



Titulares

Diseño en Aragón

- BioCurve, ganador del German Design Award 2018. [\[leer\]](#)
- Cuatro caras, infinitas posibilidades: así son los nuevos marcadores de posesión led de Mondo. [\[leer\]](#)
- María Escoté se encarga de diseñar el Happy KicoNico más solidario. [\[leer\]](#)
- IVERLUX lanza al mercado su nueva luz de emergencia ARBA LED. [\[leer\]](#)
- Una firma aragonesa que nace con el propósito de demostrar que un zapato puede al mismo tiempo ser ecológico y cómodo sin renunciar a la estética. [\[leer\]](#)
- Umacon presenta una nueva línea de hormigoneras ligeras. [\[leer\]](#)
- Lasian renueva parte de su gama de estufas de la mano de AM Desarrollo. [\[leer\]](#)
- ZENIT ULTRALIGHT SYSTEMS desarrolla un sistema ultraligero de andamios. [\[leer\]](#)
- Proyecto AUTODUMP. [\[leer\]](#)
- Indescar y AM Desarrollo se unen para crear un nuevo cierre para carrocerías de camión. [\[leer\]](#)
- Enganches Aragón lanza los nuevos kits eléctricos universales Aragón 513 y Aragón 507. [\[leer\]](#)
- Nuevo tapón sport para botellas de agua. [\[leer\]](#)
- Bodegas Pirineos presenta un diseño joven y dinámico para su Alquezar Rosado. [\[leer\]](#)
- Nacen las cervezas *gourmet* Golden Promise. [\[leer\]](#)
- Bodegas Care lanza su Care Nouveau 2017. [\[leer\]](#)
- Otro año más, Bodega ENATE colabora con ATADES. [\[leer\]](#)
- Judía Trapera y Tempranilla Anyon. [\[leer\]](#)
- Los Mallorquines renuevan su identidad gráfica y su packaging. [\[leer\]](#)
- Nuevos productos de Pastas Romero. [\[leer\]](#)
- Productos Gourmet para estas Navidades de la mano de Casa Matachín. [\[leer\]](#)
- Un nuevo packaging de cámaras Polaroid para Chandal Barcelona. [\[leer\]](#)
- Aragón Turismo renueva su imago tipo. [\[leer\]](#)
- Estudio Novo crea la identidad visual corporativa de Bikram Yoga Zaragoza. [\[leer\]](#)
- Estudios aragoneses con los premios internacionales de diseño IGDEA. [\[leer\]](#)
- Propuestas para el diseño de los "Premios Aragón Investiga". [\[leer\]](#)
- XXXIV Feria de Artesanía Aragonesa. [\[leer\]](#)
- El CADI forma a los agentes PAED en materia de diseño. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- Nuevos lanzamientos de SCATI. [\[leer\]](#)
- ¿Qué fue lo mejor del viaje? La Experiencia. [\[leer\]](#)
- La SD Huesca pisará una temporada más con Podoactiva. [\[leer\]](#)
- El exitoso "Reto Solidario" de Pastelería Tolosana. [\[leer\]](#)
- Gran éxito del "V Certamen de Ilustración Dulce 2017", impulsado por Pastelería Tolosana y Trenzarte. [\[leer\]](#)
- Llega la tienda online de Bodega ENATE. [\[leer\]](#)
- Vino solidario de Fundación Down y Grandes Vinos. [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- Entrevista a André Ricard, pionero del Diseño Industrial en España. [\[leer\]](#)
- News by decotherapy.com: dos magos del diseño. [\[leer\]](#)
- Científicos de la Universidad de Standford acercan la ciencia a los usuarios particulares. [\[leer\]](#)
- Ikea lanza su colección de muebles para mascotas. [\[leer\]](#)
- El coche del mañana también pensará en la persona al volante. [\[leer\]](#)
- ¿Puede la inteligencia artificial servir la cerveza perfecta?. [\[leer\]](#)
- Ya disponible en España la mochila más tecnológica. [\[leer\]](#)
- Lamborghini Terzo Millennio: el superdeportivo que se autorrepara. [\[leer\]](#)
- Nace Lumos, el casco con luces integradas. [\[leer\]](#)
- VanMoof, la bicicleta del futuro ya está aquí. [\[leer\]](#)
- Vajillas desechables 100% naturales fabricadas sólo con hojas. [\[leer\]](#)
- Las innovaciones en iluminación de Opel. [\[leer\]](#)
- Granjas Campomayor crea el huevo a baja temperatura. [\[leer\]](#)
- Pastas Gallo presenta "Pastalover". [\[leer\]](#)
- Adveo presenta su marca Pergamy, creada por Soulman. [\[leer\]](#)
- Premios Gràffica 2017, la octava edición de este prestigioso galardón. [\[leer\]](#)
- El 5º Encuentro Nacional de Asociaciones de Diseño. [\[leer\]](#)
- Premios y menciones de la Muestra de estudiantes (bid_est) 2017. [\[leer\]](#)
- EIDE da por concluida una exitosa Bilbao Bizkaia D Week 2017. [\[leer\]](#)
- Premios Jump The Gap 2016/2017. [\[leer\]](#)

Eventos

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



Diseño de caldera ganador.



Familia de calderas BioCurve.

Diseño en Aragón

BioCurve, ganador del German Design Award 2018

BioCurve se consagra definitivamente como una referencia entre los fabricantes de calderas de biomasa, al ganar el prestigioso German Design Award 2018 en la categoría de Energía.

El jurado ha seleccionado, entre cientos de candidaturas, la propuesta de BioCurve, que incluye las calderas de condensación de biomasa más potentes del mundo. Su diseño único permite que tengan un rendimiento extraordinario, entre un 15% y un 20% superior a las calderas de biomasa tradicionales, en un volumen mínimo.

El German Design Award (Premio Alemán al Diseño) es el premio internacional más importante del German Design Council (Consejo Alemán de Diseño). Su objetivo es descubrir, presentar y ensalzar aquellas tendencias que son únicas en el campo del diseño.

Cada año se recompensan productos sobresalientes e innovadores en el panorama del diseño internacional. Instituido en 2012, el German Design Award es una de las competiciones de diseño más respetadas del mundo, teniéndose en gran consideración tanto dentro como fuera de los círculos profesionales.

Es la primera vez que el diseño en Aragón consigue un German Design Award. Según el propio jurado de los premios: "Esta vanguardista caldera de condensación de biomasa es notable por su poder, eficacia y sostenibilidad. Estas calidades también son reflejadas por el diseño claro y franco del producto. Gracias a su construcción lineal, el producto hace un uso óptimo del espacio en el lugar de instalación; y en virtud de su mirada contemporánea se integra perfectamente en su entorno".

La entrega del premio se hará efectiva el próximo 9 de febrero en la ciudad alemana de Frankfurt en una ceremonia a la que asistirán Camilo Pérez, de Biocurve, responsable del diseño técnico y funcional de la caldera y el diseñador Raúl Llaguerri, responsable del diseño exterior.

www.german-design-award.com
www.biocurve-heating.com
www.llaguerri.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imágen del nuevo marcador LED de Mondo.

Cuatro caras, infinitas posibilidades: así son los nuevos marcadores de posesión led de Mondo

Interacción con el juego, contenidos fluidos y la inserción de publicidad son algunas de los recursos que ofrecen estas pantallas dotadas de la más alta resolución.

Los marcadores led de posesión de 24 segundos son la última innovación del Departamento de Electrónica de Mondo. Conformados como un cubo led de cuatro caras, estos nuevos dispositivos llegan para superar los estándares de interacción tanto con los jugadores de baloncesto como con el público. ¿Qué novedades traen? Respecto al partido, el diseño que se proyecta en los nuevos marcadores led de posesión se adapta al tiempo de juego, incorporando la bocina y el marco luminoso.

Además de contribuir a mejorar el espectáculo, su atractivo como plataforma publicitaria es innegable, tanto por su visibilidad de cara al público como por los formatos que se pueden proyectar, ya sean logotipos u otros diseños. El contenido que se proyecta en los nuevos marcadores led de Mondo puede ser independiente en cada una de las cuatro caras, conjunto o fluido, de manera que va rotando alrededor del marcador. De esta manera, se puede combinar o alternar información del propio partido con espacios publicitarios que se pueden proyectar antes y después del encuentro o durante los descansos.

Máxima resolución y control

La resolución de la imagen de los marcadores de posesión led es de la máxima calidad, ya que cuentan con un 'pixel pitch' (distancia entre píxeles) de P6. Los contenidos se controlan desde un nuevo componente del software Mondovideo y el marcador se maneja desde las consolas, como los anteriores modelos. Las instalaciones deportivas que ya contaban con Mondovideo solo necesitarán incorporar el nuevo componente para actualizar el programa y, de esta manera, poder interactuar con los nuevos marcadores.

www.mondoworldwide.com

[inicio] [titulares de grupo]

Distintas opciones de uso que ofrece el marcador.





María Escoté con su diseño del icónico peluche de Imaginarium.



Imágenes Happy KicoNico.

María Escoté se encarga de diseñar el Happy KicoNico más solidario

Happy KicoNico, el nuevo peluche de edición limitada y exclusiva, ya se encuentra a la venta en las tiendas Imaginarium. Esta nueva versión del peluche insignia de la compañía juguetera, KicoNico, ha sido creado por la diseñadora de moda María Escoté en una edición que quiere representar la creatividad, espontaneidad y felicidad que muestran los niños.

Con este lanzamiento, Imaginarium no solo quiere conmemorar de una forma especial sus 25 años de trayectoria, sino también dotar a esta iniciativa de una dimensión solidaria, ya que por la compra de cada KicoNico de la Felicidad que se realice, se destinará 1 euro al proyecto que ha impulsado la ONG, Eres como yo, y que consiste en la construcción de una guardería en Adu (Kenia).

Happy KicoNico, a partir de los elementos que conforman el universo conceptual de la María Escoté, es la representación de la alegría y la felicidad, propias de la etapa infantil. Tal y como lo expresa la diseñadora catalana: "Con Happy KicoNico, he podido trabajar con elementos que vinculan la fantasía, la creatividad y la alegría que son inherentes a la niñez y que, en definitiva, son las características propias que definen la felicidad de los niños".

De acuerdo con Natalia Chueca, directora de marketing de Imaginarium: "Con este proyecto, además de poner nuestro granito de arena para contribuir a la mejora y acceso a la educación de los niños de Adu, Kenia, creemos que es una ocasión idónea para fomentar la concienciación social en nuestros niños y que puedan apreciar más la suerte que tienen por haber nacido aquí. Asimismo, el hecho de haber podido trabajar con María Escoté en este proyecto ha sido muy enriquecedor. Es una gran persona y excelente profesional, que ha sabido fusionar en un diseño único, la creatividad y felicidad de los niños con la modernidad y el estilo propio de su marca y de la marca Imaginarium, en esta edición especial de KicoNico 25 aniversario".

La edición especial 25 aniversario de KicoNico by María Escoté, ya se encuentra disponible en todas las tiendas Imaginarium y en la web.

www.imaginarium.es

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la nueva luminaria ARBA LED, modelo empotrado.

IVERLUX lanza al mercado su nueva luz de emergencia ARBA LED

Con un grosor de tan sólo 43 mm y una cuidada estética, esta luminaria se presenta en el mercado como una de las soluciones de bajo perfil que mejor se adaptan a cualquier ambiente. Sus reducidas dimensiones, 194x99x43 mm, y su acabado, la convierten en la mejor elección para optimizar el impacto visual en cualquier instalación.

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

Tanto los materiales empleados en el diseño de la envolvente, Policarbonato 850º y ABS V0, como la funcionalidad de la luminaria se ajustan a la normativa específica de alumbrado de emergencia UNE-EN 60598-2-22.

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

Por último resaltar que esta nueva luminaria permite su instalación tanto en pared como empotrada en falso techo.

www.iverlux.com

[inicio] [titulares de grupo]



Colección invierno 2017.



Botas ecológicas BURO - Cuero



Zapatos ecológicos BAGAR - Malaquita



Botines ecológicos PURNA - Malaquita

Una firma aragonesa que nace con el propósito de demostrar que un zapato puede al mismo tiempo ser ecológico y cómodo sin renunciar a la estética

Ray Musgo es una joven firma aragonesa comprometida en demostrar que el calzado atractivo puede al mismo tiempo ser cómodo y respetuoso con el medioambiente.

El equipo de Ray Musgo lo forman artesanos y también especialistas en medioambiente, por lo que tienen una forma diferente de entender el concepto de calzado.

Por un lado, trabajan de forma local en Zaragoza, con proveedores, infraestructuras y punto de venta propio muy próximos entre sí, lo que les permite contribuir al desarrollo local del sector y al mismo tiempo minimizar la contaminación asociada al transporte en las diferentes fases productivas y de comercialización. "Por desgracia, la industria del calzado está muy deslocalizada a lo largo y ancho del globo, por lo que detrás de un par de zapatos normales se esconde una enorme cantidad de CO₂ emitido a la atmósfera", dicen en la empresa.

Se encargan de desarrollar diseños lo más sostenibles posible garantizando asimismo una gran calidad y comodidad. Destacando por la utilización de materias primas con muy bajo impacto ambiental, como por ejemplo sus innovadoras pieles libres de cromo. Habitualmente, las pieles se curten y tintan utilizando metales pesados como el cromo (perjudicial para la salud), mediante procesos muy contaminantes. En Ray Musgo se utilizan compuestos vegetales, en un proceso muy laborioso pero totalmente limpio, con el que se obtienen pieles mucho más flexibles e hipoalérgicas, que no producen dermatitis, rojez o rozadura.

La innovación en materiales es algo a lo que dedican mucho esfuerzo, por ejemplo elaborando suelas con un innovador material bioplástico que contiene un 60% de origen vegetal reciclado. Así como plantas y plantillas con fibras vegetales de algodón, maíz y kenaf, tacones de madera reciclada, hebillas libres de níquel, etc.

Dentro de esta innovación en materiales, cuentan con alternativas sostenibles a la piel como el tejido de corcho o el tejido de madera, que incorporarán ya en la Colección Invierno 2018.

La unión de estética, comodidad y sostenibilidad ha tenido una acogida mejor aún de lo estimado inicialmente, teniendo en cuenta la dificultad de hacerse un hueco en un mercado tan "superpoblado" como el del calzado. En apenas 2 años desde la puesta en marcha de Ray Musgo, la firma ha logrado hacerse un hueco en España, Bélgica, Holanda y Luxemburgo, esperando, en breve, incorporar nuevos mercados europeos.

Es una realidad que existe una creciente tendencia hacia el consumo de productos de calidad y elaborados de forma responsable (tanto social como medioambientalmente), por lo que están muy ilusionados con el futuro de su empresa.

Y es que, como suelen decir: Cuidar el planeta... está en tus pies.

www.raymusgo.com

[inicio] [titulares de grupo]



Hormigonera económica.



Hormigonera semiprofesional.



Hormigonera remolcable.



Hormigonera profesional.

Umacon presenta una nueva línea de hormigoneras ligeras

Umacon es una empresa productora de maquinaria de construcción con más de 50 años de historia. En Umacon están volcados con la innovación y el desarrollo desde hace años, entendiendo tal como la capacidad de ofrecer mejoras continuas en los procesos, para favorecer el servicio al cliente, desarrollando productos que dan solución a sus necesidades.

En la actualidad, su catálogo de productos está formado por una amplia gama de productos de línea de hormigonado, línea de elevación, línea de vibración, herramientas de manutención y carpintería metálica. En este catálogo ha destacado siempre una amplia gama de hormigoneras, que permiten decidir la más adecuada para cada tipo de trabajo, en función de una serie de factores que luego serán decisivos en todos los aspectos de la obra: tiempos de mezcla, ruido, tipo de alimentación, movilidad, etc.

Hace dos años, la empresa se planteó acometer un ambicioso proyecto de diseño de una nueva gama de hormigoneras, con una serie de objetivos principales:

Querían disminuir los costes de producción de las hormigoneras, mediante la utilización de procesos productivos diferentes y geometrías de pieza más sencillas, siempre manteniendo las prestaciones y funcionalidad de las máquinas. Se trataba de desarrollar unos productos que fueran capaces de competir con garantías en el cada vez más exigente mercado de exportación.

Otro objetivo era el de estandarizar componentes y procesos entre las distintas máquinas que componen la gama de hormigoneras semiprofesionales y profesionales, logrando con ello disminuir la documentación generada y stock necesario. Por último, quisieron optimizar el espacio ocupado en transporte, principalmente para su envío en contenedor. Para el desarrollo del proyecto, Umacon contó con el equipo de Línea Diseño, con experiencia en el sector de la maquinaria. La empresa de diseño se encargó del desarrollo de toda la gama, desde la conceptualización de producto inicial, hasta el desarrollo de la documentación técnica para industrialización.

El diseño desarrollado se caracteriza por la utilización de un bastidor central fijo, y dos bastidores extensibles que soportan la cuba, mecanismo de giro y cabina del motor. De este modo, el conjunto puede recogerse a la mínima dimensión para el transporte, y bastidores iguales pueden servir para distintos tamaños de cuba, dando lugar a diferentes productos de la gama, con un bastidor común.

Para la fabricación se utiliza principalmente tubo de acero y pletina, evitando operaciones de prensa innecesarias, con lo que se han conseguido reducir los costes de manera importante. Además, el uso de elementos comunes dota a toda la serie de una imagen común reconocible, algo que no sucedía hasta la fecha.

Por último, el uso de cabinas de motor desmontables, y la posibilidad de desmontar las patas y el conjunto de ruedas, hacen que los productos se puedan apilar, optimizando el espacio que ocupan en transporte, algo muy importante para el mercado internacional.

www.umacon.com
www.linea-online.es



Modelo Audax.

Lasian renueva parte de su gama de estufas de la mano de AM Desarrollo

El sector de productos de calefacción que usan biomasa como fuente de energía está en pleno apogeo, lo que implica una constante evolución de los productos. Fruto de esta dinámica la empresa Lasian ha renovado parte de su actual gama de estufas de pellet.

AM Desarrollo ha sido la encargada de dar forma a varios modelos, por un lado de la línea Audax, que es la familia más económica de la firma. Junto con los responsables técnicos de Lasian, han trabajado en un exhaustivo estudio orientado a la reducción de costes y a la optimización del proceso de ensamblaje, hecho que ha permitido poner en el mercado un producto altamente competitivo y que se está consolidando con gran rapidez. Paralelamente se ha dotado a estas estufas de una estética actualizada que permite poner en valor las características del producto, alejándolo de la imagen de un producto de bajo coste.

Por otro lado han trabajado en la línea de estufas de tipo Slim o planas, que están orientadas a instalarse en zonas donde la dimensión en profundidad es relevante.

El concepto de envoltentes diseñado por AM Desarrollo ofrece un producto que permite tener varias versiones en cuanto a acabados y precios, usando siempre la misma estructura constructiva, optimizando el proceso de fabricación.

Por un lado se encuentra el modelo PrismaLux, que se posiciona en la gama más alta y se caracteriza por el uso de material innovador para su cara frontal, aportando un extra en cuanto a calidad de acabado, sensaciones y valores que transmite. Se fabrica en tres acabados diferentes.

Como compañera está el modelo Prisma, que se sitúa en un nivel de precio inferior, pero que su aspecto general no dista mucho del modelo PrismaLux. Para esta versión se usa la chapa pintada para la cara frontal. Ambos modelos tienen una base estética de líneas rectas y volúmenes marcados acordes a las tendencias actuales.

