un marco de trabajo máximo de 29x6x3 metros.

La fabricación aditiva abre la posibilidad de producir utillajes de gran tamaño para fabricación de piezas de materiales compuestos (carbono, vidrio...) para aplicaciones en sectores como el de la aeronáutica, el del ferrocarril, el naval y grandes infraestructuras eólicas y off shore. Esta tecnología permitirá incorporar nuevos conceptos de optimización térmica y ahorro energético mediante la combinación de diferentes materiales y geometrías en un único producto.

La fabricación capa a capa permite además integrar y embeber sensores para monitorización y transmisión de datos de nuevos productos. Pero no sólo eso, la deposición controlada únicamente en el lugar donde es necesario permite ahorros de material y de energía muy considerables, reduciendo el desperdicio generado, el impacto ambiental y los consumos energéticos.

La gran velocidad de impresión permitirá la entrega de pieza final en tiempo récord y con calidades contrastadas y certificadas por la misma máquina. Gracias al sistema Kraken ahora será posible fabricar prototipos de muy gran tamaño, como por ejemplo diseños para arquitectura, industria creativa y cultural, sector transporte en fases de concepto, así como maquetas de gran tamaño para túnel de viento en el caso de la industria aeroespacial.

La reparación de piezas de gran valor añadido cuya reposición supone altas inversiones y tiempos de fabricación elevados, ya es posible, pues el sistema permite actuar directamente sobre zonas dañadas y reconstruirlas sin necesidad de infraestructuras o elementos adicionales.

Otra característica importante es la capacidad de dotar a la pieza de distintas funciones por zona, como por ejemplo resistencias, aislamientos, conductividades... variando según los requerimientos de cada zona. Esto ahora es posible gracias a la hibridación controlada de materiales metálicos y no metálicos.

La integración de circuitos impresos ahora se puede realizar de forma directa e interna durante la impresión evitando cableados y otros sistemas ajenos que requieran posterior montaje, todo esto gracias a los desarrollos en metalización por spray al arco eléctrico.

Otra ventaja del sistema es el poco espacio que ocupa y el muy reducido tiempo de puesta en marcha de la producción. Para el caso del panel de Acciona, que se explica más abajo, el tiempo de preparación se ha reducido de 3 semanas a una hora y el espacio de 2000m² a 300m².

Los desarrolladores del sistema esperan revolucionar el sector de la fabricación de grandes piezas, metálicas o híbridas, gracias a la calidad y tamaño de pieza final que junto con la eficiencia del proceso y la velocidad en la entrega de la pieza lo convierte en un sistema de fabricación todo en uno único en el mundo.

www.aitip.com

[inicio] [titulares de grupo]

Bodegas Care presentó Care Nouveau 2019, con el diseño ganador del concurso "Ponle cara a la fiesta del vino"

El miércoles 20 de noviembre tuvo lugar la presentación de la nueva añada de Care Nouveau, un vino joven, fresco y fragante de Bodegas Care.

Recién salido de la bodega, Care Nouveau 2019 es un vino elaborado a partir de uvas garnacha y tempranillo. Un jugo fresco de uva dirigido a las nuevas generaciones que se acercan a la cultura del vino. Es un vino de intenso color cereza con reflejos violetas y con atractiva apariencia. A la nariz es muy aromático y en boca resulta agradable y con aromas de frutas rojas.

Como cada año, la bodega renovó la identidad gráfica de su etiqueta para mostrar el talento de los jóvenes diseñadores aragoneses. Por ello se convocó el concurso "Ponle cara a la fiesta del vino" de donde ha salido el diseño gráfico de la etiqueta de Care Nouveau 2019.

La nueva etiqueta de Care Nouveau 2019 ha sido realizada por la diseñadora Carolina López Amate. El segundo y tercer premio han recaído en las diseñadoras gráficas María Sancho García y María Caudevilla Bernal, respectivamente. Durante la presentación, se entregaron los tres premios del concurso "Ponle cara a la fiesta del vino".

En esta edición del concurso, el jurado profesional estuvo compuesto por: Nacho Lázaro, propietario y director de Bodegas Care; Jesús Buisán, artista visual; Juan Carlos Callejas, artista y creador gastronómico; Ángel González, presidente de la Academia Aragonesa de Gastronomía; Alejandra Gallego, diseñadora y coordinadora de eventos en Ladies, Wine & Design Zaragoza; Miguel Ángel Vicente, director de la Editorial Almozara; Manuel García Guatas, catedrático emérito de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza y miembro de la Academia Aragonesa de Gastronomía; Miguel Caballú, escritor, publicista y vicepresidente de la Real Academia de Bellas Artes de San Luis; Juan Carlos Benito, responsable comercial de la bodega, y Juan Barbacil, director de Barbacil Comunicación y secretario de la Academia Aragonesa de Gastronomía.

El acto se celebró en el nuevo espacio El Clandestino en colaboración con Nicolás Tena, propietario de la empresa aragonesa NTC and Sons, y acompañados de amigos, los diseñadores participantes y el jurado profesional del concurso.

www.carewines.com

[inicio] [titulares de grupo]



Carolina López Amate, ganadora del concurso "Ponle cara a la fiesta del vino".



Nueva identidad gráfica de Care Nouveau 2019, realizada por la diseñadora Carolina López Amate.



Presentación de la nueva añada de Care Nouveau, un vino de Bodegas Care.



Stand CerTest Biotec.



Detalle del Stand.

Stand CerTest Biotec, S.L.

5.500 expositores y más de 121.000 visitantes profesionales, llegados desde unos 170 países, suponen un nuevo record de participación y visitas en el evento considerado como el número uno de la industria médica. CerTest, veterana de la feria, estrenaba ubicación y stand con un espacio mayor y mejor preparado para atender a todos los interesados en el diagnóstico de enfermedades infecciosas.

El diseño, realizado en colaboración con la empresa Decoexpo, ha supuesto un punto de inflexión con respecto a la imagen que la empresa ha mostrado en los años anteriores. Dado el marcado carácter social de la feria, el objetivo principal con el nuevo diseño ha sido plantear un espacio abierto a todo el mundo, en el que charlar, atender a clientes y a todas las personas interesadas en los productos y tecnologías para el diagnóstico que ofrece CerTest.

El espacio, con 42 metros cuadrados, ha incluido un almacén, una barra de bar, mostrador para exposición de productos y catálogos, y un área específica para VIASURE, la Unidad de Negocio para el diagnóstico molecular, que contaba con un equipo propio necesario para el análisis, en funcionamiento para ofrecer demostraciones a los asistentes.

CerTest se caracteriza por tener una imagen limpia y cuidada, que se ve reflejada en el diseño del stand. A los ya habituales blancos y azules, característicos de la marca, se han añadido toques y detalles en madera para ofrecer una sensación más cálida y acogedora. Huyendo de decoraciones recargadas, las paredes del stand mostraban las novedades de producto de cada unidad de negocio. Una decoración sencilla y efectiva, completada por la pantalla central, mostrando en todo momento información sobre la empresa, sus novedades y líneas de negocio.

La gran acogida que el nuevo espacio ha tenido, y las numerosas felicitaciones obtenidas por el mismo, marcan la pauta para la próxima edición de 2020.

www.certest.es
www.decoexpo.biz

[inicio] [titulares de grupo]



Enate Selección Especial 2016.



Luis Toro es el artista que ha ilustrado la edición de este año.

Vino solidario de ENATE para Rotary Club

Bodega ENATE y Rotary Club de Huesca ha presentado la décima edición de su vino solidario, en la sede del club Rotario, el Hotel Pedro I de Aragón, en Huesca. Este año, el vino elegido ha sido ENATE Selección Especial 2016, un tinto a base de Tempranillo, Cabernet Sauvignon y Merlot, etiquetado especialmente para Rotary Club de Huesca, en cuya etiqueta cuenta con una obra del artista oscense Luis Toro.

Los fondos recaudados irán destinados a la erradicación de la polio en el mundo, el proyecto más ambicioso de Rotary desde 1985, así como otros planes de ayudas sociales de la Fundación.

Como novedad, la comercialización de este vino solidario se incrementará a través de un importante salto geográfico, para dar proyección nacional e internacional a los productos de ENATE a través de los clubs rotarios españoles y europeos. Esta nueva estrategia abre amplias vías de colaboración cuyo destino es reforzar los apoyos a programas rotarios como son la erradicación de la polio en el mundo, la dotación de aguas limpias a zonas que carecen de ellas, el apoyo a la educación o el desarrollo de economías locales.

Un año más, ENATE refuerza su compromiso con la Fundación rotaria, con quien comparte este proyecto social desde hace diez años. "Es un placer para nosotros formar parte de la labor que desempeña Rotary Club de Huesca, a través de este vino solidario, que dirige sus esfuerzos a mejorar la calidad de vida de las personas", ha explicado Luis Nozaleda, presidente del Consejo de Administración de ENATE.

El presidente aportó a los asistentes tres razones para comprar este vino: "su calidad, su carácter solidario y su etiqueta". Y es que cada botella luce un racimo de uvas cargado de color pintado por Luis Toro a base de acuarelas, a las que ha añadido "un poco de pintura acrílica", apuntó.

El artista manifestó que ha querido ser sincero con él mismo con esta obra, a la que ha titulado "Cómo conocieron las uvas" la propaganda del racimo, tal y como reza un verso de un poema de Pablo Neruda.

"En lugar de hacer algo novedoso he pintado algo más tradicional pero mostrando mi estilo, mi personalidad y mi modo de pintar y dibujar", indicó.

Los colores de esta etiqueta, dijo, "están relacionados con los diferentes aromas y sabores de este vino", algo en lo que profundizó Jesús Artajona, enólogo de Bodegas Enate.

(Fuente: Diario del Alto Aragón y Ronda Somontano)

www.enate.es

[inicio] [titulares de grupo]

La marca de aceite Agustín Fornós comienza su andadura en la exportación al mercado chino

Ya han llegado a los mercados chinos los aceites de oliva virgen (aove) del productor aragonés Agustín Fornós, elaborados con las olivas del primer día de cosecha, extraídos en frío y embotellados sin filtrar. Son aceites que tienen un color potente y cierta turbidez, ya que han sido embotellados sin ningún tipo de filtración. Es lo que los italianos llaman "aceite fresco" y que en España se conoce como "aceite en rama" o sin filtrar.

Agustín Fornós es el propietario de la empresa y responsable de esta aventura. Su familia tiene olivos desde hace varias generaciones, atesorando además conocimientos y experiencia en aceite y almazaras.

Agustín explica el proceso: "Contamos con la colaboración de la almazara de Calaceite, que en menos de cuatro horas desde que se dejan las aceitunas, hace la molturación y a la temperatura que le indicamos, que suele ser de unos 26 grados centígrados.

