

Si no está visualizando correctamente este email [[pulse aquí](#)] o descargue el boletín en acrobat [[boletín.pdf](#)]



Boletín
informativo

#30

Diseño en
Aragón

Comunidad Diseña

Diseño Nacional e Internacional

Eventos



enero - abril 2015

Titulares

Diseño en Aragón

- Se celebró el IV foro de diseño y empresa, Diseña Forum, bajo el lema "Design and Business excellence". [[leer](#)]
- Stratta en la Feria del mueble de Milán. [[leer](#)]
- Eloise eyewear, gafas con personalidad. [[leer](#)]
- Araven diseña unos contenedores accesibles que pueden almacenar hasta 100 litros de productos a granel. [[leer](#)]
- Serie Cristal Balay. [[leer](#)]
- Nuevos desarrollos de Tecco. [[leer](#)]
- Cazoleta dosificadora de agua para alimentación porcina. [[leer](#)]
- Enganches Aragón lanza una nueva gama para vehículos comerciales. [[leer](#)]
- Nuevo grifo monomando. [[leer](#)]
- Bisutería para San Fermín. [[leer](#)]
- Natalia Rivera presenta nueva colección. [[leer](#)]
- Ana Rioja y Chocolate. [[leer](#)]
- Powerback, basado en pila de combustible de hidrógeno para carretillas elevadoras. [[leer](#)]
- Turtle Printer presenta la primera impresora 3D autoplegable del mundo en la 3DPrint Show de Madrid. [[leer](#)]
- Investigadores y empresas se reúnen en Zaragoza para dar a conocer los últimos avances en envases que alargan la vida de los alimentos. [[leer](#)]
- Hacer análisis en papel de filtro clínico podría evitar desplazamientos de los pacientes a los centros sanitarios. [[leer](#)]
- ITAINNOVA ha participado en la creación de LIMOWOOD, un nuevo material para muebles y revestimientos. [[leer](#)]
- El CIRCE impulsa el coche eléctrico con un nuevo cargador sin cables. [[leer](#)]
- Cervezas Ambar renueva su identidad visual. [[leer](#)]
- Fontecabras. Rediseño de nueva marca. [[leer](#)]
- Diseño de layout para Imaginarium. [[leer](#)]
- Caterina Diet. [[leer](#)]
- Cubo Diseño. Anuaría de Oro, al mejor PLV. [[leer](#)]
- Harinas Polo, packaging gama Origen. [[leer](#)]
- Hidrobiology. Packaging para Control Biológico de Plagas. [[leer](#)]
- El primer dulce de Enate, el primer dulce de la D.O. Somontano. [[leer](#)]
- Bodegas Pirineos presenta sus nuevos vinos. [[leer](#)]
- Diseño de identidad corporativa para Citelia. [[leer](#)]
- Ingoa Running. [[leer](#)]

- Se abre el nuevo Museo Goya Colección Ibercaja. [\[leer\]](#)
- Cartel Bodas de Isabel de Segura, Teruel. [\[leer\]](#)
- La ilustradora holandesa Zeelot firma el cartel del Festival de Cine de Huesca. [\[leer\]](#)
- Nueva sede del Colegio de Decoradores y Diseñadores de Interior de Aragón. [\[leer\]](#)
- Believe in Art en el Hospital Infantil Miguel Servet. [\[leer\]](#)
- Tecnologías Audiovisuales y Multimedia, incorporadas a la vida diaria. [\[leer\]](#)
- VII Semana del Diseño en la EINA: Diseño y Empleo. [\[leer\]](#)
- CMYK-EVENT Feria de Diseño. [\[leer\]](#)
- ENCUENTRAZOS 2015. [\[leer\]](#)
- El zaragozano Andrés Jarabo, gana el VII Concurso de Jóvenes Diseñadores de Tenerife. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- El Corte Inglés revoluciona el Súper con el nuevo carro de la compra de Araven, más cómodo y ergonómico. [\[leer\]](#)
- Eboca Vending con muuuuuu buena leche. [\[leer\]](#)
- Mondo implanta la domótica en los pabellones deportivos. [\[leer\]](#)
- Bagmatic M1000: nuevo diseño. [\[leer\]](#)
- Nueva identidad corporativa de Activa Diseño para varias empresas. [\[leer\]](#)
- Varios desarrollos de Sumun y Essentia Creativa. [\[leer\]](#)
- Nuevos diseños de packaging de Activa Diseño. [\[leer\]](#)
- Varios Proyectos de Cubo Diseño. [\[leer\]](#)
- Grandes Vinos incorpora la realidad virtual a su comunicación. [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- Entrevista a Mr. Vito Oražem, Director General del Centro de Diseño de Renania del Norte-Westfalia. [\[leer\]](#)
- Presentación mundial del nuevo Corsavan en el Salón del Automóvil de Bruselas. [\[leer\]](#)
- ADN Design en el Museu del Disseny de Barcelona. [\[leer\]](#)
- Coca-Cola lanza su leche "perfeccionada". [\[leer\]](#)
- Nana, sillón de lactancia. [\[leer\]](#)
- El adiós al plástico está en el caparazón de un insecto. [\[leer\]](#)
- Bilbao entra en la red de Ciudades Creativas de la UNESCO. [\[leer\]](#)
- Ceremonia de entrega de los Premios Internacionales Design for All Foundation 2015. [\[leer\]](#)

Eventos

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

Se celebró el IV foro de diseño y empresa, Diseña Forum, bajo el lema "Design and Business excellence"



Entrada conferencias IV Diseña Forum.



Interior del auditorio del Palacio de Congresos.



Ponencia de Arnauld Blanck.



Intervención de Joan Vinyets i Rejón.

El 8 y 9 de abril se celebró en el Palacio de Congresos de Zaragoza el IV foro de diseño y empresa, Diseña Forum. Esta cuarta edición se centró en como existe una relación vinculante entre las empresas excelentes y el tratamiento que otorgan al diseño y en como el diseño excelente ayudará a conseguir mejor los buenos resultados de las empresas.

El primer día, el 8, se centró en el concepto de Business Excellence. Por la tarde, a partir de las 15:30h comenzaron a llegar los casi 600 inscritos para poder disfrutar de la presentación del foro, que estuvo a cargo del Consejero de Industria e Innovación, Arturo Aliaga López, y del Consejero Delegado de ENISA, Bruno Fernández y de las cuatro conferencias que tuvieron lugar durante la tarde.

En primer lugar intervino Arnauld Blanck, Director de Diseño de Decathlon, transmitió a los asistentes un modelo de diseño para hacer accesible el placer del deporte. Explicó como DECATHLON es una empresa de material deportivo que promueve experiencias de alta calidad para todos sus usuarios a un precio muy competitivo.

A continuación pudimos atender la conferencia de Yeyo Ballesteros, Director de Comunicación de Room Mate Hotels, una cadena hotelera española fundada en junio del 2005 por Kike Sarasola. Yeyo nos transmitió como Room Mate Hotels diseña la mejor experiencia y el mejor servicio para sus clientes a quienes considera invitados, a partir de una estrategia que descansa sobre la diferenciación de su modelo de negocio.

La tercera intervención fue la de Enric Pericas, Director de Elementos Urbanos de Escofet 1.886. En su conferencia "Más de cien años diseñando el espacio" explicó que en la empresa se unen la larga tradición y experiencia con una permanente puesta al día que ha revolucionado su actividad editora, que de una u otra forma ha desempeñado a lo largo de toda su historia.

La última intervención de la primera tarde fue la de Sean McNulty, CEO de Dolmen, quién con su conferencia: "El liderazgo del diseño. Asegurando el valor estratégico el diseño" Compartió con los asistentes el concepto de que en un mercado lleno de oportunidades para trastocar estructuras mentales e industrias tradicionales, la clave para liderar el cambio es disponer de un enfoque del pensamiento creativo sobre diseño centrado en el cliente, en combinación con un modelo de negocio innovador.

Ese mismo día, a las 21:30, dio comienzo el Pecha Kucha Night, un formato rápido de presentación de ideas, proyectos, diseños...que permitió compartir las ideas de diversos presentadores manteniendo un nivel de interés y atención alto mediante presentaciones muy concisas, a través de 20 imágenes y 20 segundos por cada imagen (6 minutos y 40 segundos por presentación). Chico Bellota con "Diseño y ficción", Jorge Pardo con "EMOZ", Estefanía Abad con "Estefanía Abad", Agnes Daroca con "Lo imposible está en la mente de los cómodos", Irene Taulé con "Emprendimiento", Sandra Esteban con "Humanización de los espacios de trabajo", Gabriel Jiménez Andreu con "Anarquismo conceptual", Ana María García con "Biocuture, nuevos textiles totalmente orgánicos" y María Jordán & Melania Pradas con



Intervención de Allan Chochinov.



Participantes en el taller de Allan Chochinov.



Sesión de preguntas y respuestas.



Conferencia de clausura con Friedhelm Engler.

"Gastromarketing" nos transmitieron sus ideas por medio de unas presentaciones frescas, personales e interesantes.

El día 9 de abril por la mañana se desarrollaron los Workshops: los dos primeros, que se celebraron al unísono, fueron los talleres de Sean MacNulty: "El liderazgo del diseño" y de Mandy Bouchédid: "Diseño de servicios para una economía colaborativa"

Sean MacNulty transmitió a los participantes en el taller que el diseño es un imperativo comercial y social, y su gestión y liderazgo son parte integral de lo que puede convertir un negocio en una historia de éxito, dotar al gobierno de una gestión eficaz y conseguir que la sociedad sea más segura y agradable para todos, y que ello se puede conseguir mediante un procedimiento disciplinado y estructurado.

Mandy Bouchédid, de Claro Partners, explicó que con el aumento de la conectividad, las redes de trabajo tanto en el ámbito local como en el global están creciendo rápidamente, permitiendo a las comunidades compartir, tomar prestado y comerciar recursos, todo ello alumbrando una nueva economía que favorece el acceso sobre la propiedad. En esta sesión exploró pautas para la creación de servicios en la economía colaborativa.

Los siguientes talleres fueron impartidos por Tomoko Sakamoto y Allan Chochinov.

Tomoko, impartió el taller: "Manual Thinking: herramienta para gestionar el trabajo creativo en equipo". Los asistentes al taller conocieron una herramienta diseñada en el estudio de Luki Huber, que ha creado muchos productos innovadores con Lekue, El Bullí etc. Descubrieron que todas las personas pueden aprender a abrir la mente a la creatividad, y luego, la ventaja real de trabajar en equipo.

Allan Chochinov, de la School of Visual Arts de Nueva York, impartió el taller: "Taller de diseño de un lunch". El Taller sumergió a los participantes en un velocísimo intercambio de ideas sobre diseño, creatividad, dibujo y creación de valor. Los participantes en grupos pasaron por una sucesión de media docena de "rounds", cada uno de los cuales proporcionó una visión cada vez más detallada de objetos, diseño, estrategia, experiencia y valor.

Esa misma tarde, y bajo el epígrafe de Excellence in design, pudimos disfrutar de las conferencias de Vito Oražem, Ignacio Lacosta, Joan Vinyets i Rejón y Allan Chochinov.

El primero, Director General de Red Dot Awards, con su intervención: "Red Dot Awards: Transformando calidad de diseño en éxito empresarial" respondió a las preguntas de por qué el diseño es importante en los mercados globalizados, y de como se observa en las empresas una relación entre calidad de diseño y éxito del negocio. Y como el diseño tiene que ser visto e implementado como una parte integrante de la gestión global de la empresa y de su estrategia de comunicación.

El segundo, Socio de Entropy Studio, con su intervención: "Tecnología e innovación en el diseño de efectos visuales" transmitió como su empresa concibe el diseño como parte fundamental en el desarrollo y creación de efectos visuales. Para ello, compartir, respetar, escuchar, participar del discurso de los demás, generar ideas... son valores imprescindibles.

El IV Diseña Forum fue clausurado por Javier Navarro Espada, Director General de Industria y de la pequeña y mediana



Pdf información IV Foro Diseña.

empresa.

La conferencia de clausura fue impartida por Friedhelm Engler, Director de Diseño avanzado de Opel, que contó como hace 51 años, en junio de 1964, Opel inauguró su nuevo estudio "Styling" en Rüsselsheim (Alemania), creando la primera organización moderna de diseño en Europa y siendo de este modo pionero en el diseño de automóviles fuera de los Estados Unidos, y aludió al peso que esto ha tenido tanto en el propio sector del automóvil durante los últimos 50 años, como directamente en la empresa. Transmitió también a los asistentes que la filosofía actual de diseño de Opel "la destreza escultural unida a la precisión alemana" se desarrolló hace unos pocos años con el Insignia, pero que Opel no sólo mira hacia atrás en su historia con orgullo, también espera con interés otros 50 años llenos de innovaciones, así finalizó contando como con la presentación del concepto Monza, nació el Diseño Opel 2.0 y se plantó la semilla que define el diseño de sus vehículos de serie para los próximos años.

Así se cerró un evento que al entender del CADI ofreció una visión completa de lo que está sucediendo hoy día en la compleja y atrayente relación entre la empresa y el diseño.

<http://www.disenaforum.com/2015/>

[Ver entrevista Allan Chochinov](#)

[Ver entrevista Arnauld Blanck](#)

[Ver entrevista Friedhelm Engler](#)

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

Imágenes de trabajo en grupo y de los talleres.



Stratta en la Feria del mueble de Milán

La firma española de mobiliario blando Stratta ha presentado sus nuevas colecciones en el Salon Internazionale del Mobile de Milán, que tuvo lugar entre los pasados 14 y 19 de abril y que reunió a las mejores marcas internacionales del sector.

Stratta ha dado a conocer al público sus nuevos diseños y ha actualizado las colecciones que ya se encuentran en el mercado.

El encuentro en Milán ha servido como puesta de largo de "Clip", una mesa inspirada en un objeto tan cotidiano como el clip y cuya simplicidad y eficiencia son la referencia para este conjunto. Tres mesas fabricadas en madera de Roble/Nogal Americano y metal, que son el complemento perfecto para el resto de sofás de la firma. Un diseño nacido en Jorge Herrera Studio que destaca por su sencillez y funcionalidad a través de un trabajo vanguardista y salpicado por colores vivos e impactantes, seña de identidad de Stratta.

El stand también ha contado con la exposición, por primera vez, de las colecciones "Wingchester", "Easy" y "Boo". Las tres familias de mobiliario se han mostrado por primera vez al público y siguen los pasos de "Block", "Strip" y "Next to me", que ya han recorrido algunos de los salones y ferias más importantes de Europa.

Wingchester; una colección de butaca, sofás y mesa/pouf.

Easy; una colección de butaca, mesas y camas de día.

Boo; una serie de elementos modulares compuesta por sofás, chaises longues, esquinas, conectores, mesas e islas que permite diversas composiciones.

Las tres colecciones son realizadas en espuma y recubiertas con piel de poliuretano, que permite el acabado en cualquier color y su uso indoor/outdoor.

Junto a las nuevas colecciones, Stratta ha presentado en Milán sus dos nuevos acabados y recubrimientos para sofás. Se trata del efecto Granito y Pearl Adamantium, dos nuevas opciones que se unen al amplio catálogo de acabados que Stratta pone a disposición de sus clientes.

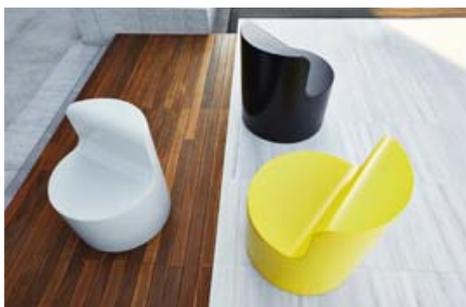
Además, Stratta amplía su gama de productos y materiales. Tras la apuesta por el poliuretano recubierto en sus primeras colecciones, Clip representa un paso adelante en el tratamiento de otras composiciones como, en este caso, el metal y la madera.

Es esta una apuesta firme por la ergonomía y la funcionalidad. Stratta es una gama de mobiliario blando creado a partir de coated foam, una composición única de espuma recubierta que confiere a los productos las más altas prestaciones en comodidad y vanguardia. Un catálogo inspirado en la innovación y modernidad para una colección de interior, exterior & contract.

Los muebles Stratta son una ingeniosa combinación de robustez y delicadeza. Cada pieza es sólida y compacta, como esculpida en piedra. Sin embargo, el tratamiento especial del poliuretano hace que sean blandos al tacto. Sus formas simples y redondeadas los hacen totalmente envolventes y adaptables al cuerpo, sin perder un ápice de su resistencia.



Wingchester.



Easy.



Boo.

Muebles pensados para disfrutarse en cualquier espacio, por ello cuentan con una membrana envolvente con protección UV específica. Así, se convierte el sol en un aliado para que Stratta pueda usarse en el exterior.

El agua tampoco es enemigo. La membrana que recubre los muebles Stratta esta fabricada por tres capas diferentes que aíslan el núcleo interior de espuma. Una "piel" resistente al agua y a la humedad que además hace muy sencilla su limpieza.

www.stratta.es
www.jorgeherrera.es

[inicio] [titulares de grupo]

Eloise eyewear, gafas con personalidad

La ilusión de una pareja de crear un proyecto vital-profesional común es lo que mueve a Tomeu y Anna (los protagonistas de la historia) a lanzar Eloise, la marca de gafas femenina inspirada por la creatividad, pasión y estilo de Eloisa, óptica de profesión y madre de Tomeu, quien ha cumplido durante más de 25 años con una de las misiones más difíciles en el mundo de la moda y el estilismo: dar siempre con la gafa perfecta para cada cliente.

Eloise es una nueva firma de gafas de pasta, graduadas y de sol, únicamente pensada para mujeres que acaba de lanzar su primera colección compuesta por 30 modelos, que destacan por la sutil fusión entre herencia y tendencia. Modelos que ya se comercializan en puntos de venta de toda España, y que próximamente darán su salto al mercado internacional.