Con estos nuevos modelos se ha podido dotar a Lasian de productos con una imagen propia y personal, que aportan un grado de diferenciación. Fueron presentados en la pasada edición de la feria Expobiomasa.

www.amdesarrollo.com
www.lasian.es

[inicio] [titulares de grupo]

Modelo Prisma y modelos PrismaLux (de izquierda a derecha).



ZENIT ULTRALIGHT SYSTEMS desarrolla un sistema ultraligero de andamios

ZENIT ULTRALIGHT SYSTEMS, es una compañía cuya principal actividad es la fabricación y comercialización de un novedoso y ultraligero sistema de andamios en base al uso de materiales compuestos avanzados.

La idea de negocio parte de la experiencia de los promotores del proyecto de más de 20 años, como dueños de una empresa previa de diseño, montaje y alquiler de andamios para la industria, rehabilitación y construcción.

Los andamios en acero son muy pesados y convierten su labor de montaje en un trabajo peligroso para la salud de los trabajadores, lento y rudimentario. Los andamios en aluminio, buscando una reducción de peso que alivie esa pesada labor cuentan con el gran inconveniente de su elevado coste.

Al mismo tiempo, ambos sistemas no son aptos para su uso, según normativa, en las zonas de peligro de alta tensión y de peligro de atmósferas explosivas o zonas ATEX, debido a su naturaleza metálica.

ZENIT es la primera empresa en el mundo que ha desarrollado un sistema capaz de solucionar los problemas de ambos sistemas, ofreciendo un producto que reduce en un 70% el peso de las estructuras de acero y en un 40% las de aluminio, a un coste menor que el de la media de los sistemas en acero al carbono.

Al mismo tiempo y, debido a la propia naturaleza del material desarrollado, el uso del sistema ZENIT es perfectamente seguro en las zonas ATEX y de riesgo eléctrico.

En la actualidad, ZENIT ULTRALIGHT SYSTEMS desarrolla su actividad en la planta ubicada en Zuera, Zaragoza, donde han dado comienzo los trabajos de implantación del sistema productivo para, en julio del año 2018, dar salida a las primeras piezas del sistema.

Las piezas del nuevo sistema de andamios ZENIT se componen de perfiles de materiales compuestos de altas prestaciones y de juntas en materiales termoestables, unidas a los perfiles mediante soldadura química. El proceso de unión patentado por ZENIT permite prescindir del uso de remaches y asegurar la calidad de las uniones.

De igual modo, para poder lograr la fabricación de estos andamios a bajo coste, ZENIT ha debido desarrollar nuevas tecnologías de fabricación, de entre las cuales, destaca, la asociada a la fabricación en continuo de los perfiles híbridos con tejidos de "braiding". La consecución de esta tecnología, objeto también de patente, permite lograr la fabricación de un material prácticamente isotrópico con un módulo elástico cercano al del aluminio y con un límite elástico cinco veces superior. Todo ello asumiendo una densidad de 1800 Kg/m³ frente a los 2700 Kg/m³ del aluminio.

Al mismo tiempo, la implementación de distintos tipos de fibras en el tejido y el uso de resinas especiales en la fabricación de estos perfiles, confieren al material excelentes propiedades de impacto y resistencia a la abrasión, propiedades ignífugas y de resistencia a entornos básicos y ácidos así como muy buena resistencia a la exposición UV. Todas estas características del nuevo material diseñado y concebido por ZENIT, aúnan y potencian la consecución de las importantes ventajas de este



Estructura ultraligera diseñada por la empresa aragonesa.



Vista detallada del montaje.



Ganadores del Concurso IDEA 2017.

nuevo y ultraligero sistema de andamios.

Las citadas características del nuevo Sistema Ultraligero de ZENIT, conllevan una reducción de costes globales muy importante para los usuarios que se estiman en un 40%, una mejora en las condiciones de trabajo que, a su vez, acarrea una drástica reducción de dolencias musculoesqueléticas de los trabajadores montadores de andamios, la reducción de bajas laborales y la disminución del peligro de lesiones de consideración debido al impacto o atrapamiento causados por el manejo de material pesado y un aumento muy significativo de la productividad. Todo ello constituye un salto cualitativo muy evidente que debe redundar en el beneficio de toda la cadena de valor del sector.

Recientemente, Zenit ha obtenido el primer premio del Concurso IDEA 2017 en la categoría de Producto, en lo relativo al citado sistema ultraligero. Esta es una iniciativa del Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI) Aragón, patrocinada por la Fundación Emprender en Aragón y el Instituto Aragonés de Fomentos (IAF), con el objetivo de fomentar la creación de proyectos innovadores y con viabilidad tanto técnica como económica.

www.zenitcomposites.com

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



Imagen de un dumper.

Proyecto AUTODUMP

El objetivo del presente proyecto, funcional en laboratorio y en fase previa a los ensayos de campo, ha sido el diseñar y desarrollar un nuevo kit de robotización que sea capaz de transformar un dumper convencional en un robot móvil autopropulsado y autónomo, y, a su vez, que sea capaz de alcanzar el frente de excavación sin intervención humana. Posteriormente, espere a ser cargado y, por último, transporte los escombros generados en el frente de excavación hasta el exterior del túnel.

El nuevo kit supondrá un avance en la tecnología utilizada para llevar a cabo actuaciones de obra de diversa índole. Además, el kit desarrollado también representa un importante reto tecnológico para maximizar la autonomía del proceso y su capacidad para reaccionar en un entorno dinámico y mínimamente estructurado.

Estos factores además de ofrecer un producto comercializable, obligan al desarrollo de distintos subsistemas involucrados para asegurar la robustez, la compacidad y la viabilidad económica del sistema.

Para que este nuevo kit, que robotizará los dumpers convencionales para el desescombro de túneles, se lleve a cabo, ha precisado y precisa del trabajo conjunto de todas las empresas que constituyen el Consorcio:

Vías y Construcciones. Empresa con una amplia experiencia nacional e internacional en la ejecución de túneles participando activamente en todas las etapas necesarias para la definición de especificaciones técnicas, análisis de las necesidades de los distintos sistemas y componentes, así como del desarrollo de las pruebas de "validación en campo", que se realizarán en un túnel en estado de ejecución.

ITAINNOVA. Centro Tecnológico con gran experiencia en el desarrollo de sistemas mecánicos eléctricos, electrónicos y de automatización, así como amplios conocimientos en robótica móvil. Se encargará del diseño, la implementación y la fabricación de los elementos de dicho kit. Además ITAINNOVA ha colaborado con el resto de socios en el desarrollo de los algoritmos y la aplicación de las técnicas adecuadas para lograr la conducción autónoma del vehículo.

ANMOPYC. Como asociación sectorial, ha aportado su condición de experto en seguridad de máquinas para asumir con garantías los retos relacionados con la seguridad del proyecto de forma que la solución final dé todas las garantías necesarias para poder usar los vehículos correctamente. Además gracias a su conocimiento en cuanto a los mercados internacionales de maquinaria de construcción garantiza que el proyecto tenga un claro enfoque internacional.

Universidad de Zaragoza. A través de un grupo especializado de robótica, se ha encargado del diseño del sistema de comunicaciones, así como de las tareas relacionadas con la autolocalización en túneles. De esta forma aporta al proyecto su dilatada experiencia en la investigación y experimentación robótica en entornos confinados.

Para que el desarrollo exitoso de cada una de las tareas del proyecto que permitirán la definición final del nuevo kit, cada una de estas empresas ha designado sus mejores profesionales para configurar un equipo de trabajo con todas las capacidades necesarias para abordar cada uno los retos a los que se ha

enfrentado y a los que todavía debe enfrentarse.

El presente proyecto dará solución a uno de los ocho retos planteados en la convocatoria de "Retos Colaboración" del programa Estatal de I+D+i orientada a retos de la Sociedad, en concreto, da respuesta al reto: "(R4) Reto en transporte sostenible, inteligente e integrado".

El objetivo de este reto es impulsar el desarrollo de un sistema de transporte y de sus infraestructuras lineales y nodales que utilice eficientemente los recursos y sea competitivo, seguro y asequible, dando soporte a un crecimiento económico equilibrado y a la mejora de la competitividad, reforzando la cohesión territorial y la accesibilidad, y favoreciendo la integración funcional mediante un enfoque intermodal.

Las actividades de I+D+i definidas en el presente proyecto se enmarcan a la perfección dentro de la prioridad temática indicada en el plan estatal de investigación científica y técnica y de innovación 2013-2016, sobre "el desarrollo de tecnologías de la información y sistemas de transporte inteligente". Esto es debido a que el objetivo del proyecto es el diseño y desarrollo de un robot móvil autopropulsado y autónomo que va a "permitir aumentar la eficiencia" en el transporte de extracción de escombros, mediante una monitorización fiable del proceso, lo cual va a permitir un mejor estudio del proceso de desescombro ajustando, los ciclos de trabajo, a las necesidades requeridas en cada momento. Por otra parte el kit AUTODUMP que se está desarrollando requiere de técnicas de control y comunicaciones en "tiempo real".

www.vias.es
www.itainnova.es
www.anmopyc.es
www.unizar.es

[inicio] [titulares de grupo]

Prueba del AUTODUMP.



Indescar y AM Desarrollo se unen para crear un nuevo cierre para carrocerías de camión

La intervención del diseño en productos que tradicionalmente tienen una imagen industrial, permite que se perciban de un modo diferente.

Indescar confió en AM Desarrollo para que dotara a su nueva familia de cierres de un aspecto nuevo, alejado de la tradicional imagen industrial de este tipo de productos, pero sin dejar de transmitir valores de calidad y robustez. A esta tarea se sumó la de dar un adecuado tratamiento en cuanto a aspectos ergonómicos y de uso, así como encontrar una correcta combinación del acero inoxidable y plástico. El cierre se fabrica en dos versiones, para empotrar en la puerta y de superficie.

Cabe destacar que en el caso del modelo de superficie el asa es asimétrica, lo que aporta una imagen particular cuando queda instalada a dos manos, derecha e izquierda.

El nuevo cierre permite realizar la apertura con una sola mano, usando un recubrimiento plástico en la zona del asa, que permite un mejor tacto y amarre de la misma. Por otra parte la tapa que oculta la cerradura también se realiza en plástico, ocupando toda la parte central del cierre. Esta tapa al ser más grande también permite ocultar el candado de seguridad que en ocasiones se usa, permitiendo así que el cierre no tenga a la vista ningún elemento externo que desvirtúe su imagen de producto compacto.

Se ha tratado de proporcionar una imagen actual en la que la combinación de materiales y la geometría de las piezas consiguen un aspecto diferenciador.

Junto con los cierres, también se ha realizado un nuevo modelo de bisagra, renovando su imagen que completa la familia de productos.

www.amdesarrollo.com
www.indescar.com

[inicio] [titulares de grupo]



Cierres diseñados por AM Desarrollo.



Cerradura con diseño atractivo a la vez que robusto.



Prototipo de la cerradura, con el candado en su interior.

Enganches Aragón lanza los nuevos kits eléctricos universales Aragón 513 y Aragón 507

Enganches Aragón acaba de poner a la venta los nuevos kits eléctricos universales Aragón 513 y Aragón 507. Estos productos, que sirven para iluminar correctamente un portabicicletas de bola, un remolque, una caravana o un portaequipajes de bola TowBox durante la conducción en carretera, son compatibles con la mayoría de los vehículos del mercado y sirven también para aquellos coches que vienen equipados con LEDs, lo que supone un notable avance respecto a otros kits existentes en el mercado.

Enganches Aragón lanzó en el 2005 el kit eléctrico Aragón 501, un producto que ya entonces supuso un antes y un después en la industria del enganche, ya que evitaban a los instaladores de enganches de remolque tener que comprar un kit diferente para cada modelo de coche. Los nuevos kits universales Aragón 513 y Aragón 507 también son compatibles con la mayoría de vehículos del mercado pero, además, funcionan con todos los tipos de señal del vehículo, tanto analógicas como pulsadas, al tiempo que son resistentes a cortocircuitos e incluyen Control C-2 de serie.

El director general de Enganches Aragón, Fernando Benito, explicó que "hablamos de kits eléctricos totalmente versátiles y con el mayor grado de fiabilidad, ya que todos sus componentes cumple con las máximas exigencias de la industria del automóvil europea, lo que nos diferencia notablemente de otras instalaciones universales".

El Kit Universal Aragón 513 incluye un miniadaptador de 13 a 7 polos gratis que se entrega a todos los clientes. Además, es posible también adquirir un Kit Extensión Plus que permite a los kits eléctricos universales AR513 y AR507 desconectar de manera automática la luz antiniebla del vehículo o los sensores de aparcamiento analógicos. Según Fernando Benito, "no solo pensamos en el cliente final, que tan solo tiene que pensar que todo funciona correctamente en su vehículo, sino también en el instalador y en el montaje del enganche de remolque, ya que estos kits eléctricos universales que comercializamos pueden estar en los almacenes de nuestros respectivos clientes, ya que sirven para la gran mayoría de vehículos que ahora se comercializan".

www.enganchesaragon.com

[inicio] [titulares de grupo]



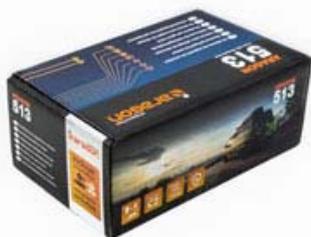
Contenido del kit eléctrico universal Aragón 507.



Packaging del kit eléctrico universal Aragón 507.



Contenido del kit eléctrico universal Aragón 513.



Packaging del kit eléctrico universal Aragón 513.

Nuevo tapón sport para botellas de agua

Según la asociación de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas (Aneabe) en España se beben unos 120 litros de agua mineral por persona. Siendo Europa el cuarto productor de agua embotellada y el quinto en consumo según la Federación Europea de Aguas Envasadas. Por esta razón, no es de extrañar que el agua embotellada sea un suculento mercado con una competencia feroz.

Las envasadoras de agua buscan competir en este mercado con nuevos diseños y usos. Uno de ellos y relativamente reciente es el de las botellas con tapón "sport". Botellas de agua para uso mayoritariamente deportivo o infantil que incorporan el llamado tapon "sport", que incluye una boquilla como la usadas en los bidones de ciclismo que permite beber de forma sencilla y segura, además de un capuchón con bisagra que protege la boquilla de la suciedad. De esta forma la botella permite varios usos y que se transporte sin peligro de ensuciarse.

Dentro de este sector la empresa Molmasa es un referente por su especialización en el diseño, fabricación y mantenimiento de moldes técnicos para la fabricación de tapones y preformas. Entre sus productos también figuran los tapones tipo "Sport" o "Sport Cup", que por demanda del mercado necesitaban un diseño nuevo.

Para el diseño se ha contado, como en anteriores ocasiones, con la colaboración del estudio Novo, responsable del nuevo diseño de tapón. Para el desarrollo de este se ha analizado el sector tanto nacional como internacional, así como sectores en los que se usan otros tipos de tapones. Una vez seleccionada la opción de diseño por el cliente se ha llevado a cabo el desarrollo, utilizando tecnologías de impresión 3D FDM para ajustar las formas y poder probar y verificar el diseño físicamente. Novo ha contado también con la colaboración de Raúl Llagüerri en el desarrollo del proyecto.

El resultado es un tapón de aspecto robusto y superficies limpias que permiten un uso de forma fácil y cómoda. Se diferencia de otros tapones por su limpieza formal y la ausencia de huecos en los que se pueda acumular la suciedad durante el transporte y la distribución.

www.molmasa.es
www.estudionovo.es
www.llaguerri.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes del tapón diseñado por Molmasa con la colaboración del estudio Novo.



Proceso de prototipado por impresión 3D FDM.

Bodegas Pirineos presenta un diseño joven y dinámico para su Alquezar Rosado



Vista detalle de como es la nueva etiqueta del Alquezar Rosado.



El nuevo diseño de la botella.

Bodega Pirineos (Grupo Barbadillo) ha presentado la nueva cosecha de uno de sus vinos jóvenes de mayor éxito, Alquezar Rosado. Esta bodega lleva elaborando este vino desde 1990 y cada año ha ido aumentando su expresión y su finura, convirtiéndose en un vino suave, con esa 'chispa' que le hace especial y que le otorga el carbónico propio de su fermentación.

Con un cierre de rosca para su facilidad en la apertura luce un diseño fresco y juvenil que busca resultar atractivo, tanto a un público que se está acercando por primera vez al vino, como al ya iniciado que valora la calidad y el placer que le otorga acompañar sus reuniones sociales con un rosado, afrutado y sabroso. Oficina de Arte, estudio de diseño gráfico sevillano, ha sido el encargado de rejuvenecer la imagen de este vino. Su etiqueta simula a una burbuja procedente de su carbónico natural ya que como se ha dicho si hay un rasgo que diferencia a este producto del resto son sus burbujas, su aguja, su chispa. La gran labor que han hecho se aprecia a simple vista, con un diseño simple pero que transmite los valores de la marca.

Es patente la creciente demanda en el consumo de vinos rosados de calidad. Lo dice el mercado en el presente y los siguen augurando los indicadores y estudios de tendencias.

Los nuevos consumidores y los consumidores menos conservadores, que cada vez abarcan mayores franjas de edad, van en busca de vinos frescos, frutales, fáciles de beber pero siempre bajo una oferta de diferenciación y de calidad. A este respecto, la Denominación de Origen Somontano se posiciona como referente a nivel nacional dado que ocupa el sexto puesto del ranking en la comercialización de vino rosado entre las 65 Denominaciones de Origen que hay en la actualidad en España. Este dato cobra especial importancia atendiendo a que el peso global de la DO Somontano sobre el resto es de sólo un 1% por volumen total comercializado.

Bodega Pirineos y Alquezar rosado, es la referencia indiscutible del rosado con más éxito en la DO. Actualmente, Bodega Pirineos vende en torno a las 400.000 botellas anuales sólo bajo la marca Alquezar, que se distribuyen en el mercado nacional e internacional, dónde cada año va adquiriendo más presencia.

Alquezar Rosado se elabora con dos variedades de uva, tempranillo que representa el dulzor, la fruta en sazón, los aromas de chucherías, las gominolas, las cerezas y la uva Cabernet Sauvignon que aporta la parte fresca, el regaliz rojo, el pimiento rojo, el balsámico y la hierbabuena. Se elaboran por separado y fermentan en las condiciones adecuadas para resaltar sus cualidades. 2017 es posiblemente la añada en la que la fruta se expresa con una mayor nitidez y limpieza en un conjunto más perfecto en el que se expresa toda la personalidad del vino.

Pink Explosion es la denominación que tiene la campaña de promoción y publicidad de Alquezar Rosado, una campaña que, como este vino, apela a un público adulto joven. Por este motivo, se han utilizado códigos más atrevidos, además el color al que se recurre es al rosa para recordar la tonalidad del vino de Bodega Pirineos.

Imágenes de la campaña pink explosion.



Nacen las cervezas *gourmet* Golden Promise

El mercado español de cervezas, cuenta con una nueva incorporación desde el pasado noviembre. Se trata de Golden Promise, una cerveza con una mezcla aragonesa y neoyorkina. Sus creadores, Pilar y Alexander, contactaron con Estudio Montalbán para crear una imagen de marca y así iniciar su aventura.