El siguiente paso es llevar las muestras a los laboratorios para el análisis químico y organoléptico. Y son estos resultados los que confirman la excelente calidad de su aceite.

Una vez conseguido un producto excelente, ha llegado el momento de venderlo, hacer marca y que sea todo en su conjunto sostenible."

Para el mercado chino se ha realizado un adaptación de los packaging, adecuándolos a los gustos de los consumidores del gigante asiático.

www.olivavirgenextra.eu

[inicio] [titulares de grupo]



Diferentes envases de aceite de la marca.



Adaptación de los packaging al mercado chino.

ATADES presenta su calendario solidario 2020, ilustrado por el taller de Arte y Diseño

La Asociación Tutelar Aragonesa de Discapacidad Intelectual (ATADES) ha presentado el calendario solidario 2020. Este año cuenta con una novedad importante. Bajo la dirección de Enrique Berenguer, los 39 ilustradores del Taller de Arte y Diseño del Centro Integra Aragón de ATADES han interpretado los 12 meses y la portada a partir de 13 fotografías que muestran los hitos, servicios y eventos que organiza y promueve ATADES.

Junto al diseñador David Adiego se han desarrollado varias jornadas de talleres artísticos para su elaboración. Con total libertad redibujaron, vandalizaron, transformaron y reinterpretaron las fotos, dando rienda suelta a sus "explosiones" de color y "locura" creativa, buscando un único objetivo: poner en valor y destacar a las personas que aparecen en ellas. Para su elaboración se realizaron más de 300 ilustraciones (más de 3 gigas) que encierran valores como talento, calidad, innovación, transformación social e inclusión.

Las fotografías que acompañan a los 12 meses y la portada son obra de Marcos Cebrián y ATADES. Trece instantáneas que representan momentos emblemáticos de los últimos meses en ATADES. La participación de las personas con discapacidad intelectual en las elecciones, el Club Inclucina, el voluntariado del Club de Ocio y Tiempo Libre "Los Tigres", la campaña #BastaYadeEtiquetas, usuarios del Centro Ocupacional y Residencial Santo Ángel, el Centro Especial del Empleo Oliver, el proyecto Cielos de Ascara, la fiesta anual de ATADES (Solsticio de Verano), el Centro de Día El Vergel, el Club Deportivo ATADES, Gardeniers, Koiki y el Taller de Arte y Diseño, son los protagonistas de este calendario de 2020.

Los beneficios que se obtengan con la venta de este calendario, en formato de pared, se destinarán a proyectos de ATADES. En la versión pequeña, de sobremesa, los beneficios irán destinados a la construcción del nuevo colegio de San Martín de Porres, cuyas obras comenzaron el pasado mes de agosto.

El calendario se puede adquirir en la sede de ATADES, calle Octavio de Toledo 2 y en el Garden, calle Clara Campoamor 25. Además, en el Rastrillo Solidario de ATADES que, del 27 de noviembre al 1 de diciembre, se instala en plaza Aragón.

El precio de los calendarios es de 6 euros en formato pared y 4 euros el de sobremesa.

www.atades.com
www.davidadiego.es
[@marcoscebrian](https://www.instagram.com/marcoscebrian)

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la presentación del calendario.



Portada del calendario.



Proceso de creación.



Ilustración correspondiente a marzo.



Vehículo reparto CargoVAN 450.



CargoVAN 450, vehículo 100% eléctrico y que incluye un cajón isotérmico con capacidad de 450 l.

Tatoma apuesta por los vehículos autónomos para el movimiento de cargas

El grupo Tatoma (Transformados Torres Martí), con sede en Monzón (Huesca) y que desarrolla distintas soluciones de logística (estanterías, contenedores, sistemas automáticos, etc.), está apostando fuertemente por el desarrollo de vehículos autónomos -AGV-. Esos equipos sin conductor, cada vez más utilizados en las operativas de almacenaje, se utilizan sobre todo en el suministro de materiales en procesos secuenciados, así como en el movimiento repetitivo de cargas.

Como principal innovación, que está siendo presentada en la feria Logistics celebrada en Madrid, el equipo de I+D de Tatoma ha desarrollado unas nuevas baterías de hidrógeno para sus AGV. La principal ventaja de esta innovación es el aumento de la vida útil respecto a las convencionales, así como una autonomía mucho más duradera. Según explican desde la compañía, "mientras que las baterías convencionales tardan horas en recargarse, las de hidrógeno lo hacen en menos de 3 minutos, lo que también permite reducir la inversión en número de AGV".

DESARROLLO DE EQUIPOS ISOTÉRMICOS PARA EL ECOMMERCE

Junto con los vehículos autónomos, Tatoma también está trabajando en la mejora de sus equipos isotermos. Se trata de un producto en el que la compañía lleva trabajando desde hace años y en el que está introduciendo novedades y mejoras para adaptarse a las necesidades de sus clientes. Así, en breve tiene previsto lanzar un nuevo vehículo de reparto de alimentos 100% eléctrico y que incluye un cajón isotérmico con capacidad de 450 l y homologación ATP. Este nuevo vehículo respeta el ancho específico para poder circular entre los bolardos que delimitan las zonas peatonales, lo que permitirá su uso en el reparto urbano. "El desarrollo de este nuevo producto nace por el compromiso de buscar soluciones respetuosas con el medio ambiente y por la apuesta clara en la previsión de crecimiento de la venta on-line, incluso en el sector de la alimentación", explican.

Tatoma cuenta con un amplio catálogo de soluciones para el sector logístico y opera también, a través de distintas divisiones, en otras áreas (agro, industrial, ingeniería, renovables).

En cuanto a las inversiones destinadas a la mejora de sus instalaciones, recientemente ha implantado un nuevo robot de soldadura y tiene previsto ampliar su superficie industrial en los próximos años. Actualmente, el grupo Tatoma -en el que además de la fabricante de sistemas de almacenaje también se integran las sociedades Ingeniería y Montajes Monzón y Servimosa-, cuenta con tres centros de trabajo en Monzón destinados a la producción y comercialización de maquinaria agrícola, sistemas automáticos, contenedores metálicos y estanterías. A nivel internacional también trabaja con delegaciones comerciales en México, EE.UU. y China.

www.tatomafrío.com

www.grupotatoma.com

[inicio] [titulares de grupo]

Monasterio de las Viñas gran reserva, Edición Especial Real Zaragoza

Fruto del acuerdo recientemente firmado por Grandes Vinos como Bodega Oficial del Real Zaragoza, se lanza ahora al mercado el nuevo vino oficial, Monasterio de las Viñas Gran Reserva 2013 Edición Especial Real Zaragoza

Cuatro variedades que, posteriormente, realizan una crianza de 24 meses de bodega, cuyo coupage final para esta añada se ha repartido entre roble francés y americano a partes prácticamente iguales y que se afina en botella hasta conseguir este vino premium, elegante, con estructura y perfecto equilibrio entre la fruta y la bodega. Un vino que ya se puede disfrutar pero que tiene una larga vida por delante, para aquellos consumidores que disfrutan de los vinos de guarda a los años de su puesta en el mercado.

La añada 2013 que se presenta en el mercado con esta Edición Especial Real Zaragoza ya viene galardonada y reconocida en los concursos internacionales más prestigiosos a los que se ha presentado en 2019: Oro en Concurso Mundial de Bruselas, Oro en Berliner Wein Trophy, Oro en Mundus Vini y Plata en IWSC, International Wine Spirits Competition.

El diseño de la etiqueta apela al corazón de toda la familia zaragocista y es, en realidad, un homenaje y un agradecimiento a la afición. Tres etiquetas distintas con un acabado premium de stamping oro y serigrafía: Nuestro Escudo, Nuestra Casa, La Romareda y Nuestro Capitán, ilustrada por el icono zaragocista Alberto Zapater, se convierten en un todo y subrayan el sentido de pertenencia y fidelidad eterna del mejor activo del Club, haciendo la delicia del mismo, todos sus aficionados y simpatizantes y en especial de los coleccionistas.

La presentación del vino se ha realizado ante un nutrido grupo de patrocinadores y miembros de distintas peñas del Club, en la sede de Grandes Vinos, en Cariñena, donde José Antonio Briz, Director General de Grandes Vinos y Christian Lapetra, Presidente del Real Zaragoza han brindado por el éxito de esta iniciativa. "Ojalá podamos brindar con él con motivo de gestas mayores", afirmaba con optimismo el presidente del Club, que, como todos los zaragocistas, sueña con el ansiado ascenso. A la presentación ha seguido una visita a la bodega y una cena cóctel con degustación del vino.

Las tres botellas se pueden adquirir, individualmente, en caja de madera con los logos del Club y la Bodega estampados a fuego en la madera, o en un packaging premium Edición#0 con cada una de las 3 frontales impresas a color sobre la madera, de la que solo se han puesto a la venta 100 unidades de cada modelo, y que sin duda harán las delicias de los coleccionistas.

www.grandesvinos.com
www.realzaragoza.com

[inicio] [titulares de grupo]



Tres botellas Edición Especial Real Zaragoza.



Estuche de madera Edición Especial.

Packaging premium Edición#0.





Portada folleto, 1956-1958 Fontán Publicidad, Zaragoza.



Original, 1960-1961 Gouache / papel (29 x 43'5 cm).

Diseño Nacional e Internacional

El diseñador gráfico José Luis López Velilla (Zaragoza, 1932 – 2019). Semblanza de Josefina Clavería Julián

Pocas disciplinas o actividades están tan relacionadas con la cultura y la economía de un lugar como el diseño gráfico; la evolución del mismo entre mediados y finales del siglo XX en España nos muestra los cambios culturales, económicos y políticos del país. Si nos centramos en Zaragoza, el trabajo de José Luis López Velilla es un buen representante de las transformaciones de la ciudad propiciadas por el desarrollo económico de los sesenta, con el resurgir de un comercio que incita al consumo, del auge de la construcción, de la industria alimentaria y de maquinaria agrícola y de la construcción. Todo acompañado de un desarrollo demográfico sin precedentes; es lógico, por tanto, que las empresas quisieran dar a conocer sus productos y rivalizaran por la clientela. Ahí entraba la publicidad, y desde los primeros años sesenta este sector se modernizó y aplicó las estrategias y los métodos al uso en los países desarrollados. La biblioteca de López Velilla incluía numerosas publicaciones sobre diseño gráfico, las más prestigiosas del momento publicadas en Suiza, Alemania, Gran Bretaña o Japón, y que la familia ha donado al IAACC Pablo Serrano.