La empresa Línea Diseño ha colaborado en el diseño de los primeros modelos y en el desarrollo de la identidad corporativa de la nueva marca. Para ello, el equipo de diseño llevó a cabo un estudio de las tendencias de un mercado tan cambiante, y presentó una serie de propuestas teniendo en cuenta el componente estético y sus posibilidades de fabricación. Todo ello siempre en estrecho contacto con la empresa que, como especialistas en el sector, han sido capaces de definir los modelos "que mejor sientan a la mujer". Además, se llevó a cabo una definición técnica de los primeros modelos, para adaptarlos a las posibilidades de fabricación de la empresa. Una elaboración artesanal de las gafas, que les permite trabajar con los materiales de proximidad, y conseguir el binomio perfecto entre diseño y precio asequible.

Además, se ha generado una identidad corporativa que transmite los valores y atributos propios de la marca: personalidad, carácter, femineidad, artesanía, y sobre todo la idea de que hay una experta detrás. Por ello se ha elegido un logotipo a modo de firma de autor, gestual, que transmite la idea de cercanía, de producto personal.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Modelo Buenos Aires.



Modelo Barcelona.

Eloise
SPECTACLES

La nueva identidad corporativa.

Araven diseña unos contenedores accesibles que pueden almacenar hasta 100 litros de productos a granel



Imagen de los productos en estantería.



Bodegón de productos accesibles.



Accesible 80-100 l. abierto.

La empresa aragonesa Araven, líder en productos para la hostelería, acaba de lanzar al mercado unos nuevos contenedores accesibles con una capacidad de hasta 100 litros. Están fabricados en material de polipropileno y polietileno, y son perfectos para la conservación de grandes cantidades de productos a granel como harina, azúcar o legumbres. Son transparentes y disponen de una amplia apertura que facilita el llenado y la extracción del producto. Asimismo, tienen una etiqueta permanente -"inomulding"-, de trazabilidad para una correcta gestión de identificación y control sobre el producto almacenado (origen, caducidad, etc.). Se marca con un rotulador especial de tinta no tóxica y en el proceso de lavado la tinta desaparece no siendo necesario pegar y despegar etiquetas de papel que dejan residuos antihigiénicos. Este sistema supone una de las grandes innovaciones de la compañía.

Hasta ahora, Araven disponía de contenedores accesibles con una capacidad de 7, 16 y 23 litros. Todos ellos son apilables y permiten acceder a los alimentos directamente, sin necesidad de mover el contenedor superior, gracias al diseño de la tapa, que se queda elevada en posición de apertura sin necesidad de sujetarla. Pero la empresa aragonesa ha ido un paso más allá para atender la demanda de almacenamiento de grandes cantidades. Así, ha puesto en el mercado los contenedores accesibles de 50, 80 y 100 litros.

El contenedor de 50 litros es también apilable y, al igual que el de 23 l., cuenta con el sistema de control de existencias F.I.F.O. ("First in, First Out"), recomendado por el estándar internacional de seguridad alimentaria APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico). Está diseñado con tapa de carga y descarga para un mayor control de las existencias, de forma que el primer alimento conservado es el primero consumido. Así se disminuyen las mermas en las materias primas y se asegura una perfecta rotación de las existencias.

Los contenedores de mayor capacidad (80 y 100 litros) tienen unas ruedas incorporadas de poliamida, muy resistentes, que facilitan el desplazamiento de la carga. A ella se accede mediante una tapa deslizante. Además, un clip garantiza el correcto cierre del contenedor.

Los nuevos accesibles de Araven conservan los alimentos con todas las garantías higiénico alimentarias, evitando su deterioro nocivo y protegiéndolos de la contaminación cruzada. Permiten optimizar el espacio de almacenamiento y conservación de los alimentos. Con su utilización, en economatos o zonas de almacenamiento en seco, las cocinas y obradores logran un doble objetivo: asegurar una calidad higiénico sanitaria óptima y reducir el nivel de mermas por deterioro de los alimentos.

El prestigioso cocinero Jesús Almagro destaca sobre ellos que "en los restaurantes se compran muchos productos a granel y los contenedores accesibles son perfectos para su conservación. Poder acceder al alimento con solo abrir la tapa de descarga nos da mucha funcionalidad en la cocina".

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

[inicio] [titulares de grupo]

Serie Cristal Balay



Cocina con productos de la Serie Cristal.

Balay, adaptándose a las últimas tendencias en diseño, ha presentado su Serie Cristal, con tres elegantes colores: blanco, gris y negro, jugando con los cromados para potenciar el efecto estético del cristal, con un atractivo diseño y las mejores prestaciones.

Para Balay, hablar de tecnología no está reñido con hablar de diseño y la calidad estética está de plena actualidad. Por ello, Balay se adapta ofreciendo una coordinación perfecta entre los electrodomésticos y la cocina, sin renunciar a la funcionalidad y a la tecnología.

Balay diseña y combina sin límites los electrodomésticos en la cocina: horno, microondas, módulo de calentamiento y campana, elegantes combinaciones que ofrecen ambientes distintos según las preferencias de cada cual. Además Balay utiliza un cristal de gran resistencia, fabricado con material de alta calidad que aporta gran durabilidad a los electrodomésticos.

Se trata de un acabado elegante y sofisticado con diferentes tamaños y modelos que permiten llevar a cabo las combinaciones más adecuadas en cada cocina ofreciendo calidad y funcionalidad en el mismo producto.

En Balay apuestan por este material para el diseño de las cocinas manteniendo y ampliando la gama de productos puestos siempre a disposición de los usuarios. Por ejemplo, la gama de hornos Serie Cristal de Balay ofrece una coordinación perfecta con otros electrodomésticos, un cristal resistente y fácil de limpiar y prestaciones que se adaptan a todas las necesidades, tales como limpieza pirolítica, apertura de carro y recetas automáticas.

Además, Balay incorpora la elegancia del cristal en una extensa gama de campanas que abarca variados modelos, medidas y colores, todo ello sin restar un ápice a su potencia, calidad y comodidad.

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

[inicio] [titulares de grupo]

Nuevos desarrollos de Tecco

EQUIPAMIENTO DIGITAL

Diseño y desarrollo de envolventes para pantalla plana de 47 pulgadas destinado a cartelería y señalética digital en zonas públicas, donde tanto reproductor como monitor y cableados no pueden estar expuestos a la vista.

Las carcasas aportan seguridad anti robo y anti vándalos, además de protección frente a inclemencias meteorológicas.

El método de apertura abatible facilita el mantenimiento del sistema. La versatilidad del producto permite la posibilidad de montaje sobre soporte o sobre pared.



Imagen del producto cerrado.

TÓTEM CONFIDENT, INFORMACIÓN DIGITAL INTERACTIVA

Dentro de la gama de Sistemas Interactivos Inteligentes de TECCO el modelo Confident nace, como indica su nombre, para aumentar la sensación de privacidad de uso. Por su forma y comodidad de manejo es más utilizado por los usuarios que otros formatos verticales.

Conjugando la comodidad de uso, el diseño estilista y la capacidad de interacción, el modelo Confident es el centro de atención de aquellos lugares en los que se instala.

Diseñado como un elemento de integración perfecta en ambientes modernos, este punto de información interactivo es un modelo especial para zonas de mucho tránsito, donde se requiere una aplicación que garantice el flujo de información adecuado a todo usuario que lo solicite.



Imagen del tótem Confident.

Integra una pantalla de 42" con tecnología de iluminación LED, un reproductor de contenidos con interactividad y conexiones remotas a través de Internet.

TÓTEM INTERACTIVO FLATSIGN

El tótem interactivo es la mejor alternativa de cartelería digital, sustituyendo a los sistemas clásicos y aportando total flexibilidad a la hora de ajustar programaciones y realizar cambios publicitarios a distancia. La utilización de pantallas táctiles permite al usuario interactuar con la información, ofreciendo un sistema óptimo como punto de información.

La empresa Tecco -Tecnología y control para la información, S.L.- lanza el nuevo tótem FS42 de TECCO diseñado con una perfilera especial y unos acabados llamativos que destaca por ello sobre sus predecesores. Sus frontales pasan de vidrio a metacrilato por ello es más ligero y fácil de transportar, sencillo de montar y reúne todo lo que se necesita para un buen Punto de Comunicación Digital Dinámica.

Los tres proyectos han sido desarrollados por Activa Design.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del tótem FlatSign.

Cazoleta dosificadora de agua para alimentación porcina



Imagen de la cazoleta dosificadora de agua.

En la pasada edición de la feria FIGAN 2015, Eurogan presentó una nueva cazoleta dosificadora de agua destinada al sector porcino, concretamente para la alimentación en instalaciones de cebo.

Fruto de una estrecha colaboración, este producto ha sido diseñado por AM Desarrollo.

Este tipo de productos sufren la continua agresividad de los cerdos, por lo que tradicionalmente se fabrican en acero inoxidable, ya sea mediante embutición, como por placas soldadas. Tanto el material como el proceso productivo hacen que estas piezas tengan un precio elevado.

El proyecto partió con la premisa de fabricar la nueva cazoleta en plástico, de modo que se pudiera hacer patente una reducción en costes. Por un lado el material plástico aporta una gran resistencia a la corrosión y humedad, pero por el contrario tiene menor resistencia a la agresividad de los cerdos.

En la pieza resultante se combina el uso de un material plástico reforzado con la geometría de la propia pieza, donde la carcasa frontal tiene una sección perimetral en forma de "V" invertida, de modo que aporta una doble pared e impide que los cerdos puedan morderla con fuerza.

Por otra parte permite regular la altura a la que se coloca el "chupete" que dosifica el agua.

La parte trasera se cierra con una tapa que además de impedir la entrada de suciedad, aporta un mejor apoyo en la pared donde se ancla.

La instalación se realiza desde la parte frontal, de un modo similar a los actuales productos, de forma que no se cambia la mecánica de instalación.

www.eurogan.com
www.amdesarrollo.com

[inicio] [titulares de grupo]

Enganches Aragón lanza una nueva gama para vehículos comerciales



Enganche extraíble de bola.



Suelos para vehículos comerciales.

Una de las grandes novedades de este año es que Enganches Aragón lanza una nueva gama para vehículos comerciales con barras, suelos, enganches y kits eléctricos para furgonetas.

Otra de las grandes novedades del Catálogo de Enganches es el cambio en el cabezal de los enganches extraíbles verticales. La bola XV es la evolución técnica y estética de su sistema SV. Se trata de un sistema extraíble vertical más cómodo, de mayor calidad y más fácil de montar y desmontar para los clientes. El director general de Enganches Aragón, Fernando Benito, explicó que "estamos convencidos de que será uno de nuestros éxitos comerciales en el mercado del enganche".

Además, a lo largo del 2015 sus enganches verán mejorada la pintura al ir recubiertos con una imprimación de zinc para cumplir así con los estándares más exigentes de la industria del automóvil.

En el Catálogo de TowCar se amplía la gama de los portabicis de bola, se presentan portabicicletas para bicicletas eléctricas, y se da a conocer el nuevo portamotos TowCar Cross para motos de Trial y el portaesquí de bola.

El nuevo Catálogo de Vehículos Comerciales incluye una gran variedad de enganches para furgonetas, suelos de madera para este tipo de vehículos y barras de techo para hacer más cómodo el trabajo de los profesionales del sector.

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

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

Nuevo grifo monomando

La empresa MZ del Río ha lanzado recientemente un nuevo producto al mercado. Se trata de un monomando de inodoro para el aseo personal y/o limpieza del inodoro, que presenta las siguientes ventajas:

- Agua fría y caliente, mediante un cartucho monomando.
- Sistema totalmente integrado en una sola pieza que alberga el mezclador, la ducha y el soporte.
- Fácil instalación mediante una base de preinstalación que va empotrada en la pared.
- Sistema preventivo para evitar dejar la presión en la ducha mientras no se utiliza.
- Ducha de latón con pulsador.
- Flexo ducha PVC higienizable, con sistema anti torsión.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del nuevo monomando.

Bisutería para San Fermín

En joyería Zayro han querido dar un enfoque diferente a la joyería, trabajando con nuevas tecnologías de diseño y de fabricación cad-cam, y terminando las piezas de una forma artesanal.

En este caso, a partir de un encargo de un cliente, se buscó la esencia de las líneas del modelo tradicional, y se desarrolló para un uso de joyería pero con un estilo más desenfadado.

Con un concepto más minimalista en cuanto a diseño, se le ha dado un acabado diferente en formas y materiales. Esta es en esencia la filosofía de trabajo de la empresa.

<http://joyeriazayro.com>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del desarrollo y el producto.

Natalia Rivera presenta nueva colección



El pasado febrero la diseñadora aragonesa Natalia Rivera presentó su colección llamada "The Trip" compuesta por 20 looks para la próxima temporada otoño/invierno '15 '16 en la pasarela Samsung EGO, enfocada a potenciar a los nuevos talentos del país dentro de la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid.

Natalia Rivera nació en Monzón, en 1984. Su primer contacto con el mundo de la moda fue durante su etapa londinense, ejerciendo de visual merchandising para marcas internacionales como Mango o Diesel y estudiando en el London College of Fashion.

Posteriormente decidió realizar sus estudios en diseño de moda en el Institut Català de la Moda de Barcelona, recibiendo la mención especial al mejor proyecto de su promoción en junio 2014. Ese mismo año también resulta finalista en la plataforma ModaFad dentro de la Barcelona 080 Fashion y es invitada a presentar su colección en Brighton Fashion Week (UK).

El próximo mes de mayo presentará de nuevo su colección como invitada internacional dentro de la pasarela Mercedes-Benz Fashion Weekend Varsovia.



Durante estos años ha trabajado mano a mano en los estudios de diseño de José Castro y Pablo Erroz, lo cual le ha dado la madurez y decisión para emprender la dirección artística de su propia marca.

"The Trip" es una colección que hace connotación al sentimiento de nostalgia y añoranza de un pasado viaje realizado en el trópico, recordándolo desde una lejana ubicación cubierta por el frío desde la cual se entrelaza esa doble sensación invernal y paradisíaca tropical.

En "The Trip" se muestran siluetas largas, oversize, contrastadas con prendas cortas haciendo un guiño a los noventa y con ello a ese sentimiento de nostalgia, cubiertas por suaves materiales como la lana y organza dando una oleada de sentimientos acompañados de diferentes texturas y recursos como el plisado, troquelado, lentejuelas, volúmenes... trabajadas sobre todo tipo de suaves tejidos como el paño, punto, algodón, piel y contrastado con tejidos tecnológicos y la utilización de una paleta de colores predominantemente pastel hacen llevarnos completamente a esa atmósfera de recuerdo y ensañación de un paradisíaco viaje en el trópico.



<http://nataliariverastudio.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

Algunos modelos de la colección.

Ana Rioja y Chocolate



Imagen de uno de los diseños de Ana Rioja.

La diseñadora aragonesa Ana Rioja acaba de celebrar su último estreno, fruto de una colaboración con Juan y Pedro, directores de la conocida firma zaragozana Chocolate. Se trata de la colección cápsula que incluye capas, chalecos y mucho punto, con un punto muy diferente.

Todo comenzó el pasado verano. La creadora tomó contacto con Juan y Pedro. Les mostró algunos de sus diseños. "Es mi ciudad y ellos aquí son un referente", explica la diseñadora. "En seguida, les gustó lo que les llevé y vieron que tenía salida comercial". Esta vez, la colaboración fue más allá. "Decidimos unir fuerzas en el proceso creativo, para hablar incluso de patrones, de tejidos..." El resultado es una serie innovadora en la forma (con prendas tan curiosas como un chaleco / vestido / capa) y en el fondo (mediante el uso de materiales reciclados en la confección, que se entremezclan con el punto).

"Para todos ha sido algo muy especial", explica Ana Rioja. Un peldaño más en el sueño de una creadora que apostó en el año 2004 por su vocación tardía y que se ha formado aquí y en Milán, diseñando sobre todo para otros, antes de iniciar su aventura personal. "Me quedé en paro y eso me obligó a emprender, a apostar por mis diseños", relata. Así dio el paso a crear su propio blog, que se convirtió en un primer escaparate a partir del 2011. Poco a poco, llegaron las alegrías. "Me di cuenta de que podía vivir de esto, de lo que más me gusta".

Su empeño le ha llevado incluso a mantener colaboraciones con rostros conocidos, como la modelo y bloguera Eugenia Silva. "Fui yo quien se puso en contacto con ella, porque quería que conociera mis prendas y así conseguí que ella se fijara en lo que yo hiciera, que lo luciera en su página y darle promoción a mi trabajo".

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

[inicio] [titulares de grupo]

Imagen de diseño de capa.



Powerback, basado en pila de combustible de hidrógeno para carretillas elevadoras



Carretilla con powerback de pila de hidrógeno.

El pasado año la Fundación Hidrógeno Aragón llevó a cabo un importantísimo avance en las tecnológicas del hidrógeno y pilas de combustible, la puesta en marcha de un powerpack basado en esta tecnología, diseñado y fabricado en dicha Fundación para su uso en flotas logísticas de carretillas elevadoras de baterías.

El powerpack desarrollado, consta de varios subsistemas: subsistema de suministro de aire (ventilador, compresor y humidificador), el subsistema de suministro de combustible (válvula de purga, ventilador de recirculación) y la electrónica de control (funcionamiento óptimo de la pila de combustible).

Este nuevo producto, solventa el principal problema de la movilidad eléctrica de baterías, que son los largos tiempos de recarga de las baterías y la escasa autonomía que presentan. Realizando la transformación de estas carretillas elevadoras de baterías a carretillas elevadoras con powerpack de pila de combustible de hidrógeno, estos problemas se ven solventados.

En un entorno logístico, donde la actividad es de turnos de 8 horas, los operarios de las carretillas logísticas deberán parar al menos una vez por turno para reemplazar las baterías por unas cargadas. Esto conlleva un tiempo no dedicado a la actividad logística de 15-30 minutos, más la inversión extra en otro pack de baterías por cada carretilla. En cambio, con una carretilla con powerpack de pila de combustible de hidrógeno, el tiempo de recarga es de 2-3 minutos y no se necesita ningún powerpack extra.

Por lo tanto, con este nuevo hito de la Fundación Hidrógeno, se reduce costes de operaciones logísticas, aumenta la productividad y se consigue una mayor rentabilidad.

<http://hidrogenoaragon.org/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la impresora 3D autoplegable.