"Golden Promise nace de la pasión de dos aragoneses por la cerveza, que un día, viviendo en Nueva York, decidieron convertirla en su instrumento de vida".

"Cuando Pilar y Alexander nos trasladaron esa pasión, describieron su filosofía, su estilo de vida casi nómada -en su día y a día; pero también en la fabricación y búsqueda de los mejores ingredientes para la cerveza-, y la unión de sus raíces aragonesas y norteamericanas, entendimos que lo suyo iba muy en serio. Tanto, que enseguida supimos que ese lúpulo que usaban con frecuencia, llamado Golden Promise, les definía a la perfección.

Una vez tuvimos su nombre, creamos una marca de cerveza seria, alejada del viciado mercado de la cerveza artesana, pensando en una proyección a largo plazo, y con códigos visuales reconocibles y afines a su branding. Su logotipo, compuesto con una tipografía típicamente industrial americana, estampada en oro, y un sencillo escudo con forma de lúpulo crean un código visual memorable. Mientras tanto, los grabados de antiguos exploradores, colonos, mineros, etc, contextualizan el espíritu aventurero que conecta con un público en búsqueda constante del sabor de la felicidad", comentan en Montalbán Estudio, autores del diseño de la marca.

El resultado: dos cervezas gourmet con personalidad propia.

Scottish Ale(33 cl / 5,5%):

Una cerveza sabrosa, aromática y fácil de beber, que mezcla varios estilos: el sabor de la típica receta escocesa, rica en malta caramelo y un toque de trigo ahumado y avena, además de un delicioso aroma a lúpulo.

Ipa Edición Limitada (33 cl / 7,2%):

Junto a Boris de Mesones, el gurú y maestro cervecero por excelencia, han creado una IPA dulce increíblemente balanceada, donde el sabor y el aroma se unen en sintonía deliciosa gracias a la combinación de lúpulos americanos.

www.goldenpromisebrewing.com
www.montalbanestudio.es
www.unpardedos.com
www.haikucominicacion.com

[inicio] [titulares de grupo]



Vista detalle de cómo es la nueva cerveza.



El diseño de ambas botellas.



Diseño de la nueva botella Care Nouveau.



Guiomar Troncho con su diseño ganador.

Bodegas Care lanza su Care Nouveau 2017

El pasado 15 de noviembre tuvo lugar la presentación de la nueva añada de Care Nouveau, un vino joven, fresco y fragante de Bodegas Care.

Recién salido de la bodega, Care Nouveau 2017 es un vino elaborado a partir de uvas garnacha y tempranillo. Un jugo fresco de uva dirigido a las nuevas generaciones que se acercan a la cultura del vino. Es un vino de intenso color cereza con reflejos violetas y con atractiva apariencia. A la nariz es muy aromático y en boca resulta agradable y con aromas de frutas rojas.

Como cada año, la bodega ha querido renovar la identidad gráfica de su etiqueta para mostrar el talento de los jóvenes diseñadores aragoneses. Por ello se convocó el concurso "Ponle cara a la fiesta del vino" de donde ha salido el diseño gráfico de la etiqueta de Care Nouveau 2017, de entre más de 30 propuestas recibidas.

La nueva etiqueta de Care Nouveau 2017 ha sido realizada por la diseñadora e ilustradora Guiomar Troncho. El segundo y tercer premio han recaído en Fabiola Correas y María Zabay respectivamente. Durante la presentación, se entregaron los tres premios del concurso "Ponle cara a la fiesta del vino". El acto se celebró en el estudio de diseño Novo con la presencia de Nacho Lázaro y Raquel Díaz, copropietarios de la bodega y Óscar Martínez, enólogo de Care, acompañados de amigos y los diseñadores participantes en el concurso.

Care, la marca de Bodegas Añadas, es el antiguo nombre que utilizaron los romanos para referirse a la ciudad de Cariñena y que luego evolucionó hacia Caraellana, "la querida llanura". Una etimología que remite al origen, al apego a la tierra y al amor por lo autóctono.

Orientados desde la tradición a un nuevo consumidor, la imagen de la marca viene determinada por el juego con la palabra cara, reflejando una cara moderna de la D.O. Cariñena (la más antigua y tradicional de Aragón), trabajos originales del artista Enrique Torrijos.

Una imagen artística sincretista de inspiración primitiva y un término Care, cuidado, universalmente identificable, fusionan conceptos en vinos singulares e innovadores. En el mundo anglosajón, el término apela al cuidado, respeto y mimo que se imprimen en la elaboración de los caldos de Bodegas Care.

www.carewines.com
www.enriquetorrijos.com
www.guiomartroncho.com

[inicio] [titulares de grupo]

Otro año más, Bodega ENATE colabora con ATADES

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

En esta ocasión, los artistas que han colaborado, de forma desinteresada, cediendo sus obras para ilustrar las etiquetas de dichos vinos, han sido la artista zaragozana Eva Armisen, con su obra "Infinito", una pintura que necesita de miradas limpias, como la de los personajes que representa. Una obra que manifiesta una humanidad simple, muy cercana a la pureza de los niños, con un estilo cercano y sencillo, que muestra que la vida puede ser bella y alegre, y donde nos habla de los momentos más tiernos y dulces del día, de la sonrisa y de la felicidad.

Por otro lado, Alberto Carrera Blecua, con su obra "Cielo azul y rojo" se une en este bonito proyecto que, este año, se convierte en un homenaje al propio artista fallecido recientemente. Esta etiqueta es un homenaje a la amistad como sentimiento que une a las personas y es capaz de permanecer para siempre.

Los beneficios de la venta de estos vinos se destinarán a la continuidad de los talleres de arte que se desarrollan en los centros de Atades Huesca, y a la recuperación de variedades locales de legumbres ecológicas que desarrolla Atades Zaragoza en Ascara.

En ambos casos, el vino de Bodega ENATE es un Tempranillo 2016, de espíritu joven con un concepto muy parecido al de ATADES: fresco, alegre, informal y muy vivo.

www.enate.es
www.atadeshuesca.org
www.atades.com
www.evaarmisen.com

[inicio] [titulares de grupo]



Las dos botellas de vino, a la izquierda la vendida en Zaragoza, a la derecha la de Huesca.



Nueva marca y envase de Anyon.

Judía Trapera y Tempranilla Anyon

La cooperativa Legumbres del Moncayo lanza Anyon, una nueva marca para comercializar sus conocidas alubias secas como producto gourmet.

Para el desarrollo de los envases, llevado a cabo por Activa, se incidió en la utilización de materiales nobles, destacando el propio cartón de las cajas y utilizando un papel verjurado de alta calidad para las etiquetas. Dichas etiquetas se diferencian con una codificación cromática que las distingue entre sí. Una gráfica muy cuidada remata el conjunto.

Las judías secas del Moncayo salen al mercado con una nueva marca: Anyon. La cooperativa Legumbres del Moncayo, aprovechando la segunda edición de las Jornadas de Alubias de Añón que ha organizado recientemente, presentó en primicia esta importante novedad: el cultivo y comercialización de sus alubias secas, en sus dos variedades Trapera y Tempranilla, como producto gourmet bajo la marca Anyon. Un nombre de marca muy significativo que hace referencia al antiguo poblado medieval de Añón, situado a las orillas del río Huecha, y lugar actual del cultivo de estas judías.

Un hito muy importante para la Cooperativa que ya lleva tiempo recuperando este producto tan significativo para la comarca del Moncayo. Tanto es así que en la campaña 2017 se han cultivado 3,72 hectáreas de judía, de las cuales 0,50 pertenecen a la variedad Tempranilla y 3,22 hectáreas a la variedad Trapera. Además, este año la cooperativa Legumbres del Moncayo ha recolectado 2.180 kg de Judía Trapera y 560 kg de Judía Tempranilla.

<https://es-la.facebook.com/Judias-traperas-del-Moncayo-355417261318863/>
www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Imágenes del nuevo envase.





Packaging ensaimada para Navidad.



Packaging ensaimada de frutas.



Packaging Cumplensaimada.



Packaging tradicional.

Los Mallorquines renuevan su identidad gráfica y su packaging

Pastelerías Los Mallorquines, es una empresa familiar, fundada en Zaragoza hace más de 55 años. Nació bajo el afán y la ilusión de dos personas, Miguel Catalá y Jaime Catalá, padre e hijo, que desde su Mallorca natal trajeron la tradicional elaboración de la ensaimada. Ahora sus nietos e hijos continúan la tradición, siguiendo la estela familiar ofrecen, en sus tres establecimientos, toda una variedad de ensaimadas.

Hoy, su carta de ensaimadas mezcla los sabores de siempre junto a creaciones que se adaptan a los nuevos gustos. Ofrecen un menú de ensaimadas; tradicionales, afrutadas, una gran variedad de propuestas dulces y saladas, creaciones como la ensaimada de tiramisú y la de tres chocolates que no dejará a nadie indiferente.

"A menudo, en nuestro afán de mejorar la estética de marca de las empresas, sean del tamaño que sean, nos lleva a ser muy críticos con la imagen percibida de la presentación de los productos. Aunque aparentemente, por la calidad de los mismos, se puedan vender solos una buena estética ayudará a reforzar esa percepción y a vender más" comentan en estudio Novo. En este caso al tratarse de una caja para la ensaimada, existe una gran superficie que puede utilizarse como soporte gráfico, y en la que se pueden comunicar muchos mensajes, un lienzo en blanco. La caja de ensaimada estaba decorada con el nombre de la empresa y poco más, de aspecto muy técnico y dentro de la misma caja se podía encontrar tanto una ensaimada dulce como salada, sin identificar.

"El primer encargo fue una oportunidad para hacer que el cliente viera la importancia de nuestro trabajo y valorará positivamente el resultado. Nos encargó una caja de ensaimada para Navidad, en ese momento pensamos que la propia caja podría ser la decoración navideña del local, así que hicimos un rosco navideño que pudiese colgarse una vez se acabase la ensaimada. La buena aceptación por parte de la clientela, que entendió que podría ser una buena manera de regalar Navidad, hizo que nuestro cliente nos hiciera otro encargo, luego otro y en la actualidad le hemos desarrollado un nuevo concepto de packaging que es el de la CUMPLENSAIMADA. Hemos creado ya 6 modelos diferentes y eso ha hecho que la imagen general de las tiendas cambie, al tener expuestas todas sus cajas y llenar todo de color, potenciando la imagen de marca siempre en el centro y punto de atención" concluyen en Novo.

En una de las propuestas, se ha conservado un concepto de caja tradicional, que el estudio llama vintage, en la que se recupera el antiguo logo de la empresa dándole un aspecto de producto casero y familiar.

www.losmallorquines.es
www.estudionovo.es

[inicio] [titulares de grupo]



Packaging del nuevo Pasta al Nero di Seppia.



Packaging de la nueva Lasagna Instant.

Nuevos productos de Pastas Romero

Pastas Romero ha lanzado al mercado en sus últimos meses dos productos que pretenden ser un referente en los lineales de las tiendas. Por una parte, proponen su variedad Premium de "Pasta al Nero di Seppia" que está elaborada con sémola de trigo duro de la mejor calidad y tinta de sepia deshidratada. Se presenta la variedad Spaguetti, en formato de 500 grs, pensado para el gran consumo, y para espacios gourmet o tiendas especializadas.

Su packaging es de alta calidad y combina negro y plateado para darle una mayor presencia y que destaque en el lineal del punto de venta.

La Pasta de Sepia de Pastas Romero resulta una variedad perfecta para los paladares más exquisitos, que desean comer pasta de una manera más gourmet. Resulta perfecta para celebraciones especiales o consumo diario al combinarse con marisco, o pescado entre otros ingredientes, y comerse tanto caliente como fría.

Por otro lado, encontramos la nueva Lasagna de Pastas Romero.

Se trata de placas de Lasagna elaboradas con sémola de trigo duro y agua, y además no contiene huevo ni trazas del mismo. Se presenta en un formato de envase perfecto para el consumo diario, elaborado en tonos metalizados y negros, al igual que la "Pasta al Nero di Seppia". Busca dar un carácter Premium y de producto de calidad. El gramaje es de alta calidad y los acabados de las puntas están bien sellados de manera que el producto está protegido frente a posibles roturas.

El pack está pensado para que el producto sea el protagonista y que muestre un producto apetitoso que te apetezca probar.

Pastas Romero se presenta como una marca honesta, mostrando claramente los ingredientes y una foto realista del producto que te permita ver desde el inicio la calidad y las características del producto final.

www.pastasromero.com
www.lacia.com

[inicio] [titulares de grupo]



Asados y piezas enteras frescas de Casa Matachín.



Los 4 nuevos packs, más pequeños, reducen el gasto en papel.

Productos Gourmet para estas Navidades de la mano de Casa Matachín

La empresa aragonesa Casa Matachín continúa con la línea gráfica de sus cajas para su gama de Productos Gourmet de esta Navidad. Después del éxito cosechado durante la Navidad del 2016, este año presentan la versión optimizada del packaging, diseñado por el Estudio Versus, con la que se consigue reducir la cantidad de papel utilizado y de esta forma ser más respetuosos con el medioambiente.

Este año cuentan con cuatro productos ya asados (uno más que el año pasado), listos para consumir con un simple horneado y acompañados de diferentes salsas de elaboración propia:

- Pavo asado relleno con frutos secos y jamón, acompañado de salsa de manzana.
- Pollo campero asado relleno de trufa y trompetilla, con salsa de boletus.
- Pularda asada rellena de foie, cebolla caramelizada y ciruelas, con salsa de ciruelas.
- Y como novedad, los Jamoncitos de Pavo asados, con manzanas reinetas asadas y salsa de manzana.

Estos cuatro productos se presentan en cajas con un diseño automontable, un esqueleto interno para alojar el producto envasado al vacío y su correspondiente salsa. El diseño del packaging, con una decoración navideña que combina los colores negro y oro, persigue transmitir al consumidor un producto gourmet, de alta calidad, de la cocina tradicional. Con estos ingredientes intentamos llevar la Navidad a casa del consumidor y convertir estas fechas tan destacadas en una experiencia inolvidable, nos dice José Luis Bermejo de Casa Matachín.

Estas cuatro propuestas junto con las piezas enteras frescas y los redondos rellenos con salsa, listos para asar, completan la propuesta de Casa Matachín para estas navidades.

www.casamatachin.com
[@CasaMatachin](https://www.facebook.com/CasaMatachin/)
www.facebook.com/CasaMatachin/

[inicio] [titulares de grupo]

Un nuevo packaging de cámaras Polaroid para Chandal Barcelona



Nuevo packaging de cámaras Polaroid.



El nuevo packaging sirve para 4 modelos de cámara diferentes.

La fotografía instantánea está viviendo un segundo momento de esplendor. Acostumbrado como se está hoy en día a la fotografía digital y más todavía a la fotografía con móviles, las cámaras polaroid siguen manteniendo esa magia de convertir una toma en un formato físico que podrás guardar para siempre.

Parte de culpa la tienen los chicos y chicas de Chandal Barcelona, que además de reacondicionar cámaras originales de Polaroid, ofrecen accesorios, mantenimiento y todo un sinfín de productos vinculados a la fotografía instantánea. Desde su tienda on-line Chandal.tv, su tienda física en el Borne de Barcelona y diversos puntos de venta en toda España, ofrecen sus productos a los amantes de este estilo fotográfico que sigue enamorando.

Y para dar todavía más vida a estas icónicas cámaras qué mejor que vestir las con un traje nuevo, y de ahí surgió la idea de hacer un nuevo packaging que además de protegerlas y presentarlas, las dotara de una imagen más actual.

El nuevo packaging para las cámaras Polaroid cumple una serie de requisitos que hacen de este proyecto un exigente trabajo de diseño. Por un lado, la protección de la cámara queda asegurada con unos acondicionadores de espuma que la sujetan a la perfección, la presentación queda facilitada con un frontal transparente que permite ver la cámara en su posición "abierto" y un embellecedor que oculta los acondicionadores. Finalmente una robusta caja formada por una bandeja reforzada y una faja que cierra el conjunto muestran toda una explosión de color y vida.

Anto Moreno y Raúl Llagüerri son los responsables de este diseño de packaging, que ha supuesto un concienzudo trabajo de desarrollo de todos los elementos. La misma caja sirve para los diferentes modelos de cámaras Polaroid cambiando los acondicionadores y embellecedores. Esto ha supuesto la realización de numerosas pruebas y prototipos hasta conseguir que todo encajase correctamente.

La gráfica hace un guiño al icónico diseño de Paul Gianbarba para Polaroid de los años 70, con el uso de una paleta de color similar y formas geométricas sencillas a modo de pattern.

El nuevo packaging estará en breve disponible al comprar una polaroid en Chandal.tv y en sus diferentes puntos de venta.

www.chandal.tv
www.antomoreno.com
www.llaguerri.com

[inicio] [titulares de grupo]

Imágenes de los prototipos.





Nueva identidad de marca de Turismo de Aragón.

Aragón Turismo renueva su imago tipo

Aragón Turismo tiene nueva identidad visual corporativa. El nuevo imago tipo, diseñado por el diseñador aragonés Luis Peralta, representa los valores emocionales de Aragón.

La marca nace de la representación gráfica de los valores emocionales y propios de Aragón con el fin de crear un recuerdo, una vinculación directa entre las actividades que los turistas realizan y la región, resolviendo estructuras y grafismos y teniendo siempre como objetivo la comunicación de dichos valores.

En la nueva identidad gráfica de Aragón Turismo se puede apreciar un dragón, en rojo, con las alas de color amarillo haciendo referencia a la bandera de la Comunidad Autónoma. El dragón está basado en el escudo de armas de Pedro IV el Ceremonioso, la nueva figura traslada el escudo de la Casa de Aragón a las alas de la figura del dragón (d'Aragó) que forma la cimera.

El símbolo, representado antiguamente siempre en la misma dirección, fue espejado para visualizar un dragón que avanza en lugar de enfrentarse ayudando a dulcificar -junto con las curvas propias del dibujo- un animal que por naturaleza se presenta agresivo. El ala del dragón en forma de A, como inicial de Aragón, representa una superposición de montañas que representan los pirineos oscenses. Continúa la figura por los meandros del valle del Ebro (cuerpo) acabando en la meseta turolense (cabeza del dragón).

Uniéndolas dos premisas, tanto el origen histórico como su resolución gráfica, obtenemos conceptos fundamentales como historia, cultura, patrimonio, territorio o naturaleza que pueden ser reforzados con los elementos que complementen cada formato.

www.turismodearagon.com
www.aboutlupa.es

[inicio] [titulares de grupo]

Estudio Novo crea la identidad visual corporativa de Bikram Yoga Zaragoza

Existe un tipo de Yoga que se llama Bikram, el cual se practica dentro de una sala y ésta debe estar a 42º de temperatura, las mismas condiciones climatológicas con las que se practica en India.

El calor favorece el estiramiento, equilibrio y fortalecimiento de los músculos, trabajando la conciencia de la respiración, el control de los pensamientos y la conexión cuerpo-mente, situación perfecta para que el cuerpo se relaje, mejore la flexibilidad y se refuerce la columna vertebral, además de otras particularidades, disminuye el estrés.

Belén Aranda, especializada en yoga terapéutico y profesora titulada de Bikram fue la emprendedora de este nuevo proyecto, montar el primer centro de Bikram Yoga en Aragón. Decidió contactar con Estudio Novo y les encargó el diseño de la identidad gráfica de la marca , además de la decoración.