López Velilla empezó sus primeros trabajos en los años cincuenta sobre un tablero, el lápiz, la pluma y el gouache fueron sus principales instrumentos y desde la última década del siglo XX estuvo realizando obras digitales a partir de programas informáticos. No obstante, con ambas técnicas, las bases o fundamentos para transmitir la idea fueron siempre las mismas: la preocupación por ofrecer un producto estéticamente bien presentado y la mejor manera de obtener la finalidad perseguida; la gran diferencia entre una u otra forma de hacer derivaba de los medios disponibles en cada momento, siendo los técnicos los más visibles. Como ejemplo de lo dicho pueden servir las campañas encargadas por Las Nuevas Sederías D'Harcourt en 1967 para lanzar la "Moda joven" y "La moda bajo el sol" en folletos y prensa, en cuya preparación encontramos, por separado, el estudio de las figuras masculinas o femeninas por lo general a tinta, como motivo principal; el de la figura de fondo a tinta china y gouache sobre papel couché y, por fin, el original en el que a las dos figuras anteriores se han incorporado los textos; en estos originales se advierte que en cada campaña la tipografía es diferente y que la población a la que va destinada cada una también es diferente. Como contrapunto se puede señalar el cartel que anunció la feria "Robótica 1995".

Al igual que otros diseñadores, se inició en la profesión por su inclinación al dibujo, desde niño empezó a leer y a imitar los trazos de Alex Raymon en Flash Gordon y Rip Kirby, los de Hal Foxter en el Príncipe Valiente y los de Milton Caniff y de Jesús Blasco; esta afición le hizo abandonar sus estudios universitarios de Química, y como en la Zaragoza de los años 50 se pensaba que difícilmente se podía vivir del cómic permaneciendo en la ciudad, se introdujo en la publicidad coincidiendo con el despegue económico que ya apuntaba, si



Original Gouache/ papel couché (69'5 x 49'5 cm)
Años 60.



Anuncio en prensa Heraldo de Aragón, 12-5-1965.



Original para folleto de CALSA, 1965
Tinta china /papel couché (36'5 x 92 cm).



Folleto, 1967.

bien, no por eso dejó de dibujar e imaginar historias protagonizadas por los personajes que creaba, entre los que destaca la intergaláctica Irish, y que sólo eran vistos por sus más próximos. Por otra parte, siempre disfrutó experimentando en la elaboración de manchas y texturas con tintas y gouache sobre papel couché, entre estos ensayos los hay con figura y otros son plenamente abstractos en los que establece una dialéctica entre el color de la mancha y el mundo emocional.

A lo largo del siglo XX es fácil encontrar una estrecha relación entre pintura, dibujo y diseño gráfico; algunos de los creadores del constructivismo, como El Lisitsky o Rodchenko, hicieron anuncios que son modelos imitados un siglo después, al igual que ocurre con otros derivados de la Bauhaus. Varios pintores de forma esporádica o continuada han prestado su contribución a la publicidad, quizás sea Picasso el ejemplo más conocido, que además de hacer carteles para anunciar sus exposiciones los hizo para anunciar corridas de toros. Más próximos a nosotros están Natalio Bayo, Vicente Dolader y Vicente Segrelles, todos trabajaron en agencias de publicidad de Zaragoza en los años sesenta y primeros setenta y después destacaron en el mundo del arte, ya fuera en pintura o ilustración; algo más joven es Sergio Abraín, al que también encontramos en los primeros setenta trabajando en publicidad y cuyo trazo pictórico en el lienzo impacta como si de un trabajo publicitario se tratara.

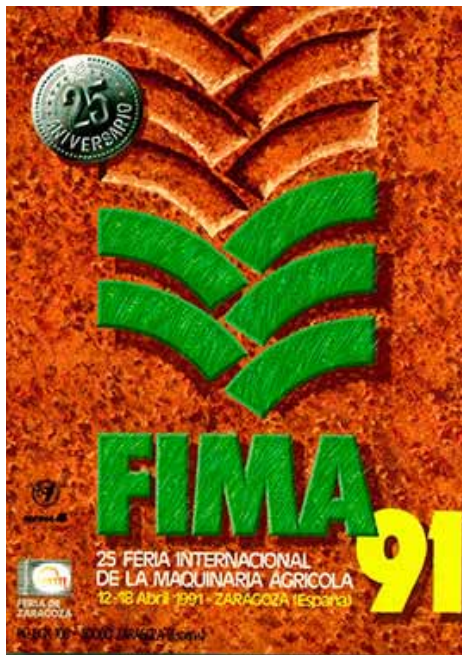
Esa relación arte - publicidad, así como la interconexión de lenguajes estéticos en ambas manifestaciones se observa también en muchos de los trabajos de López Velilla realizados entre los sesenta y los ochenta principalmente. Su afición a los personajes imaginarios de los cómics y a los experimentos con tintas de colores la trasladó a la publicidad, y encontramos figuras de héroes en los trabajos que anuncian la "Moda joven" de Las Nuevas Sederías D'Harcourt o bien estudiadas texturas como en la publicidad hecha, por ejemplo, para CALSA en la que quiere transmitir la idea de la tierra que removían las máquinas.

López Velilla empezó a formarse en la agencia de publicidad Fontán, donde el dibujante era Navarro Centelles, y tras ser preparado por Danis Publicidad en Bilbao (1960), se integró en la sucursal que esta agencia montó en Zaragoza propiciando una formación profesional acorde con los tiempos, además de a López Velilla, a José Antonio Crespo, Francisco Belsué, Pepe Belbiure y Juan Tudela. Posteriormente fundó y pasó por otras agencias, todas punteras en el sector, en Karman S.A. (1963-1966) fue socio cofundador con un grupo de empresarios de la ciudad; luego creó Impacto, que estuvo en funcionamiento un par de años (1966 - 1967), de allí pasó a Publicidad Bellca como director artístico (1967-1968), esta agencia reunió dibujantes de la plantilla de Danis, Belbiure, Belsué, Crespo y Tudela, además se agregaron Natalio Bayo, Vicente Dolader y el ilustrador Vicente Segrelles, procedente de Barcelona, como director artístico. Cuando López Velilla dejó Impacto pasó a Bellca ocupando el cargo de director artístico, que lo fue por poco tiempo (entre 1967 y 1968) pues enseguida volvió a crear otra agencia con Crespo, primero se llamó Argos y luego Agosa, S.L., a la que se incorporaron Zaragozano y Gargallo. Por último, desde 1992 hasta su jubilación, trabajó en Román y Barranco, S.L., ya en plena era digital.

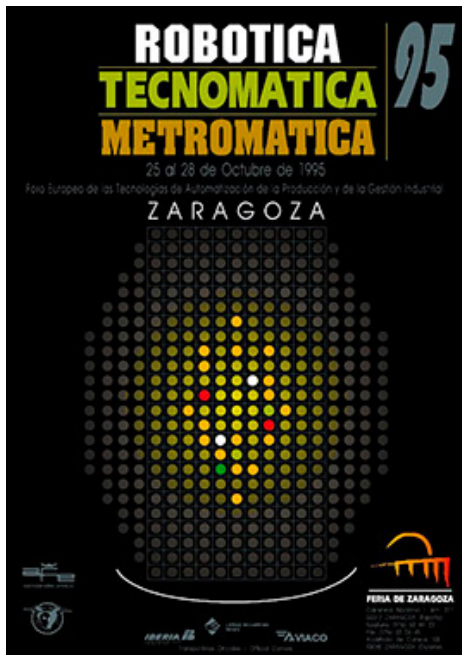
Una larga trayectoria, centrada en la publicidad en prensa, folletos, logos y carteles, algunos de los cuales anunciaron las fiestas de Primavera y del Pilar, de Zaragoza, el que anunció las de 1966 fue medalla de plata en la VI Mostra Internazionale del Manifesto Turistico, de Milán en 1967.

Josefina Clavería Julián

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel, 1991.



Cartel "Robótica 1995".

Imagen de varios carteles desarrollados a lo largo de su carrera.



Saica Pack gana el Premio Platino de ECMA con un envase sostenible para productos agrícolas



Envase sostenible ganador del Premio Platino.



Imagen de la entrega de premios FlexoTech 2019.

El envase, diseñado por Saica Pack en la planta de Barcelona para dar solución a las necesidades de embalaje del sector agrícola, ha sido galardonado con el Premio Platino de la Asociación Europea de Fabricantes de Cartón, ECMA (European Carton Makers Association). Los Premios Europeos a la Excelencia en Envases de Cartón son uno de los más prestigiosos de la industria del Packaging.

El premiado diseño "Fresh Pack Trays" de Saica es una alternativa sostenible y atractiva visualmente para que los productores agrícolas distribuyan alimentos. El envase, que cuenta con una tapa especial que permite abrirlo y cerrarlo con un encaje perfecto, mantiene y mejora las prestaciones de protección y transporte demandadas por los clientes.

Esta gama de envases, que ha sido diseñada por la oficina técnica de Saica Pack, se fabrica en las instalaciones de Saica Pack Barcelona con papeles 100% reciclados y reciclables, en canal "N", contribuyendo a la economía circular y reforzando el compromiso de Saica con el medioambiente y la sostenibilidad a largo plazo.

También Saica Flex Deeside ha triunfado en los FlexTech International Print & Innovations Awards 2019 que se celebraron el pasado 16 de octubre en el Royal Lancaster London. A la celebración, que fue presentada por la actriz y comediante Sally Phillips, acudieron más de 1000 invitados.

El equipo Deeside se ha alzado con el premio Best Label gracias a una impresión combinada para la marca Airwick del fabricante Reckitt Benckiser.

El jurado destacó el producto como "un buen ejemplo de cómo la tecnología de gama ampliada puede ser empleada no solamente para destacar la reproducción del color sino también para combinar varios trabajos en la misma paleta de colores".

Este premio es un fiel reflejo del compromiso de Saica de seguir invirtiendo en tecnología e innovación para estar a la última en las novedades del mercado y ofrecer las mejores soluciones a sus clientes.

www.saica.com

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



Esquema del dispositivo Smart Jacket



Modelo Smart Jacket para mujer



Tecnología D-Air patentada por Dainese.

El airbag de moto, más eficaz y accesible que nunca

El sistema airbag de moto para cualquier uso que se adapta a cualquier prenda de vestir. Tecnología Dainese para MotoGP, ahora disponible para todos.

Sólo hay que prestar algo de atención a las caídas de los pilotos de MotoGP para comprobar la efectividad de los airbags que utilizan en sus monos de competición. Su torso aparece inflado como por arte de magia, instantáneamente el dispositivo se activa y protege de lesiones graves a estos deportistas que juegan con su vida al límite.