Turtle Printer presenta la primera impresora 3D autoplegable del mundo en la 3DPrint Show de Madrid

La empresa Turtle 3D ha presentado dos modelos de las impresoras Turtle denominadas 'Lora' y 'Carey', en la 3D Print Show de Madrid. Dentro de la política de la compañía zaragozana se ha determinado la puesta en el mercado de máquinas con diversas características, incluso personalizables en colores y logotipos corporativos. Su sistema de impresión es por Fabricación de Filamento Fundido, incluso de materiales flexibles, con lo que están preparadas para cualquier reto que se proponga su usuario.

Lo más llamativo de las impresoras tridimensionales Turtle es que son autoplegables: "Conforme van trabajando se despliegan y al terminar o apagarla se pliega en el sentido del eje Z (arriba y abajo). Gracias a esto, hemos podido reducir en más de un 50% la altura total de la impresora con lo que se puede destinar tanto al mercado doméstico como profesional, como por ejemplo en estudios de arquitectura, diseñadores y otros sectores, ya que no ocupa un gran espacio de trabajo y se puede mantener sobre el escritorio", explica su creador Óscar Asiain.

Además dispone de nivelado de la superficie de impresión, puede usar todo tipo de materiales, incluidos los flexibles (en la versión directa) siempre que no precisen de cama caliente, que no se incorpora. También dispone de doble control de temperatura, lo que permite que la Turtle 3D pueda imprimir durante horas seguidas con total seguridad.

Según el director de Turtle 3D "en todos los modelos planteados se ha procurado un diseño con todo integrado dentro de la impresora, incluido los cartuchos de filamento, y además dispondrá de opciones de conexión Wifi y cámara para ver el estado de las impresiones. Usa software de preparación de la impresión de código abierto, como Cura o Slic3r y otros disponibles fácilmente descargándolos gratuitamente de Internet".

Turtle Printer espera que sus primeros modelos de la línea que han denominado 'Lora' estén listos para salir al mercado para el verano, en dos versiones: un modelo con unas medidas exteriores de 300x300x210 y una superficie de impresión de 130x200x135 milímetros, en su versión de extrusor directo y 200x200x135 en su versión disponible con 'bowden'; y también el modelo "Lora_S" con unas medidas exteriores de 250x250x170 milímetros y una superficie de impresión de 80x150x100, en su versión de extrusor directo, y 150x150x100 con 'bowden'. La carcasa se ha diseñado en aluminio anodizado, con chasis mixto aluminio-acero, y tendrá un ligerísimo peso estimado de 6 kilogramos.

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

[inicio] [titulares de grupo]

Investigadores y empresas se reúnen en Zaragoza para dar a conocer los últimos avances en envases que alargan la vida de los alimentos



Imagen del Foro Tecnológico y Empresarial.

La investigación y las aplicaciones de los envases activos que alargan la vida de los alimentos se presentaron en una nueva edición del Foro Tecnológico y Empresarial, organizado por el Instituto de Investigación en Ingeniería de Aragón (I3A), la Cátedra SAMCA de la Universidad de Zaragoza (EINA-I3A) y la Confederación de Empresarios de Aragón (CREA), que acogió el encuentro entre empresas e investigadores el pasado mes de noviembre.

Esta es una línea de investigación en la que la Universidad de Zaragoza trabaja intensamente y con distintas empresas del sector. Mantener los alimentos envasados en perfecto estado durante largo tiempo es una prioridad de la industria y de los consumidores. Pero conseguir este propósito sin añadir conservantes a los alimentos es un reto aún mayor. El desarrollo de nuevos materiales de envase, los denominados envases activos, permite este objetivo, ya que los conservantes y agentes protectores se incorporan al material del envase.

El Foro Tecnológico y Empresarial pretendía presentar algunos de estos nuevos materiales activos, como resultado de recientes investigaciones llevadas a cabo con éxito tanto en centros de investigación como en la industria. Este encuentro, ha sido una buena ocasión para conocer de primera mano el desarrollo, los materiales y las perspectivas de uso.

La conferencia de apertura la impartió Cristina Nerín, investigadora del I3A y catedrática de la Universidad de Zaragoza, explicando los materiales activos, el momento actual y su desarrollo en el futuro. Estuvo acompañada por el director general de Investigación e Innovación, Miguel Ángel García Muro.

La primera mesa redonda se centró en la I+D+i del envase activo. La selección de compuestos para el desarrollo de estos recipientes y la validación de su eficacia en el producto final, las estrategias para mejorar la seguridad de los alimentos y alargar su vida útil y los envases multifuncionales sostenibles y ligeros, a través de los proyectos europeos Dibbiopack y Freshbox. Participaron Noelia López, investigadora del departamento de I+D del Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA); Begonya Marcos, investigadora del programa de Tecnología Alimentaria, del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA), y Berta Gonzalvo, directora de I+D+i de AITIIP Centro Tecnológico.

La segunda mesa redonda, dedicada a las aplicaciones industriales de los envases, contó con María José Alfonso, responsable de I+D Packaging de Nurel Engineering Polymers; Ana Fernández, directora de Innovación de LINPAC; Raúl Sanz, director de Operaciones del grupo POLIBOL-BOLFOR, y Raúl Zorita, gerente de Ventas e Inmuebles en Aragón de LIDL. La mesa ha estado moderada por Miguel Ángel Caballero López, director general de Nurel Engineering Polymers.

Rafael Bilbao Duñabeitia, director de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura (EINA) de la Universidad de Zaragoza clausuró el encuentro.

<http://i3a.unizar.es/>
<https://eina.unizar.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Martín Resano y Luis Rello.

Hacer análisis en papel de filtro clínico podría evitar desplazamientos de los pacientes a los centros sanitarios

Investigadores del Instituto de Investigación en Ingeniería de Aragón (I3A) de la Universidad de Zaragoza y miembros del Servicio de Bioquímica del Hospital Universitario Miguel Servet trabajan en el desarrollo de métodos analíticos que evitarían desplazamientos de los pacientes a los centros sanitarios para realizar pruebas de sangre y orina. Su línea de investigación parte de la utilización del papel de filtro clínico que ya es usado para las pruebas de cribado neonatal de los recién nacidos.

El trabajo está dirigido por Martín Resano, director del Grupo de Investigación Métodos Rápidos de Análisis con Técnicas Espectroscópicas (MARTE) del I3A y por Luis Rello, del Servicio de Bioquímica del Hospital Universitario Miguel Servet, que aporta la parte de aplicación práctica y la experiencia en análisis clínicos al desarrollo de métodos que llevan a cabo los investigadores del I3A.

Las muestras de sangre seca recogidas en papel de filtro se obtienen aplicando una o varias gotas tras la punción en el talón de los recién nacidos o en el dedo de la mano, a edades más tardías, en papeles de filtro absorbentes especiales para ello. Esta muestra es la que se utiliza en los programas neonatales de detección de enfermedades metabólicas, la denominada "prueba del talón", que se realiza a todos los recién nacidos a las 48 horas de vida. La metodología tiene grandes ventajas en los bebés, ya que se necesita una cantidad muy pequeña de sangre, la punción con una lanceta del talón es más fácil y menos traumática que la recogida convencional de sangre venosa y puede ser realizada por personas sin un entrenamiento especial, como los propios padres.

Pero además, estas muestras, debido a una mayor estabilidad frente a las muestras líquidas, pueden ser enviadas al laboratorio dentro de un sobre, por correo ordinario. Según explica Luis Rello, "es un gran avance en el aspecto asistencial, ya que permite prepararlo en el hogar, por un familiar o el propio paciente, con lo que se mejora la calidad de vida de enfermos crónicos que necesitan controles frecuentes, la de las personas con movilidad reducida o la de aquellos que están postrados en cama, y se ayuda a reducir el número de visitas al centro sanitario o al laboratorio".

Esta línea de investigación es la base de la tesis doctoral de Luis Rello, químico del Hospital Universitario Miguel Servet, que ha recibido el Premio del Consejo Económico y Social de Aragón (CESA). A pesar del importante auge de la utilización de esta muestra en diferentes ámbitos del análisis clínico, por la determinación sobre la misma de metales, y a pesar de su interés clínico, "hasta la fecha había recibido muy poca atención, probablemente por la dificultad que supone el análisis de una muestra sólida como es el papel de filtro clínico", señala Luis Rello.

El aporte fundamental de esta tesis doctoral ha sido el desarrollo de métodos analíticos que permiten medir directamente los metales sobre las gotas de sangre u orina secadas en el papel de filtro, buscándose en todos los casos que la metodología de análisis fuese compatible con una recogida de la muestra en el hogar.

Dentro de los metales tóxicos se validó un método para la medida de plomo, ya que cada vez existen más evidencias de

que resulta sumamente dañino para el desarrollo del cerebro de los niños. Igualmente, la liberación de metales desde prótesis ortopédicas y su aumento en los fluidos biológicos, como sangre y orina, puede suponer el primer signo de que la prótesis está comenzando a fallar. Así, se desarrolló un método para la medida simultánea de titanio y molibdeno en orina depositada en papel de filtro.

A ello se suma el cobre, un metal muy importante para el ser humano y su medida en fluidos biológicos resulta definitiva para diagnosticar la enfermedad de Wilson, leve si se diagnostica tempranamente, pero que puede llegar a ser mortal si no se implanta un tratamiento adecuado. En este trabajo se desarrolló un método de análisis que permite discriminar variaciones en la composición del cobre entre enfermos de Wilson y neonatos, "lo que abre el camino a instaurar un método analítico que se pueda utilizar en el cribado neonatal de esta enfermedad, lo que hasta ahora no ha sido posible midiendo únicamente el contenido total de cobre", subrayan los investigadores.

El Consejo Económico y Social de Aragón otorga anualmente premios a trabajos de investigación o tesis doctorales concluidas a lo largo del año. Un reconocimiento que, en esta edición, ha recaído en esta tesis doctoral presentada por Luis Rello, "Análisis directo de sangre y orina depositada en papel de filtro clínico mediante técnicas atómicas mono y multielementales". El jurado ha valorado, sobre todo, su calidad científica, su interés social y económico y su aplicabilidad práctica, al avanzar en la línea de posibilitar la realización de análisis directos sin necesidad de desplazamiento a centros sanitarios.

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

[inicio] [titulares de grupo]

ITAINNOVA ha participado en la creación de LIMOWOOD, un nuevo material para muebles y revestimientos

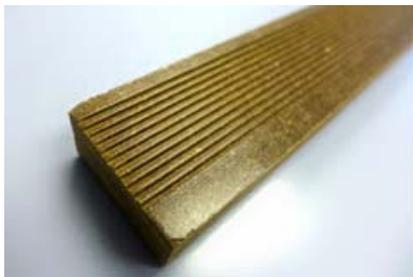


Imagen del LIMOWOOD.

Un nuevo material para muebles y revestimientos, resistente al fuego, a la humedad y los hongos, ha sido fruto de una investigación financiada por el VII Programa Marco de I+D de la Unión Europea (FP7), concretamente por la iniciativa Investigación en Beneficio de las PYMEs. En este proyecto, denominado LIMOWOOD, participan siete socios de cuatro países distintos. El Instituto Tecnológico de Aragón (ITAINNOVA), adscrito al Departamento de Industria e Innovación del Gobierno de Aragón, ha participado en la creación de este nuevo material.

A partir de restos de la industria de la madera y termoplásticos reciclados se ha logrado la obtención de un nuevo composite de plástico y madera (Wood Plastic Composite-WPC) con amplia aplicación en la fabricación de paneles para revestimientos y mobiliario de baño y cocina que aúna una mayor resistencia al fuego, a la humedad y a los hongos, al mismo tiempo que evita el empleo de recubrimientos y adhesivos químicos. El conocimiento adquirido en el proceso de investigación alcanzará también a otros sectores, ya que la demanda de WPC se está incrementando en todo el mundo para muy variados usos.

El proyecto europeo LIMOWOOD, financiado por la Comisión Europea dentro del VII Programa Marco de I+D dirigido a las pymes, ha conseguido un novedoso material avanzado con un precio de fabricación muy competitivo que cubre muy satisfactoriamente el vacío que en la actualidad existe entre el mobiliario de madera maciza pura y el de gama baja de escaso coste pero con duración y calidad muy limitados.

Tras 2 años de trabajo, el resultado de la investigación ha sido enormemente satisfactorio. Durante este periodo, se han realizado diversas pruebas con diferentes formulaciones químicas y proporciones de los componentes, para elegir la mejor combinación.

Gracias a este detallado estudio de productos retardantes de la llama y compuestos fungicidas, se ha conseguido la máxima clasificación en ensayos de resistencia al fuego, así como un buen comportamiento fungistático y fungicida. Asimismo, el material formulado destaca por su facilidad de uso en las tareas de mecanizado, serrado y ensamblado.

El material LIMOWOOD incluye un porcentaje considerable de material reciclado, tanto de la industria de la madera como del plástico, que constituye una contribución a la mejora de la sostenibilidad medioambiental. Su comportamiento al fuego permite sustituir materiales como el PVC. Además, se trata de una solución versátil que puede ser empleada en extrusión así como en la preparación de paneles por compresión.

Todo ello lo convierte en un innovador elemento perfectamente adecuado a los estándares actuales de la industria de fabricación de revestimientos y mobiliario, a la vez que impulsa el compromiso del sector con soluciones más ecológicas y saludables dando cumplimiento a las directivas europeas en la materia.

Las expectativas para la comercialización del producto son muy elevadas ya que el segmento al que afecta directa o indirectamente es muy amplio (hostelería, oficinas, educación,

espacios de trabajo, culturales, etcétera).

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

[inicio] [titulares de grupo]

El CIRCE impulsa el coche eléctrico con un nuevo cargador sin cables



Prototipo instalado en la sede del CIRCE.
Fuente: El Periódico de Aragón.

El Centro de Investigación de Recursos y Consumos Energéticos (CIRCE) sigue impulsando el coche eléctrico. De hecho, la carga por inducción y sin cables de este tipo de vehículos ya es una realidad gracias al proyecto europeo Unplugged, en el que participa el centro de la Universidad de Zaragoza. El resultado es un prototipo que se ha instalado en la sede del CIRCE, en el campus Río Ebro del barrio del Actur, y que está listo para dar el salto al mercado. "Si una empresa quisiera comercializarlo tendría que hacer muy poco porque está casi a punto", explica el director del área de integración de energías renovables del CIRCE, José Sanz.

Este innovador sistema, desarrollado durante los dos últimos años, es mucho más cómodo ya que no es necesario bajarse del vehículo durante la carga, además de que evita cualquier problema de vandalismo y reduce el impacto visual al tener los dispositivos "encapsulados" bajo el suelo. Según indica Sanz, el proyecto ha incluido dos tipos de carga: la lenta (de 3,7 kilovatios), con una duración de ocho horas, y la rápida (de hasta 50 kw), que permite recargar la batería en 20 minutos. "Este el sistema que ha diseñado el CIRCE y la verdad es que abre un abanico de posibilidades", destaca Sanz.

Así, esta tecnología se podría instalar bajo las paradas de autobús para que se recargaran mientras suben viajeros o incluso en carreteras para que los coches siguieran circulando sin detenerse. Eso sí, los vehículos deberán estar adaptados a este sistema de carga por inducción.

A pesar del parón que ha sufrido en España, Sanz confía en el futuro del coche eléctrico porque "es una necesidad". Además, lamenta que Zaragoza se está quedando "un poco atrás" ya que apenas hay puntos de recarga. "Otras ciudades nos sacan mucha ventaja", indica.

Fuente: El Periódico de Aragón.

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

[inicio] [titulares de grupo]

Cervezas Ambar renueva su identidad visual



Imagen de la presentación.



La nueva identidad corporativa.



La nueva botella de Ambar, junto a la anterior.

La cervecera aragonesa ha presentado este mes de abril la renovación de su identidad corporativa, un rediseño que acentúa la historia de la marca y los valores de la compañía. "Se trata de un paso adelante para la imagen de Ambar, que nos actualiza resaltando todavía más los puntos clave de la compañía: autenticidad y tradición en estado puro pero desde la modernidad", explica Enrique Torguet, director de Marketing y Comunicación.

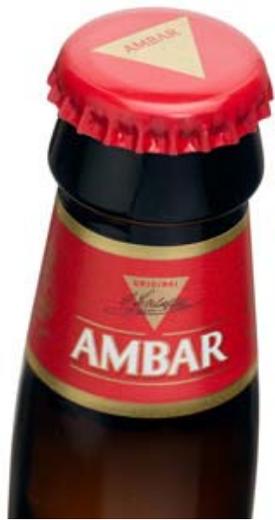
Es un rediseño que toma prestado algunos elementos que han formado parte de la centenaria vida de la empresa y que denotan también su sentido de pertenencia. El carácter independiente y el origen aragonés es resaltado en todos sus envases junto al año de fundación, 1900. Además, por primera vez se utiliza un icono de un triángulo dorado, recuperado de documentos históricos de la empresa, con la firma del primer maestro cervecero, el alemán Charles Schlaffer. "Es el sello de la garantía de nuestro saber hacer cervecero que ahora firma con maestría el barbastrense Antonio Fumanal", añade Torguet. "El triángulo tiene una gran fuerza y representa a los elementos básicos utilizados en la elaboración de la cerveza: agua, malta y lúpulo. O si se quiere, también, al territorio aragonés con sus tres provincias".

El cambio de identidad gráfica ha corrido a cargo de la consultora británica Claessens Internacional, empresa especializada en identidad corporativa de bebidas espirituosas y la adaptación y aplicación a cargo de los aragoneses Estudio Versus. La apuesta gráfica respeta por completo la identidad que ha tenido hasta ahora la marca, apostando por líneas más simples y respetando el color rojo característico de la marca. "No nos olvidamos del dorado que es vitalidad y optimismo, signo inequívoco de Ambar" remata Enrique Torguet.

El objetivo de esta nueva identidad visual corporativa es adaptarse al posicionamiento y a la envergadura de esta nueva etapa de la compañía que tendrá alcance nacional, destacando su compromiso por la calidad y la pasión por la cerveza siempre ligados a su condición de empresa independiente. A partir de ahora se abre un periodo de transición en el que irá apareciendo la nueva gráfica, y será a partir de junio cuando los consumidores encontrarán en sus neveras y establecimientos los nuevos envases.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Detalle de aplicación de la nueva marca.