Belén buscaba una identidad gráfica que expresase el contraste entre la pureza del blanco y el oro como fuente de energía, así que esos son los colores que Estudio Novo ha plasmado tanto en su identidad visual como en su centro de trabajo.

La tipografía que se ha seleccionado transmite limpieza y refuerza la palabra Bikram sobre el resto, ya que era de vital importancia definir que se trata de una variedad muy puntual que en la actualidad está empezando a ser muy conocida, tanto entre deportistas, actores, policías o gente que requiere de un cierto equilibrio y entrenamiento.

El imagotipo o símbolo se identifica con una de las posturas más frecuentes en Bikram y a la vez refuerza la idea de que siempre irá ligado al calor simulando una llama.

Todos los elementos de comunicación, tanto folletos como Web, van unidos a diferentes fotos en posturas que muestran las posiciones más frecuentes para la práctica de Bikram en un ángulo que muestra su forma más perfecta.

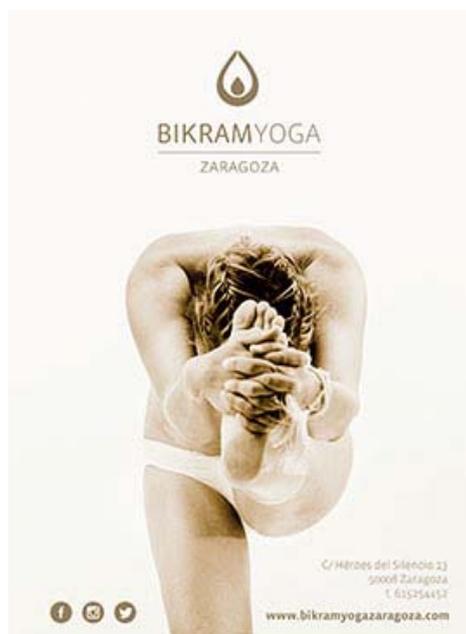
En general de la imagen de marca se perciben los valores curativos, terapéuticos y son la garantía de que detrás hay una persona profesional que ejerce con pasión una actividad que cada vez implica a más personas.

www.bikramyogazaragoza.com
www.estudionovo.es

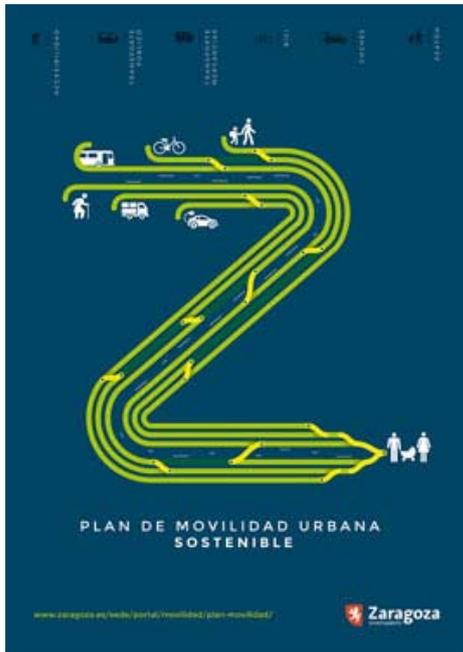
[inicio] [titulares de grupo]



Nueva identidad gráfica de Bikram Yoga.



Postal con una de las posturas más reconocidas de esta especialidad de Yoga.



Cartel ganador del premio International Graphic Design Award.



Zaragoza es Cultura por Estudio Iguacen.



Ilustraciones de los posters del proyecto I.S.L.A. por Rebeca Zarza.

Estudios aragoneses con los premios internacionales de diseño IGDEA

Los premios internacionales IGDEA reconocen, en cada una de sus 25 categorías, los mejores proyectos gráficos a nivel mundial y, como otros de reconocido prestigio como Anuaría o Emporia, son organizados por Veredictas, compañía decana especializada en la creación y desarrollo de "estándares de excelencia".

El jurado internacional de IGDEA, formado por expertos y profesionales nominados por las organizaciones más importantes de cada uno de los 25 países en los que Veredictas está presente, ha reconocido el trabajo creativo y conceptual de la campaña "Plan de movilidad urbana sostenible" del Ayuntamiento de Zaragoza, para la que Detailier diseñó una gráfica con una imagen central basada en una gran Z, símbolo de la ciudad, formada por 6 líneas que representan a los actores principales de la movilidad y que se juntan en un punto común, el ciudadano.

El estudio de diseño gráfico zaragozano Detailier acaba de recibir el premio International Graphic Design Awards a la mejor campaña de interés social por la creación y diseño de la campaña "Plan de movilidad urbana sostenible", encargada por el Ayuntamiento de Zaragoza.

Detrás de Detailier está Javier Lapuerta, un joven zaragozano que en 2012 creó su propio estudio de diseño en las instalaciones de la antigua Azucarera, hoy convertida en Zaragoza Activa, génesis de muchos de los actuales jóvenes empresarios de la ciudad. Junto a Laura Coria y Laura Izquierdo, Lapuerta también consiguió dos galardones Selección Anuaría el año pasado.

Idéntico galardón IGDEA le ha sido otorgado al Estudio de Diseño Gráfico Iguacen en la categoría de mejor logo para un producto o servicio. Zaragoza es Cultura es la imagen que el servicio cultural del Ayuntamiento de Zaragoza usa para identificar y vertebrar toda la comunicación cultural de la ciudad a través de redes sociales, newsletters, etc.; también para algún uso offline. La letra Z sintetizada mediante flechas que denota el constante movimiento cultural de la ciudad: danza, teatro, arte, festivales, música, etc. Identidad visual flexible y abierta para futuras aplicaciones de comunicación para una ciudad referente en acontecimientos culturales en cuanto a la calidad y cantidad de los mismos.

Por otro lado, Rebeca Zarza ha ganado el premio IGDEA a mejor ilustración por el proyecto I.S.L.A.

I.S.L.A. (Impulso Sonoro Las Armas) es un festival de música independiente que tiene lugar en el barrio zaragozano de Las Armas. Este proyecto consta de un poster principal y 8 basados en él; siendo este una isla multicultural que representa diferentes estilos musicales (música electrónica, jazz, flamenco...) Basado en este central, los 8 posters individuales hacen referencia a cada uno de los estilos musicales.

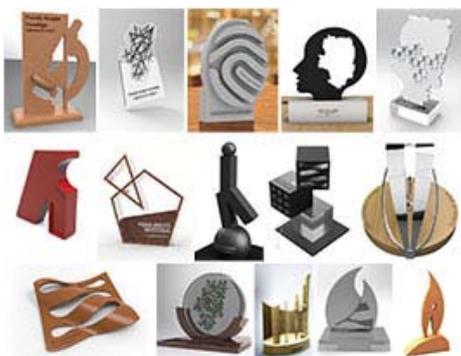
Así mismo han resultado seleccionados como finalistas al mejor póster Rebeca Zarza Estudio con Estudio Montalbán por I.S.L.A Impulso Sonoro Las Armas, poniendo así de manifiesto la buena salud y gran momento de la creatividad aragonesa.

www.detailier.com
www.iguacen.com
www.zarzaestudio.es
www.montalbanestudio.es
www.veredictas.com

Propuestas para el diseño de los "Premios Aragón Investiga"



Diseño ganador para el "Premio Aragón Investiga".



Otros diseños del certamen.



Fernando Gómez se proclamó ganador del concurso.

El Departamento de Innovación, Investigación y Universidad del Gobierno de Aragón lanzó un concurso de ideas para el diseño del trofeo conmemorativo de los Premios Aragón Investiga, cuya última edición se celebró en noviembre de este 2017.

Esta convocatoria estaba dirigida a estudiantes de diseño industrial de los diversos centros formativos acreditados de Aragón en estas disciplinas. La participación en la misma se podía realizar de forma individual o colectiva y los trabajos debían ser originales e inéditos y, para el diseño y ejecución de los mismos, se tenían que emplear las técnicas y materiales idóneos a las exigencias expresivas y de reproducibilidad en impresoras y tecnologías 3D.

El "Premio Aragón Investiga" se instituyó en 2004 con la finalidad de reconocer públicamente las contribuciones a la investigación básica o aplicada de los investigadores aragoneses, así como las labores de apoyo a la investigación y a la transferencia de conocimientos realizadas por entidades públicas y privadas radicadas en Aragón. En este contexto, el Departamento de Innovación, Investigación y Universidad pretendía dotar al relieve conmemorativo del Premio Aragón Investiga de un diseño, grado de representatividad e impacto visual, acordes con el propósito del galardón.

Para ello, el Departamento planteó un proceso participativo entre alumnos matriculados en asignaturas de diseño industrial persiguiendo varios objetivos simultáneos. Estos objetivos eran los de conocer el grado de percepción social de la ciencia y la investigación entre los jóvenes estudiantes aragoneses, dar la oportunidad a los alumnos de diseño de llevar a cabo un ejercicio académico, pero de aplicabilidad práctica inmediata y con visibilidad pública y finalmente el de disponer de una imagen permanente y modelo de trofeo conmemorativo del Premio Aragón Investiga, identificable y fácilmente reproducible con las tecnologías 3D.

Los diseños seleccionados debían ser materializables con esas tecnologías y contener todas las características y especificaciones técnicas necesarias para pasar a la fase final de producción, dando como resultado un objeto material de dimensiones no superiores a las de un cubo de 250 mms. de arista, que integrara de forma visible la denominación impresa del galardón objeto del proyecto, "Premio Aragón Investiga. Gobierno de Aragón".

Para la selección del diseño ganador el Jurado, estaba formado por representantes cualificados del Departamento de Innovación, Investigación y Universidad, del Centro Aragonés de diseño CADI, de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza y del Centro Tecnológico Aitiip, utilizó el sistema de plicas, desconociendo la identidad del autor o autores del diseño.

Una de las plicas o sobres, contenía la información técnica relativa al proyecto y una memoria explicativa, recogiendo los aspectos técnicos del diseño que los autores consideraran necesario reseñar, y la adecuación conceptual del trofeo/relieve planteado al objetivo institucional del Premio. Al ganador del concurso, la Consejera de Innovación, Investigación y Universidad le extendió la correspondiente certificación acreditativa del diseño ganador y su autoría. Asimismo, fueron invitados al acto público de entrega de los



Premio original fabricado en impresión 3D.

premios "Aragón Investiga", donde se le hizo al ganador personalmente entrega del certificado y de una copia física del trofeo. La Dirección General de Investigación se comprometió también a dar difusión, en medios electrónicos especializados, de una reseña de los diseños seleccionados y del ganador.

A juicio del Jurado, el diseño ganador fue el codificado como T-10/2017 cuyo autor resultó ser D. Fernando Gómez Mendive, alumno de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza.

El concepto base de este diseño se denomina "Apoyo Aragonés".

Para ello, se ha abstraído el contorno de la Comunidad Autónoma de Aragón en formas geométricas simples y se han dejado separadas las provincias.

El trofeo dispone tres elementos representando el Método Científico -Observación, Hipótesis y Experimentación-. Se trata de tres pilares oblicuos con el perfil geométrico de cada provincia, que nacen de distintas partes hasta enlazarse formando la Comunidad Autónoma. Con ello se quiere mostrar el apoyo institucional, el trabajo en equipo, y las fuentes de una investigación. En su conjunto, forma un volumen piramidal que evoca las formaciones rocosas del paisaje aragonés y el alcance de la cima.

www.aragon.es

[inicio] [titulares de grupo]

XXXIV Feria de Artesanía Aragonesa

Desde el 2 al 10 de diciembre, ha tenido lugar la XXXIV edición de la Feria de Artesanía Aragonesa en la Sala multiusos del Auditorio de Zaragoza. Durante esos días, además de mostrar las obras participantes en el concurso que se celebra anualmente, se pudo asistir a varios talleres relacionados con la artesanía.

El ganador de esta edición es Tomás Duaso con su obra "Lazerías".

Se trata de un mueble bajo, formado por un sobre y unas puertas en las que se desarrolla un motivo de lacería, una estrella de diez puntas, en estos dos planos. Está realizado en madera maciza de arce y nogal español, ensamblado mediante lengüeta postiza, y encolado. No lleva elementos metálicos, aparte de las necesarias bisagras, las cuales permiten abrir las puertas de una manera no habitual, como las alas de una mariposa. Incluso la parte frontal permite que el pico de la estrella gire, de tal forma que al abrir la puerta, este pico gira hacia el interior, creando un juego de luces y sombras. Respetando el sentido de las vetas de la madera, para que fuguen al centro de la estrella.

La idea de Tomás era hacer un homenaje al oficio de carpintero tradicional, aquellos que hacían techumbres y armaduras de madera, y a la arquitectura mudéjar, con sus trazados geométricos.

El segundo premiado fue Pablo A. Caporali, con su obra "Sueños rotos".

La pieza está inspirada en las primeras máquinas voladoras inventadas por Leonardo da Vinci. Durante más de dos décadas y después de escribir dos tratados sobre el vuelo de las aves e insectos tratando de imitarlo, al final concluyó que sus máquinas no podían volar dado que la potencia muscular que necesitaba para que se movieran no podía producirse por humanos. Es por eso que la idea de cumplir el sueño de volar como las aves hizo que Pablo recreara su Ornitóptero aplicando energía cinética para que pudiera volar aunque sea solo imaginariamente. De ahí el nombre de la pieza, sueños rotos.

www.artearagon.com
[Ver perfil de Tomás Duaso](#)
[Ver perfil de Pablo A. Caporali](#)

[inicio] [titulares de grupo]



Lazerías de Tomás Duaso.



Vista detalle de una de las estrellas que forman el mueble bajo.



Sueños rotos de Pablo A. Caporali.



Sesión formativa para PAED.

El CADI forma a los agentes PAED en materia de diseño

El pasado 21 de septiembre tuvo lugar una sesión formativa para los agentes del Programa de Apoyo Empresarial Directo (PAED). El programa PAED ofrece a las empresas aragonesas un asesoramiento gratuito para su desarrollo, expansión, modernización y consolidación en el mercado.

Esta jornada, impartida en las instalaciones del CADI, pretende mejorar los servicios ofrecidos por el PAED incorporando al programa conocimientos en materia de diseño para hacerlos llegar a las empresas aragonesas y potenciar lo que esta línea de trabajo puede hacer por la innovación de las PYME.

La sesión formativa: "El diseño como herramienta estratégica", pretendía que los agentes reflexionaran sobre todo aquello que la empresa debe tener en cuenta antes de abordar el diseño en los diferentes ámbitos (marca e identidad, producto y servicio); que conocieran las metodologías y herramientas que se utilizan en diseño, de forma que así interiorizaran cuál es la utilidad y el valor de su aplicación en las empresas y como se integra dentro sus procesos.

Esta actuación se enmarca en un proceso de revisión y renovación de los servicios ofrecidos por el Programa de Apoyo Empresarial Directo (PAED), que entre otras acciones, quiere destacar y dar un impulso a la importancia del diseño en el ámbito empresarial.

El programa actualmente cuenta con tres ejes, el eje uno se centra en el desarrollo de iniciativas empresariales (desarrollado en tres fases: definición de modelo de negocio, viabilidad e implantación). Un segundo eje de orientación competitiva para proyectos ya establecidos y un tercer eje que recoge acciones dirigidas a la red de empresas del programa.

www.aragon.es

[inicio] [titulares de grupo]



Serie N del grabador de video SCATI.



Control de localización y rutas gracias al equipo de grabado a bordo.

Comunidad Diseña

Nuevos lanzamientos de SCATI

UN GRABADOR DE VIDEO PARA CAJEROS AUTOMÁTICOS

SCATI, empresa especializada en soluciones inteligentes de seguridad, presenta al mercado la serie N, un nuevo video grabador orientado a cubrir las necesidades de grabación de pequeñas instalaciones desatendidas como los cajeros automáticos.

De tamaño reducido y compacto la serie N de SCATI es la plataforma ideal para la banca y sus cajeros automáticos remotos y desplazados. Cuenta con 1 TB de almacenamiento y es capaz de gestionar hasta 4 cámaras FullHD con total estabilidad e incluso registrar video por evento de detección de rostro o por transacción.

Gracias al software ya instalado y previamente configurado, SCATI VISION permite la gestión, monitorización, búsqueda y exportación de video localmente desde las aplicaciones de Centro de Control de SCATI, constituyendo un sistema escalable ideal para instalaciones distribuidas.

Su formato altamente compacto, su eficiente diseño de disipación del calor y la ausencia de elementos de ventilación, hace que sean más silenciosos y robustos favoreciendo así que los equipos de la serie N sean la solución ideal tanto para cajeros automáticos como para localizaciones remotas y desatendidas.

VIDEO GRABADORES DENTRO DEL COCHE CON DIVERSAS FUNCIONES

Otro lanzamiento de la empresa con sede en Zaragoza, es su nuevo equipo embarcado capaz de gestionar hasta 8 cámaras Full HD con total estabilidad.

Con certificaciones específicas y comunicaciones integradas en el propio equipo, estas plataformas ofrecen potentes funcionalidades de monitorización, incluyendo grabación de audio y video, transmisión a través de 3G/4G/Wi-Fi, posicionamiento GPS y almacenamiento seguro de datos. A todo esto hay que añadirle un diseño del hardware especial para amortiguación de vibraciones de discos duros y extracción rápida de discos.

Esta nueva gama de video grabadores embarcados se gestionan a través del software de explotación de FENIX PRO Mobile de SCATI que permite ver el video en vivo y grabado proveniente de cualquier vehículo y lo posiciona en un SIG (Sistema Información Geográfica) vía satélite registrando la información de su ubicación y posibilitando al usuario establecer rutas, calcular distancias recorridas y, en definitiva, obtener no sólo un sistema de video sino una completa plataforma de control de flotas que asegura los vehículos y la operativa de nuestros clientes.

www.scati.com

[inicio] [titulares de grupo]

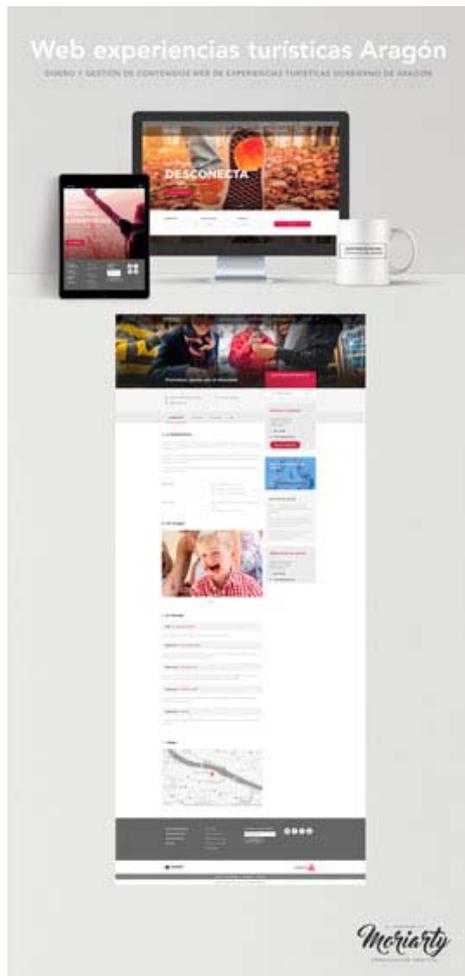


Imagen de la nueva página Web de experiencias turísticas de Aragón.