Dainese es una de las marcas que facilita este equipamiento a las estrellas del Campeonato del Mundo, además de una de las más activas en el camino de democratizar esta avanzada tecnología entre todos aquellos que utilicen una motocicleta en sus desplazamientos. Como fruto de una experiencia de más de 25 años, hasta ahora ofrecía la gama de chaquetas D-Air, de enorme efectividad pero con dos condicionantes claros: su precio (por encima de los 1.100 euros la versión más barata) y la obligatoriedad de adquirir el conjunto completo de la prenda y su correspondiente airbag para disfrutar de estas ventajas.

La marca italiana quiere ir un paso más allá en la popularización de un elemento de seguridad que consideran vital para los motoristas y es así como lanzan la nueva Smart Jacket. Pese a su nombre en inglés, en realidad no se trata de una chaqueta sino de un chaleco que disfruta de la tecnología D-Air patentada por Dainese, pudiéndose utilizar con cualquier otra prenda por encima o debajo de ella, dependiendo de las necesidades o preferencias del usuario.

Este tipo de chalecos no son inéditos en la industria auxiliar de la moto. De hecho, cada día son más los aficionados que los usan como elemento básico de protección en sus salidas. La aportación fundamental de la Dainese Smart Jacket es que carece de cualquier tipo de conexión con la moto para el accionamiento del sistema, como suele ocurrir con la gran mayoría de los comercializados hasta el momento: disponen de un cable que, sujetado a la montura, dispara el dispositivo al apreciar una tensión superior a la habitual.

La tecnología D-Air es mucho más compleja, avanzada y eficaz. Una centralita electrónica se encarga de analizar un millar de veces por segundo los datos facilitados por siete sensores (tres giroscopios, tres acelerómetros y un GPS), pudiendo así identificar aquellas situaciones de riesgo en las que se haría necesario el inflado del airbag. Una bolsa igualmente patentada por Dainese, que cuenta con unos microfilamentos internos que propician que el aire a presión se expanda en toda su superficie interior de manera uniforme. Se crea así una especie de escudo protector sobre el tórax, la espalda y los hombros del motorista, según su fabricante siete veces más eficaz que los protectores rígidos convencionales.

Otra ventaja apreciable del nuevo producto es su comodidad de uso. Las propias chaquetas de Dainese ofrecen una mayor protección general pero también son mucho más pesadas y menos manejables que el chaleco, poco apropiadas por tanto para un uso cotidiano sobre todo en entornos urbanos. La Smart Jacket es ligera y práctica, se puede plegar sin problema cuando no se utiliza y su tejido exterior disfruta de una ventilación que permite su uso en cualquier época del año, incluyendo las lluviosas porque también es impermeable.



Plegado del chaleco.



El chaleco puede llevarse por encima o por debajo de otras prendas.

La recarga de la batería del sistema se realiza fácilmente a través de una conexión USB y un cargador de red (también a través de un ordenador). Requiere unas cuatro horas para alcanzar su máximo nivel y disponer de unas 26 horas de autonomía. El software de gestión de D-Air se actualiza a través de Internet de forma gratuita cuando los ingenieros de Dainese introducen evoluciones en el algoritmo, mientras que los distribuidores de la marca pueden realizar la sustitución de la bolsa si se produce su activación en caso de accidente, con lo que el chaleco seguiría siendo plenamente funcional en ese supuesto.

El precio es otro de los argumentos más consistentes de esta nueva prenda. Ya se encuentra disponible en seis tallas, para hombre y mujer, a un precio significativamente inferior al de otros sistemas que incluyen la chaqueta de motorista, además de accesible para un mayor número de ellos. Y comprobada su eficacia en competición, lo cierto es que se antoja como una inversión más que aconsejable y rentable para todos aquéllos que prioricen la seguridad sobre la moto.

(Fuente: *El pais Motor*)

www.dainese.com

[inicio] [titulares de grupo]



Diseño del banco aparcapatinetes .

Scooterdocks presenta una solución para aparcar patinetes

Hay quienes buscan soluciones creativas para el creciente problema de esos patinetes que algunos usuarios -sin escrúpulos- dejan aparcados en mitad de la calle. En el último Salón de Movilidad Segura y Sostenible de Madrid, se presentaron unos bancos adaptados para cargar patinetes eléctricos y aparcarlos. A la vez, su parte trasera sirve de asiento para los peatones que quieran descansar.

La solución de Scooterdocks se basa en cuatro fundamentos:

- Aparcamiento: Patentado a nivel mundial, el diseño ofrece un aparcamiento ordenado, seguro y amigable, tanto en espacios públicos como privados.
- Sostenibilidad: fomenta un uso responsable de la movilidad sostenible, y reduce la huella ecológica mediante la utilización de materiales reciclables.
- Recarga: los bancoparkings integran un sistema propio de recarga de patinetes eléctricos, favoreciendo así la reducción de su huella de carbono.
- Seguridad: la solución cuenta con su propio sistema de cierres, adaptable a los distintos espacios de uso.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.scooterdocks.com

[inicio] [titulares de grupo]

La próxima tendencia entre los smartphones: no tocarlos



Samsung, Google y LG son algunas de las empresas que trabajan en formas de manejar sus teléfonos sin necesidad de tocar la pantalla .



Samsung Galaxy Note 10.



LG G8.

Puede que, entre tantas novedades en torno a la cámara, la pantalla, los tamaños, la conectividad y la estética, pasara desapercibido un detalle del nuevo Samsung Galaxy Note 10: se pueden manejar varias funciones con su stylus, el S-Pen.

Como si se trata de una varita mágica, Samsung ha integrado su lápiz en aplicaciones como YouTube con el fin de hacerlas más intuitivas y fáciles de usar. Y sin que haga falta tocar la pantalla para nada.

También es posible hacer fotografías usando el lapicero, lo que sobre el papel debe permitir a una persona que está posando delante del móvil junto, con un grupo de amigos, hacer de todo: zoom, cambiar el modo, cambiar el enfoque dinámico para crear un efecto de profundidad...

Samsung no quiere que esto quede como algo anecdótico y ha compartido las librerías de programación del S-Pen a otras compañías, por lo que si Instagram o Google Maps quieren, pueden desarrollar gestos de esta índole para el teléfono.

No parece funcionar muy bien, no es una cuestión de falta de familiaridad con una nueva forma de manejo, que también, sino que esta tecnología es demasiado nueva todavía y no está clara la función que puede tener.

Ahí está LG con el G8, uno de sus últimos teléfonos en el mercado y uno con un punto de venta bastante "diferente": puede leer la mano para desbloquearse. Ya no basta con ver la cara: ahora también se puede acceder al teléfono con las líneas de la mano.

No es que LG se haya reconvertido en una empresa de quiromancia, ni mucho menos. Simplemente estaban probando otra tecnología que nace de las mejoras de reconocimiento, tanto por software como por hardware, de las lentes de las cámaras más modernas.

El resultado es pobre: no funciona bien, no resulta útil y, al final, se acaba utilizando el teléfono como toda la vida, cogiéndolo con una mano y usándolo con la otra.

Algo así quiere hacer Google con su nuevo teléfono. El Pixel 4 se ha filtrado en tantas ocasiones que hasta la propia Google ha tenido que admitir algunos de los rumores y, sí, su próximo teléfono no sólo te hará un reconocimiento de cara como el iPhone, sino que puede reconocer gestos gracias a un nuevo tipo de sensor y realizar operaciones asociadas a ellos.

El sensor es un tipo de radar miniaturizado, un radar de Soli si hablamos con propiedad. Google demostró cómo funcionaba esta tecnología en 2015 y desde entonces ha estado mejorándola para que sea algo funcional. Lo que por entonces era el Project Soli ahora será el sensor del Pixel 4.

El nuevo teléfono podrá reconocer "micromovimientos" de las manos y traducirlos en operaciones lógicas, como hacer una foto, desbloquear el teléfono, marcar el número de emergencia, etcétera. Una vez más, todo sin tocar el teléfono, solo con estar cerca de él.

¿Triunfará Google en un terreno que parece bastante farragoso y que parece obedecer más a la necesidad de crear nueva



Pixel 4.

tecnologías por el simple hecho de decir que son nuevas que porque resulten realmente útiles? En octubre hablamos de ello.

Incluso si funciona bien y resulta cómodo, hay un gran dicho en el mundo de la tecnología que viene a decir que "si Apple no lo inventa, lo populariza". Y no es cierto para nada hoy en día, porque los lectores de huellas integrados en pantalla y otras tecnologías han nacido en otras empresas, pero que algo exista no es suficiente, es necesario que se haga popular.

La adopción de los asistentes de voz aumenta cada año, y ya sea con Siri, Alexa, Cortana o el Asistente de Google, habla al móvil, que no a través de él, es una tendencia en claro auge.

Usar la mano para, desde la distancia, dar una orden al móvil era una cuestión de tiempo y de hacer asequible y cómoda la tecnología. Otra cosa es si su adopción será rápida. ¿Es más cómodo hacer un gesto que tocar algo?

(Fuente: El Mundo)

www.samsung.com
www.lg.com
www.store.google.com

[inicio] [titulares de grupo]

Esta máquina que plancha, dobla y perfuma la ropa en 4 segundos llegará al mercado a finales de 2019



FoldiMate.



Funcionamiento que se limita a 4 segundos por prenda.

Esta máquina que plancha, dobla y perfuma la ropa en 4 segundos llegará al mercado a finales de 2019.

Doblar y planchar la ropa es una actividad doméstica que puede costar días a lo largo de la vida de una persona. Agilizarla puede estar más cerca con la llegada de un modelo renovado de FoldiMate, un robot que plancha, dobla y perfuma la ropa en tan sólo cuatro segundos y que llegará al mercado a finales de 2019.

La compañía estadounidense FoldiMate, que se dio a conocer durante la feria tecnológica CES celebrada en Las Vegas en 2017 gracias a un prototipo de su robot homónimo, ha mostrado en CES 2018 un modelo mejorado. El dispositivo, que ya se puede reservar, llegará al mercado a finales de 2019, según estima la empresa en su web.

Con un funcionamiento que se limita a tan solo cuatro segundos por prenda, FoldiMate puede utilizarse tanto para prendas de ropa como camisetas y pantalones, con tallas superiores a niños de seis años y menores que la XXL de adulto, como para almohadas y toallas de tamaño pequeño, mediano y grande.

Para utilizar FoldiMate es necesario introducir la prenda por la parte superior, y en su interior esta se plancha, se perfuma y se dobla, depositándose en una cesta en su parte inferior. FoldiMate no tiene límite de prendas, siempre que se vayan recogiendo del cajón, como explica la empresa.

Quizá el mayor inconveniente del dispositivo sea la gran cantidad de espacio que ocupa, ya que se trata de una máquina de un metro y 25 centímetros de altura, 70 centímetros de profundidad y 60cm de ancho, mayor incluso que algunos electrodomésticos.