Fontecabras. Rediseño de nueva marca



Botella con la nueva marca.

Rediseño de la marca Fontecabras y aplicación en diferentes soportes, desde la gama de envases de agua, papelería, nueva web, etc.

El proyecto se basa en redireccionar el antiguo aspecto de marca blanca a una nueva marca con posicionamiento de "líder", sin perder sus atributos de precio conveniente; la jerarquía de información dentro de sus propias etiquetas, y una nueva distribución de los elementos favorece los objetivos principales de la intervención.

Se consigue una mayor presencia en lineal de supermercado, que el producto sea más cercano y agradable al consumidor y que el público objetivo tenga una nueva percepción del producto, así como un posicionamiento de la marca más acorde a la calidad del agua de sus manantiales.

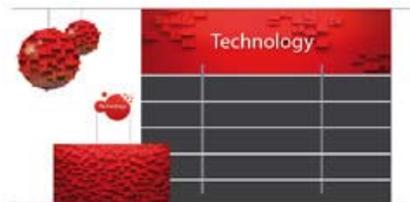
<http://fontecabras.es/>
<http://www.activa1.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

Diseño de layout para Imaginarium



Fondos para los distintos universos.



Universe Technology.

Diseño del nuevo layout de marca que identifique a sus universos de forma que mejore la experiencia de compra de los clientes en la tienda, indicando de una forma visual e intuitiva la categoría a la que pertenece cada producto.

Actualmente la oferta de Imaginarium cuenta con unas 2000 referencias. Contar con este nuevo layout acerca más y mejor los productos a sus clientes y les facilita la navegación por tienda, facilitando la orientación dentro del espacio de la misma. Un proyecto desarrollado por Essentia Creativa y Sumun para una de las empresas más internacionales de Aragón.

Cada Universo cuenta con una nueva identidad visual que refuerza su significado y valores, por medio de texturas y elementos visuales.

Universos Imaginarium:

- INFANT
- PLAY
- EXPRESION Y CREATIVIDAD
- SPORT
- TECHNOLOGY
- DISCOVERY

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

<http://essentiacreativa.es/>

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

[inicio] [titulares de grupo]

Caterina Diet

La empresa aragonesa Batidora de Ideas ha diseñado para Grupo Invicta, en colaboración con Cerouno Arquitectos, el establecimiento Caterina Diet, un espacio para comprar comida elaborada, o para tomar en el propio lugar. Comida sana, mediterránea, saludable, elaborada en las cocinas de Cores, en Cadrete.

Batidora de Ideas ha estado al cargo del concepto, los colores, ha diseñado muebles, seleccionado baldosas, lámparas y sillas.

También han creado la gráfica que aparece en tarjetas, etiquetas, flyers y vinilos de tienda, y diseñado tazas y delantales. Se han pintado con tiza directamente sobre las paredes frases alusivas al universo de la comida.

En el espacio se han cuidado al máximo los pequeños detalles: un mostrador con un hueco pasante, mesas de madera de roble y perfiles industriales, suelo de microcemento azul, máquinas enmarcadas en un mueble lacado, etc.

<http://www.caterinadiet.com>
<http://www.batidoradeideas.com/>
<http://www.cerouno.es>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la tarjeta del establecimiento.



Imagen del interior de Caterina Diet.

Cubo Diseño. Anuaría de Oro, al mejor PLV



Las etiquetas premiadas.



La organización de los Premios Anuaría 2014, Premios internacionales de diseño gráfico de España y Portugal han otorgado a la firma aragonesa Cubo el Premio Anuaría de Oro en la categoría "Premio Anuaría al mejor PLV" con el trabajo PLV Origami DI90.

El spot de la nueva plancha de inyección de Bosch, muestra una plancha potente y precisa capaz de planchar incluso un pavo real gigante de origami. Como apoyo a esta campaña, se diseñaron entre otras cosas, unas etiquetas origami. Se realizaron manualmente 3.000 etiquetas que colgaron de las planchas en los puntos de venta. Su tamaño y delicadeza no pasaron desapercibidas para el usuario.

Los Premios Anuaría se convocan desde 1994 y cuentan con el respaldo de un gran número de asociaciones y centros de diseño de España y Portugal. El jurado de los Premios Anuaría, formado exclusivamente por representantes de las asociaciones profesionales, se ha reunido y ha elegido los mejores trabajos de diseño gráfico de España y Portugal, en las categorías de packaging, PLV, identidad corporativa, publicidad, autopromoción, ilustraciones, logotipos, entre otras.

Los Premios Anuaría 2014 se entregaron en el Saló Graphispag 2015, el pasado mes de marzo.

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

[inicio] [titulares de grupo]

Harinas Polo, packaging gama Origen

Se presenta el proyecto de ampliación de la gama de productos de Harinas Polo. Para ello se utilizan los parámetros generales de los envases de la empresa, desarrollando una línea que pueda tener una identidad propia. Estas pautas fueron establecidas anteriormente en el diseño de toda la gama de packaging de Harinas Polo desarrollado por Activa Diseño.

La línea Origen concentra las harinas más tradicionales, con procesos de elaboración artesanales. Esta línea tiene una gran variedad de harinas con poco volumen de venta, por lo que se propuso la utilización de un único saco para todas ellas. El material es de papel Kraft marrón, un sello a modo de grabado, detalles de la tipografía y la marca Harinas Polo con aspecto roto para darle esta apariencia clásica.

Por otro lado, se han desarrollado fichas con la denominación individualizada de cada tipo de harina que contiene el saco, añadiéndole un código cromático para su diferenciación, y cosida en la parte superior. Estas decisiones han dado como resultado unos envases con personalidad propia y diferenciados entre sí, más un ahorro considerable.

Para fortalecer el mensaje de producto tradicional, se usa una imagen sugerente de la empresa en los años de su fundación, la misma imagen que se usó en el diseño de la sala polivalente y que otorga los valores típicos de la empresa como solidez, confianza y atemporalidad.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de uno de los sacos.



Sello a modo de grabado.

Hidrobiology. Packaging para Control Biológico de Plagas



Hidrobiology Packaging.



Hidrobiology PLV.

Diseño de packaging para la distribución de insectos

Una de las cuestiones planteadas en el proyecto, era el tamaño de las larvas que contiene el envase, al ser de un tamaño tan pequeño, cualquier fisura o dobléz en los pliegos podía ser una vía de escape para éstas, por lo que el troquel debía ser muy preciso.

La solapa que sirve de cierre de la caja, es a la vez el tejadillo que evita la posible entrada de agua de lluvia y protege del sol. Una ventana permite comprobar visualmente el estado de los insectos durante todo el ciclo, desde que son introducidos en el laboratorio hasta su liberación. Las larvas salen al quitar el adhesivo transparente, y de esta manera sólo queda una caja de cartón biodegradable, respetuoso con el medio ambiente y no contaminante.

Diseño de PLV para punto de venta en tienda

El diseño del troquel y la gráfica va en función del uso real de los productos de Hidrobiology, en este caso se simula un árbol. Troquelado sobre cartón alveolar, se incide en la idea de compromiso con el medio ambiente que tiene Hidrobiology como filosofía de empresa, a la vez que se ofrece el producto de una manera diferente y atractiva.

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

[inicio] [titulares de grupo]

El primer dulce de Enate, el primer dulce de la D.O. Somontano

Tras varios años acercándose a la realidad de este proyecto, esta golosina de Enate tomó forma en un producto que vio la luz hace unos meses.

De la variedad 100% Gewürztraminer, sobremadurado de la parcela 230 de Enate, es un vino marcado por recuerdos a miel, fruta escarchada y notas florales cítricas. Este intenso carácter varietal es reforzado con las notas tostadas y especiadas que aporta la bodega. Degustado bien frío, en torno a 6°C, se presenta en formato de botella de medio litro y marida a la perfección con el foie-gras y quesos azules, al mismo tiempo que es ideal para postres y para realizar las macedonias de frutas.

En el diseño de la etiqueta se ha incluido un cuadro del artista zaragozano Ignacio Mayayo. Este artista nació en Layana (Zaragoza) en 1953. Estudió Arquitectura Técnica en Burgos, y sus primeras obras son de clara influencia surrealista. Su obra plástica evoluciona a partir de 1983, momento en el que abandona el surrealismo y se encamina hacia el realismo naturalista, utilizando como técnica principal el óleo sobre lienzo, sin abandonar su interés por el dibujo y la obra gráfica.

Excelente dibujante, la obra que ilustra la etiqueta "Membrillos" es un dibujo a lápiz, sistema de expresión propia de Mayayo: "un arte superior, al que has de dedicarle mucho más tiempo... pues dibujar me resulta un placer automático, que requiere para mi menos trabajo y me fluye de una manera más natural".



Imagen de la botella y etiqueta.

<http://enate.es/>
<http://ignaciomayayo.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de una de las tres variedades.

Bodegas Pirineos presenta sus nuevos vinos

Bodegas Pirineos, perteneciente a la D.O. Somontano, ha lanzado tres nuevos vinos que simbolizan la auténtica esencia de esta bodega y su vinculación con el territorio. Valores trascendentales del entorno de Somontano como el viñedo, el microclima, la diversidad, la tradición vitivinícola y su arte han estado unidos desde sus inicios a Bodegas Pirineos, y es éste ímpetu profundo de la naturaleza el que constituye la imagen a percibir de esta nueva gama de vinos.

El proyecto de diseño ha sido desarrollado por el Estudio Moruba y consiste en un rediseño total, un nuevo planteamiento visual fuertemente arraigado al origen y la esencia de la bodega, su entorno y sus gentes. Cuando la empresa abordó el proyecto entendió que la imagen a percibir necesitaba un cambio importante, un cambio que ayudara a entender el producto, a entender su procedencia y su elaboración, unos vinos contemporáneos pero con un origen marcado como es el Somontano.

El caballo es el icono de marca de las bodegas, y ya lo empleaban en el packaging a modo de logotipo, de una forma poco relevante, sin explotar la fuerza visual que en este caso se consigue con la fotografía. El caballo resume muy bien la esencia del Somontano, es una metáfora visual de la naturaleza y su relación con el hombre, como este ha tenido que esforzarse para trabajarla y sacar sus frutos en condiciones complejas. Por ello en las etiquetas puede verse este caballo que aparece imponente mientras se deja acariciar por el hombre que consciente de su dimensión lo acaricia y convive con el en armonía, hombre y naturaleza.

"Hay un ímpetu profundo en la naturaleza. Como un animal indómito y noble que, a veces, nos es permitido atraer y moldear. Pirineos da forma y expresión a la bravura audaz del Somontano".

<http://barbadillo.com/empresas/pirineos>
<http://moruba.es>

[inicio] [titulares de grupo]

Sesión de fotografía para las nuevas etiquetas.





Nueva identidad corporativa.



Imágenes del catálogo cerrado y abierto..

Diseño de identidad corporativa para Citelia

El trabajo de diseño ha consistido en la creación de marca para el Cluster de empresas de telecomunicaciones de España, diseño de la estrategia de marca y de la identidad gráfica, así como su aplicación a elementos de comunicación como la página web, papelería comercial y catálogo corporativo.

El nuevo Cluster buscó una propuesta sólida y con un alta especialización en marketing on-line y off-line y así confió en el equipo de Sumun y Essentia Creativa.

Los objetivos del nuevo proyecto eran:

- Transmitir valores como tecnología, innovación, orientación al cliente, servicio, fiabilidad, calidad y compromiso.
- Diferenciación y captación de clientes.
- Apoyar el plan estratégico alineándolo con la imagen.
- Creación de herramientas de marketing on-line
- Creación de herramientas de marketing of-line.

Los puntos de actuación y análisis fueron:

- Diseño de la estrategia de marca y el de un claim de marca que recogiera su posicionamiento diferencial.
- Creación de logotipo.
- Registro de nombre y marca.
- Tipografía y análisis cromático.
- Aplicación de la identidad visual.
- Manual de identidad visual.

<http://citelia.es/>
<http://essentiacreativa.es/>
<http://www.sumun.net/>

[inicio] [titulares de grupo]

Ingoa Running

Ingoa Running es la comunidad de los runners y las personas que creen que un mundo mejor es posible. La energía positiva que se genera con el running, Ingoa la transforma en energía real para reducir el índice de pobreza energética mundial, con la colaboración de personas y empresas socialmente responsables que harán posibles estas causas solidarias.

Todos los miembros de esta comunidad comparten los valores con los que Ingoa se identifica: pasión, solidaridad, sencillez, esfuerzo, superación y, sobre todo, la positividad a la hora de afrontar y desempeñar cualquier reto.

Un proyecto emprendedor que ha confiado en el equipo formado por Sumun y Essentia Creativa.

Trabajaron junto a sus promotores en cómo convertir la idea y su filosofía en realidad, cómo crear una marca fuerte, buscando un posicionamiento diferencial frente a la competencia, muy fuerte a nivel nacional. Para ello se definió su estrategia de marca, su posicionamiento y la estrategia de comunicación. Al tiempo que se creaba la identidad corporativa, su logotipo, su nueva web, el dorsal virtual y por último ese gran claim de marca "Corre por un mundo mejor" que sintetiza muy bien todo el proyecto.

Ingoa trabaja para que entre todos podamos cambiar el mundo, empezando por que las personas a las que va a ayudar se sientan mejor.

<http://www.ingoarunning.com/>
<http://essentiacreativa.es/>
<http://www.sumun.net/>

[inicio] [titulares de grupo]



Marca y versiones.

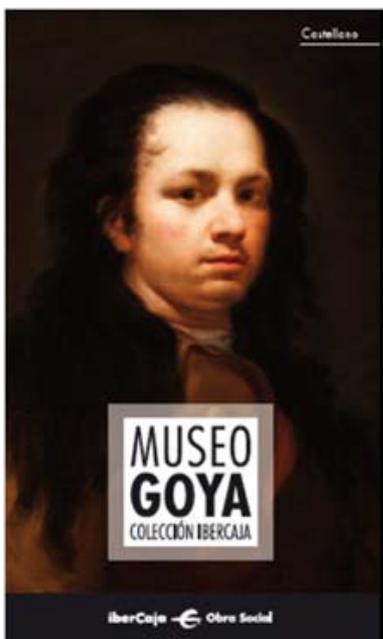


Imagen de la home de la web.

Se abre el nuevo Museo Goya Colección Ibercaja



La nueva identidad corporativa del Museo.



Aplicación a portada de folleto.



Imagen de la recepción del Museo.



Elementos de señalización.

El pasado mes de febrero abrió sus puertas de nuevo el Museo Ibercaja Camón Aznar de Zaragoza, después de una remodelación, esta vez como Museo Goya Colección Ibercaja. El Museo es fruto de la vocación de la Fundación Ibercaja por la conservación del patrimonio, seña de identidad de la institución, que se expresa en el afán por difundir y estudiar la figura de Goya. El museo ha reabierto con sus fondos artísticos enriquecidos y un discurso expositivo renovado para convertirlo en el centro de referencia de la obra de Goya en Aragón. Alberga ahora 500 obras, de las que 39 son nuevas incorporaciones. En la colección destacan las 15 obras del pintor, más las colecciones completas de los grabados, acompañadas de una pléyade de piezas de autores anteriores, coetáneos y posteriores al artista de Fuendetodos para ofrecer una lectura histórica de su aportación a la historia del arte.

Además, el museo completa su oferta a los visitantes con nuevos medios tecnológicos: audioguías y tabletas que contienen explicaciones detalladas de más de 300 obras relevantes en español, inglés y francés. Para esta reapertura se ha llevado a cabo una profunda remodelación durante los últimos meses, que ha incluido el cambio de nombre e identidad del espacio, la reorganización de salas, nuevo mobiliario expositivo y soportes interactivos, y la realización de dos audiovisuales.

La empresa aragonesa Línea Diseño ha colaborado en el diseño de la nueva identidad corporativa, en el diseño gráfico de soportes explicativos, diseño industrial de mobiliario, y señalización, entre otros aspectos.

Respecto a la nueva identidad del Museo, se ha tratado de poner el peso en lo más importante, la palabra Goya, que refleja el nuevo espíritu del discurso expositivo, centrado en la figura del pintor aragonés. Para ello se ha trabajado en los tamaños de las tipografías, formando una composición cuadrada, que queda enmarcada (al igual que los cuadros). Los colores elegidos para su aplicación son blanco y negro, haciendo referencia a la técnica del grabado, representativa de la obra expuesta. Además, la nueva identidad se relaciona mediante la forma y tipografía con la de otros espacios patrimoniales de Ibercaja. Esta nueva identidad se ha aplicado a lonas, carteles, folletos y otros soportes gráficos de comunicación. Destaca el diseño de la señalización del espacio, mediante paneles de DM fresado y lacado, que se integran con las paredes, y un diseño muy claro y funcional. La identificación de las salas se realiza mediante letras corpóreas del mismo color que la pared y textos en vinilo, con una imagen sobria y elegante, en la línea de tendencias actuales en espacios patrimoniales.

Por otro lado, el diseño de mobiliario ha tratado de ser respetuoso con el edificio, un palacio renacentista, con elementos discretos, adaptados al espacio disponible, y que tienen en cuenta criterios ergonómicos y de accesibilidad. Los materiales utilizados se integran también con los colores y acabados ya existentes, generando una imagen global coherente.

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

[inicio] [titulares de grupo]

Introducción a las salas del Museo.



Cartel Bodas de Isabel de Segura, Teruel



Imagen del cartel ganador.

Un portugués, Ávaro Miguel Vieira, ha ganado por primera vez el concurso de diseño del cartel de las Bodas de Isabel de Segura, con "El amor de la muerte". Nacido en Oporto, reside en Santa María da Feira (Portugal). Sus inicios en el campo del diseño se remontan a 1988, realizando trabajos en una conocida agencia de publicidad. Después de este trabajo permaneció colaborando varios años como diseñador en una empresa de construcción de stands para ferias internacionales.