¿Qué fue lo mejor del viaje? La Experiencia

Cada vez que viajamos buscamos ese inolvidable momento. A veces ocurren sin buscarlos pero cada vez más los consumidores turísticos los buscan premeditadamente, provocando en muchas ocasiones que estos usuarios cambien el consumir lugares por consumir vivencias.

La página de Experiencias Turísticas de Aragón pretende recoger esas actividades tan demandadas y ponerlas en valor para los diferentes públicos que visitan y hacen turismo por nuestra comunidad. Estas experiencias son fruto del concurso realizado por el servicio de Promoción Turística de Gobierno de Aragón y se recogen las 25 mejores.

En la página se pueden encontrar cinco categorías de actividades para realizar: familiares, gastronómicas, enológicas, activas y culturales. En cada una de esas categorías se muestran las diferentes actividades relacionadas. La forma en que se muestran estas actividades se organiza en base al interés del público y no al territorio. El público que busca actividades suele repetir. Por esa razón se pretende mostrar todas las actividades que puede hacer que enlacen con sus intereses, de esta manera es posible que repitan otro fin de semana o en el próximo viaje y que además descubran nuevos escenarios.

Además de este tipo de búsqueda, la página cuenta con un buscador por temporada, tipo de actividad y destino. De este modo es mucho más fácil encontrar aquella aventura que se este buscando.

La página enlaza con las propias Web y datos de contacto de los proveedores de experiencias. No se trata de una página comercial sino de un escaparate para las distintas empresas que prestan este tipo de servicios en Aragón.

Este escaparate cuenta con una página muy visual que dispone de abundantes fotografías y vídeos de las experiencias, y de un blog en el que de forma periódica se actualiza con diferentes aventuras que ayudan a posicionar la página y a mantenerla al día. El tráfico y el posicionamiento SEM es imprescindible para que iniciativas de este tipo tengan éxito. El objetivo final es que esta página, además de ser repositorio de las mejores 25 experiencias turísticas de Aragón en 2016, sirva para que estas actividades tengan una mayor visibilidad y una mejor comercialización.

www.profesormoriarty.com

www.aragon.es

www.experiencias.turismodearagon.com

[inicio] [titulares de grupo]



La empresa de podología y el club oscense presentan las nuevas espinilleras SD Huesca de Podoactiva. De izquierda a derecha: Jair Amador, jugador de la SD Huesca; José Luis Ortas, director general de la SD Huesca; Javier Alfaro, director técnico de Podoactiva; Antonio Gómez, podólogo del club y de la empresa de podología; y Jorge Pulido, jugador de la SD Huesca.



Los futbolistas de la SD Huesca utilizan esta protección personalizada de Podoactiva para evitar posibles lesiones.



Se renovó el acuerdo de colaboración entre Podoactiva y la SD Huesca en el estadio El Alcoraz.

La SD Huesca pisará una temporada más con Podoactiva

El pasado 12 de diciembre la SD Huesca y Podoactiva renovaron su acuerdo de colaboración, por el que la empresa oscense líder de podología y biomecánica seguirá cuidando la pisada de los jugadores. Podoactiva se encarga de realizar estudios biomecánicos de la pisada y tratamientos con plantillas personalizadas, así como realizar revisiones y servicios podológicos al equipo oscense durante toda la temporada. Todo ello supervisado por Antonio Gómez, podólogo de Podoactiva, integrado en el cuerpo médico del club.

El acto de renovación tuvo lugar este martes en la sede del club al que asistieron José Luis Ortas, el director general de la SD Huesca; Javier Alfaro, director técnico de Podoactiva; y Antonio Gómez, podólogo del club que forma parte del equipo de expertos de la empresa oscense.

Javier Alfaro, director técnico de Podoactiva, mencionó que la empresa de podología comenzó a proveer sus servicios a la SD Huesca en la temporada en la que el club oscense consiguió el ascenso a Segunda División A y "nos encantaría acompañar sus pasos en Primera División. Queremos continuar trabajando juntos muchos más años". Alfaro también agradeció a la SD Huesca "la confianza depositada en nosotros una temporada más. Es una gran satisfacción cuidar la pisada de un equipo de referencia de nuestra tierra y les agradecemos todo el apoyo que nos han mostrado durante estos más de 10 años".

Por su parte, José Luis Ortas, director general de la SD Huesca, destacó que "Podoactiva siempre ha estado al lado del club apoyándonos y prestándonos su servicio. Estamos en manos de los mejores y tenerlos a nuestro lado, a una empresa de Huesca, es un orgullo para nosotros".

La SD Huesca apuesta por la protección de Podoactiva con sus espinilleras personalizadas

En el acto también se presentaron las espinilleras personalizadas SD Huesca de las que ya disfrutaban todos los jugadores del club. Cada deportista o aficionado tiene la oportunidad de diseñarse sus propias espinilleras escogiendo no solo el diseño sino también la talla y el material, en función de sus necesidades. "Tanto jugadores profesionales como cualquier aficionado disfrutaban del fútbol, pero es recomendable hacerlo con una buena protección. Nuestras espinilleras se realizan con la última tecnología de Podoactiva, en diferentes materiales caracterizados por ser muy resistentes a la par que ligeros y cómodos", afirmó Antonio Gómez, experto en podología deportiva de Podoactiva. Diversos jugadores de equipos de élite como el Real Zaragoza, el Atlético de Madrid o el Real Madrid ya las utilizan.

Dentro de los servicios médicos del equipo, Podoactiva realiza los exhaustivos estudios biomecánicos de la pisada a los jugadores. En ellos destacan las pruebas desarrolladas con tecnología propia de última generación como el escaneo del pie con el 3D Scan Podoactiva. Este estudio permite generar plantillas personalizadas a partir de datos óptimos de la geometría y dinámica del pie desarrollando plantillas muy finas que se adaptan perfectamente al calzado deportivo.

También se realizan estudios del gesto deportivo de los



Podoactiva lleva acompañando los pasos del club oscense durante más de 10 años.



La empresa de podología ha manifestado que sería un placer acompañar al Huesca en Primera División.

jugadores mediante el sistema de análisis Younext 4D by Podoactiva, un estudio del movimiento de alta precisión mediante el procesado de las imágenes de vídeo captadas por, al menos, cuatro cámaras.

En caso de lesiones, Podoactiva, a través de Younext, su filial de biotecnología aplicada que aporta soluciones personalizadas mediante escaneo en 3D de distintas partes del cuerpo, también proveerá máscaras de protección facial a los deportistas del club oscense contribuyendo a la mejora y continuación de su actividad deportiva.

Importancia de los estudios biomecánicos

El cuidado de los pies y la realización de estudios biomecánicos de la pisada son pruebas necesarias para conocer la forma de pisar y prevenir dolencias y posibles lesiones en la vida diaria de cualquier persona. El pie es el único punto de contacto con el suelo por lo que un mal apoyo puede tener repercusión en lesiones musculares y articulares en zonas a veces alejadas de este, como el tobillo, la rodilla, la cadera o las estructuras musculares de la pierna.

www.podoactiva.com

[inicio] [titulares de grupo]

El exitoso "Reto Solidario" de Pastelería Tolosana

Pastelería Tolosana recogió del 16 al 22 de octubre, en sus establecimientos, 1.623 litros de leche, superando el objetivo inicial de los 1.000 litros. La campaña se realizó en colaboración con los bancos de alimentos de Huesca y de Zaragoza.

Para conmemorar la celebración del Día Internacional del Pan, el día 16 de octubre, Pastelería Tolosana organizó la campaña de recogida de leche "Chusco Solidario". Es una iniciativa que nace de la UIB (Unión Internacional de la Boulangerie) para dedicar un día a la cultura del pan y para reconocer el trabajo de los panaderos.

En Pastelería Tolosana también lo celebraron, compartiendo solidaridad con todos sus clientes, organizando la 2º edición del Chusco Solidario. Durante toda la semana del 16 de octubre, los clientes de Tolosana podían donar un litro de leche y la pastelería aragonesa les regalaba un Chusco Solidario. Cuando la cantidad de alimentos era más de un chusco, se hacía entrega de un vale por cada kg entregado, para cambiarlo otro día.

El "Reto Solidario" se superó con creces gracias a la solidaridad de los clientes de Pastelería Tolosana. Se hicieron entrega de 687 litros de leche, al Banco de Alimentos de Huesca, recogidos en las tiendas de Huesca y Almudévar. Y en Zaragoza se entregaron 936 litros de leche al Banco de Alimentos de Zaragoza, gracias a las aportaciones de los clientes de las tiendas de Avda. Goya y Camino las Torres. Con esta iniciativa, Tolosana ha pretendido ayudar al Banco de Alimentos, haciendo también más visible la tarea de estos voluntarios.

www.pasteleriatolosana.com

[inicio] [titulares de grupo]



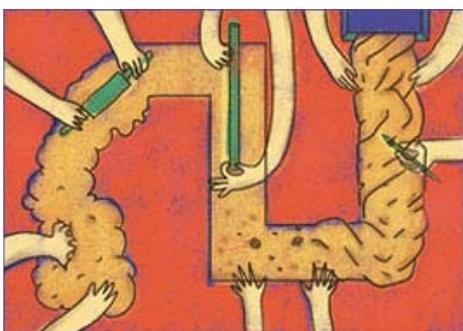
Entrega de los 687 litros de leche al Banco de Alimentos de Huesca.



Entrega de los 936 litros de leche al Banco de Alimentos de Zaragoza.



"Entrenzada", obra de Inés Ruiz-Peinado Blasco.



"Manos a la Trenza", obra de Carolina Ferrer.



"Trencicas", obra de Miguel Solans.

Gran éxito del "V Certamen de Ilustración Dulce 2017", impulsado por Pastelería Tolosana y Trenzarte

El V Certamen de Ilustración Dulce organizado por Pastelería Tolosana y Trenzarte, ya tiene ganadores. Este certamen va consolidándose año a año y en esta 5ª edición, se recibieron un total de 141 ilustraciones, un gran éxito que superó las fronteras del nuestro país consolidándose como un certamen internacional, con claro carácter latinoamericano. Se recibieron ilustraciones de 16 provincias españolas, y de países como México, Argentina, Colombia y Portugal.

Tras la reunión final del Jurado, el pasado día 11 de diciembre, se determinaron la obra ganadora y el accésit de la categoría general, la obra ganadora de la categoría TrenzArte, y el resto de las obras finalistas.

En palabras del jurado, "se ha comprobado un mayor nivel tanto en las técnicas como en su temática, con propuestas más atrevidas y singulares que otras ediciones". En la última reunión se valoraron y se debatió sobre las obras previamente calificadas, se realizaron varias votaciones para el establecimiento de un orden de prelación de las obras hasta determinar las 10 obras finalistas, por su calidad y la técnica empleada, así como por su idoneidad y cumplimiento de la temática requerida. Los miembros del jurado, después de los procesos de deliberación acordaron los siguientes galardones:

Ganador

Obra: "Entrenzada"

Autora: Inés Ruiz-Peinado Blasco

Accésit

Obra: "Manos a la Trenza"

Autora: Carolina Ferrer

Ganador categoría especial TrenzArte

Obra: "Trencicas"

Autor: Miguel Solans

El resto de las obras finalistas resultaron ser:

"El hijo de la Trenza" (Vera Galindo)

"Arte" (Blanca Rodríguez Millán)

"El origen de la Trenza" (Tiare Diamanda López Muñoz)

"Tardes Dulces" (María Ortiz Iglesias)

"Sweet Downsizing" (Blanca Rodríguez Millán)

"San Valentín de chocolate" (Juan Carlos Navarro)

"Muestrario Dulce" (María Zabay)

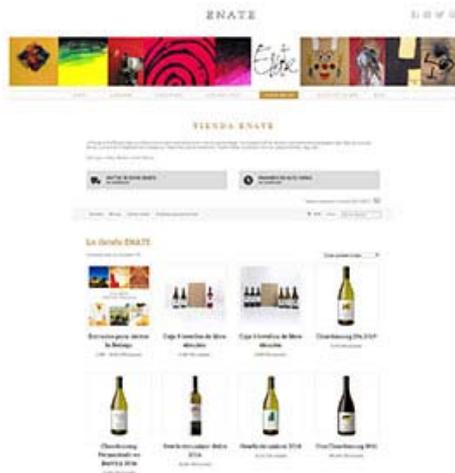
"Con los cinco sentidos" (Jorge Cerdán)

La totalidad de estas 10 obras, participarán a lo largo del año 2018 en diversas exposiciones cuya programación la organización hará pública e informará puntualmente.

www.pasteleriatolosana.com

www.web.trenzarte.com

[inicio] [titulares de grupo]



Tienda online de Bodega ENATE.



Pack de 3 botellas.

Llega la tienda online de Bodega ENATE

Bodega ENATE lanza su tienda online en la que el consumidor podrá acceder a todo el catálogo de la bodega. Sin gastos de envío y en un plazo de 48-72 horas, el comprador podrá disponer de sus vinos. De la bodega a la mesa, así nace este proyecto cuyo principal objetivo es garantizar la máxima calidad de sus productos en el momento de la entrega dentro de una experiencia de compra muy cuidada, intuitiva y segura para el comprador.

En los últimos años la venta online en España se ha triplicado, convirtiendo el ecommerce en una actividad cotidiana incluso en categorías tradicionalmente offline. La compra de bebidas alcohólicas en este canal ha crecido un 30% según muestra el estudio Conneted Life de TNS (2016) por lo que, con este lanzamiento, la tienda ENATE pretende dar respuesta a esta necesidad y conectar con su comprador online.

La tienda ENATE, se adapta a cualquier dispositivo digital "responsive design", dispone de un sistema de pago totalmente seguro y su diseño permite una navegación fácil e intuitiva. El diseño, también trasladado al embalaje, garantiza una experiencia única en todo el proceso de compra. Fabricado por SAICA y con una gráfica diseñada en la propia Bodega por Ana Gallego, su packaging está expresamente diseñado para transportar botellas de vidrio. Además, el cliente podrá adquirir los productos de la bodega sin necesidad de registrarse, y acceder a productos de venta exclusiva en este canal. Los vinos de la tienda ENATE estarán disponibles en un plazo de entrega de 24 horas a 48 horas.

Como parte de la experiencia de compra en este canal, todos los productos presentan las notas de cata, las impresiones del enólogo de la bodega, Jesús Artajona así como los premios conseguidos en cada añada de modo que un par de clicks, el consumidor pueda realizar su elección y recibir el vino, sin gastos de envío y cómodamente en su casa.

www.enate.es

[inicio] [titulares de grupo]

Vino solidario de Fundación Down y Grandes Vinos



Botella de esta edición 25 aniversario de la Fundación Down Zaragoza.

Un año más, y ya van once, Fundación Down Zaragoza y Grandes Vinos brindan con su Vino Solidario. Además, en esta ocasión, la celebración quiere llevarse más allá. Y es que con la imagen elegida para esta edición se quiere rendir homenaje, además, a los 25 años que lleva trabajando Fundación Down Zaragoza, promoviendo la igualdad y un compromiso permanente con las personas y con la discapacidad.

Como en años anteriores y en colaboración con la bodega Grandes Vinos de Cariñena, se lanza por fechas navideñas esta edición especial del Corona de Aragón Reserva con fines solidarios. El 100% de los beneficios de su venta se destinarán a diversos proyectos de la Fundación. En las diez campañas anteriores la iniciativa ha obtenido unos ingresos superiores a los 120.000 euros.

El Corona de Aragón Crianza 2013 es un coupage de las variedades Tempranillo, Cabernet Sauvignon, Garnacha y Cariñena, las cuales le dan un carácter moderno e internacional sin perder el carácter local. La crianza de 8 meses en barricas de roble (50% americano y 50% francés) lleva al vino a un equilibrio en sus notas y sabores. Tiene aromas intensos de cerezas, frambuesas y pimentón con toques de coco y vainilla. En boca presenta buena acidez y taninos suaves.

www.grandesvinos.com
www.downzaragoza.org

[inicio] [titulares de grupo]

Diseño Nacional e Internacional

Entrevista a André Ricard, pionero del Diseño Industrial en España

(Se reproduce la entrevista publicada a André Ricard en la revista Diario Design. Las imágenes mostradas también pertenecen a la citada publicación y su autoría, junto con la entrevista pertenece a la empresa Slowkind).



Despacho de André Ricard.

El pasado 18 de mayo, con motivo de la primera edición del ciclo de conferencias Objecte de Desig, André Ricard, pionero del diseño industrial en España, dio una charla en La Capell. El presentador de radio y televisión Óscar Dalmau ejerció de moderador entre dos generaciones de diseñadores y dos premios nacionales de Diseño, André Ricard, galardonado en 1987 y Mario Ruiz, en 2016.

Los pensamientos de este referente del diseño destilan humildad, pero no esa humildad inventada por los mediocres para equipararse a los brillantes sino el auténtico significado de la palabra humildad: dar lo mejor uno mismo para los demás. Slowkind se ha acercado hasta el despacho del diseñador catalán para charlar con él.

Me gustaría saber qué espera André Ricard cuando le hacen una entrevista.

La posibilidad de ahondar en temas que no hubiera descubierto de no haber sido preguntado y eso es para mí una pequeña aventura. Siempre hay partes de tu pensamiento ante las que no te habías detenido. Muchas veces me he sorprendido diciendo algo imprevisto, y otras me da la impresión de que me repito como un disco rayado.

Pues trataré de quitar lo repetitivo de las preguntas para conseguir respuestas diferentes. "Quitar" es una manera de trabajar, como hace un escultor. ¿En qué se parece a un diseñador?

Cuando contemplamos la obra de un escultor, su visión nos proporciona una emoción estética. En el diseño en cambio, la estética es una consecuencia, no una finalidad. Cuando lo útil alcanza su perfección es además bello. (Señala uno de los interruptores de su despacho). Al diseñar el interruptor Ibiza de BJC pensé en los usuarios, evité las esquinas vivas como las tenían los que ya existían, para así mejorar el tacto. La primera vez que usas un interruptor lo miras, pero después sólo lo tocas cuando enciendes la luz. Quise ofrecer un tacto amable, con más sensualidad.

Pero hay objetos inútiles considerados de diseño.

Me pregunto cuándo se empezó a promocionar lo sensacional y estrafalario en los diseños, en vez de su funcionalidad. Un buen diseño debe mejorar la utilidad de las cosas. Eso es lo que debe valorarse. Estamos en un sistema económico que reclama constantes novedades, como lo hace la moda, cuando el diseño debería estar al margen de las modas.

En 1982, ya te preguntaste el por qué del diseño y lo



Algunos de los proyectos del diseñador.



Entrevista a André Ricard.



Mostrando su mítica lampara Tatu.



Algunos proyectos, la antorcha olímpica a la izquierda.

plasmaste en un libro. (Referencia al libro "Diseño. ¿Por qué?").

Me pregunté si esta profesión a la que me dedicaba era algo serio, útil y necesario para la sociedad. Fue una reflexión sobre lo que somos. Este cuestionamiento me pilló a los 50 años. Comprendí que la creatividad es algo esencial pues es gracias a su capacidad creativa que el hombre ha podido sobrevivir y mejorar de un modo constante su calidad de vida. Existe una evidente analogía entre la selección natural que rige la evolución biológica y la evolución cultural que ejercemos en todo lo que creamos. Si bien en este caso la selección se opera en función de la oportuna utilidad de lo creado. Es en cierto modo también, una selección "natural" pues siempre acaba descartando todo lo innecesario. Crear, proponer alternativas que mejoran lo que existe es algo esencial para seguir progresando.