Para su desarrollo y comercialización, FoldiMate ha llegado a un acuerdo con BSH Home Appliances Group, un grupo alemán especializado en electrodomésticos matriz de grandes marcas como Bosch y Siemens, como ha anunciado FoldiMate en un comunicado.

(Fuente: europapress)

www.foldimate.com

[inicio] [titulares de grupo]



Colección Circles, de Josep Pedro



Colección TO, de Manex Bilbao



Colección Banana Glasses, de María Mandaryna



Colección Flashback, de Arlette Vázquez



Colección Ona, de Estrella Moral

Matter, colección de gafas de sol desarrollada por estudiantes de diseño de Valencia

El punto de partida del proyecto Matter es la investigación de los materiales más populares de las últimas décadas. A partir de este estudio de tendencias, los estudiantes del Máster Universitario en Diseño de Producto del CEU en Valencia han desarrollado una colección de gafas de sol. El plástico, la madera y el metal han sido los tres elementos estrella.

El estudio revela tres tendencias clave. Por un lado, la elegancia mid century de los años 50. Por otro, el neon art y el cyberpunk de los 80. Y finalmente la sostenibilidad como valor primordial del diseño actual. Los tres conceptos traducidos en materiales dan como resultado una colección de gafas de sol donde el plástico, la madera y el metal son los protagonistas.

La elegancia mid century

Las formas puras de los elegantes años 50 marcan las colecciones Circles de Josep Pedro y Olson de Álvaro Beltrán. Por otro lado, Manex Bilbao juega con la geometría en sus gafas TO.

El estilo Memphis y cyber ochentero

La estética del Estilo Memphis de la Italia de los 80 inspira la maravillosa colección Banana Glasses de María Mandaryna. El color rosa también es el protagonista de Flashback, la colección de Arlette Velázquez donde el neon art es el protagonista. Ioritz Hotencillas, en cambio, se queda con el cyberpunk para diseñar O 506.

El mar como protagonista

La diseñadora Estrella del Moral reivindica el cuidado del fondo marino, libre de plásticos, en la funda de su colección Ona. Representa la belleza oculta tras la contaminación. En la misma línea, Teresa Castillo presenta Criaturas Marinas, una colección que ensalza la pureza de los océanos para concienciarnos de la diversidad de especies que habitan en él.

Matter, un proyecto de la Universidad CEU

Matter se ha desarrollado en el marco del Máster Universitario en Diseño de Producto de la CEU UCH. Dirigidos por José Aranda, de Estudio Enblanc, el proyecto forma parte de la asignatura de Tendencias de Diseño.

Los diseños han sido expuestos en dos muestras. Primero, en Valencia, dentro de la exposición Designworks . Posteriormente, en la Milan Design Week, en la zona Ventura Future 2019, promovido por BASE Milano.

(Fuente: *Diario Design*)

www.uchceu.es
www.estudioenblanc.com

[inicio] [titulares de grupo]



Raton diseñado para adaptarse a la anatomía humana.

Ergolux. El ratón, reinventado

Desde que se inventaron los ratones nos hemos visto obligados a forzar la postura de nuestro antebrazo, de nuestra muñeca y de nuestra mano para adaptarla a la forma antinatural de los ratones planos.

Ergolux es el ratón diseñado para adaptarse al cuerpo humano y ser una extensión armónica del mismo.

Es el único ratón que se adapta perfectamente a la anatomía del cuerpo humano, fundiéndose como una extensión neutral del mismo.

Ergolux pretende trazar la línea entre el pasado y el futuro de los ratones.

En lugar de forzar a que la mano, la muñeca y el antebrazo adopten una posición forzada y antinatural, Ergolux les permite una interacción natural, cómoda y libre de tensiones y lesiones.

Ergolux HYSJ está construido en ABS de alta calidad. Su parte externa está recubierta por una "soft skin" con tacto ligeramente aterciopelado para que se sienta como una suave extensión de tu propia piel.

Además cuenta con micropulsadores de alto rendimiento diseñados para guantar 20 millones de clicks. Se han asegurado de que sean lo más silenciosos posibles para que los clicks no molesten a nadie.

(Fuente: Ergolux)

www.myergolux.com

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

LEGO estrena nuevo campus en Dinamarca



El nuevo campus.



La escalera de caracol vista en picado.



Los espacios interiores están decorados con figuras de juguete a escala.



Detalle de un muro inspirado en los conocidos bloques de juguete.

"Lego" tiene nuevo campus en Billund, Dinamarca. Diseñado por "C.F. Møller Architects", sus 45.000 metros cuadrados son tan lúdicos, divertidos y coloristas como la propia firma danesa.

C.F. Møller Architects se inspiró en las piezas de Lego para crear los dos edificios (de momento) del nuevo campus en Dinamarca de la marca danesa, 45.000 metros cuadrados que mezclan creatividad y diversión en escaleras, cafeterías, zonas de ocio y terrazas. Los colores de los bloques con los que jugábamos de niños tiñen el edificio: verde, rojo, amarillo y negro se combinan con el blanco para dar la sensación de estar, más que en un lugar de trabajo, en una zona de juegos. En 2021 cerca de 2.000 empleados trabajarán en estas construcciones de cristal, madera, corcho y cemento que están inspiradas en un dibujo que colgaba en la oficina del dueño, Kjeld Kirk Kristiansen, donde un crío enseñaba orgulloso su figura hecha con legos.

El edificio pretende expresar los valores de la compañía de acuerdo con los directivos de Lego: imaginación, creatividad, diversión, aprendizaje, cuidado y calidad.

"Lego Campus es como una pequeña ciudad en la que los edificios, como en los barrios, están conectados por calles interiores, escaleras, plazas y áreas comunes. El diseño y los materiales combinan los colores nórdicos suaves con los más rotundos de la paleta de la marca. Los diferentes tonos separan e identifican las diferentes zonas de trabajo. La naturaleza está presente en todas partes, en el parque exterior, en los patios y en los tejados y terrazas, que están llenos de placas solares. Las ventanas permiten recoger toda la luz del exterior", nos cuenta Klaus Toustrup, el arquitecto responsable del proyecto.

En la fachada exterior, dos bloques amarillos de Lego determinan el edificio, y la entrada también está hecha de estos ladrillos de madera. Míticas figuras de la firma, desde sus bomberos y policías hasta sus Bob Esponja, aparecen aquí y allá. Para definir este lugar de trabajo tan atípico, Anneke Beerkens, antropóloga senior, dicen ellos, del LEGO Group, se reunió con cientos de trabajadores. "De la misma forma que se construye una de nuestras piezas, cogimos elementos que nuestros empleados nos explicaron que querían para juntarlas y crear este espacio único", cuenta Beerkens.

Además, el edificio es totalmente sostenible. "La fachada, por ejemplo, está orientada de tal forma que maximice la entrada de luz durante el día para reducir la necesidad de calefacción", explica Toustrup. 4.150 paneles solares producirán 1 millón de kilovatios que suministrarán energía al campus y en la terraza del tejado, decenas de plantas Sedum se comerán el CO². El agua de lluvia, además, servirá para regar el parque y los patios. Cuando esté terminado, en un par de años, el área central, llamada People House, tendrá un gran auditorium, gimnasio, taller de manualidades, restaurante y hasta dormitorios para los empleados que visiten Billund. Mejor, imposible.

(Fuente: Revistaad)

[inicio] [titulares de grupo]



S1, nuevo sistema diseñado por la empresa Molon Labe Seating, que permite una mayor comodidad en el asiento central del avión, desplazando éste hacia atrás.



Esta propuesta distribuye el tamaño de los asientos de tal forma que el del centro será el más ancho.



Se espera que tenga su debut comercial el próximo año en vuelos domésticos en EEUU..

Un diseño que promete hacer más cómodo el asiento del centro en los aviones

Se da por hecho que el asiento del medio de los aviones es el peor. Es sinónimo de incomodidad por más de una razón: implica estar "embutido" entre dos personas durante horas, disputar los reposabrazos a codazos y levantarse para permitir el paso del pasajero del asiento de la ventana al baño. Pero una propuesta de Molon Labe Seating, una "start-up" de Colorado, EEUU, que ha sido aprobada por la Administración Federal de Aviación, podría ponerle fin a este estigma.

Se trata de un diseño que posiciona el asiento de en medio por detrás de los laterales e incrementa el ancho del asiento entre 7 y 13 centímetros. Hank Scott, uno de los fundadores de la empresa y su CEO, asegura que este desnivel beneficia a todos porque "cada persona podría estirarse un poco más". "La distribución escalonada hace que volar en el asiento de en medio sea un poco más cómodo porque la persona tendría más espacio para los hombros y brazos", explica. Asimismo, añade que este modelo respeta el ancho actual de los asientos laterales y no reduce su amplitud.

El diseño, que tardó ocho años en gestarse, ha sido bautizado como S1 y todavía no se encuentra disponible en aviones comerciales. Sin embargo, se espera que tenga su debut pronto: Scott ha adelantado que una aerolínea ha hecho un pedido para abastecer a 50 aviones. Aunque no ha desvelado el nombre de la compañía, ha detallado que serán utilizados únicamente para vuelos domésticos en EEUU y prevé que su instalación esté lista para abril o mayo de 2020.

Scott, piloto veterano de la Marina Real de Australia y profesor de ingeniería aeroespacial en la Universidad de Colorado, aspira a que este diseño también se utilice en vuelos y compañías trasnacionales: "Es un modelo que nos gustaría exportar. Hemos hablado con varias aerolíneas internacionales, como Iberia, para discutir una posible colaboración". Actualmente una fila de asientos S1 cuesta alrededor de 5.350 euros, que es el estándar de la industria para asientos. Sin embargo, cuenta con una ventaja sobre sus competidores: sus asientos son de los modelos más ligeros que existen.

Por su parte, la inspiración detrás de este innovador diseño es simple y el CEO de Molon Labe Seating lo reduce a un eslogan: "Un mismo tamaño no sirve para todos". En este sentido, Scott sostiene la idea de que un avión debe proveer diferentes tipos de asientos que se adapten a los distintos cuerpos de sus pasajeros. "Con esta propuesta esperamos que la gente pueda elegir un asiento que tome en cuenta su constitución física, como su altura y su peso, y se ajuste a sus necesidades", afirma.

Asimismo, explica que su primer objetivo se ha cumplido: reivindicar el asiento del medio. "Viajar en el asiento del centro es terrible, ahora será un poco menos terrible", relata entre risas. "No puedo esperar el día en el que alguien me pregunte: "¿Puedo cambiarle mi asiento por el del medio?", bromea.

(Fuente: *El Mundo*)

www.airlineseats.biz

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de las nuevas botellas.