Hoy en día realiza diferentes trabajos de interiores, comunicación, diseño de proyectos de señalética y otros soportes expositivos, siendo los museos portugueses y las exposiciones temporales los lugares donde más trabajos realiza. El autor después de decidir presentarse al concurso se informó de la historia de las Bodas de Isabel, inspirándose se sintió transportado a una película de Visconti y es por ese motivo por el que decidió realizar un cartel inspirado en un plano de cine.

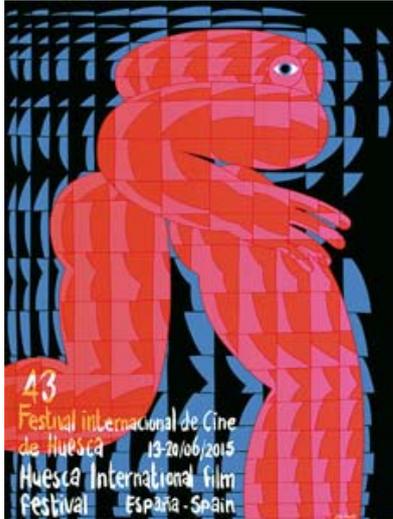
En segundo lugar, se seleccionó la obra de Amparo Primo. Licenciada en Bellas Artes, especialidad de pintura, Universidad Complutense de Madrid. Profesora de Artes Plásticas y Diseño en la especialidad de Medios Informáticos y TIC en la Escuela de Arte de Teruel. Coordina el "Seminario de Dibujo del Natural para profesores" con blog desde el CIFE de Teruel con un grupo de dibujantes.

El trabajo elegido por el jurado como tercer puesto es el de Rubén Lucas García, procedente de Murcia.

<http://www.huesca-filmfestival.com/>
<http://www.zeloot.nl/>

[inicio] [titulares de grupo]

La ilustradora holandesa Zeelot firma el cartel del Festival de Cine de Huesca



Cartel de la 43ª edición. Diseño: Zeelot

La personificación de la imagen en movimiento del cine a través de la psicodelia sirve de base para la creación del cartel de la 43 edición del Festival Internacional de Cine de Huesca. La obra realizada por la prestigiosa ilustradora holandesa Zeelot, se presentó el 8 de abril y será la imagen central del certamen altoaragonés que se celebrará del 13 al 20 de junio.

Se trata de un cartel en el que, en palabras de la propia artista, ha buscado este efecto "haciendo un personaje que sugiere movimiento tanto por su postura como por el patrón de las tramas". La imagen se convierte así en el eje visual de la próxima edición del festival y toma el testigo de anteriores trabajos que acumulan reconocimientos internacionales y gran aceptación popular.

<http://www.huesca-filmfestival.com/>
<http://www.zeeloot.nl/>

[inicio] [titulares de grupo]

Nueva sede del Colegio de Decoradores y Diseñadores de Interior de Aragón



Imagen de la nueva sede.

El Colegio de Decoradores y Diseñadores de Interior de Aragón estrena, tras muchos esfuerzos, una nueva sede representativa.

Un espacio amplio, luminoso, bien situado y muy bien comunicado que se ha pretendido hacer acogedor y dado que esa es su especialidad, ha sido el resultado.

Dada la coyuntura social general, se ha contado con medios escasos y aunque se podría haber hecho más, se ha aprovechado lo disponible, gracias a las empresas asociadas al diseño que han colaborado desinteresadamente, sacándole el máximo partido.

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

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

Believe in Art en el Hospital Infantil Miguel Servet



Imagen de la intervención de BetiTiz.



Intervención de Beatriz Entralgo.



Intervención de Blanca Bk.

Believe in Art es una asociación cultural sin ánimo de lucro, que tiene por objetivo introducir la creación artística en el ámbito del Hospital Infantil, con la intención de contribuir a la mejora del día a día de quienes padecen ingresos de larga estancia. Está formado por médicos, enfermeras, artistas, profesores, gestores culturales, pacientes, familiares y cualquier persona que quiera colaborar con M.^a Luisa Grau y Beatriz Lucea, quienes fundaron esta asociación hace un par de años tras conocer la vinculación que existe entre arte y salud.

La creatividad es la herramienta con la que los niños descubren el mundo que les rodea, esencial para su desarrollo personal, sin embargo, todo ese torrente de imaginación se ve truncado cuando surgen problemas de salud. Es entonces, cuando las circunstancias hacen que todos los esfuerzos se centren en el aspecto sanitario, olvidando las necesidades creativas de los niños, más importantes ahora, aún si cabe.

Agnes Daroca, Arantxa Recio, Coco Escribano, David Guirao, Gema Rupérez, Julio Antonio Blasco, Noemí Calvo, Sergio Muro, Pedro Anguila & Pedro Etura, Estefanía Abad, Gabriela Mallea y Lorena Domingo son artistas que, hasta el momento, han personalizado las habitaciones del Hospital Infantil.

Tras el conjunto de once intervenciones artísticas realizadas en las habitaciones del Área de Cirugía Pediátrica del Hospital Infantil Miguel Servet, ha llegado el turno del Área de Oncopediatría, donde Believe in Art, por invitación de ASPANOA, está llevando a cabo una labor de comisariado de intervenciones murales en las distintas habitaciones y espacios comunes surgidos tras la renovación de las instalaciones de esta área.

¿Cuál ha sido el hilo conductor? Nada más y nada menos que llevar la naturaleza, el color y la vida del Parque Grande (Parque José Antonio Labordeta) que se ve desde todas las habitaciones del área al espacio cerrado del hospital. Concretamente, el proyecto se está realizando en dos etapas; la primera corresponde a las intervenciones de Beatriz Entralgo en las salas de ocio infantil y juvenil así como en el hospital de día y de Blanca Bk en los pasillos, ambas llevadas a cabo durante el periodo de Navidad y como regalo a los niños ingresados por parte de ASPANOA y Believe in Art.

La segunda fase está en pleno proceso creativo y alcanzará a todas y cada una de las habitaciones de la planta de oncopediatría. Los artistas elegidos hasta este momento para esta acción son: BetiTiz (ya finalizada) Sofía Basterra Burns, Ana Valderrama, Beatriz Barbero, Marta Cotelo y el recientemente premiado por la AACAA como mejor artista joven aragonés Víctor Solana.

El trabajo de todo el equipo de Believe in Art es siempre voluntario. Believe in Art es un proyecto "de por vida" lo cual quiere decir que después de estas áreas vendrán otras, y otras, y otras... de la mano, siempre, de artistas de diferentes disciplinas que quieran sumarse a nuestra iniciativa.

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

[inicio] [titulares de grupo]

Tecnologías Audiovisuales y Multimedia, incorporadas a la vida diaria



El equipo trabajando con la realidad aumentada.



App del Festival de Arte Urbano Asalto.

Incorporar la tecnología al día a día, a los entornos urbanos, al turismo o a la educación es el objetivo del proyecto de investigación Tecnologías Audiovisuales y Multimodales Avanzadas (TAMA), cuyos resultados dejan la creación de diferentes aplicaciones de realidad aumentada.

Durante dos años, científicos del Instituto de Investigación en Ingeniería de Aragón (I3A) han aglutinado en torno a las tecnologías audiovisuales y multimedia a diferentes grupos de investigación que trabajan en cuestiones como la visión por computador, el procesamiento de imagen y del habla, las infografías o la robótica.

El I3A recoge en un vídeo el trabajo de estos investigadores y los resultados, como la App del Festival de Arte Urbano Asalto, las recreaciones de diferentes monumentos de Teruel o de Zaragoza, el mapa turístico de Huesca o la interacción sonora sobre la fachada del Museo del Foro Romano en la capital aragonesa.

En este sentido, el objetivo del proyecto TAMA, financiado por el Gobierno de Aragón, ha sido integrar las diferentes tecnologías para insertar elementos virtuales dentro de la escena real que capta la cámara de un dispositivo. Para generar las aplicaciones que pueden ser útiles para la vida diaria, es necesaria la confluencia de diferentes ámbitos científicos como la visión por computador, los gráficos por ordenador o la generación de mapas de profundidad.

<http://i3a.unizar.es/>
ver vídeo

[inicio] [titulares de grupo]

VII Semana del Diseño en la EINA: Diseño y Empleo

El pasado mes de marzo se celebró una nueva edición de la Semana del diseño en la EINA, con el tema Diseño y Empleo.

En esta ocasión se debatió acerca de las oportunidades de empleo que tienen los egresados y profesionales del mundo de la ingeniería en diseño, de cómo acceder en las mejores condiciones al mercado laboral, de qué demandan los posibles empleadores o de cómo generar dinámicas de autoempleo.

Por el Salón de Actos del Ada Byron pasaron egresados, responsables de empresa, contratadores, profesionales del diseño y promotores de diferentes programas de emprendimiento.

<https://eina.unizar.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel del evento.

CMYK-EVENT Feria de Diseño



Colección Camomilla. Elia Fecé.
Alumna 4º Diseño de Moda.

El pasado mes de febrero, el Centro Superior de Diseño Hacer Creativo, celebró el CMYK-EVENT, 1ª Feria del Diseño en la escuela, con el objetivo principal de ofrecer visibilidad a todos aquellos creadores procedentes del ámbito del diseño que apuestan por el producto singular y el emprendimiento en el ámbito creativo, y que están vinculados con su centro de uno u otro modo.

La feria, celebrada los días 6,7 y 8 de febrero en la Carpa Van Sisters en el centro comercial de Puerto Venecia, se inauguró con CMYK-LA GALA, evento anual en el que los alumnos de cuarto curso del Grado en Diseño muestran su trabajo en un proyecto interdisciplinar en el que participan todas las especialidades (moda, gráfico, interiores y producto) fomentando una visión del diseño global y la necesidad de trabajo conjunto para desarrollar los proyectos de una manera eficaz.

Durante el fin de semana tuvo lugar el CMYK-MARKET, adaptando el diseño planteado para el evento nocturno, dedicado a la simbología del color, a un recorrido al estilo más europeo del street market; el mobiliario cedido por La Prendería, encuadró la imagen moderna y atractiva de los colaboradores.

Alumnos y ex-alumnos como Jesana Motilva con su nueva marca Miaw, Quiao Mei, Raquel Gálvez, Caelia Rebanal y Pilar Sicilia; los negocios más creativos como 2/4 Comunicación, Tintaentera, Victoriae, RamaLama, Pröko y la tienda Canalla, ofrecieron diseño por unas horas, todo amenizado por las Holy Piña Djs, que completaron las jornadas.

CICLO DE MESAS-REDONDAS

"Cuando la idea se hizo negocio ..." Pensado especialmente para fomentar proyectos de futuro en los jóvenes diseñadores, el Centro Superior de Diseño Hacer Creativo ha diseñado un ciclo de mesas redondas donde se puedan conocer las claves de diferentes profesionales del diseño cuando plantearon las bases de sus negocios.

Las fechas más próximas son las siguientes:

13 mayo. 19,00 h. RAMALAMA. La clave está en la pajarita.
27 mayo. 19,00 h. CANALLA. Corred, corred malditos ...

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

[inicio] [titulares de grupo]



La tinta es futuro. TINTAENTERA.

ENCUENTRAZOS 2015

Durante los días 12 y 13 de marzo tuvo lugar ENCUENTRAZOS 2015, organizado por la Escuela de Arte de Zaragoza y la Escuela Superior de Diseño de Aragón, en colaboración con Etopía.

Encuentrazos 2015 es el tercer encuentro de ámbito estatal, entre profesionales de diversas ramas de la ilustración y el diseño gráfico con alumnos y profesores de Escuelas de Arte y Escuelas Superiores de Diseño. A dichas jornadas asistieron 350 personas, procedentes de Escuelas de arte y diseño de Huesca, Soria, Vitoria, Murcia, Barcelona, Logroño y Madrid.

El primer día se dedicó a ilustradores y diseñadores que trabajan en solitario, y el segundo día a estudios y trabajo en equipo. La primera mañana se dedicó a la ilustración para niños.

La primera conferencia corrió a cargo de Guridi. Este ilustrador habló de su experiencia y trayectoria personal y explicó su manera de enfrentarse al trabajo de creación artística desde una economía de medios formales y plásticos. Expuso los principales puntos a tener en cuenta para el desarrollo de un proyecto de ilustración infantil.



El ilustrador Guridi y Lidia Sarria.



Imagen del público asistente.

A continuación tuvo lugar la lectura del fallo del III Premio Apila Primera Impresión y la inauguración de la exposición de originales de los álbumes seleccionados en el mismo. Este premio organizado por la Editorial Apila en colaboración con la Escuela de Arte está dirigido a ilustradores noveles procedentes de Escuelas de Arte y Diseño de toda España.

La siguiente conferenciante fue Dalia Adillon. Esta joven ilustradora fue ganadora de la anterior edición del Premio Apila Primera Impresión. Dalia Adillon explicó con todo detalle su experiencia desde la Escuela de Ilustración Massana de Barcelona al mundo profesional y cómo un proyecto de final de carrera puede convertirse en el proyecto que te abra las puertas a trabajos posteriores. Explicó su trayectoria desde la recepción del premio hasta el momento actual y explicó las dificultades para entrar en el mundo laboral y el papel del ilustrador y del editor en las relaciones profesionales.

La jornada se reinició por la tarde con una primera sesión dedicada al diseño gráfico editorial con el diseñador Pep Montserrat. Su conferencia se centró en el trabajo del diseñador gráfico dentro de un campo muy variado: el sector editorial. Mostró su trabajo en prensa y sus ilustraciones para libros explicando sus premisas a la hora de afrontar un trabajo. En su ponencia habló del papel del profesorado de Artes Plásticas y Diseño en la formación de nuevos profesionales y de la necesidad de vincular profesorado y escuelas con el mundo real laboral.



Pep Montserrat durante su charla.

Al término de la conferencia los profesores y alumnos inscritos acudieron a la presentación del libro de Daniel Nesquens y Edu Flores "La madre de Jack" y a una exposición de libros ilustrados y de diseño gráfico en la librería gráfica El Armadillo Ilustrado.

Tras un breve descanso se reanudó la actividad en una sesión nocturna de ilustración en vivo. El grupo musical Uniforma Motion, compuesto por cinco diseñadores gráficos de Burdeos mostraron su trabajo de ilustración acompañado de música en vivo. A continuación tuvo lugar una exhibición de graffiti en directo de la mano de la artista Chikita. Se presentaron así dos



Concierto de Uniform Motion.



Imagen del público asistente.

propuestas muy diferentes entre sí para mostrar las posibilidades de la ilustración artística como forma de espectáculo cultural. Nuevos sistemas de difusión del trabajo de ilustradores y diseñadores a través de cauces poco ortodoxos. La importancia de la inmediatez y del contacto directo con el posible cliente mediante sistemas de difusión alternativos.

La segunda jornada se dedicó por la mañana al diseño gráfico de identidad y comunicación. La primera conferencia corrió a cargo de Montalban Estudio. Su ponencia se centró en la organización del trabajo en equipo y en la experiencia personal dentro del campo del diseño gráfico de identidad y comunicación.

A continuación tuvo lugar una conferencia a cargo de Conspiracy Studio. Uno de sus miembros, Cristian Beltri, fue el encargado de explicar el quehacer de su estudio gráfico y el proceso desde un pequeño estudio dedicado a la gráfica de skates y camisetas al salto que supuso el contacto con grandes clientes y la realización de trabajos para grandes firmas como BMV o Desigual.

La tarde se dedicó a la ilustración y el diseño gráfico de animación. En un escenario diferente al resto de las charlas, el salón de actos de Etopía tuvo lugar la charla de tres miembros del estudio United Fakes. Su conferencia versó sobre el trabajo multidisciplinar necesario para llevar a cabo un trabajo de animación. Mostrando los making off de sus trabajos presentaron a los asistentes el proceso de trabajo que lleva un proyecto de animación. Desde la elaboración de story board, la creación de sets, la iluminación, etc, hasta el rodaje y el trabajo de realización final.

Al finalizar la ponencia tuvo lugar como colofón del encuentro una proyección en la pantalla de leds de la fachada de Etopía de trabajos de United Fakes y de animaciones creadas previamente por alumnos de la Escuela de Arte y de la Escuela Superior de Diseño de Zaragoza tutorizados por sus profesores y en colaboración con el personal cualificado de Etopía.

Encuentrazos 2015 ha resultado de gran aprovechamiento para los profesores asistentes por el alto nivel de las ponencias y la calidad profesional de los participantes, que ha servido para la actualización profesional, el contacto con el mundo laboral real y con algunos de los profesionales del diseño gráfico más prestigiosos. La convivencia de profesionales de diversas escuelas sirvió para estrechar relaciones entre escuelas, abrir la puerta a futuros proyectos comunes, intercambiar experiencias en el aula y conversar sobre métodos de trabajo y planteamientos didácticos y pedagógicos para la enseñanza del diseño gráfico.

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

[inicio] [titulares de grupo]

El zaragozano Andrés Jarabo, gana el VII Concurso de Jóvenes Diseñadores de Tenerife



Imagen de la entrega del premio.

Andrés Jarabo, con su colección 'Multimateria', ganó el pasado 16 de abril, el VII Concurso de Jóvenes Diseñadores celebrado en el Recinto Ferial de Santa Cruz y en el que han participado cinco finalistas. Después de siete ediciones, este certamen de ámbito nacional que organiza el Cabildo de Tenerife, se afianza como plataforma de promoción de proyectos emprendedores y de nuevos valores del sector. María Isabel Fajardo y Roberto Caro, quedaron en segundo lugar con su propuesta '419'.

El acto contó con la presencia del presidente del Cabildo, Carlos Alonso; el vicepresidente económico, Efraín Medina; y el director de Tenerife Moda, José Eugenio Sánchez Giusepe, así como representantes del sector de la moda y la confección textil y numerosos medios de comunicación locales y nacionales.

Efectos de luz, sonido, audiovisuales, performances e interactividad dieron forma a una puesta en escena en la que participaron 34 modelos canarios, bajo la dirección artística de Marcos Marrero y María Díaz (M&M), que lucieron el estilismo, la peluquería y el maquillaje de Franko.