Volviendo al concepto de "quitar", casi 20 años después revisaste la obra y publicaste La aventura creativa. Las raíces del diseño (referencia al libro) en el que defines el concepto "polución objetual" como aquello inútil que no usamos. Explicabas que es un problema de todos y que la mejor forma de evitarla sería no comprar esos objetos. ¿Hemos evolucionado desde entonces?

Seguimos comprando muchos productos que realmente no necesitamos, de los que podríamos prescindir perfectamente. Pocas veces aportan alguna mejora. Solo ofrecen una estética acorde con las últimas tendencias de moda. Los adquirimos de un modo compulsivo, estimulados por la presión que ejercen tanto la publicidad como los medios de comunicación. Es un problema de todos. El consumidor es un actor protagonista, si bien adopta el papel de espectador ante este problema. La creatividad habría de dedicarse a mejorar lo que aún puede ser mejorado y no a frivolidades efímeras y a su vez el consumidor debería ser más selectivo y exigir que lo que se le ofrece posea auténtica calidad creativa.

Te preguntaste y te respondiste diseño, ¿por qué? Y yo quiero preguntarte diseño, ¿para qué?

El diseño y la creatividad están en la misma esencia del hombre. Si nos dejan en una isla desierta lo primero que haremos es diseñar para sobrevivir. Necesitamos imperativamente de cosas útiles, son como prótesis, sin ellas no podríamos subsistir.

¿Para suplir carencias?

Claro. Nos completan. Un peine son dedos más finos que peinan mejor que una mano. El diseño debe, ante todo, mejorar lo que ya existía. La principal finalidad de un objeto es siempre su utilidad. Para mejorarlos debemos cambiar sus formas y eso ya genera su propia estética. Si un objeto es feo es porque aún no ha alcanzado su perfección funcional. Un ejemplo: el botón es a la vez bello y funciona perfectamente. Posee la forma que precisa para usarlo cómodamente y además esa forma circular es estéticamente impecable.

¿Cuál es el momento actual del diseño?

El diseño ha cambiado porque también el mundo ha cambiado. Debo decir que estoy algo distanciado, pero observo que esa aceleración en el consumo no nos permite el tiempo de reflexión necesario para lograr una mejora en lo que se produce. Alcanzar la perfección exige tiempo. Todo tiene que ser rápido y eso va en detrimento de la calidad. En los países



La antorcha de Andre Ricard se convirtió en un icono de BCN '92.



Andre Ricard en su despacho.

escandinavos los productos siguen siendo ejemplares. En Finlandia el diseño ha calado hasta en el tejido social. Cuando visito un país, me gusta ir a un supermercado y ver cómo han resuelto el diseño y el packaging de los productos más básicos. Allí se demuestra su nivel real de diseño.

¿Con qué crea André Ricard?

Ahora participo en seminarios, me dedico a dar conferencias y a escribir libros. Me gusta compartir mis experiencias con los futuros diseñadores. Mi labor es más divulgativa. Pero sigo creando. El placer de imaginar soluciones no me lo quita nadie.

¿Y cómo se define André Ricard?

Intento ser honrado, justo y tolerante. Y me gusta ser racional, plantearme las cosas sin prejuicios.

¿Cuándo se inició tu vínculo con el deporte?

Mi relación se inició con el diseño del Dossier de la Candidatura Olímpica de Barcelona. Continuó con la creación de la antorcha de los Juegos de Barcelona 1992. Posteriormente me encargaron el pebetero para la llama del Museo Olímpico de Lausanne, así como la llave del COI que se entrega en el relevo del Presidente. Lo último ha sido el Testigo Olímpico que se transmiten al finalizar los juegos: Londres lo entregó a Río de Janeiro, luego Río a Tokio y así sucesivamente.

Aquí en tu despacho tenemos la antorcha. ¿En qué te inspiraste?

Es un objeto casi sagrado y tiene su liturgia. Es un objeto en movimiento. Con un destino: el estadio olímpico. Me parecía que debía tener una dirección, una orientación. Las anteriores eran como reproducciones de las que se veían en las cerámicas griegas. Esta fue la primera que rompió la simetría. Era como un pequeño pebetero que llevaba la llama hacia el gran pebetero del estadio.

¿Cuál crees que es el límite del diseño?

Es muy amplio. La relación con la industria es básica. Sin industria no hay diseño industrial. Pero el modo sensato de concebir ideas que se aplica al diseñar se puede aplicar en cualquier otro campo. Se pueden incluso diseñar buenas políticas.

Muchas gracias.

www.diariodesign.com

www.slowkind.com

www.andrericard.com

[inicio] [titulares de grupo]

News by decotherapy.com: dos magos del diseño

La colección Hayon x Nani homenajea a la reconocida firma de alfombras en su 30 aniversario, con la inestimable colaboración de Jaime Hayón. Los dos grandes del diseño español que la rubrican la presentaron la semana pasada en Madrid, y decotherapy tuvo el honor de estar con ellos.

Jaime Hayón es uno de nuestros diseñadores más internacionales y Nani Marquina es el alma de la exquisita marca de alfombras que lleva su nombre. Juntos nos contaron la experiencia que han vivido durante el año que han pasado trabajando en este proyecto.

Los dos diseñadores coinciden en la ilusión y la pasión que le ponen a su trabajo. Ambos son pura expresión, cada uno a su manera: Jaime Hayón es explosivo y nos hace soñar en su mundo irreal repleto de personajes. Nani Marquina sigue teniendo ese aire naïf de niña, aunque ya es una abuela orgullosa. Los dos son empresarios, además de diseñadores, y pasean por el mundo su potente marca personal.

Hayón nos confesó que su lugar preferido para dibujar es a bordo de un avión; fue en uno volviendo de Australia donde nació esta colección. Nani nos contó que lo que más le gusta es la reacción de los niños cuando llega una alfombra nueva a casa, esa reacción tan impulsiva de revolcarse sobre ella. Las alfombras son parte importante de un hogar y son piezas que te hacen feliz; te conviertes un poco en niño cuando te sientas sobre ellas.

La única condición que le puso Nani a Jaime para este proyecto, fue que la alfombra tuviera una lectura de 360°. El diseñador tuvo que ir girando sobre la mesa su boceto, dibujado en un pequeño trozo de papel. Mientras se recorren las alfombras Hayon x Nani, se va descubriendo poco a poco cada uno de los personajes que las habitan: el hombre pájaro, una tortuga, unos labios, un diamante...

Durante la presentación, la misma Nani nos hizo una muestra de como se confeccionan estas alfombras. Empleando la técnica del hand tufting, una pistola accionada manualmente inyecta trozos de lana, consiguiendo unos trazos intuitivos y fluidos, y logrando una fiel reproducción del boceto original del diseñador.

La colección dispone de dos modelos y 4 tamaños. A Jaime se le ocurrió hacer una alfombra de formato cuadrado pensada especialmente para colgar en la pared como un tapiz.

Fuente: diario design

www.hayonstudio.com
www.nanimarquina.com
www.decotherapy.com

[inicio] [titulares de grupo]



El diseñador Jaime Hayón sentado sobre una de las alfombras de esta nueva colección



Técnica de hand tufting mostrada durante la presentación





El Foldscope funciona sin electricidad, pesa 10 gramos y magnifica hasta 2000 veces.



Manu Prakash muestra su invento, el Foldscope.

Científicos de la Universidad de Standford acercan la ciencia a los usuarios particulares

"Lo que cualquier pordillo puede hacer por un dólar, un ingeniero puede hacerlo por un céntimo", reza el dicho. Pensar en el coste como un factor limitador insufla nueva vida a viejas ideas y marca la diferencia entre influenciar a 100 personas o a mil millones". Con esta filosofía, científicos de la Universidad de Stanford, en EE.UU., han ideado un microscopio de papel, que cuesta menos de un dólar, pero magnifica hasta 2.000 veces y cabe en un bolsillo. Han desarrollado además una centrifugadora de sangre manual de 20 céntimos —también de papel— que rinde como una de 5.000 dólares. Estos ingenios, desarrollados por el laureado bioingeniero indio de 36 años Manu Prakash, cumplen un doble objetivo: permitir el análisis de sangre en lugares sin electricidad para diagnosticar enfermedades como malaria, enfermedad del sueño y tuberculosis, y estimular la curiosidad científica entre millones de niños, incluyendo los de países en vías de desarrollo.

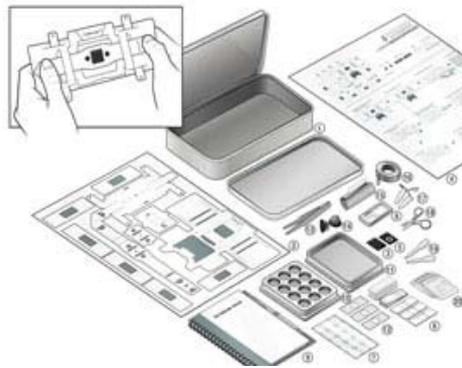
MICROSCOPIOS DE USAR Y TIRAR POR MENOS DE UN DOLAR

Las invenciones del Prakash Lab, el laboratorio del bioingeniero, están pensadas para hacer diagnósticos bajo un árbol. El microscopio plegable y de ultra bajo coste -conocido como Foldscope- está inspirado en el origami o arte japonés de la papiroflexia y pesa sólo 10 gramos. Sin embargo, es increíblemente resistente: se puede tirar desde un balcón de tres pisos, pisotearlo y sumergirlo en agua. Todavía funciona. Del tamaño de un marcador de libro, se ensambla en 10 minutos y permite detectar sin electricidad los microorganismos causantes de males como la esquistosomiasis y chagas. "Quería hacer el mejor instrumento de diagnóstico posible que pudiésemos distribuir prácticamente gratis. Lo que creamos fue un microscopio de usar y tirar", explica Prakash, que ideó el ingenio con una beca de la Fundación Bill & Melinda Gates y junto con el entonces alumno de doctorado Jim Cybulski. Tras distribuir 50.000 microscopios en 135 países para fines de investigación y formativos -desde Uganda hasta Mongolia pasando por Perú-, han lanzado una spinoff para enviar un millón más, en concierto con centros educativos, entre agosto y diciembre de 2017.

Esta distribución masiva no es casual. "Todos los niños del mundo deberían llevar un microscopio en su bolsillo trasero, como quien lleva un lápiz", sostiene Prakash. Él mismo, que en su infancia se apropió de las gafas de su hermano para fabricar -sin éxito- un microscopio casero, y que con sólo 31 años ya lideraba su propio laboratorio en una de las universidades más prestigiosas de Estados Unidos. ¿Y qué harán las masas con una herramienta científica? Pues darle vida con aplicaciones insospechadas y adaptadas a las necesidades de cada lugar. Hasta ahora, este microscopio con una cuenta de cristal a modo de lente ya se ha utilizado para identificar huevos de plagas agrícolas en India; identificar medicinas y monedas falsas —esta última idea se le ocurrió a un niño nigeriano—; detectar bacterias en muestras de agua, y catalogar artrópodos en la selva amazónica, entre miles de otros ejemplos. Usos que abarcan desde las observaciones más sencillas hasta complejos estudios científicos, y que los usuarios comparten y debaten en comunidades locales y en la Web Microcosmos. "Al ampliar el acceso a las herramientas científicas, ha emergido una diversidad increíble de aplicaciones, muchas de las cuales nunca habríamos podido predecir".



Manu Prakash demuestra el funcionamiento de la centrifugadora de sangre manual, Paperfuge.



Kit de química del Foldscope.

JUEGO DE NIÑOS

Si el microscopio se inspira en la papiroflexia japonesa, la centrífugadora de sangre manual Paperfuge lo hace en un juego universal con el que ya se entretenían los niños hace 2.500 años: un hilo y un botón. En 2015, Prakash y su alumno de postdoctorado Saad Bhamla se fijaron el reto de diseñar una centrífugadora ultra barata y que funcionase sin electricidad. Una herramienta imprescindible para concentrar e identificar patógenos que se portan en sangre, como los causantes de la malaria. La finalidad era interesante, pero suponía volver a desafiar los límites sobre lo que es posible hacer con muy poco dinero y con materiales de uso diario y producción masiva. Tras semanas investigando modos de convertir la energía humana en fuerzas rotatorias, empezaron a fijarse en juguetes inventados antes de la era industrial —piezas tan humildes como un yo-yo—. Y entonces ocurrió algo extraordinario.

Una noche, Bhamla jugaba con un botón silbante —cuando tiras de los extremos del hilo, el botón suspendido en el centro gira y emite un zumbido—. Por curiosidad, instaló una cámara de alta velocidad para observar con qué rapidez giraba. “No podía creer lo que veían mis ojos: rotaba a hasta 15.000 revoluciones por minuto (rpm)”. A partir de aquí, los científicos se pusieron manos a la obra. “Antes de nosotros —constata Prakash—, nadie había comprendido cómo funcionaba realmente este juguete”. O sea, nadie había descrito de forma matemática cómo convierte el movimiento lineal en rotatorio. El resultado, después de probar y optimizar diversos prototipos, es un artilugio extremadamente sencillo de papel, cordel y plástico. Una herramienta que separa el plasma sanguíneo de las células rojas en un minuto y medio. Sin electricidad. Y con sus 125.000 revoluciones por minuto, podría ser el objeto giratorio propulsado por energía humana más rápido del mundo. ¿Y el coste? 20 céntimos de dólar.

Una de las ambiciones de Prakash es que estos inventos —a los que se suma un kit de química inspirado en una caja musical de papel perforado— permitan llevar un laboratorio completo en la mochila. Un laboratorio al servicio de trabajadores sanitarios, biólogos y niños en las zonas más remotas del mundo. Este 2017, Prakash Lab se ha aliado con profesionales sanitarios y comunidades de Madagascar para probar la centrífugadora sobre el terreno. El objetivo, una vez superada la validación clínica, es su distribución a gran escala.

Los inventos del Prakash Lab los puede ensamblar y utilizar un niño. En el caso del Foldscope, se pasa de un archivo de ordenador —que se puede imprimir y doblar por las líneas marcadas— a un microscopio operativo en tan sólo 20 minutos. En Tanzania, los escolares lo utilizan para ampliar las bacterias en sus manos y comprender —con su primera observación del mundo microscópico— la importancia de lavárselas para prevenir enfermedades. Es un ingenio sencillo y, sin embargo, diseñarlo ha supuesto años de investigación y 35 páginas de razonamientos matemáticos. Un tesón que el Prakash Lab sigue aplicando al diseño de nuevas soluciones para los retos en salud y educación global. Soluciones pensadas, no para un centenar de personas, sino para miles de millones.

www.prakash-lab.com

Fuente: El País

[inicio] [titulares de grupo]



Colección Lurvig.



Cama para perros.



Bebedero y comedero Lurvig.

Ikea lanza su colección de muebles para mascotas

Ikea saca muebles y accesorios básicos para mascotas, perros y gatos, a precios asequibles. La línea Lurvig nos ofrece desde camas hasta dispensadores, correas y juguetes. De momento sólo se venden en Francia, EEUU, Canadá y Japón. Aunque a partir de 2018 se podrá conseguir en España. Si tienes prisa por hacerte con alguno de sus artículos, puedes hacerlo a través de su Web.

Ikea tenía una cuenta pendiente con los hogares del mundo en los que habitan mascotas. Solo en España, y según datos aportados por los veterinarios, hay 20 millones de mascotas y cuatro de cada diez hogares tienen una en casa. Así que mucho ha tardado este gigante sueco especializado en crear hogar en lanzar una línea completa para el uso y disfrute de perros y gatos. Pero, como suele ser habitual en Ikea, lo ha hecho a conciencia y a todo tren y además, con sello español. Su primera colección de muebles y accesorios para animales de compañía ha sido diseñada por la única española que trabaja para Ikea, Inma Bermúdez, una murciana afincada en Valencia a la que los suecos apodan "Inma Smart". El nombre elegido para esta colección es el de Lurvig, tan difícil de memorizar como todos los de la firma, que significa "peludo".

La flamante colección, asesorada por veterinarios, con el fin de tener en cuenta las necesidades típicas y los tipos de personalidad de perros y gatos, abarca desde muebles para mascotas, camas y almohadas de diferentes tallas, hasta todo tipo de accesorios como cuencos, dispensadores, correas, juguetes y artículos para transportarlos.

Los colores que dominan en la colección son: negro, blanco, naranja y verde. También encontramos casas de árbol para gato, collares reflectantes, platos con piso antideslizante, pelotas de juguete para gatos, cepillos, mantas para poner sobre el sofá para tu perro y un largo etc; todas las piezas con diseño práctico, moderno y capaz de mimetizarse con el resto de los muebles de la casa.

De hecho, muchos de los artículos utilizan los productos ya existentes de IKEA para transformarlos en objetos para nuestras mascotas. Por ejemplo, la librería KALLAX, de gran éxito a nivel mundial, integra un cómodo espacio para dormir de tela en el popular sistema de almacenamiento cuadrado de la compañía, para que los consumidores no tengan que comprar necesariamente una estructura completamente nueva. O la esterilla de arañazos para gatos con sus correas cosidas, convierte la pata de la mesa de IKEA en el mejor árbol para que arañen nuestros pequeños felinos. Además, la mayoría de ellos, se pliegan para guardarse cómodamente cuando no están en uso.

Que las mascotas son un miembro más de la familia y además importante, es algo que ningún dueño pone en duda. Ikea, que ya había diseñado algo para cada miembro de la familia, se quita la espinita con esta colección de muebles para mascotas que va a hacer que sus nuevos clientes, canes y felinos, se pavoneen con su línea de productos exclusivos sin que sus dueños se arruinen en el intento.

Fuente: Expansión

www.ikea.com
www.inmabermudez.com

[inicio] [titulares de grupo]



El prototipo de Nissan Leaf Nismo es expuesto en el Salón del Automóvil de Tokio en Japón

El coche del mañana también pensará en la persona al volante

Que en la próxima década habrá ya automóviles autónomos de nivel 5, es decir, sin volante ni pedales porque no necesitarán conductor, nadie lo discute. Predecir cuándo empezarán a tomar las calles y carreteras es más incierto y lejano. Mientras tanto, la industria debe ofrecer productos con los que se disfrute al volante.

"En nuestra compañía amamos el automóvil y queremos dar una mejor movilidad a la sociedad", decía ayer en la inauguración del Salón del Automóvil de Tokio Didier Leroy, vicepresidente mundial de Toyota. Una frase que resume por dónde irán los pasos del constructor en los próximos años y que pasan por los coches conectados, electrificados y cada vez más autónomos.

También inteligentes, y no en el sentido de ser capaces de aprender y tomar decisiones que lleven a excluir necesariamente al conductor, sino que lo hacen partícipe de la experiencia. Además de Toyota, Honda, Nissan o Mitsubishi, desvelaron prototipos que cuentan con este tipo de inteligencia artificial.

En enero en el Salón CES de Las Vegas, Toyota desveló el primer modelo de la familia Concept-i. En Tokio añade otros dos: un pequeño vehículo biplaza para personas en silla de ruedas o con discapacidades y que se maneja con un joy stick; el otro es un patinete diseñado para circular por las zonas peatonales.