En principio incorpora un 25% de plástico marino aunque se espera que las proximas versiones alcance el 100%.



Imagen de la etiqueta presentada.

Coca Cola sostenible

"Nuestro objetivo es que el término plástico de un solo uso se vuelva obsoleto", afirma Tim Brett, presidente de Coca-Cola en Europa Occidental. La compañía se ha comprometido a eliminar todos los plásticos de sus packs de latas, tanto en su envoltorio como el de las anillas que usa para agrupar sus envases, para cambiarlos por cartón.

La estrategia comenzará a implementarse este otoño con su formato minican, sus latas de 220 mililitros, lo que supondrá dejar de utilizar 1.380 toneladas de plástico al año en su cadena de suministro a partir de 2020, pero se extenderá el año que viene al formato tradicional de 330 mililitros, comenzando por su fábrica de Barcelona, la que más produce de España, para paulatinamente expandir el proceso al resto de sus plantas.

Más plástico reciclado

En paralelo, Coca-Cola se ha comprometido a que todas sus botellas de plástico sean de material 100% reciclables en 2025, en Europa, y en 2030, en el mundo, lo que supondría evitar el uso de más de 20.000 toneladas de plástico virgen sólo en España y Portugal. La compañía espera que en 2023 el 50% de sus envases de plástico estén fabricadas con un 50% de PET reciclado o renovable, objetivo que se adelantará a 2022 en Iberia.

La filial ya ha cambiado todos los envases de su marca Honest Té de plástico a vidrio y al acabar este año todos los envases de Honest Coffee serán de PET reciclado. En 2020, será su agua Glaceau Smartwater la que hará la transición al plástico 100% reciclado.

El horizonte del plan de sostenibilidad del grupo está fijado en 2025, año en el que Coca-Cola recogerá y reciclará el equivalente al 100% de botellas y latas que ponga en el mercado. "En 2018 el 98% de nuestros envases ya eran reciclables, el 74% era ya recogido para ser reciclado y el 28% del plástico que usamos era reciclado", señala Tim Brett. "Sabemos que tenemos que hacer más. Los objetivos que nos hemos marcado son ambiciosos y así debe ser. Todos los envases deben recogerse, reciclarse y reutilizarse", ha añadido el directivo.

Una botella hecha con basura marina

Coca-Cola ha presentado una botella hecha con plástico reciclado procedente de la basura marina que la empresa recoge a través de programas como Mares Circulares. La botella, elaborada en colaboración con la empresa Ioniqa, está hecha en la actualidad de un 25% de este tipo de plástico, pero el porcentaje irá creciendo en el futuro con el objetivo de que sea el 100%.

La empresa reconoce que esta tecnología es todavía cara para escalarla a una parte importante de su producción, pero asegura que su intención es avanzar en fórmulas que permitan incrementar este tipo de iniciativas poco a poco en el futuro.

"Esta botella es el ejemplo de lo que se puede lograr a través de la asociación e inversión en tecnologías novedosas y revolucionarias. A medida que comiencen a ser usadas en mayor escala veremos que todo tipo de plásticos serán devueltos una y otra vez como nuevos al mercado, evitando que grandes cantidades de residuos lleguen a incineradoras y vertederos", asegura Bruno Van Gompel, director de cadena de suministro de Coca-Cola en Europa Occidental.

Por último, el grupo ha anunciado la creación de un Packaging Innovation Hub para acelerar su innovación e invertir en envases sostenibles en Europa Occidental, así como para buscar envases alternativos para el futuro como botellas fabricadas con papel o biomateriales.

(Fuente: Expansión)

www.cocacolaespana.es

[inicio] [titulares de grupo]



Karbon, la silla del futuro diseñada por ACTIU.



La silla con el peso de una pluma y la resistencia del acero.

Karbon, la silla ultraligera y futurista de ACTIU

La última virguería de ACTIU se llama Karbon: una silla con el peso de una pluma y la resistencia del acero, fabricada en fibra de carbono.

Estamos ante un ejemplo más de cómo el mobiliario avanza a pasos agigantados. El último diseño de ACTIU, empresa especializada en mobiliario de oficina, mira al futuro mediante el uso de nuevos materiales.

Tras dos años de trabajo junto a Item Designworks, la marca alicantina aprovechó la última edición de la Feria Hábitat Valencia 2019 para presentar Karbon, una silla fabricada con fibra de carbono. Lo hizo durante las charlas ADI Making Of..., junto a Expormim y Closca, otras dos empresas valencianas ganadoras de los prestigiosos Premios Delta de diseño industrial.

Javier Cuñado, uno de los diseñadores de Karbon, admite que el resultado ha superado sus propias expectativas. La fibra de carbono, usada habitualmente en el sector aerodinámico y aeroespacial, les ha permitido crear formas libres, líneas puras y minimalistas.

La nueva silla de ACTIU consigue ir más allá de ser un simple producto ultraligero. Su "piel", perfectamente pulida, crea un interesante juego sensorial con el usuario. A simple vista aparenta ser fría y pesada. Sin embargo, la percepción cambia por completo cuando se toca. La suavidad de la superficie de carbono transmite calidez, resultando de lo más acogedora.

Proceso de fabricación

Se precisan 45 días para fabricar una silla Karbon. Dicho proceso emplea tanto tecnología de última generación como técnicas ancestrales.

En primer lugar se superponen diferentes capas de fibra de carbono impregnadas en resina. Posteriormente, con el objetivo de conseguir una precisión milimétrica, se introduce en un molde de acero. Éste se mantiene durante tres horas en un horno para que la resina se endurezca y la pieza adquiera sus propiedades.

Premios

La silla Karbon ya ha empezado a cosechar premios. Durante la pasada edición de los premios Red Dot Awards 2019 se reconoció su alto grado de innovación, así como la creatividad y labor de investigación de sus diseñadores, que apostaron por trabajar con nuevos materiales, adentrándose en mundos desconocidos de experimentación.

(Fuente: Diariodesign)

www.actiu.com
www.itemdesignworks.com
www.red-dot.org

[inicio] [titulares de grupo]

El diseño de packaging nacional se encumbra en Londres

El diseño de packaging nacional vuelve a estar de enhorabuena. El pasado 12 de septiembre Londres acogió la ceremonia de entrega de los Pentawards 2019, donde han sido reconocidos cinco miembros y una escuela socia de ADG-FAD.

Destaca el Platinum Pentaward que ha obtenido Roberto Núñez por el proyecto "Perfeccionista". Tal y como señala el diseñador, «"Perfeccionista", de Bodega Davide, es un vino de finca de edición limitada que tiene su origen en una forma muy personal de trabajar, analizar y entender la naturaleza, denominada como "Viticultura Reflexiva". Con el objetivo de conectar emocionalmente con el consumidor y posicionar al producto como un vino premium con personalidad, se planteó un packaging que pone en valor la idea de imperfección. Las 697 unidades de la edición limitada son diferentes entre sí aportando un valor añadido al producto».

La agencia Morillas, dirigida por Lluís Morillas, ha sido premiada en esta ocasión con un Oro por "Cinco Jotas" en la categoría Lujo – Gastronomía Gourmet y un Plata en la categoría Lujo – Ediciones Limitadas, Series Limitadas, Creaciones para Eventos.

Por su parte, Superstudio, fundado por Paco Adín, ha sido galardonado con dos Silver Pentaward. El primero ha recaído en el packaging de "Monumento", la nueva familia de monovarietales de la marca de vinos de Makro, considerado por el jurado un homenaje a las diferentes profesiones y oficios creativos como la literatura, la gastronomía, la música, la moda o la pintura.

Superstudio ha sido premiado también con un Plata por el packaging de "Bon Fromage", un diseño especial para el producto estrella de esta marca: las selecciones de quesos para compartir. El jurado destacó el valor creativo de este trabajo con un key visual inspirado en la variedad de formas de los quesos, que mezcla materiales naturales y austeros, como el cartón kraft, con acabados lujosos como el stamping.

El estudio Lavernia & Cienfuegos, liderado por Nacho Lavernia y Alberto Cienfuegos, ha sido distinguido por su parte con un Plata por el diseño de botella de perfume para mujer de Zara. Según explican sus autores, «esta es la gama de colonias top de Zara. Diseñamos una botella de sección cuadrada redondeada, como las básicas, y con una transición continua y suave en el encuentro de los hombros con el cuello. Un peso de vidrio característico de las colonias premium y pintura en la pared interior, de modo que la botella tuviera como dos pieles: la exterior transparente y la interior en plata (luego se han hecho versiones en otros colores como rojo, rosa, etc.). El tapón lo resolvimos como prolongación del cuello y añadiéndole una funda exterior transparente para que tuviera el mismo juego de doble piel que el cuerpo».

El joven Estudio Maba vuelve a despuntar con un Silver Pentaward por "Madre Monte", un proyecto en búsqueda de la recuperación de la esencia del café y el origen en su versión más premium 100% arábica. Un homenaje en forma de ondas y transparencias que exhiben las propiedades organolépticas de la bebida así como identidad de su terreno de cultivo.

Estudio Maba también ha recibido un Bronze Pentaward por "Adaras", reconocido con un Laus de Bronce en la pasada



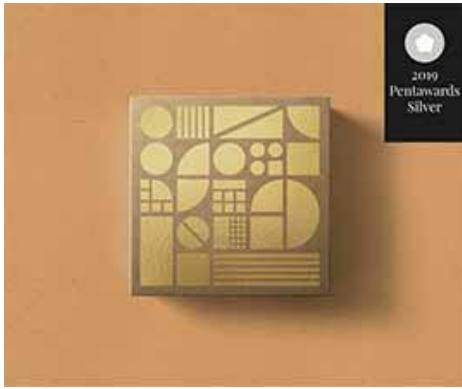
Perfeccionista, Platinum Pentaward 2019 / Categoría: Luxury - Fine Wines, Champagne.



Cinco Jotas, Gold Pentaward 2019 / Categoría: Luxury – Gourmet Food.



Monumento, Silver Pentaward 2019 / Categoría: Beverages – Distributors / Retailers' Own Brands / Private Labels.



Bon Fromage, Silver Pentaward 2019 / Categoría: Food – Dairy or Soya-Based Products.

edición de los premios ADG Laus.

Cierra el listado la escuela Elisava, socia de ADG-FAD desde hace 20 años, cuyos trabajos "The Black Market", obra de Marina Orvañanos, y "Tila", de Hugo de Matos, Paola Parodi y Yolanda Santamaria, han sido premiados con dos Silver Pentawards.

(Fuente: *adg-fad*)

www.pentawards.com
www.robertonunez.com
www.morillas.com
www.supperstudio.com
www.lavernia-cienfuegos.com
www.estudiomaba.com
www.elisava.net

[inicio] [titulares de grupo]

ZARA, Madre Monte y Tila, otros de los Silver Pentaward 2019.