La gala, presentada por la diseñadora y bloguera de moda, Vicky Martín Berrocal, y el periodista tinerfeño, Isaac Tacoronte, fue un espectáculo de moda novel sobre la pasarela, por la cual desfilaron las propuestas de los cinco finalistas a concurso: María Isabel Fajardo y Roberto Caro (Granada), Juan Carlos Hernández (Tenerife), Andrés Jarabo (Zaragoza), José Gabriel Muñoz (Almería) y Paloma Navarro (Almería).

Andrés Jarabo regresaba por segundo año consecutivo como finalista en Jóvenes Diseñadores de Tenerife, en esta ocasión con la colección 'Multimateria'. Formado en Bellas Artes, con cursos en patronaje y confección, su propuesta se basa en un estilo futurista que fusiona la ficción, las nuevas tecnologías y las reminiscencias hacia antiguas civilizaciones. Una colección repleta de toques étnicos para diseños "modernos pero tradicionales" en la que predominan líneas sobrias y cortes depurados en tonos fríos y neutros como verdes, azules, grises, negros y blancos.

<http://www.humo.it/>

[inicio] [titulares de grupo]

El Corte Inglés revoluciona el Súper con el nuevo carro de la compra de Araven, más cómodo y ergonómico



Imagen del Shop & Roll LOOP 100L.

El Corte Inglés ha estrenado en sus supermercados un nuevo carro de la compra más ligero, compacto y manejable que permite al cliente hacer la compra de una forma más cómoda y fácil. Se trata del carro Shop & Roll LOOP 100 L. de Araven. Un carro ergonómico que se adapta perfectamente al nuevo estilo de compra y a los nuevos formatos de tienda, facilitando a los clientes la movilidad por el supermercado y el manejo del carro de la compra. En este sentido, El Corte Inglés ha tenido especialmente en cuenta a aquellas personas que tienen movilidad reducida o que precisan de un carrito más acorde a sus necesidades.

El nuevo carro de la compra está fabricado de metal y plástico, tiene una capacidad de 100 litros, posee un asa perimetral y un giro de ruedas de 360 grados que permite manejarlo desde los cuatro lados, dejando las esquinas libres. Facilita también la descarga directa en la línea de caja sin necesidad de que el cliente tenga que agacharse y cargar con el peso de los productos.

La empresa encargada del diseño del nuevo carro de la compra es Araven, una firma aragonesa líder en el sector del transporte de compra en los supermercados, siendo la primera en lanzar la cesta de la compra con ruedas y asa telescópica en 2005.

Los 600 carros de la compra que, por el momento ha adquirido El Corte Inglés, están conviviendo actualmente con los tradicionales en los supermercados del Grupo y se pueden encontrar en 14 centros.

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

[inicio] [titulares de grupo]

Eboca Vending con muuuuuuy buena leche

¿Qué relación puede haber entre dos vacas de ocho metros y el vending? Muy sencillo. Eboca ha apostado por la leche cien por cien de vaca en sus cafés y ha planteado esta acción para llamar la atención sobre la importancia de la calidad del café que ofrece. Las dos vacas, nacidas en la empresa Tecmolde situada en Loporzano, son obra del artista Julio Luzán. La empresa de Luzán se dedica a actividades tan variadas como construir decorados para cine, figuras para parques temáticos o reproducir imágenes religiosas en materiales modernos.

Valeria y Lorenza, así se llaman las vacas, han nacido para pastar en la pradera que se encuentra delante de la nave de Eboca en el polígono Pllus de Huesca. Sin embargo, la empresa ha querido darles un paseo previo por algunos lugares emblemáticos de Aragón para darlas a conocer y aprovechar para hacer con ellas una potente campaña de marketing.

La primera de estas paradas, ha tenido lugar en el Centro Comercial Puerto Venecia de Zaragoza, uno de los espacios comerciales más importantes del mundo. Las vacas han estado junto al lago de Puerto Venecia durante aproximadamente un mes y la empresa ha colocado junto a ellas una máquina de vending encastrada en una enorme lechera construida también por Tecmolde.

La máquina funciona exclusivamente con twitter. Además, se han llevado a cabo dos concursos de fotografías con las vacas a través de las redes sociales de la marca, que, como puede verse en las fotos, han dado mucho juego.

Las vacas Valeria y Lorenza tienen a partir de ahora una agenda apretada que las llevará a diversos lugares de la geografía aragonesa hasta finales del mes de octubre cuando por fin, podrán pastar en paz en la pradera de Eboca.

<http://www.eboca.com/>
<http://www.tecmolde.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



La vacas Valeria y Lorenza en Puerto Venecia.



Imagen del traslado de las vacas.



Panel de control con pantalla táctil del sistema domótico.

Mondo implanta la domótica en los pabellones deportivos

Donde ahora se está jugando un partido de fútbol sala, en media hora se disputará un torneo de baloncesto o entrenará un equipo de voleibol. La gestión de un pabellón polideportivo requiere versatilidad y mucha agilidad para adecuar tanto el espacio de juego como los equipamientos ligados a él, desde canastas a cortinas separadoras, entre un largo etcétera de necesidades. Inspirados por las soluciones que facilita la domótica, Mondo Ibérica ha desarrollado un sistema de control táctil que permite controlar desde un único dispositivo los equipamientos de un mismo polideportivo. Con esta apuesta tecnológica, esta empresa con sede en Zaragoza amplía su gama de soluciones innovadoras para los recintos deportivos.

Este sistema domótico posibilita el control operacional de distintos equipamientos deportivos que dispongan de un sistema motorizado, como es el caso de las canastas a techo y pared, cortinas y redes de fondo o graderíos telescópicos, etc. Además está equipado con un sistema de alarmas para avisar ante cualquier incidencia. Un ejemplo práctico: en el caso de que se necesitasen desplegar rápidamente las canastas de una de las canchas en las que se ha dividido el polideportivo, subir o bajar una cortina y retirar un graderío telescópico, desde el sistema de control se podrían gestionar o programar todas estas acciones a la vez.

Desde dicho sistema también se pueden controlar las pantallas led motorizadas. Al poder determinar la altura deseada se compensan los esfuerzos que manejan cada uno de los motores con los que están equipados estos dispositivos y, de esta forma, se asegura una buena nivelación de la pantalla.

El desarrollo domótico de Mondo se realiza a medida para cada recinto deportivo, personalizándolo teniendo en cuenta el equipamiento instalado. El Estadio Miralbueno El Olivar de Zaragoza será el primero en poder disfrutar de esta tecnología, donde ya se están ultimando los detalles de adecuación.

<http://www.mondoworldwide.com>

[inicio] [titulares de grupo]

Bagmatic M1000: nuevo diseño



Imagen del nuevo equipo Bagmatic M1000.

La empresa Magapor ha actualizado su equipo estrella para el envasado y etiquetado de dosis seminales.

Como especialistas en reproducción porcina, la apuesta continua de Magapor por el I+D+i es una de las claves en el desarrollo de nuevos productos y tecnologías enfocadas a la mejora de la productividad y la optimización de los procesos de trabajo en el centro de inseminación.

Fruto de este trabajo, el equipo de alto rendimiento para el envasado de dosis seminales Bagmatic M1000, ha sido rediseñado y mejorado, con el objeto de ser la solución óptima en centros productivos de altas capacidades, en los que es necesaria una elevada velocidad de trabajo y etiquetado de las mismas.

Su nuevo diseño, junto a la mejora de sus prestaciones técnicas, productivas y de gestión, hacen que Bagmatic M1000 produzca 300.000 dosis al año –en condiciones de trabajo normales-, con las ventajas de su uso sencillo, mínimo mantenimiento, traducido en la limpieza del equipo, mayor higiene en el proceso de producción y la garantía del Servicio Técnico Magapor desde el primer momento de puesta en marcha del equipo.

Bagmatic M1000 fue presentada en la pasada EUROTIER 2014, obteniendo muy buenas impresiones entre las visitas al stand de Magapor.

<http://www.magapor.com>

[inicio] [titulares de grupo]

Nueva identidad corporativa de Activa Diseño para varias empresas



Nueva identidad corporativa.



Nueva identidad corporativa.



Nueva identidad corporativa.

OGS ENERGÍA

La empresa Activa Diseño ha llevado a cabo el desarrollo de identidad corporativa y posterior aplicación a diferentes soportes, desde la papelería básica a la flota de vehículos y el diseño corporativo e interiorismo de las oficinas, de OGS Energía

OGS Energía es una empresa comercializadora de energía perteneciente al grupo Oscagas, por lo que se trabajó una estética y apariencia similar a la ya desarrollada anteriormente por Activa Diseño de la marca Oscagas, de esta manera se aporta a la nueva marca todos los valores y connotaciones que Oscagas ha conseguido durante su ya larga andadura en el mercado.

CARMEN BONA

La empresa ha llevado a cabo el desarrollo de identidad corporativa para una nueva marca de complementos de moda.

Símbolo basado en el hilo que sirve para realizar las confecciones y que dibuja con sus bucles las iniciales de CARMEN BONA.

A través de ese símil el logo nos acerca a la empresa mostrando un aspecto adecuado al sector que nos ocupa.

Se ha utilizado la familia tipográfica Novecento Wide consiguiendo un equilibrio óptimo entre símbolo y texto.

"LA ROTONDA". CENTRO CÍVICO DELICIAS

Identidad para la nueva marca de la mítica sala de conciertos "La Rotonda", integrada en el Centro Cívico Delicias.

Se ha utilizado una tipografía de luces que nos traslada a las noches de Cabaret en Broadway. La señalética basada en el mismo concepto y aplicada sobre la chapa galvanizada que reviste el interior de las instalaciones, resulta vibrante y rítmica, complementando la decoración.

Gracias a la forma en zig-zag de las paredes, el visitante percibe el movimiento de la gráfica aplicada, a la vez que el mismo se desplaza.

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

<http://carmenbona.com>

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

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

[inicio] [titulares de grupo]

Varios desarrollos de Sumun y Essentia Creativa

IDENTIDAD CORPORATIVA PARA BAL D'ONSERA



Nueva identidad corporativa.

El restaurante zaragozano regentado por el chef Josechu Corella confió en el tandem creativo de Essentia Creativa y Sumun para revisar su propuesta de valor, su estrategia de marca y la revisión de la misma.

Considerado el alma de la cocina aragonesa, de la de hoy y la de mañana, en 2014 reabrió su puertas, con una nueva propuesta de alta cocina y cocina de autor con productos de temporada y de la tierra, acercando a toda la población el buen comer.

El trabajo desarrollado ha incluido la estrategia de marca y posicionamiento diferencial, el restyling de identidad corporativa, diseño de decoración y página web, así como comunicación, publicidad y estrategia social media.

NUEVA IDENTIDAD PARA LA CORUÑESA



Nueva identidad corporativa.

Una de las empresas más longevas de Huesca confió en el equipo Sumun y Essentia Creativa para revisar su marca en un momento en el que emprendían una nueva etapa.

La marca fue creada en 1922 y no se había actualizado hasta la fecha. Dedicados a la distribución de pescado fresco y marisco, son un referente en la provincia y están ampliando mercado.

En el momento de desarrollar su nueva identidad están modernizando instalaciones y preparándose para crecer. Por lo que hay que transmitir todos estos avances y comunicarlo también a través de una identidad de marca que transmita su historia, su potencial y también mucho futuro.



Aplicación a flota de vehículos.

El trabajo ha consistido en el restyling de la identidad visual, aplicación a nueva papelería comercial y a la flota de vehículos, así como el diseño de la fachada de la nueva sede de la compañía.

<http://bal-donsera.es/>
<http://www.lacorunesa.com/>
<http://essentiacreativa.es/>
<http://www.sumun.net/>

[inicio] [titulares de grupo]

Nuevos diseños de packaging de Activa Diseño

ALMIZATE. PACKAGING JAMÓN DE PATO

Activa Diseño ha desarrollado el diseño de packaging para jamón de pato en lonchas de Almizate. Con una gráfica minimalista y limpia, se acompaña la descripción textual del producto con el troquel en forma de silueta de pato, consiguiendo así reflejar de una manera muy directa y visual el tipo de producto que contiene, evitando una posible confusión al consumidor y dando un aspecto gourmet al envase.

REAL DE VELLÓN. PACKAGING DE ACEITE DE OLIVA

La marca de aceite de oliva virgen extra de Real de Vellón ha presentado un rediseño de packaging para su gama.

Tras realizar el nuevo desarrollo gráfico de la marca Real de Vellón en la lata de 3 L de aceite y su posterior lanzamiento a venta, se ha actualizado el resto de gama, siguiendo una estética acorde en la totalidad de sus aplicaciones. El trabajo ha sido desarrollado por Activa Diseño. Se consigue una mejor presencia en el lineal del supermercado sin perder todos los atributos prefijados para toda la gama. Se refuerza la procedencia del aceite del Bajo Aragón.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del nuevo packaging.



Imagen de parte de la nueva gama.

Varios Proyectos de Cubo Diseño



Mupi para Viñas del Vero.



Nueva mascota Dinópolis.

MUPI VIÑAS DEL VERO

Mupi diseñado para Viñas del Vero estas pasadas Navidades con la particularidad de presentar el producto real en el interior. Su iluminación y detalles destacaban durante la noche.

NUEVA MASCOTA DINÓPOLIS

Dinópolis ha abierto este año su nuevo centro Valcaria, en Ariño, por ello se ha creado una nueva mascota, Yardank, que se une a la familia de Dinópolis.

SALES FOLDER HORNOS BOSCH

Sales folder diseñado para los nuevos hornos Serie 8 de Bosch. Su apertura y forma simula el propio diseño del horno.

FOLLETOS DAGARTECH

Tras haber diseñado la identidad visual para Dagartech, empresa dedicada al diseño y fabricación de grupos electrógenos, Cubo ha desarrollado, entre otros trabajos, folletos corporativos y de producto.

<http://www.vinasdelvero.es/>
<http://www.dinopolis.com/>
<http://www.bosch-home.es/>
<http://www.dagartech.com/>
<http://www.cubo.es/>

[inicio] [titulares de grupo]

Imagen del sales folder para Bosch, y de las aplicaciones para Dagartech



Grandes Vinos incorpora la realidad virtual a su comunicación



Usuarios disfrutando de la realidad virtual.



Imagen del "paseo" por los viñedos.

Pudiera pensarse que un sector tan tradicional como el vinícola y la realidad virtual, que cada día se acerca más a nuestras vidas, no tengan nada en común.

En Grandes Vinos, bodega líder de la D.O.P. Cariñena y la más grande de Aragón, no piensan así, y han presentado en la Feria de Gourmets una hiperexperiencia propia de realidad virtual, donde el usuario es el protagonista en una montaña rusa, que le lleva de "paseo" por sus viñedos y su nave de barricas, pasando al lado de botellas gigantes de sus seis marcas bandera (ANAYÓN, CORONA DE ARAGÓN, MONASTERIO DE LAS VIÑAS, BESO DE VINO, EL CIRCO y HOY), y parando el viaje ante el mundo, que es la siguiente hiperexperiencia que desarrollará, como una metáfora de cómo desde sus viñedos de Cariñena se lanzan a la conquista de los mercados internacionales. Un claim que también recoge la nueva identidad corporativa de la Bodega, Grandes Vinos "Cariñena Ambassadors".

La realidad virtual introduce al usuario en mundos creados virtualmente a través del engaño de la vista y el oído, anulándolos y estimulándolos voluntariamente. Los contenidos creados se visualizan utilizando headsets o dispositivos para la cabeza que se basan en el efecto estereoscópico para crear la sensación de inmersión.

La hiperexperiencia "Grandes Vinos. De Cariñena al Mundo", ha sido diseñada por DeuSens -una joven empresa que apuesta por las tecnologías inmersivas para romper radicalmente con lo que hoy entendemos por comunicación, para llevarla al siguiente nivel- y realizada en colaboración con No Wand Studios -un joven estudio de videojuegos que, debido a sus credenciales técnicos apuesta, además, por las nuevas tecnologías-. Con ella, la bodega pretende que sus clientes vivan un momento único.

Los dos objetivos principales que Grandes Vinos ha perseguido con esta hiperexperiencia son:

- consolidar su posicionamiento como una empresa innovadora para sus importadores, distribuidores, sorprender y mostrarles que se puede explorar con ellos cualquier proyecto que tengan.

- acercarse al segmento de jóvenes consumidores, con la idea de si "ellos no vienen a nosotros, vayamos nosotros a por ellos", entrar en su mundo y desde ahí compartir la cultura del vino. Para este segundo objetivo, se está cerrando un circuito de vinotecas tanto por España como en los diferentes países donde las marcas están presentes, donde aparte de catas de vinos, los jóvenes consumidores también podrán disfrutar de esta hiperexperiencia de realidad virtual.

Grandes Vinos ha experimentado desde su fundación en 1997 un crecimiento y una expansión constante estando presente ya en más de 40 países, con una media anual de ventas por encima de los 20 millones de botellas.

En 2010 el pilar estratégico de la Innovación se reforzó con un Sistema de Gestión de la Innovación propio, en el que todos los trabajadores aportan sus ideas bien individualmente o en grupos de trabajo y un Comité que las canaliza. Las dos grandes áreas donde se focaliza la Innovación son el campo/bodega y los nuevos productos, envases o forma de

comercialización o marketing.

<http://www.grandesvinos.com/>
<http://deusens.com/>
<http://www.nowandstudios.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

Imagen de una pantalla del viaje.





Mr. Vito Oražem.



reddot design award

Logotipo de los Red Dot Awards.



Diseño Nacional e Internacional

Entrevista a Mr. Vito Oražem, Director General del Centro de Diseño de Renania del Norte-Westfalia.

Vito Oražem, nacido en 1959 en Liubliana (Eslovenia), cursó estudios de Ciencias de los Medios, fotografía, historia del arte y literatura en Münster, Kassel y Osnabrück. Posee también un Master en Arte (M.A. degree). Desde 1992 trabaja en el Centro de Diseño de Nordrhein Westfalen, inicialmente como Jefe de Proyecto, y ahora como Director Gerente.

Oražem es editor de revistas y libros sobre los medios de comunicación, fotografía y diseño tales como "El Paradigma Emergente: Diseño en mutación – Inventando nuevas Formas de Experiencia y Comunicación". Fue responsable de las exposiciones internacionales del Centro de Diseño en Bangkok, Basilea, Brno, Yakarta, Nagasaki, Taipei y Tokio, así como de varios proyectos conjuntos de la UE, como por ejemplo "Recursos Multimedia para el Diseño Industrial", "Red de trabajo Europea sobre el Diseño", "Forum Europeo sobre el Diseño" y "ADMIRE (Premio a empresas de Innovación y Consolidación de la gestión del diseño)".