Interacción con el conductor

Los tres han sido programados para convivir con el conductor. Primero chequean el estado anímico o físico de la persona lo que, puesto en paralelo con las condiciones del tráfico, determinará si el vehículo permite al usuario seguir manejándolo o, en cambio, toma él mismo el control. Hoy, la inteligencia de un coche ya le hace dar consejos para que sea más seguro y eficiente. En un estadio superior, habrá una relación de complicidad con el conductor y, por ejemplo, sugerirá la mejor ruta en función de sus ánimos.

Toda esa información estará en una nube e irá asociada al automovilista y, según Toyota, sus coches la llevarán la próxima década.

Los automóviles del futuro serán cada vez más listos y más eléctricos. Casi todas las propuestas vistas en Tokio recurren a sistemas de propulsión de cero emisiones movidos por electricidad, sea la contenida en las baterías o la obtenida de pilas de combustible con hasta 1.000 kilómetros de autonomía. No en vano, Japón fue la cuna del primer híbrido en serie (el Toyota Prius), que fue lanzado hace 20 años; y del primer coche 100% eléctrico para las masas, el Nissan Leaf de 2009.

El vicepresidente mundial de Nissan, Daniele Schillaci, desveló el IMx, una propuesta de crossover que promete hasta 600 kilómetros entre recarga y recarga. En segundo lugar, anunció la entrada en el campeonato de la Formula E (por eléctrica) para la temporada que arrancará a finales de 2018 en lugar de su aliada Renault. Será el primer fabricante japonés en hacerlo y que servirá como base para definir el Leaf Nismo, una versión de altas prestaciones. Finalmente, Nissan -cuyo ejecutivo pidió perdón a los clientes y sociedad japoneses por el escándalo de las certificaciones de seguridad de sus

vehículos en aquel país- desveló el nuevo sonido que piensa incorporar a sus vehículos eléctricos para que los peatones se den cuenta de su llegada.

Lo han denominado Canto por la derivación latina de I Sing (canto en inglés) y varía según el automóvil esté acelerando, frenando o dando marcha atrás.

(Fuente: El Mundo)

www.nissan.es

www.toyota.es

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes del grifo de autoservicio Taptronic.



Imágenes de la máquina de autoservicio BeerPoint.

¿Puede la inteligencia artificial servir la cerveza perfecta?

Imaginas una cerveza siempre perfectamente tirada en eventos multitudinarios optimizando costes - personal, stock, pérdidas de producto - y aumentando la rentabilidad de los hosteleros. O no tener que esperar a que cambien el barril porque se ha agotado la cerveza en ese momento. O sencillamente una forma de mejorar la rentabilidad de los barriles de cerveza, ya de por si rentables.

Pues esa es la promesa de la empresa turca Pubbino, la cual ha patentado un grifo y un dispensador de autoservicio inteligentes.

Taptronic es un grifo de cerveza inteligente que permite disponer de una cerveza perfectamente tirada en cada vaso que se sirva y todo esto con un simple toque. Como un barman capaz de servir la cantidad óptima de cerveza con la cantidad exacta de espuma y a la temperatura ideal, pero que además nunca desperdiciará una cerveza porque sabe cuando el barril se ha acabado o esta a punto de hacerlo.

La calidad de la cerveza está asegurada ya que si no se cumplen los estándares el grifo avisa para que se tomen las medidas oportunas. El grifo permite tener el conocimiento en todo momento de las cervezas tiradas y lo que queda en el barril, anticipando el momento en el que se necesita el cambio, reduciendo así el tiempo perdido entre un barril y otros.

La velocidad de servicio se ve incrementada gracias a la tecnología robótica que además permite con su automatismo liberar tiempo de los bartenders. En un test realizado durante dos semanas demostraron que el aprovechamiento del barril subía de un 80% a un 95%.

Las marcas puede acceder a sus ventas en tiempo real, conocer su stock e interesante información sobre el consumo de sus barriles de cara a la planificación. Todo esto lo consiguen con tecnología. El algoritmo inteligente de Taptronic™ recoge hasta 10 parámetros y con su robótica patentada busca garantizar la mejor experiencia con una cerveza de barril.

Para instalarlo solo hay que llegar, enchufar, fijar los parámetros deseados y empezar a tirar cervezas. Es cierto que deja poca cabida al lucimiento del bartender pero asegura una rentable homogeneidad.

BeerPoint, en cambio, es un dispensador de cerveza por autoservicio habilitado para funcionar como un dispositivo IoT (Internet of Things, o internet de las cosas en español). Este tipo de dispositivos utilizan redes Wi-Fi para poder ser monitorizados de manera remota con distintos objetivos, como por ejemplo el de realizar estudios de los diferentes hábitos de consumo de los usuarios.

BeerPoint opera con tarjetas prepago NFC (Near Field Communication) que pueden adquirirse en los distintos puntos de venta habilitados. La tecnología NFC permite el intercambio de datos entre dispositivos a corto alcance de modo que los clientes pueden adquirir estas tarjetas precargadas y obtener su bebida con un simple toque.

Al servir un vaso de cerveza en menos de un minuto no solo reduce considerablemente los tiempos de espera y facilita que los clientes puedan recargar su vaso una y otra vez, también

reduce los costes de personal para los distintos puntos de venta.

(Fuente: Intenso Foodservice)

www.pubinno.com
www.intensofoodservice.com

[inicio] [titulares de grupo]



El diseño antirrobo de la nueva mochila Nomad evita la fácil apertura de los compartimentos internos.



Apertura de 180°.



La mochila Nomad incluye un puerto de carga USB.

Ya disponible en España la mochila más tecnológica

La nueva mochila Nomad, antirrobo, impermeable y con cargador portátil USB desembarca en España superando todas las expectativas del mercado.

¿Qué tiene de especial la mochila Nomad Backpack?

Además de contar con un diseño muy atractivo tanto para hombres como para mujeres, ofrece funcionalidades exclusivas que le permite destacar sobre su competencia.

Para empezar es una mochila que combina todo lo que necesitas para llevar tus cosas. El diseño antirrobo evita la fácil apertura de los compartimentos internos. La mochila ubica los cierres del lado interior tras la espalda de su propietario evitando que otra persona pueda abrirla mientras está siendo utilizada. Son muy difíciles de abrir a menos que te quiten la mochila.

Un aspecto extremadamente útil y reconfortante para aquellas personas que frecuenten lugares concurridos...

Comodidad y Ergonomía máxima

Por suerte, la Nomad Backpack está construida teniendo como máxima la salud de nuestra espalda. Ofrece una distribución perfecta del peso, materiales transpirables en la espalda y, en definitiva... comodidad y usabilidad extrema para nuestro día a día.

Su diseño garantiza la seguridad del contenido de la mochila y además te permite ordenar a través de varios compartimentos todos tus accesorios fácilmente. Su apertura de 180° permite un cómodo alcance a todos los subcompartimentos para guardar cualquier tipo de dispositivo o accesorio. Igualmente, el material exterior es a prueba de cortes.

Tecnológica: está pensada para tus gadgets

Toda la parte exterior está hecha con un material patentado hidrófugo. Aunque parezca tela normal se trata de un material de nueva tecnología capaz de impermeabilizar y rechazar los líquidos. Tus gadgets estarán a salvo; tus libros y apuntes no correrán el riesgo de estropearse por la lluvia.

La Nomad Backpack está pensada para los que van a todas partes con el portátil, la tablet, el Kindle, el smartphone... Y precisamente por ello incluye un puerto de carga USB.

Y no sólo eso: Incluye compartimentos bien protegidos para portátiles de hasta 15,6", para tablets/e-readers de hasta 12", un sinfín de bolsillos interiores, bolsillos exteriores de acceso rápido (para tarjetas de crédito o de transporte público, carnets, llaves) e incluso compartimentos ocultos. Todo está pensado al milímetro.

[Página oficial de Nomad Backpack](#)
[Video promocional](#)

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



Eléctrico, autorreparante... pero no autónomo: seguiremos al volante

Lamborghini Terzo Millennio: el superdeportivo que se autorrepara

El mundo de los superdeportivos está tan concurrido que ahora, para destacar, no basta con ser el más rápido del mundo o tener la mayor potencia. Para sobresalir respecto al resto hay que aportar algo diferente, algo que en Lamborghini tienen muy claro, motivo por el que se han aliado con el Massachusetts Institute of Technology (MIT) para desarrollar su última creación: el Lamborghini Terzo Millenio.

Su nombre nos emplaza al año 3001, pero no habrá que esperar tanto tiempo para que veamos aplicadas a modelos de calle las tecnologías que propone. Se trata de un vehículo 100% eléctrico cuyo sistema de propulsión se basa en cuatro motores, uno acoplado a cada rueda y de potencia desconocida. Hasta ahí nada que no se haya presentado antes, pero el aspecto clave del Lamborghini Terzo Millenio se encuentra en su carrocería.

El problema de estos materiales es que en caso de romperse acarrear un elevado coste de reparación por lo caros que son. Por suerte, en el MIT están trabajando en la solución: una fibra de carbono que se autorrepara. El deportivo monitoriza de manera constante el estado de los diversos paneles y, cuando encuentra pequeños desperfectos o daños, un sistema de microcanales los arregla.

(Fuente: www.motor.elpais.com)

[Video promocional](#)

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

Imágenes del nuevo Lamborghini Terzao Millenio.





Casco Lumos con luces integradas.



Ciclista con el casco Lumos.

Nace Lumos, el casco con luces integradas

Circular con la máxima seguridad durante la noche es algo que preocupa a muchos ciclistas y al resto de vehículos que comparten la vía durante el ocaso. Existen diversos sistemas de iluminación para bicicletas pero a veces se olvida o resulta bastante molesto tener que montar y desmontar dichos aparatos con mucha frecuencia aunque sea una tarea fácil. Podrás despreocuparte de eso gracias a este casco con luces integradas.

Lumos es un casco que viene provisto de un alumbrado LED para la circulación integrado en el mismo. Contiene luces de posición delanteras y traseras, intermitentes visibles desde delante y desde detrás e iluminación automática para los frenos. Está homologado y cuenta con el certificado de seguridad de Europa y EEUU.

Las luces de posición -blanca muy luminosa delante y roja detrás- se mantienen parpadeando todo el tiempo para mejorar la visibilidad durante la noche. Las intermitencias cuentan con luces amarillas tanto delante como detrás y son accionables desde un control remoto sin cables que se coloca en el manillar. Las luces de freno se accionan automáticamente cuando desaceleramos gracias a los tres acelerómetros que integra el casco.

El control remoto del manillar se alimenta gracias a una pila de botón que le proporciona unos 6 meses de vida dependiendo del uso que le demos, mientras que el sistema de iluminación del casco funciona gracias a una batería de 1000 mAh -similar a la usada en los móviles- que dura unas 2,5 horas en uso normal y que se recarga rápidamente mediante un cable micro USB.

Otras características del casco Lumos es que pesa 410 gramos debido a todo el sistema integrado y está fabricado para que sea resistente al agua por lo que su uso no estará limitado durante los días de lluvia.

Ha sido creado gracias a una exitosa campaña de crowdfunding y aunque aún no está a la venta se puede efectuar una pre-reserva del producto que llegará pronto a sus clientes.

(Fuente: motor.es)

www.lumoshelmet.com

[inicio] [titulares de grupo]



Bicicleta VanMoof.



Vista en detalle del motor de eje en la rueda delantera.



Diseño y seguridad caracterizan la marca.

VanMoof, la bicicleta del futuro ya está aquí

Dos hermanos holandeses, Ties y Taco Carlier han inventado un sistema para sus bicicletas que las hace inmunes a los robos. Los Carlier son, como muchos en Amsterdam, su ciudad de origen, unos enamorados de las bicicletas. De hecho, ambos creen que montar en bici les hace ser más creativos. "Durante algunos años, dejé de hacer el recorrido habitual desde casa al trabajo porque mi apartamento estaba a diez metros de la oficina, cuenta Taco Carlier al hablar de su nueva creación. Dejé de montar en bici para ir a trabajar y también dejé parte de mi felicidad y productividad. Por eso, después de tres años, empaqueté todas mis cosas y me mudé a una nueva casa a las afueras de Amsterdam". Así de gratificante es la experiencia, aseguran, de montar en su nueva bicicleta eléctrica, la Electrified S, dotada de un sistema de seguridad a través de una app móvil que la hace prácticamente invulnerable a los robos.

La bicicleta cuenta con un dispositivo integrado que interactúa con una app del móvil y encuentra la localización de la bicicleta. Además tiene un candado que se desbloquea de manera táctil, con la huella de tu dedo.

Hay quien ya se ha apresurado a comparar la nueva máquina de VanMoof con los coches inteligentes de Tesla, en el sentido de que representan una auténtica revolución para este medio de transporte. La Electrified S, aseguran los Carlier, es tan ligera que no parece una bicicleta eléctrica y su potente pero silencioso motor la hace adecuada para cualquier tipo de terreno urbano (incluso aquellos con desniveles pronunciados o en los que hay que enfrentarse a la fuerza del viento). La autonomía de la Electrified S es otra de sus grandes bazas, puesto que permite rodar hasta 120 km con una sola carga: lo suficiente, por ejemplo, como para pedalear desde la Puerta del Sol de Madrid hasta la plaza mayor de Guadalajara y volver.

Los Carlier dicen tener una misión: conseguir que la bicicleta se extienda en muchas otras ciudades y que el caso de Amsterdam no sea la excepción, sino la regla. Están tan convencidos de ello, que en su página web se atreven a desafiar a todo y a todos: "los ladrones, las cuestras, el tráfico o la seguridad. Si hay algo que se interpone entre vosotros y vuestro deseo de montar en bicicleta, estamos preparados para encontrar una solución" comentan los holandeses.

(Fuente: El País)

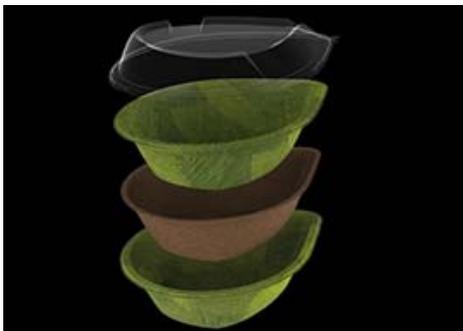
www.vanmoof.com

[inicio] [titulares de grupo]

Vajillas desechables 100% naturales fabricadas sólo con hojas



Bandeja.



Explosionados de un bowl.

La empresa alemana Be Leaf reconoce desde el principio que a todos nos gustan los packagings y envases bonitos, por lo que es difícil que estos vayan a desaparecer. Su preocupación por lo que esto puede implicar y su sueño de fundar una compañía con compromiso social es lo que les llevó a idear productos naturales y sostenibles con un diseño superior.

La inspiración la encontraron en la naturaleza y su objetivo fue diseñar una vajilla tan renovable y biodegradable como las hojas de los árboles. Tras años de investigación llegaron los resultados con unos platos, bowls y envases de comida desechables de lo más vistosos y sostenibles. Los mismos se producen con un formato sandwich de tres capas en el que dos capas de hojas cosidas con fibras de hojas de palma cubren un papel a prueba de agua hecho también con hojas. Las hojas provienen de una enredadera que crece salvaje en Asia y América y que es recogida por aldeanos.

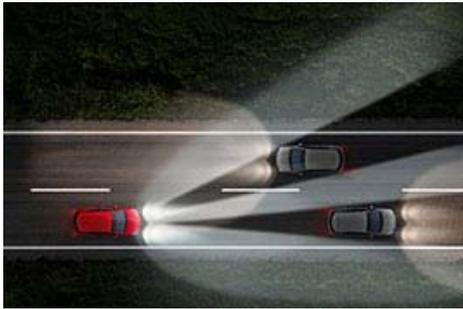
Dichos productos no incorporan aditivos sintéticos, ni colorantes ni pegamentos y son biodegradables en 28 días en una compostadora, aunque tienen una caducidad de aproximadamente un año almacenados en seco. Dependiendo del uso que se les de - alimentos secos, alimentos húmedos, calor...- tendrán más o menos duración. Lo que sí que hay que tener en cuenta es que están pensados para pocos usos.

Además, la atractiva estética de estos platos y bandejas desechables evocan comer de una forma natural algo totalmente en tendencia. ¡Y todo sin destruir un árbol!

(Fuente: Intense Foodservice)

www.leaf-republic.com
www.intensofoodservice.com

[inicio] [titulares de grupo]



El funcionamiento del nuevo sistema de iluminación de Opel.



Faros del Opel Insignia con la tecnología IntelliLux LED.

Las innovaciones en iluminación de Opel

Opel ha democratizado las innovadoras tecnologías inteligentes de iluminación. En muchos modelos, Opel ofrece vanguardistas sistemas LED que adaptan de forma automática el haz de luz a las condiciones de la carretera y sus alrededores. A la cabeza de los mismos se encuentra el revolucionario sistema matricial IntelliLux LED de segunda. La visibilidad se mejora en gran medida y la seguridad del conductor, pasajeros y demás usuarios de la vía, se incrementa considerablemente.

Estos faros consisten en 16 segmentos LED (ocho en cada faro) que de forma constante y completamente automática adaptan el alcance y la distribución del haz de luz a cada situación del tráfico y, cuando es necesario, simplemente "recorta" la zona alrededor de los vehículos que circulan delante o en sentido contrario. Esto permite disfrutar de la mayor visibilidad sin deslumbrar a los demás conductores. Los expertos se pusieron pronto de acuerdo: "la tecnología de iluminación matricial de Opel es un gran paso adelante en los sistemas de iluminación de los automóviles.

La forma de funcionamiento no puede ser más simple. Tan pronto como el vehículo sale de la zona urbana, el sistema IntelliLux LED se conecta automáticamente y adapta constantemente tanto la longitud como la forma del haz de luz a todas las situaciones del tráfico, en autopista, autovía o carretera secundaria, circulando en línea recta o en zona de curvas. El revolucionario sistema literalmente convierte la noche en día para el conductor y los pasajeros sin molestar a los demás usuarios de la vía.

Los coches con mayores prestaciones han servido para colocar el doble de segmentos LED (32) en los faros. El resultado es fascinante, no sólo porque los faros son más elegantes, gracias a una transición más suave entre un número mayor de segmentos LED, sino que los patrones de iluminación se pueden ajustar de forma más precisa y suave. De esta forma, los faros delanteros producen mayor cantidad de luz y aún más brillante.

Además la intensidad de iluminación de los segmentos en la parte interior de la matriz aumenta en función del ángulo de giro del volante para aumentar la iluminación de la curva. Cada faro ofrece una función de foco de largo alcance que proporciona una iluminación suplementaria de hasta 400 metros circulando con luces largas. De esta forma, se mejora la visibilidad del conductor a larga distancia y puede percibir, por ejemplo, animales que estén cruzando la carretera a una distancia que con otro sistema estaría aún en la oscuridad – especialmente ahora en otoño-invierno, es un gran avance en seguridad al circular por vías secundarias al amanecer o al anochecer.