El Design Museum de Londres celebra 30 años de diseño con más diseño

El Design Museum de Londres celebró su trigésimo aniversario pidiéndole a artistas que diseñen un icono con el número 30.

El Design Museum fue inaugurado en 1989 por Margaret Thatcher. Estaba ubicado en la clásica calle Shad Thames, cuando la zona todavía era un espacio de almacenes abandonados y solares vacíos. La intención de Sir Terence Conran, uno de sus fundadores, era la de promover y hacer llegar el mundo del diseño a disciplinas como la educación, la industria, el comercio y la cultura.

En 2016 el museo se trasladó al antiguo Instituto de la Commonwealth, en Kensington, para poder crecer y albergar todas las actividades y exposiciones.

Ahora, el Design Museum está celebrando su 30 aniversario con varios eventos. Uno de los proyectos más interesantes tiene que ver con esa cifra, el 30. Y es que el museo pidió a todo tipo de artistas, establecidos y emergentes, que diseñasen un icono que tenga el 30 como inspiración. Pese a tener las mismas instrucciones, los resultados no podrían ser más distintos. Veamos algunos de los resultados.

Craig & Karl

Fiel a sus colores, tramas y formas, la agencia londinense y neoyorquina ha creado un icono con un diseño inconfundible.

Paul Smith

El diseñador de moda británico ha presentado un diseño simple de un arcoiris sobrevolando el 30.

Ignasi Monreal

El artista español, que ha trabajado con Gucci y dirigido videoclips de Rosalía, se ha apuntado también a este proyecto. A su manera, claro.

James Joyce

El artista y diseñador establecido en Londres juega con los colores de la bandera británica para poner su granito de arena a la colección.

John Pawson

No todo va a ser dibujar. El arquitecto británico ha decidido celebrar el aniversario del Design Museum escribiendo. Bien por él.

Peter Saville

De la misma manera que no todo van a ser dibujos, no todo van a ser números arábigos. El diseñador gráfico inglés, icono del sonido Madchester, decidió usar números romanos para su icono.

De la misma manera que no todo van a ser números arábigos ni dibujos, no todo tiene que estar quieto. Así que en la exposición también se muestran breves videos. Uno de los fundadores del que se ha hablado antes, Sir Terence Conran, se apuntó.

También hubo otros, como el de la diseñadora Madeline Gannon o el ilustrador Clym Evernden.

(Fuente: *Diariodesign*)



Icono del 30 Aniversario por Craig & Karl .



Icono del 30 Aniversario por Paul Smith.



Icono del 30 Aniversario por Ignasi Monreal.



Icono del 30 Aniversario por James Joyce.



Icono del 30 Aniversario por John Pawson.

XXX

 100%

Icono del 30 Aniversario por Peter Saville.

www.designmuseum.org

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



Imagen promocional del jumpthegap 2018/2019



Premio categoría profesional. Proyecto Morpho, Eduardo Cárdenas.



Premio categoría estudiante. Proyecto Care Bee, Janos Priskin.



Premio especial We Are Water Foundation. Proyecto Tik Tap. Soyeon Lee y Hyemin Min.

Premios Jump the Gap 2018/2019

La octava edición del concurso de diseño de mobiliario para baño organizado por la emblemática empresa ROCA Sanitarios, hizo entrega de los premios el 10 de octubre en el Disseny Hub de Barcelona. La selección de 12 finalistas de entre 725 proyectos de 137 países distintos en esta edición ha concluido con la entrega de un ganador por categoría: Professional, Student y Special We Are Water Foundation Prize.

En la categoría profesional, el proyecto del ingeniero colombiano Eduardo Cárdenas, Project Morpho. Un suelo modular basado en mini estructuras elásticas que permiten otorgar un valor añadido a los espacios interiores emulando ser un espacio exterior.

En la categoría estudiante, el proyecto "Care Bee" del alumno de diseño industrial y de producto de la Universidad de Arte y Diseño Moholy-Nagy de Budapest, Janos Priskin. Un concepto de ducha diferente con tres modos distintos, apuesta por reconocer el ejercicio de ducharse como una actividad mental e inherente a la rutina.

Finalmente, el premio especial de la We Are Water Foundation al proyecto más sostenible fue entregado al dúo coreano de Soyeon Lee y Hyemin Min con el proyecto Tik Tap. Una cabeza de ducha con temporizador integrado creando consciencia sobre lo que supone conseguir agua en países subdesarrollados en los que se precisa recorrer kilómetros al día para conseguirla.

www.jumpthegap.net

[inicio] [titulares de grupo]



ELISAVA

Escola Universitària de Barcelona
Disseny i Enginyeria

Eventos

Formación

Curso de Especialista en Representación Gráfica para el Diseño

Fecha de inicio: Marzo de 2020

Lugar: Universidad San Jorge

El Curso de Especialista en Representación Gráfica para el Diseño responde frente a la necesidad de especialización en el empleo de herramientas que posibiliten el diseño y el desarrollo de nuevas soluciones, derivadas del empleo de algunas de las más potentes tecnologías de simulación y representación gráfica existentes en el mercado. La estructura metodológica desplegada en esta titulación permitirá que, desde el inicio del programa, se vayan adquiriendo destrezas que podrán ser empleadas en la práctica profesional rutinaria y que, convenientemente acumuladas, posibilitan una formación avanzada de los estudiantes.

En este sentido, pretendemos desarrollar una formación tremendamente ágil, operativa y dinámica, claramente orientada hacia el uso de tres herramientas esenciales para el diseño; una referida al modelado geométrico y su caracterización física y ambiental (SketchUp+Vray), una que atiende a la simulación y a la visualización en tiempo real Lumion y otra que servirá para la posproducción y la edición final (Photoshop).

www.usj.es

[inicio] [titulares de grupo]

Máster en Diseño y Dirección de Arte

Fecha de inicio: Febrero de 2020

Lugar: Elisava

En un futuro muy próximo toda empresa requerirá de un director de arte, responsable de la estrategia estética, que unifique los mensajes corporativos y que ayude a la compañía a conectar con su cliente de la forma más sensitiva y directa posible.

El Director de Arte conceptualiza y dirige. Es el creativo encargado de la concepción visual y gráfica de los mensajes, que se ocupa fundamentalmente de definir la estrategia estética. Investiga y elabora el universo específico de referentes visuales para proponer y dirigir a especialistas, diseñadores gráficos, fotógrafos, ilustradores, arquitectos, realizadores... para controlar la unidad estética del proyecto.

El Máster en Diseño y Dirección de Arte tiene como objetivo formar profesionales capaces de tener una visión estratégica y global de la comunicación, con dominio de las competencias y las funciones propias del director de arte, para poder crear y dirigir proyectos en el campo de los mensajes visuales.



Fotografía promocional del postgrado.



www.elisava.net

[inicio] [titulares de grupo]

Diplomatura de Postgrado de Diseño de Página y Editaje

Fecha de inicio: 8 de Febrero de 2020

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

En la Diplomatura de Postgrado de Diseño de página y editaje se pasa a dar forma a la página con las herramientas tipográficas y editoriales disponibles, entendiéndose por "página" cualquier plan, individual o seriado, donde disponemos la información visual: el libro, el cartel, la revista, el diario, la pantalla de ordenador, etc. Para abordarlo, el curso hace un planteamiento único: la página se puede crear con estructuras fijas y jerárquicas para ser editada sin cambiar la fórmula o puede ser creada de cero a partir del material gráfico existente.

www.eina.cat

[inicio] [titulares de grupo]

Concursos

ENATE convoca su Beca de Arte 2020, dirigida a artistas profesionales

Los artistas pueden presentar sus obras hasta el 15 de enero del 2020

Bodega ENATE convoca una nueva edición de su Beca de Arte. Del 15 de octubre de 2019 al 15 de enero de 2020, los artistas profesionales mayores de 18 años podrán presentar sus obras, realizadas con técnicas y temática libre. El premio cuenta con una dotación de 6.000 € y el etiquetado de 12 botellas con la obra. Además, las obras finalistas serán expuestas en la Sala de Arte de ENATE, durante el mes de febrero, junto a ilustres apellidos como el de Saura, Tàpies, Chillida, Broto y tantos otros geniales artistas que forman parte de la colección privada de la bodega.

Un año más, la Beca de Arte ENATE se convoca con el objetivo de apoyar a artistas no consagrados con una trayectoria contrastable, que quieran aportar su visión en el mundo del vino. Las obras, que deberán ser inéditas y de temática y técnica libre, tendrán que tener una medida no inferior a 97 cm y no superior a 162 cm.

El premio es una beca de 6.000 € y la posibilidad de ilustrar una edición limitada de uno de los vinos de ENATE. Además, la obra ganadora pasará a formar parte de la colección de la bodega, exponiéndose junto a los artistas consagrados que se exhiben en la Sala de Arte de la bodega, hoy una de las pinacotecas de arte contemporáneo más importantes de España.



Design For All, Buenas Prácticas 2019.



Cartel del XIV Concurso Internacional de Diseño de Mobiliario Exterior. Esta edición, de una luminaria.

Con las obras finalistas y otras seleccionadas por el jurado, se realizará una exposición en la Sala de Arte de ENATE, del 28 de enero al 29 de febrero, abierta de lunes a sábado, en los horarios de visita a la bodega.

www.enate.es/blog/becadearte2020

[inicio] [titulares de grupo]

Design for All Foundation

Presentación de candidaturas hasta el día 21/02/2020.

La Design for All Foundation, con la colaboración y apoyo de diferentes organizaciones de todo el mundo, convoca a entidades, administraciones públicas, profesionales y empresas de cualquier ámbito que apuestan por el Diseño para Todos/Diseño Universal, a enviar sus candidaturas a la 10ª edición de los Premios Internacionales Design for All Foundation de Buenas Prácticas.

Es importante tener en cuenta que el Diseño para Todos se define como la intervención sobre entornos, productos y servicios con el fin de que todas las personas, independientemente de su edad, género, capacidades y bagaje cultural, puedan participar en igualdad de oportunidades en actividades sociales, económicas, culturales, de ocio y recreativas, así como acceder, utilizar y comprender cualquier parte del entorno con tanta independencia como sea posible.

www.designforall.org

[inicio] [titulares de grupo]

XIV Concurso Internacional de Diseño de Mobiliario de Exterior

Presentación de candidaturas hasta el día 16/04/2020.

El diseño de una luminaria exterior es la propuesta de la decimocuarta edición del certamen de diseño de mobiliario exterior que organiza Gándia Blasco, celebrado anualmente para dar una oportunidad a estudiantes y jóvenes profesionales del diseño, con edades comprendidas entre los 18 y 35 años.