Es miembro del consejo del premio DME y ha sido juez en varios concursos de diseño. Recibe frecuentes invitaciones para participar como ponente en seminarios internacionales y conferencias sobre temas como el impacto económico del diseño, la comunicación de la calidad del diseño mediante concursos de diseño, y sobre los museos de diseño como escenarios para las nuevas vías de exploración del diseño contemporáneo.

¿Qué es el Centro de Diseño de Renania del Norte-Westfalia? ¿Es una institución pública o privada? ¿Cuáles son sus funciones y objetivos?

El Centro de Diseño de Renania del Norte-Westfalia se fundó en 1954 y es una de las más antiguas instituciones del diseño en Europa. Es una organización privada con sede en Essen, Alemania, y se dedica a la promoción del conocimiento, la investigación y la educación relacionados con el diseño.

Nuestra asociación considera el diseño como una parte esencial del progreso económico y tecnológico así como de la competencia en el mercado. El Centro de Diseño NRW es más conocido por organizar los premios Red Dot Award, los cuales, bajo diferentes nombres, cumplen ahora 60 años y se han convertido en una de las competiciones más grandes del mundo y más reconocidas internacionalmente.

¿Trabajan cerca de las empresas alemanas? ¿Es el Red Dot Award su principal iniciativa?

Sí, el premio Red Dot Award es nuestro principal ámbito económico. Como proviene de Alemania, tenemos un gran número de participantes alemanes. Sin embargo, como su CEO y fundador, el Prof. Dr. Peter Zec adoptó una estrategia de internacionalización desde los años 90, es un certamen global con participación de diseñadores y empresas de todo el mundo.



¿Cuáles son los principales requisitos para que un producto gane un Red Dot? ¿Por qué?

Algunos criterios son tenidos en cuenta tales como funcionalidad, calidad formal, durabilidad y compatibilidad ecológica. Un buen diseño responde a una finalidad, e incluye una equilibrada composición de estas características. Si el diseñador y/o el fabricante pueden lograr esto y son capaces de convencer al panel de expertos con un elaborado diseño, él o ella serán reconocidos con el sello de calidad Red Dot.



Miembros del jurado 2015 probando los productos.

Ustedes reciben 16.500 candidaturas de 70 países al año, ¿No es una gran responsabilidad? ¿Cómo seleccionan a los miembros del jurado?

Año a año, el número de participantes y trabajos remitidos aumenta. En 2014, los Red Dot Awards registraron más de 16.500 solicitudes en las áreas de diseño de producto, diseño de comunicación y conceptos de diseño. Con el fin de garantizar la alta calidad del certamen y la importancia del sello Red Dot, confiamos en un jurado independiente de profesionales experimentados para cada categoría, expertos en diseño de reputación internacional. Ellos son el punto fuerte del certamen, evalúan los objetos directamente 'in situ', los tocan, los prueban, y analizan todas y cada una de las candidaturas.

La composición del jurado cambia de año en año, con expertos de todo el mundo, cuya experiencia les permite valorar conscientemente los aspectos interculturales del diseño.

La calidad del diseño... ¿Usted cree que es realmente medible? En otras palabras, ¿cuál es el límite entre un buen o mal diseño?

No creemos en una medida cuantitativa del diseño durante la valoración, sino más bien por debate y comparación. Seguimos a Vilim Vasata: "La calidad no existe sin una visión comparativa". Por ejemplo, tú puedes sentarte mejor, trabajar mejor y pensar mejor en una silla de oficina desarrollada. Criterios como ergonomía, funcionalidad, uso y calidad son de la mayor importancia cuando se diseña mobiliario que la gente va a usar largas horas a diario. Un mal diseño, podría ser no confortable para el usuario o incluso causarle dolor de espalda y afectar a la eficiencia de la gente. El diseño es malo cuando no es nada más que maquillaje o trucos visuales. Como dije en mi presentación en el Diseña Forum, la calidad de un buen diseño se convierte en cantidad: el buen diseño se amortiza y los ingresos de las compañías aumentan de manera importante cuando usan buen diseño.

¿Y qué hay acerca de la estética? ¿Es importante para un buen diseño?

Con relación al éxito en el mercado, la apariencia exterior juega un papel importante para los consumidores. Pero los 'valores interiores' juegan incluso un papel más relevante, igual que sucede en las relaciones interpersonales. Por eso, los diseñadores necesitan encontrar un buen equilibrio para un producto.

Estética en griego significa percepción y solo los artículos que tengan un atributo estético pueden ser percibidos, recordados y evocados. En este sentido, "Barrisol - Lovegrove Manta Ray" es un ejemplo perfecto. Las lámparas diseñadas por Ross Lovegrove fueron reconocidas con el Red Dot: Lo mejor de lo mejor en 2015.



Lámpara "Barrisol - Lovegrove Manta Ray" diseñada por Ross Lovegrove.

En el pasado Diseña Forum, usted habló de la relación entre el buen diseño y el buen negocio, ¿Podría resumir alguna de las principales afirmaciones y cifras sobre de esta relación?



Autogiro "Cavalon" ultraligero.

Las empresas que invierten en buen diseño registran a menudo ventas y beneficios por encima de la media. Tú puedes decir: El buen diseño se amortiza. Crea valor añadido. En nuestro mundo globalizado, hay una muy amplia oferta en los mercados y por consiguiente una enorme competencia entre las empresas. El diseño les permite diferenciarse de sus competidores.

Muchas empresas han detectado esta oportunidad y están invirtiendo en una estrategia de diseño consecuente, que satisface las necesidades de sus grupos objetivo con el fin de sostener su competitividad. Esto explica el incesante incremento del nivel de calidad. Pero ellas tienen que encargarse de probar, mantener su calidad de diseño y desarrollarla más incluso. Los Red Dot Award permiten a los diseñadores y fabricantes competir con los mejores a lo largo del mundo. Aquellos quienes convencen al jurado y reciben el Red Dot pueden usar el sello de calidad para comunicar efectivamente su excelente actuación en diseño. Ello les ayuda a ser asociados con la calidad del buen diseño y alcanzar la lealtad del consumidor en el largo plazo.

Otro de las derivadas de los Red Dot Awards y el buen diseño son sus museos. ¿Cuántos tienen? ¿Dónde están? ¿Cuántas piezas se exhiben?



Imagen del Museo Red Dot en Essen.

Con el fin de acercar la idea del buen diseño tanto a profesionales como a consumidores, los Red Dot Design Museos presentan los reconocidos logros de los Red Dot en los ámbitos del diseño de producto, diseño de comunicación y diseño de conceptos. Hay tres museos hoy: en Essen, Singapur y en Taipei. El primer museo es el más grande: en Alemania nosotros presentamos alrededor de 2.000 objetos, siendo la más grande muestra de diseño contemporáneo en el mundo. Dado que nosotros creemos que el diseño solo se hace patente con el uso, animamos a los visitantes a tocar y probar los productos que ellos encuentran en los Red Dot Museos o en las muestras itinerantes. Intentamos conducir una experiencia sensorial y estimular una reflexión crítica. De este modo facilitamos a los visitantes la comprensión del buen diseño.

Seguimos la idea de las tres I. Que significa que un visitante en nuestro museo saldrá *informado*, *inspirado* y finalmente pero no lo de menos, *infectado* por el buen diseño.

¿Cómo deciden implantar o crear un nuevo museo en una ciudad, que requisitos se necesitan?



Silla serie Saya, diseño Lievore Altherr Molina.

En general, planificar y construir un museo es un proceso paso a paso. Dado que nuestra organización está ubicada en Essen, Alemania, nuestro primer museo está situado allí. Debido a la internacionalización del certamen y al incremento de diseñadores y fabricantes aspirantes de Asia, decidimos proveer a la escena del diseño y sus creativos trabajos con un exclusivo edificio. Es por esto que el Museo Red Dot de Diseño de Singapur abrió en 2.005. En 2013, nuestro tercer museo abrió en Taipei como resultado de una amistosa colaboración con el Centro de Diseño de Taiwán en continuo crecimiento desde 1.992. Con este museo queríamos rendir testimonio al éxito económico y al desarrollo cultural de Taiwán. El país aparece regularmente entre los cinco primeros de los alrededor de 70 países que toman parte cada año en el certamen. Además, los ganadores de los Red Dot son presentados

habitualmente en muestras itinerantes alrededor del mundo, ayudando a diseminar la idea del buen diseño internacionalmente. En el pasado reciente, Red Dot en ruta paró en Tokio, Moscú, Dubai, Seúl, Praga y Hong Kong, por citar solo algunos sitios. No hay ninguna necesidad de abrir un Museo de diseño Red Dot en ciudades que ya tienen un buen museo de diseño, por ejemplo Nueva York o Londres.

Finalmente, ¿qué recomienda a las empresas españolas y locales acerca de sus hábitos para hacer un buen diseño? ¿Y para ganar un premio Red Dot?

Una vez sabes exactamente que quieres llevar al mercado y para quién querrías producirlo, podrás actuar eficientemente y usar el diseño como parte de tus actividades empresariales. El diseño se convertirá en un instrumento en tu orquesta, y quien sabe si un día será él quien llegue a llevar la batuta.

Gracias, Mr. Vito Oražem.

<http://en.red-dot.org/>

<http://www.museum.red-dot.sg/>

[inicio] [titulares de grupo]

Presentación mundial del nuevo Corsavan en el Salón del Automóvil de Bruselas



Imagen del nuevo Corsavan.



Imagen del maletero.

Durante el pasado Salón de Bruselas, que tuvo lugar de 16 al 25 de enero, fue presentado el nuevo Corsavan de Opel.

Pequeño pero con gran capacidad, este vehículo de reparto forma parte de la nueva estrategia de vehículos comerciales ligeros de la marca. Basado en la versión de tres puertas del nuevo Corsa, el moderno vehículo de reparto urbano combina los elementos de confort, seguridad y prestaciones de un turismo, con la capacidad de transporte de un pequeño vehículo comercial.

El nuevo Corsavan es aún más práctico que su predecesor, ya que ofrece 21 kg más de carga máxima. Además, se puede equipar con numerosos sistemas de seguridad y el sistema multimedia opcional IntelliLink que garantiza una excelente conectividad.

Desde el exterior, el Corsavan difícilmente se identifica como un vehículo comercial. Comparte la dinámica apariencia del nuevo Corsa y cabe con facilidad en plazas de aparcamiento estrechas gracias a sus compactas dimensiones y la dirección asistida en función de la velocidad. Su espacioso y moderno interior ofrece un gran espacio para las piernas y de altura libre al techo. El diseño ergonómico coloca cada interruptor y palanca al alcance de la mano. El habitáculo parece más una oficina y permite a su propietario o conductor arreglar el papeleo entre las citas. Los contorneados asientos envolventes ofrecen un gran confort durante todo el día.

Las compactas proporciones no suponen un condicionante para la gran capacidad de carga del ágil comercial urbano. La larga y plana plataforma de carga del Corsavan ofrece una capacidad de carga de 920 litros y una carga máxima de 571 kg. Los elementos de serie como el sólido suelo de chapa de acero y la mampara a media altura, junto con el panelado de los laterales y las anillas de sujeción de la carga contribuyen a sujetar y estabilizar la carga. Adicionalmente, una red superior de sujeción, una alfombrilla a medida de goma y una bandeja de cuatro piezas para cubrir el compartimento de carga, están disponibles opcionalmente para proteger aún más la carga.

www.opel.es

[inicio] [titulares de grupo]

ADN Design en el Museu del Disseny de Barcelona

El Museu del Disseny de Barcelona nace como resultado de la integración, en un único espacio y con un proyecto museográfico común, de las colecciones de los cuatro museos que hasta ahora cuidaban el patrimonio de objetos que Barcelona había reunido a lo largo de los años: el Museu de les Arts Decoratives, el Museu de Ceràmica, el Museu Tèxtil i d'Indumentària y el Gabinet de les Arts Gràfiques. Se trata de un fondo extraordinario, de 70.000 objetos de diferentes épocas, que llega hasta hoy en día. Las colecciones han abierto sus puertas en la nueva sede del Museu en el edificio Disseny Hub Barcelona el pasado 14 de diciembre de 2014.

Entre los destacados objetos que forman parte de la Colección de Disseny Industrial del Museu de les Arts Decoratives, se encuentran dos productos creados por ADN Design: el radiador BRAVO (1997) y la plancha SOLIUM (1999). Productos que han sido capaces de dar sentido a las experiencias de las personas y crear fuertes lazos emocionales con las marcas.

<http://www.museudeldisseny.cat>
<http://www.adndesign.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del radiador BRAVO.



Imagen de la plancha SOLIUM.

Coca-Cola lanza su leche "perfeccionada"



Fairlife, la nueva leche de Coca-Cola.

Coca-Cola ha lanzado, de momento solo en el mercado estadounidense, su primer producto lácteo en 129 años de historia. El gigante de los refrescos llenará en las próximas semanas las estanterías de los híperv norteamericanos con su nuevo producto para los que gustan de la leche 'premium', y, a partir del 2015 se encargará de que su nueva leche, Fairlife, llegue a los estands de todo el mundo.

La mayor productora mundial de bebidas sin alcohol se ha dado a la diversificación del negocio, ahora que parece que los estadounidenses han bajado su consumo de gaseosas. El momento también coincide con el mayor gusto de los clientes por las alimentos y bebidas "mejorados" (con más fibra, con antioxidantes, proteínas...).

El presidente de la división de Norteamérica de Coca-Cola, Sandy Douglas, dijo en una conferencia en noviembre que básicamente se trata de la leche "perfeccionada".

Fairlife, que Coca-Cola creó en colaboración con la cooperativa láctea Select Milk Producers en el 2012, dice que su leche pasa por un proceso de filtrado similar al que se somete a la leche desnatada. Se utilizan filtros para separar los componentes de la leche, se le añaden más de los componentes favorables y se le restan los menos favorables.

El resultado es un producto sin lactosa, con 50% más de proteína, 30% más de calcio y 50% menos de azúcar que la leche regular. El mismo proceso se utiliza para Core Power, de Fairlife, una bebida que se ofrece a los atletas, con más proteína y calcio que la leche Fairlife.

Fuente: El Periódico de Aragón.

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

[inicio] [titulares de grupo]

Nana, sillón de lactancia



Imagen del producto.

Alegre Design ha desarrollado este nuevo producto, Nana, un sillón de lactancia. Para ello han tomado como punto de partida los sillones tradicionales, tipo mecedora, y han creado un nuevo diseño para ese momento tan íntimo entre madre e hijo.

Está fabricado con telas transpirables y tiene un movimiento suave de balanceo, haciendo el momento todavía más especial.

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

[inicio] [titulares de grupo]

El adiós al plástico está en el caparazón de un insecto



Javier Fernández, a la derecha, muestra una lámina de quitosano. Fuente: El País

"Muchos objetos de plástico, como los desechables o embalajes, se fabrican sin pensar en su vida útil. Si yo por ejemplo fabrico una botella de agua, no te puedo perseguir para que la echés al contenedor que le toca", explica Javier Fernández, doctor en Nanobiotecnología por la Universidad de Barcelona, investigador en Harvard y docente de la Singapore University of Technology and Design. Con una carrera enfocada a reducir el consumo de plástico, él tiene su propia apuesta: el quitosano.

Javier Fernández suma ya tres publicaciones científicas sobre las propiedades de este material biodegradable que podría jubilar al plástico y abrir nuevas vías de investigación en medicina, industria e impresión en 3D.

"La piel de un insecto está hecha de quitosano, proteínas y, en la parte más externa, hay una capa similar a la cera resistente al agua. El quitosano y la fibroína se combinan para dotar al esqueleto de rigidez (alas) o elasticidad (articulaciones)", explica el científico. Para ilustrar estas propiedades, el investigador cita el caso del *Rhodnius Prolixus*, un insecto común en América Central y Sudamérica que "es capaz de controlar su rigidez, como cuando se infla para absorber sangre de otras especies". Así, el investigador reprodujo esta misma estructura de los insectos en la naturaleza para diseñar un *shrink* que posee una fuerza que duplica a la del plástico — 120 MPa— y, además, es biodegradable.

"A raíz de la publicación, recibimos muchas llamadas de empresas interesadas en implantar el material", explica el científico. Por un lado, la industria quiere reducir la dependencia del plástico. Y, por otro lado, empresas médicas están interesadas en aplicaciones que van desde cura de hernias, sutura reabsorbente, pegamento quirúrgico o piel artificial. Sin embargo, había un problema con la seda, que "encarecía mucho el proceso para finalidades industriales", explica el científico.

Una de las principales ventajas del material es que el quitosano es muy barato. "Tradicionalmente, lo hemos usado como un desecho", dice el investigador. "Es el caso de cabezas y caparazones de gamba recogidos por la industria pesquera que, en su mayoría van directos, a la basura. Además, es muy fácil de conseguir, ya que es el segundo material orgánico más abundante en la Tierra por detrás de la celulosa", añade.

Una vez en el laboratorio, el quitosano llega en forma de polvo o escamas, similares a un cereal de desayuno. Se le añade agua y ácido acético para conseguir su disolución. Nota de química para dummies: los protones del ácido acético reaccionan con el quitosano de manera que las moléculas de este último se separan y se obtiene una disolución definitiva del 4% de quitosano en agua.

Posteriormente, un tercer trabajo académico publicado a principios de 2014 en *Macromolecular Materials and Engineering*, ahonda en las posibilidades del quitosano como material para imprimir grandes estructuras en 3D y hacer la producción escalable. Sin embargo, a día de hoy, esta técnica requiere que las empresas modifiquen su proceso productivo, con lo que esperan un mayor desarrollo para terminar de incorporar el quitosano definitivamente.

El científico dice que "aproximadamente en un par de años" la

producción de quitosano puede ser a gran escala. Aún así, añade que "el uso de bolsas de plástico es algo que se podría solucionar fácilmente desde el punto de vista legislativo, ya que la sociedad no tendría muchos problemas en usar bolsas de tela". En cambio, el uso del plástico a más alta escala "sí que requiere de un desarrollo tecnológico con nuevos materiales que no tengan impacto medioambiental".

Fuente: El País

<http://elpais.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Ciudades Creativas de la UNESCO.

Bilbao entra en la red de Ciudades Creativas de la UNESCO

Bilbao ha entrado a formar parte de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO a través del diseño, una herramienta de cooperación para desarrollar alianzas que favorezcan la creatividad e integren la cultura en sus planes de desarrollo sostenible de esos municipios. "Al unirse a la Red, se comprometen a colaborar y desarrollar alianzas para promover la creatividad y las industrias culturales, a compartir sus buenas prácticas, a reforzar la participación ciudadana en la vida cultural y a integrar la cultura en sus planes de desarrollo económico y social".

Junto a Bilbao, otras 26 localidades también pasaron a integrar la lista, entre las que se encuentra otra española dentro del ámbito de la literatura, Granada.

"La red UNESCO de ciudades creativas es una herramienta de cooperación formidable que encarna nuestra voluntad de apoyar un potencial creativo y de innovación increíble para así abrir vías al desarrollo sostenible", declaró en un comunicado la directora general de la UNESCO, Irina Bokova.

Con las nuevas incorporaciones, la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO tiene ahora un total de 69 ciudades miembro, sistema que se ampliará en mayo de 2015 en una reunión en la ciudad nipona de Kanazawa.

Fuente: La Vanguardia.

<http://www.unesco.org>
<http://www.lavanguardia.com>

[inicio] [titulares de grupo]

Ceremonia de entrega de los Premios Internacionales Design for All Foundation 2015



El pasado 10 de marzo se celebró la ceremonia de los Premios Internacionales Design for All Foundation 2015, que tuvo lugar en el marco de Urbaccess, la feria de accesibilidad y diseño para todos en París, a la que asistieron un gran número de representantes internacionales de diferentes ámbitos, como gobiernos, ayuntamientos, centros educativos, empresas y entidades sin ánimo de lucro.

Durante la ceremonia, el presidente de la Fundación, Francesc Aragall, explicó que en esta edición han adoptado un planteamiento más "Diseño para Todos" al reconocer a todas las candidaturas que han resultado ser una "Buena Práctica". Por lo tanto, en esta sexta edición de los premios, la Fundación galardonó 43 proyectos, procedentes de 15 países diferentes, como "Buenas Prácticas 2014" al haber alcanzado los criterios de excelencia y otorgándoles a los candidatos el correspondiente diploma. Posteriormente, estas buenas prácticas fueron evaluadas en función de su relevancia, metodología, resultados, impacto e innovación por un jurado internacional para determinar las cinco que debían recibir el trofeo 2015. También otorgaron una Mención Especial a tres buenas prácticas.

Los Ganadores 2015 en las distintas categorías han sido:

Categoría: Productos y servicios de los que ya pueden disfrutar las personas.

- Seniori365.fi (Laurea University of Applied Sciences)-Finlandia.
- Etxegoki (Federación Coordinadora de Personas con Discapacidad Física de Bizkaia-FEKOOR)-España.

Categoría: Proyectos, propuestas, iniciativas, metodologías y estudios

- Habitat for all (Autonom'lab)-Francia.
- Etiquetas sensoriales interactivas para mejorar la experiencia del visitante del Museo (University of Reading y The Rix Reseach Center UEL)-Reino Unido.
- Metodología Ecuatoriana para el Desarrollo de Planes de Accesibilidad Universal-Ecuador, vive la inclusión (SETEDIS-Secretaría Técnica para la Gestión Inclusiva en Discapacidad y Vicepresidencia República del Ecuador)-Ecuador.

<http://designforall.org/>

[inicio] [titulares de grupo]

Eventos

Formación

Curso de Verano en Global Design



Fecha de inicio: 6 de Julio de 2015.

Duración: 4 semanas.

El curso de verano de Global Design pretende realizar una inmersión en las disciplinas del diseño de producto, diseño de interiores, diseño de moda y diseño gráfico para comprender que la metodología de diseño puede ser común y aplicarse posteriormente a cada sector. Sobre todo profundiza en la expresión de la creatividad y el desarrollo de la versatilidad y la flexibilidad.

<http://iedbarcelona.es/cursos-info>

[inicio]

Curso de Verano en Design Thinking and Co-creation



Fecha de inicio: 6 de Julio de 2015.

Duración: 4 semanas.

El curso está diseñado para profesionales y ejecutivos de todos los sectores que quieran sumergirse en la práctica de un proceso innovador en el diseño, solucionar problemas complejos en equipos multidisciplinares y trabajar en estrecha colaboración con personas que hacen prestaciones de diseño.

Cualquier profesional que trabaja, o que está dispuesto a trabajar a nivel estratégico en las empresas, encuentra en los principios y herramientas del design thinking, las capacidades básicas para su desarrollo profesional. Para dirigirse a participantes internacionales, el curso se imparte en inglés.

<http://iedbarcelona.es/cursos-info>

[inicio]

Ciclo de mesas - redondas. "Cuando la idea se hizo negocio ..."

22 de Abril: PRÖKO. Pasión infantil hecha realidad. Patricia Veira. García de Jalón

29 de Abril: TINTAENTERA. La tinta es futuro. Natalia Royo.

13 de Mayo: RAMALAMA. La clave está en la pajarita.

27 de Mayo: CANALLA. Corred, corred malditos...

Pensado especialmente para fomentar proyectos de futuro en nuestros jóvenes diseñadores, el Centro Superior de Diseño Hacer Creativo ha diseñado un ciclo de mesas redondas donde



Periodo de recepción de proyectos: finaliza a las 20,00 horas del día 1 de Junio de 2015

La finalidad de los concursos Cosentino Design Challenge es promover, entre los estudiantes, la investigación sobre distintos planteamientos conceptuales en torno a la configuración de espacios, a los materiales y sistemas constructivos que los definen, a través de la experimentación con los productos de la empresa Cosentino.

www.cosentinodesignchallenge.com

[inicio]

RESHAPE 15. Concurso Tecnología "wearable"

Fecha límite inscripción: 31 mayo 2015.

Las propuestas se centrarán en las posibilidades de la tecnología "wearable" sin ninguna limitación de diseño. No obstante, todas las presentaciones deberán reflejar la misión de RESHAPE: la fusión de ideas con los procesos de fabricación y sus viabilidades en el mercado.

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

[inicio]



Encén el Nadal 2015

Entrega de las propuestas: 29 mayo 2015.

Por segundo año consecutivo, l'Ajuntament de Barcelona convoca un concurso de ideas para conseguir una iluminación navideña única, asociada a los atributos de Barcelona como ciudad innovadora, creativa y vinculada al diseño.

Es por ello que pone en marcha el concurso Encén el Nadal 2015, impulsado por Barcelona Activa, al cual se podrán presentar profesionales, noveles y experimentados, del campo del diseño y de las industrias creativas, para hacer llegar sus propuestas de alumbrado navideño para dos calles de la ciudad: Muntaner y Via Laietana.

<http://encenelnadal.barcelonactiva.cat/es/que-es/>

[inicio]



Libros y publicaciones

Manual Thinking

Autor: Huber, Luki Veldman, Gerrit Jan
Editorial: Empresa Activa ilustrado



Manual Thinking es una herramienta, un procedimiento diseñado para primero desarrollar todo el potencial de un equipo a través de pensar juntos con las manos. Esta es una herramienta que además permite gestionar con relativa sencillez la creatividad expresada en los talleres. El libro viene acompañado de un mapa y unas etiquetas que son las que permiten que el pensamiento manual se materialice con mayor facilidad.

<http://manualthinking.com/>

[inicio]

Type Only



Autor: Tony Brook, Claudia Klat y Adrian Shaughnessy
Editorial: Unit Editions

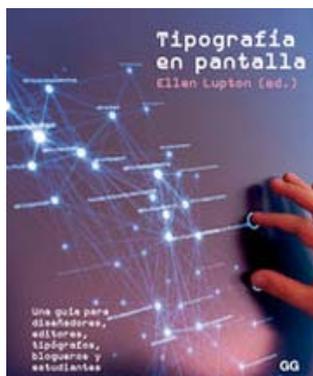
A través del trabajo de alrededor de 100 diseñadores gráficos de todo el mundo, explora el poder comunicativo y emotivo de las tipografías cuando se utilizan de forma aislada.

El libro identifica el uso de la tipografía de manera aislada como un cultivo e influyente tendencia contemporánea, pero también se ve en los antecedentes históricos de este tipo de trabajo. Ofrece una visión general de cómo la tipografía ha evolucionado desde el "tipo sólo" principios de los experimentos de los dadaístas y futuristas, a través de modernismo y post-modernismo, a las tendencias tipográficas radicales de hoy, digitalmente hecho y compartido al instante a través de Internet.

www.graphicbook.com

[inicio]

Tipografía en pantalla



Autor: Ellen Lupton
Editorial: Gustavo Gili

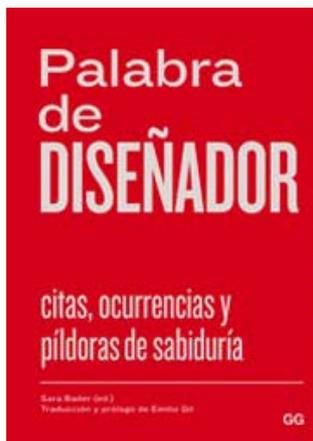
La tipografía es una disciplina histórica que cuenta con abundantes y rigurosas normas para su correcto ejercicio. Pero cuando la tipografía se desembaraza de su condición estática y se hace virtual, los lectores alteran los parámetros de la representación visual según nuevas necesidades y preferencias. ¿Qué ocurre entonces? ¿Cómo puede el diseñador controlar esos principios y garantizar la calidad tipográfica de sus composiciones?

<http://ggili.com>

[inicio]

Palabra de diseñador

Autor: Sara Bader
Editorial: Gustavo Gili



En ciertas ocasiones lo único que hace falta para encender la mecha de la inspiración son unas palabras sabias que pongan en marcha nuestro cerebro. Esto es lo que hace precisamente Palabra de diseñador, un delicioso y divertido compendio de citas, máximas y reflexiones de más de un centenar de destacados profesionales de la historia de la creación visual. Como si de una tertulia de sobremesa se tratase, en estas páginas un diseñador del siglo XIX se sienta entre dos creadores contemporáneos, y nosotros tenemos la inmensa suerte de asistir como oyentes a su conversación topándonos con personajes de la talla de Saul Bass, Irma Boom, Chip Kidd, Ellen Lupton o Herman Zapf. Un pequeño gran libro, regalo perfecto para diseñadores y estudiantes de diseño, y para cualquier persona que sienta curiosidad por las ideas y las personalidades que han dado forma al arte de la comunicación visual.

<http://ggili.com>

[inicio]

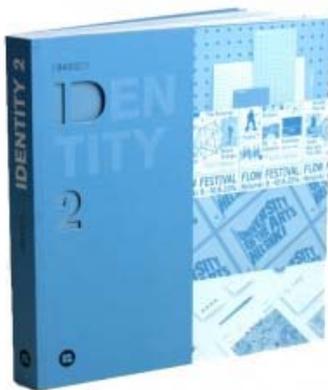
Basic Identity 2

Editorial: Index Book

Basic Identity 2 recopila una gran diversidad de proyectos de identidad corporativa, creados por diseñadores de todo el mundo, mostrando un amplio abanico de estilos, enriqueciendo el libro. Este es un compendio de ideas visuales y una gran fuente de inspiración.

www.indexbook.com

[inicio]



Graphis Design Annual 2015

Editorial: Graphis Inc

Este libro es una recopilación de los mejores trabajos del año de los mejores diseñadores de la industria en una variedad de disciplinas.

<http://www.graphicbook.com>

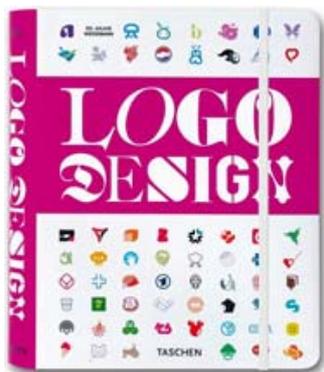
[inicio]



Logo Design

Autor: Julius Wiedemann

Editorial: Taschen



Este completo y exhaustivo catálogo de logotipos, que abarca el ámbito de la industria, los medios de comunicación y la música, entre otros, es una colección que explora el irrefrenable poder de la representación gráfica de una marca.

<http://www.taschen.com>

[inicio]

Eventos

Maestros de la Cerámica y sus Escuelas, Madola



Lugar: Sala Enrique Cook, Taller Escuela Cerámica de Muel.

Continuando con el proyecto expositivo Maestros de la Cerámica y sus Escuelas, comisariado por Alberto Andrés, tras mostrar la obra de Enric Mestre, Arcadio Blasco, Ángel Garraza, Elena Colmeiro y María Bofill, el Taller Escuela Cerámica de Muel muestra la obra de Madola junto a seis autores que le acompañan y comparten su modo de entender el trabajo del barro en su modo artístico

28/03/2015-30/06/2015

http://www.cerco.es/cerco_programacion.asp?id=57&Pag=2

[inicio]

Torreón Fortea: Miguel Molet / Anatomías de la Forma



Lugar: Centro de Artesanía de Aragón.

Anatomía de la forma, es un conjunto de piezas, con acabados en la técnica de terra sigillata y carbonación. Estas piezas documentan las posibilidades plásticas del barro; su capacidad de doblarse, estirarse, de rendirse ante el tacto y la mirada. En esta serie se puede situar de manera elocuente, el interés de Molet por subrayar la relación de la cerámica con la escultura.

07/05/2015-07/06/2015

http://www.cerco.es/cerco_programacion.asp?id=57

[inicio]

Termodinámica vs dinámica de especulación

Lugar: Centro de Artesanía de Aragón.

Esta exposición muestra el material cerámico y algunas de sus posibilidades, desde el punto de vista de un grupo de artistas



cuyo trabajo habitual es ajeno a este medio.

08/05/2015-29/05/2015

http://www.cerco.es/cerco_programacion.asp?id=57

[inicio]

Exposición CERCO+ARDI (Cerámica contemporánea y diseño)

Lugar: Centro de Artesanía de Aragón.

La idea de este proyecto se basa en la colaboración entre los ceramistas que realizan obra contemporánea y los diseñadores, intercambiando experiencias para innovar y producir objetos con valores expresivos, valores creativos y valores técnicos. La exposición final mostrará el desarrollo de todo el proceso creativo y una conferencia el trabajo realizado.

08/05/2015-29/05/2015

http://www.cerco.es/cerco_programacion.asp?id=57

[inicio]



Barcelona Design Week

Lugar: Disseny Hub Barcelona, sede de BCD Barcelona Centro de Diseño.

La 10ª edición de la Barcelona Design Week abrirá sus puertas del 8 al 14 de junio, una nueva oportunidad para empresas, emprendedores y profesionales de diversos sectores así como para el público general interesado en el diseño, la innovación, la emprendeduría y la creatividad.

08/06/2015-14/06/2015

<http://www.barcelonadesignweek.com/es/page.asp?id=549>

[inicio]



FAD Fest 2015

Lugar: Varios escenarios

La 5ª edición del FADfest ya tiene fechas: será del 29 de junio al 5 de julio y contará con novedades importantes. La principal es que el FADfest tendrá un tema, un ámbito de reflexión que interrogará sobre el futuro de los diferentes ámbitos de creación del diseño. Este tema tomará forma en la exposición central y protagonizará la jornada inaugural con numerosas ponencias nacionales e internacionales. Como cada año, en el FADfest no faltarán las esperadas entregas de los premios que otorgan las asociaciones del FAD. Tampoco faltarán las obras finalistas de los mismos que se podrán ver también en la exposición central del festival.



29/06/2015-05/07/2015

<http://fadfest.cat/>

[inicio]

Diseño para vivir. 99 proyectos para el mundo real



Lugar: Museu del Disseny de Barcelona

El diseño es una actividad plenamente incorporada a nuestras vidas. Vivimos en un mundo configurado en gran parte por el esfuerzo humano y donde el diseño está tan presente que a menudo resulta invisible hasta que deja de funcionar. Sin embargo, el diseño nos permite resolver continuamente y de forma articulada graves problemas de alto impacto social. Nos hemos centrado en aquel diseño que tiene la voluntad expresa de mejorar la vida de los usuarios a quienes va destinado, el entorno donde opera y la sociedad a la que pertenece.

19/02/2015-17/05/2015

<http://www.museudeldisseny.cat>

[inicio]

Dibujar el espacio



Lugar: Palacio de Sástago, Zaragoza

La colección de Escultura Española Moderna con Dibujo muestra las relaciones entre ambas disciplinas, al tiempo que nos ofrece una visión de la evolución de la escultura española en el siglo XX, desde la fractura estética de las primeras vanguardias hasta nuestros días. La exposición cuenta con obras de Barceló, Dalí, Picasso, Gaudí o Chillida.

12/02/2015-17/05/2015

<http://cultura.dpz.es>

[inicio]

Casa Decor Madrid 2015



Lugar: Calle de la Palma 10, Madrid.

La mayor exposición de interiorismo, arquitectura, diseño y arte de Europa.

A lo largo de toda la exposición, Casa Decor organizará diferentes actividades que complementarán la visita a la Exposición, en donde reuniremos a personalidades del mundo cultural, social, profesional y empresarial, que compartirán con todos los visitantes sus conocimientos y buen hacer.

30/04/2015-07/06/2015

<http://casadecor.es/madrid-2015/>

[inicio]



Mercado de Diseño

Lugar: Barcelona.

Inscripciones: Hasta el 15 de Mayo de 2015.

Mercado de Diseño, el evento que ha conseguido consagrarse como referente para creadores y editores del sector vuelve en su XV edición a Barcelona los días 23 y 24 de mayo en el Museu Marítim.

23/05/2015-24/05/2015

www.mercadodedisenio.es/
Dossier de información y registro

[inicio]

CENTRO ARAGONÉS DE DISEÑO INDUSTRIAL

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

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