El jurado del concurso, integrado por profesionales relacionados con el mundo de la cultura y del sector industrial del mueble, evaluará los proyectos presentados teniendo en cuenta aspectos como la creatividad y la capacidad de innovación, la funcionalidad del diseño y su capacidad de integración en un espacio exterior.

www.gandiabrasco.com

[inicio] [titulares de grupo]



inHAUS 2020.

Miguel Milá

Lo esencial

Una guía de diseño para la vida

Lumen



Portada del nuevo libro ensayo de Miguel Milá

III Concurso Internacional Inhaus Lab – Diseña tu casa modular

Presentación de candidaturas hasta el día 13/01/2020.

El concurso Inhaus Lab – Diseña tu casa modular es una iniciativa de Casas inHAUS que nace con la intención de impulsar la creatividad e innovación en la Arquitectura. Pretende promover las nuevas formas de ejercer la arquitectura entre los estudiantes y recién titulados de todas las escuelas de arquitectura y otras disciplinas relacionadas, premiando a aquellos que destaquen por su creatividad en la búsqueda de nuevas soluciones de vivienda modular.

El reto de esta tercera edición consiste en plantear una vivienda modular de hormigón que cumpla con las especificaciones planteadas y de respuesta técnica y formal a los requerimientos señalados en las bases.

www.casasinhaus.com

[inicio] [titulares de grupo]

Libros y publicaciones

Lo esencial: El diseño y otras cosas de la vida (ensayo)

Autor: Miguel Milá
Editorial: Lumen

¿Cuándo diseño? Siempre.

En *Lo esencial*, Milá habla de sí mismo, de su obra, sus principios y sus ideas, pero también de su familia (tan vinculada a la historia de Barcelona), de su propia vida y de la educación de sus hijos.

Este no es un libro para diseñadores, o solo para diseñadores, los prácticos consejos de este premiado artista que se define a sí mismo como "inventor y *bricoleur*" pueden cambiar nuestra vida cotidiana, del mismo modo que, para distintos tipos de lectores, lo han hecho los consejos de Ferrán Adrià o las reglas de Marie Kondo.

Este es un libro indispensable para repensar nuestro mundo personal; para rodearnos de objetos útiles y bellos.

Lo esencial es el legado teórico y vital del mayor diseñador español, cuya obra confirma la definición de "clásico": aquello que no se puede hacer mejor.

[inicio] [titulares de grupo]

Observar, conectar, celebrar. Las enseñanzas sobre creatividad de Sister Corita



Manual para buscar al artista que llevas dentro.



La metodología ideada por Alejandro Masferrer para co-crear en equipo.

Autor: Corita Kent y Jan Steward
Editorial: Gustavo Gili

Artista pop, activista, educadora y monja, colega de figuras como Charles y Ray Eames y admiradora de Andy Warhol, Sister Corita nos trajo toda una revolución no solo en el arte de la serigrafía sino también en el de las pedagogías artísticas y en la propia noción de "creatividad".

Aprender arte a la manera Corita consistía en buscar al artista que todos llevamos dentro y entregarse para siempre a la observación atenta, el juego y la celebración.

En 1979, tras revolucionar las aulas de arte del Immaculate Heart College de Los Angeles, Sister Corita pidió a Jan Steward, amiga y antigua alumna suya, que escribieran juntas un libro en el que recoger y transmitir sus enseñanzas. El resultado es este maravilloso tesoro, a medio camino entre manual de arte, cuaderno de ejercicios y reflexión sobre la creatividad, que compila sus impagables lecciones siempre surgidas de la más fundamental de sus convicciones: "No tenemos arte. Lo hacemos todo lo mejor que podemos".

www.ggili.com

[inicio] [titulares de grupo]

Diseño de procesos creativos Metodología para idear y co-crear en equipo

Autor: Alejandro Masferrer
Editorial: Gustavo Gili

Trabajar en equipo es algo enormemente gratificante, pero también enormemente complejo. Tras muchos años de experiencia en la facilitación de procesos de creación en grupo, el autor ha sintetizado en este libro una eficaz metodología que sirve de guía para evitar los habituales puntos ciegos, errores, desequilibrios y amenazas que pueden obstruir el proceso y bloquear al equipo.

¿Qué debemos saber para co-crear con eficacia y disfrute?
¿Qué patrones o fases de ideación en equipo se dan en un proyecto? ¿Cómo evitar problemas habituales como las actitudes muy críticas, el recelo hacia las nuevas ideas, el conformismo o la falta de motivación del equipo?

www.ggili.com

[inicio] [titulares de grupo]

Eventos

Quinta edición de los "Premios de Interiorismo"
Colchones Relax



Cartel y colaboradres de los Premios de Interiorismo Colchones Relax 2019.



Cartel de la 7ª Feria del Mueble de Zaragoza.



Logomarca del Madrid Design Festival 2020.

Fecha: Del 21 al 24 de Enero de 2020.
Lugar: Feria de Muestras de Zaragoza.

Durante el transcurso de la Feria del Mueble 2020 se entregarán estos premios fruto del acuerdo entre Relax, los convocantes: Escuela de Arte de Zaragoza, Escuela Superior de Diseño de Aragón y los organizadores: la Asociación de Comerciantes de Muebles de Aragón (ACOMZA).

Uno de los principales pilares de la compañía es la sostenibilidad medioambiental, por lo que se propondrá a los concursantes la creación de un espacio que integre y dé protagonismo a los equipos de descanso de Relax, siguiendo una línea condicionada por el ambiente natural. Se premiarán las dos mejores propuestas con un viaje para dos personas al Salón Internacional del Mueble de Milán 2020, con la intención de que los participantes puedan seguir formándose tanto personal, como profesionalmente.

Solo mediante un compromiso firme con la educación y la formación, será posible propiciar el cambio y el progreso de la sociedad. Por ello, el objetivo de estos galardones es apoyar a los organizadores locales y al comercio tradicional, aportar elementos novedosos al sector y ayudar a esos grandes profesionales que aún están por descubrir, favoreciendo la promoción y difusión de su obra.

www.relax.es

[inicio] [titulares de grupo]

7ª Feria del Mueble de Zaragoza

Fecha: Del 21 al 24 de Enero de 2020.
Lugar: Feria de Muestras de Zaragoza.

Diseño, estilo, calidad, profesionalidad e innovación serán los protagonistas de la próxima edición de Feria del Mueble de Zaragoza, una cita que tendrá lugar en las instalaciones del recinto ferial del 21 al 24 de enero del próximo año.

En tan solo seis ediciones, FMZ se ha convertido en el salón líder del sector del mueble en España. En 2018 más de 48.000 profesionales de 39 países visitaron el certamen, alcanzando una ocupación de 106.000 metros cuadrados.

www.feriazaragoza.es

[inicio] [titulares de grupo]

Madrid Design Festival 2020

Fecha: Del 1 al 29 de Febrero de 2020
Lugar: Madrid, diversos emplazamientos.

A lo largo de todo el mes de febrero, Madrid acoge el festival internacional Madrid Design Festival. Esta tercera edición del evento abarcará nuevas disciplinas como la gastronomía y la música. Dentro de esta iniciativa no faltarán los Madrid Design Festival Awards, el MadridDesignPro, el Festival OFF así como el esperado concurso Rado Star Prize Spain dirigido a jóvenes



Cartel de la exposición.



diseñadores y diseñadoras.

Un evento con una completa programación que contará con actividades especiales, entre las que se incluyen exposiciones e instalaciones y que reunirán a profesionales del diseño. Artesanía, diseño industrial y de producto, moda, urbanismo, diseño gráfico, arquitectura, ilustración, sostenibilidad o tecnología, serán algunas de las disciplinas que aborde el festival. Además, la música y la gastronomía desembarcarán como novedades de la edición, a través de un programa de conciertos y un espacio Food Design.

www.madriddesignfestival.com

[inicio] [titulares de grupo]

Exposición Objetos de deseo. Surrealismo y Diseño 1924-2020

Fecha: Del 28 de Febrero al 7 de Junio de 2020

Lugar: Caixa Forum Barcelona

Después de presentarse oficialmente en 1924 con la publicación del *Manifiesto surrealista* de André Breton, el surrealismo se convirtió rápidamente en un movimiento intelectual y político internacional. El diseño y los objetos cotidianos fueron una gran fuente de inspiración y tuvieron un papel crucial en su evolución. Menos conocido es, sin embargo, el impacto decisivo del surrealismo en el diseño, que ha jugado un papel principal para liberar el diseño del dogma funcionalista según el cual "la forma sigue a la función".

La exposición arrojará una nueva luz sobre este diálogo creativo fascinante y continuado, yuxtaponiendo obras de arte surrealista y piezas de diseño a fin de revelar unos paralelismos que raramente se han estudiado. Se incluirán también pinturas, esculturas, objetos de colección, carteles, revistas, libros y fotografías, así como películas históricas. Gae Aulenti, Björk, Claude Cahun, Achille Castiglioni, Giorgio de Chirico, Le Corbusier, Salvador Dalí, Isamu Noguchi o Meret Oppenheim, entre muchos otros.

www.caixaforum.es

[inicio] [titulares de grupo]

CASA DECOR. 54ª Edición

Fecha: Del 5 de Marzo al 19 de Abril de 2020

Lugar: Calle Velázquez 21, Madrid

Conscientes de los problemas climáticos y medioambientales a los que nos enfrentamos, Casa Decor quiere dar un paso firme y decidido hacia la sostenibilidad, lanzando, para la edición de Casa Decor 2020, la campaña #CasaDecorSostenible, que implica un compromiso palpable y real con la forma en que construimos y habitamos nuestras viviendas. Hay que actuar ya, en lo pequeño y en lo grande, en lo cotidiano y en lo global.

Numerosas firmas e interioristas participantes de Casa Decor

Edificio Velázquez 21, donde tendrá lugar la 54ª Edición de Casa Decor.

llevan trabajando años, de forma discreta y casi anónima, en productos y proyectos sostenibles. Son muchos los fabricantes que presentan en la Exposición materiales innovadores con certificación de sostenibilidad y sellos de ecoeficiencia. Precisamente es este trabajo y esfuerzo lo que queremos mostrar y sacar a la luz en la próxima edición de Casa Decor 2020.

www.casadecor.es

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

CENTRO ARAGONÉS DE DISEÑO INDUSTRIAL

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

El Centro Aragonés de Diseño Industrial en cumplimiento de la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE), del Reglamento General de Protección de Datos (Reglamento 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo (RGPD)) y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, garantiza la total privacidad de los datos personales de nuestros usuarios.

Para darse de baja de la suscripción

[\[haga click aqui\]](#)