"Queremos asegurarnos de que nuestros clientes disfruten de una buena visibilidad incluso en los meses de mayor oscuridad. Por esta razón es por la que ofrecemos innovadoras tecnologías de iluminación que no tienen rival en sus respectivos segmentos. Esto hace más agradable la conducción en la oscuridad y, sobre todo, más segura", dice el vicepresidente de Ventas y Marketing de Opel, Peter Küspert.

www.opel.es

[inicio] [titulares de grupo]



Packaging de los nuevos huevos de Granjas Campomayor.



Una de las recetas que se pueden cocinar con el huevo a baja temperatura.

Granjas Campomayor crea el huevo a baja temperatura

El huevo a baja temperatura es un producto de gran calidad que, dado su minucioso proceso de cocinado, sólo se elaboraba en la alta cocina. Se prepara dentro de la propia cáscara del huevo y, una vez abierto, consigue un punto de cremosidad perfecto, tanto de clara como de yema, que debe quedar un poco líquida. Esta receta de alta cocina suele ser consumida en el momento de la elaboración pero la Granja Campomayor ha decidido ir un paso más allá y lanzar un producto innovador, el huevo a baja temperatura como tal.

Se trata de un huevo de apariencia normal pero gracias a unos procesos que se llevan en la empresa gallega, al cascar el huevo, el usuario obtiene un huevo a baja temperatura como el de un plato Gourmet. Sin duda una revolución en el mundo gastronómico y hasta el reconocido chef Ferrán Adriá aseguró que será un producto que conquistará el mercado.

www.campomayor.com

[inicio] [titulares de grupo]



El novedoso envase de "Pastalover".



El equipo de Tandem desarrollando el producto.

Pastas Gallo presenta "Pastalover"

Pastas Gallo revolucionará el lineal de pastas con su último lanzamiento: 'Pastalover', una solución que permite cocinar la pasta de manera fácil y cómoda en poco tiempo. Se trata de un producto completo que ofrece al consumidor la posibilidad de preparar su pasta de siempre siguiendo el proceso tradicional -hervir y escurrir- pero con la novedad de hacerlo al microondas y directamente en el envase, que incorpora un práctico escurridor, para que la experiencia, además de rápida, resulte muy sencilla, cómoda y limpia.

'Pastalover' incluye una bandeja con pasta y salsa, que se cocina en 5 minutos en el microondas, resultando una ración completa, recién hecha, con toda comodidad y sin ensuciar. Esta novedad está disponible en cuatro variedades: spaguettis con salsa boloñesa, macarrones con salsa de tomate y chorizo, macarrones con salsa napolitana y hélices con salsa de tomate y atún.

En el nuevo desarrollo ha jugado un papel importante Tandem Company, consultora de creatividad estratégica e innovación, que ha aplicado su metodología para innovar en el nuevo envase. Según apuntan desde Tandem, para llevar a cabo 'Pastalover' se combinaron diferentes técnicas de fabricación de prototipos. Desde las convencionales para fabricar envases y elementos físicos que reprodujeran las características reales del producto final, hasta otras diseñadas a propósito para simular experiencias de compra, de uso e incluso de reciclaje posterior.

La consultora asegura que ha sido uno de los proyectos más completos que ha llevado a cabo. Hacen hincapié en el proceso de diseño que han seguido, el lean prototyping. Para ello han trabajado directamente con el consumidor y así, poco a poco han llegado a esta nueva manera de cocinar pasta.

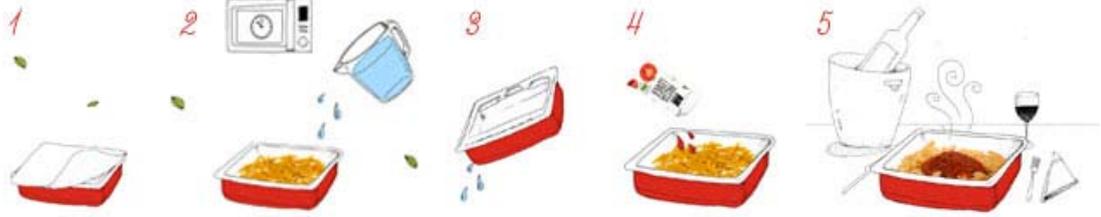
Respecto al diseño gráfico del producto, destacar su estética amigable y con elementos muy visuales, los cuales te indican que tipo de producto vas a comprar. Una explicación en la parte frontal de cómo cocinar este novedoso plato de pasta, para que el usuario no tenga miedo a lo nuevo y vea que su preparación es simple. Todo acompañado de una estética reconocible, acorde con la mítica marca, Pastas Gallo.

Con este producto, Gallo mantiene su apuesta por la innovación, adaptándose a las nuevas tendencias y ofreciendo nuevas experiencias gastronómicas. En el ámbito de soluciones listas para consumir, la compañía lanzaba recientemente 'Yohmen', una nueva gama de noodles, fruto de su alianza con la japonesa Nissin Foods Group.

www.pastasgallo.es
www.tandem-company.com

[inicio] [titulares de grupo]

Instrucciones de uso de Pastalover de Pastas Gallo.





Pergamy, nueva marca de la empresa Adveo.

Adveo presenta su marca Pergamy, creada por Soulman

Adveo, especialista europeo en suministro de material de papelería, ha presentado en la última feria "Adveo World Benelux" su nueva marca Pergamy creada por Soulman Insightful Thinking y su nuevo diseño.

Soulman Insightful Thinking ha desarrollado la estrategia de marcas propias de Adveo, naming y diseño de la marca, que hace referencia a la ciudad de Pérgamo y se inspira en el salto cualitativo del papiro al pergamino. "Es extraordinariamente difícil encontrar un buen nombre con el dominio.com disponible, pero una vez más lo hemos conseguido", nos dice Luis Manzano, socio director de Soulman.

La identidad con una "P" como símbolo representa un rollo de papel visto en perspectiva, un juego visual que no se percibe de manera obvia pero que luego permanece para siempre en la mente del consumidor.

www.pergamy.com

www.adveo.com

www.soulman.es

[inicio] [titulares de grupo]

Premios Gràffica 2017, la octava edición de este prestigioso galardón

El día 15 de este diciembre 2017, ha tenido lugar la octava edición de los Premios Graffica en la localidad de Santander. Los 10 ganadores de este año fueron conocidos desde el 17 de noviembre en la rueda de prensa convocada en el Ayuntamiento de Santander.

Estos diez Premios Gràffica son el máximo reconocimiento que se otorga en España a la labor de aquellas figuras que con su trabajo han contribuido a impulsar y elevar la cultura visual en este país. Entre los premiados encontramos a diseñadores, creativos y artistas de primer nivel cuya labor es reconocida dentro y fuera de nuestras fronteras.

Los galardonados en esta octava edición han sido el decano del diseño español, José María Cruz Novillo, el programa de televisión Salvados, la diseñadora especializada en imagen corporativa y de packaging Pati Núñez, el fotógrafo documental Txema Salvans, la ilustradora Luci Gutiérrez, el diseñador y artista plástico Pepe Gimeno, el diseñador iconoclasta Martí Guixé, el estudio Naranja – Etxeberria, el diseñador, editor y director de arte Albert Folch, y la ilustradora, diseñadora y collagista Susana Blasco.

Ellos son la mejor muestra posible del altísimo nivel conceptual y visual que hay en España. En este sentido, los Premios Gràffica se convierten en un magnífico observatorio que centra su atención única y exclusivamente en buenos trabajos, buenos profesionales y buenas trayectorias.

www.graffica.info

[inicio] [titulares de grupo]



Los 10 galardonados de los Premios Gràffica 2017.



Cartel del 5ENAD.

El 5º Encuentro Nacional de Asociaciones de Diseño

El 5º Encuentro Nacional de Asociaciones de Diseño, 5ENAD, tuvo lugar en Valencia los días jueves 21 y viernes 22 del pasado septiembre.

Esta quinta edición estuvo coordinada por ADCV, la Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana y contó con el apoyo de Feria Hábitat Valencia, que abrió sus puertas el martes 19 de septiembre, y también con el de Las Naves, Espai d'Innovació i Creació, las dos sedes que alojaron las jornadas el jueves y el viernes, respectivamente. 5ENAD coincidió también con la Valencia Disseny Week, lo que contribuyó a que hubiese una gran atmosfera de diseño en la ciudad.

La imagen gráfica del 5ENAD está diseñada por el Estudio Bueno y entre las actividades realizadas durante las jornadas, caben destacar varias de ellas con importancia. La primera fue una conferencia de apertura, "Technology and The Circular Economy" a cargo de Emma Fromberg, de la Ellen MacArthur Foundation. También se podían diferenciar seis mesas de trabajo colaborativo. En cada una de ellas se trataba algún tema relacionado con el diseño como por ejemplo "Memoria del diseño" o "Diseño Circular".

El país invitado a esta edición del quinto Encuentro Nacional de Asociaciones de Diseño fue Portugal, del cual pudieron asistir algunos diseñadores en representación. Todo esto acompañado de comidas compartidas, visitas a la VDW y La Marina de Valencia y una fiesta final el viernes por la tarde en Las Naves.

La 5ENAD estuvo subvencionada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y el Programa de Internacionalización de la Cultura Española (PICE) de Acción Cultural Española (AC/E) en la modalidad Visitantes. Contó con el apoyo de Feria de Valencia y Las Naves. Estuvo patrocinado por Hábitat, Nude y La Marina de Valencia y contó con la colaboración de Cerveza Turia, entre otras empresas y medios de comunicación aliados.

www.designread.es

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la muestra.



Premio Diseño Industrial, E - Circle.



Premio Diseño gráfico y comunicación visual, Sevé.

Premios y menciones de la Muestra de estudiantes (bid_est) 2017

La Muestra de estudiantes es una cita significativa en el ámbito del diseño para la promoción y diálogo entre alumnos, docentes, instituciones de enseñanza y empresas. La bid_est sirve como foro de expresión del talento joven en un espacio de reflexión, análisis y debate. Su objetivo esta edición ha sido presentar el actual panorama del diseño iberoamericano haciendo hincapié en el inmenso potencial de los alumnos y el interesante contexto de desarrollo del diseño. Un recorte panorámico de lo que sucede en la aulas de Latinoamérica, España, y Portugal y que, fuera de ellas, significa el futuro.

El 7º encuentro bid de centros iberoamericanos organizado por DIMAD y celebrado bajo el lema "territorio_diseño" se celebró el pasado mes de octubre en la Central de Diseño del Matadero de Madrid

PREMIOS DE LA EDICIÓN 2017

E – Circle

PREMIO – Diseño industrial | producto

PREMIO – Diseño e Innovación

Universidad / Escuela – Universidad Europea de Madrid

Autor/es – Juan Carlos Cuellar

País – Colombia

E-Circle responde a los hábitos actuales de movilidad en la ciudad, se caracterizan por una expansión urbana continua y una dependencia creciente respecto del vehículo privado, produciendo un gran consumo de espacio y energía y unos impactos medioambientales que ponen de relieve la necesidad de lograr un sistema de transporte urbano bien concebido que sea menos dependiente de los combustibles fósiles. Es una nueva visión de la movilidad personal urbana, combinando los recursos actuales y adaptándolos a las nuevas situaciones este producto satisface las necesidades de los miembros de la ciudad. Un vehículo eléctrico y unipersonal de dos ruedas desarrollado para trayectos interurbanos que se pliega y se adapta a cada situación dentro de la ciudad, pensado para ser almacenado o transportado ocupando el mínimo espacio durante su transporte.

Sevé

PREMIO – Diseño gráfico y comunicación visual

Universidad / Escuela – Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Área Universidad de la República

Autor/es – Bruno Alvarez; Ignacio Campal; Nicolás Hernández; Micaela López

País – Uruguay

Sevé es un periódico de 48 páginas, realizado en tres semanas por 66 estudiantes en el marco del taller de Tipografía 3 de la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual, UdelaR. La consigna fue evidenciar el estado del arte de la LDCV desde la voz del estudiante para el estudiante. Es un producto editorial que como resultado de lo experiencial ha enfrentado a adoptar un cambio de actitud en el proceso de enseñanza-aprendizaje, fomentando tareas de autoorganización, investigación, desarrollo y análisis de información para dar forma al producto desde un abordaje conceptual montando una oficina editorial en el propiotaller.

Co-Laboratorio de Innovación Social

PREMIO – Diseño de espacios e interiorismo

PREMIO – Diseño para el desarrollo

Universidad / Escuela – Escuela Pontificia Universidad

Javeriana, Facultad Arquitectura y Diseño
Autor/es – Leonardo Velásquez Estupiñan
País – Colombia

E – Carry Bee

PREMIO – Diseño y Sostenibilidad

MENCIÓN – Diseño industrial | producto

Universidad / Escuela – Universidad de Talca – Chile, Facultad
de Arquitectura, Música y Diseño

Autor/es – Camilo Aravena Leyton

País – Chile

Listen – Conjunto de joyas para la pérdida auditiva

PREMIO – Diseño de moda, textil y complementos

Universidad / Escuela – Universidad de Talca – Chile, Área
Facultad de Arquitectura, Música y Diseño

Autor/es – Katherine Troncoso Poblete; Javiera Caris Morales;
Manuel San Martín Ramos

País – Chile

www.bid-dimad.org

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

EIDE da por concluida una exitosa Bilbao Bizkaia D Week 2017



Cartel y ruta que siguieron los asistentes al Open Studio Bilbao 2017.



Una de las charlas en un estudio de Bilbao.

La Asociación de Diseñadores de Euskadi organizó varios eventos en el pasado mes de noviembre con motivo de la Bilbao Bizkaia D Week 2017. Todos ellos con la finalidad de dar a conocer el Diseño en el País Vasco y acercar a la gente a este mundo.

Open Studio Bilbao fue una jornada de puertas abiertas que se desarrolló el pasado día 21 de noviembre, y consistió en abrir los estudios de Bilbao para recibir la visita de estudiantes, profesionales, empresas y público en general. Constó de una ruta y un programa desde las 9 de la mañana, en los que se visitaron los 8 estudios participantes.

Otro de los eventos que organizó EIDE fue una conferencia de David Abajo, hablando de la evolución que ha tenido el diseño. David Abajo lleva más de 45 años ligado a la publicidad y el diseño. Paralelamente, ha desarrollado su actividad pictórica y cultural siendo también uno de los últimos presidentes del Grupo Artístico Burdiña. Recientemente ha sido nombrado Socio Honorífico de la Asociación de Diseñadores de Euskadi (EIDE), después de 25 años como socio profesional.

Para los estudiantes y jóvenes diseñadores o diseñadoras se organizó la Portfolio Night. Esta velada tuvo como objeto valorar sus portfolios, resolver sus dudas, orientarles y ayudarles a acceder al mercado laboral. Estudiantes o jóvenes diseñadores/as tuvieron la oportunidad de rotar por distintas mesas donde estaban profesionales de la asociación de las diferentes disciplinas. Sin duda, un acto que sirvió para que los futuros diseñadores aprendieran de los actuales.

El cuarto evento a destacar de la Bilbao Bizkaia D Week 2017 fueron las conferencias del Industries & Design 2017. Este acto quiso poner el foco en el Service Design, una disciplina que puede contribuir de manera significativa a la competitividad y a la capacidad de innovación de las empresas, asumiendo que ya no basta con vender un producto, sino que se deben ofrecer servicios asociados al propio producto y a la marca.

Por último, destacar el BEGIHANDI EIDE Design Club, que fue un encuentro abierto y gratuito en el que tres profesionales de distintos ámbitos creativos compartieron su forma de entender la creatividad, sus fuentes de inspiración y, sobre todo, su pasión. La forma perfecta de complementar una semana llena de estímulos en torno al diseño.

www.eideweb.org

[inicio] [titulares de grupo]

Premios Jump The Gap 2016/2017

El concurso internacional que organiza la empresa de sanitarios barcelonesa Roca, ya tiene ganadores en esta edición 2016/2017. Las inscripciones se cerraron en abril y en octubre se anunciaron los finalistas y ganadores de las diferentes categorías. Los tres premios existentes eran el profesional, el de estudiante y el de proyecto sostenible.

El ganador del primer premio profesional es Mohammadreza Shahmohammadi con su proyecto "Panacea". Se trata de una bañera de un material moldeable, que permite ajustar el tamaño de la pila a gusto del usuario. De este modo, además de ser un producto más ergonómico, se ahorra mucha agua. Su diseño limpio y con formas orgánicas ha llamado la atención de Patrik Schumacher, quien otorgó los premios en la gala del pasado 10 de octubre.

El premio de estudiante se lo llevó Denis Lara, con su proyecto Lambda. Este atractivo esterilizador que desinfecta las manos de los viandantes, utiliza la tecnología de ondas de luz a corta frecuencia. Se puede utilizar tanto en la vía pública como en recintos cerrados y es un proyecto que aporta una solución muy interesante a la falta de higiene que encontramos en el exterior.

Por último, mencionar Delta, de Michał Hondo & Kinga Grzybowska. Esta especie de mampara se puede instalar prácticamente en cualquier ducha, gracias a un diseño simple y adaptativo. El motivo por el cual este proyecto ha ganado el premio sostenible es que capta el vapor de agua que la ducha genera para transformarlo de nuevo en agua. Después, este agua se puede sacar gracias a un recipiente que tiene en el interior.

Por otro lado, los espacios del Disseny Hub de Barcelona, han contado con la exposición temporal titulada "Next Bath Experience". La muestra, organizada por Roca y BCD Barcelona Centro de Diseño, está basada en los ganadores del concurso "Jumpthegap" de otros años, se ha podido visitar del 10 de octubre al 10 de diciembre.

www.jumpthegap.net
Next Bath Experience

[inicio] [titulares de grupo]



Panacea, ganador del Premio Profesional.



Lambda, ganador del Premio Estudiante.



Delta, ganador del Premio Sostenible.



Eventos

Formación

Máster en marketing, publicidad y diseño. Especialidad en diseño y animación 3D

Comienzo: Febrero 2018.

Lugar: Nett Formación (Zaragoza).

¿Eres creativo? ¿Tienes interés por estar altamente preparado a la hora de desarrollar un proyecto publicitario? ¿Te gustaría nutrirte de conocimientos sobre marketing? ¿Quieres aprender sobre diseño multimedia? Muchas preguntas, pero un mismo destino: cursar los estudios de Nett Formación.

Si tu objetivo profesional pasa por dedicarte al ámbito de la publicidad y la comunicación, este curso es para ti. Y es que a través de él, estarás muy capacitado para manejar diferentes programas y herramientas. De esta manera, saldrás de estos estudios con un perfil profesional muy polivalente, ya que dominarás 14 herramientas de diseño gráfico, web y multimedia. Estarás preparado para dirigir proyectos de imagen corporativa, web o multimedia, además sabrás elaborar páginas web con animación, publicidad en banners, venta online, etc. No te quedarás atrás por lo que respecta al diseño en 3D, y serás capaz de crear visitas virtuales, animaciones de logotipos, editar vídeos corporativos, entre otras acciones.

www.nettformacion.com

[inicio] [titulares de grupo]

Master en Diseño de Mobiliario

Comienzo: Febrero 2018.

Lugar: Elisava (Barcelona).

En el Máster en Diseño de Mobiliario se desarrollan de manera específica aquellas prácticas profesionales que configuran un oficio, el de "mueblista" o diseñador de muebles. Esta disciplina presenta unas particularidades que la diferencian de otras especialidades en diseño. Entre otras, exige el conocimiento de un lenguaje y unas referencias propias que han ido desarrollando y depurando en el transcurso del tiempo y han permitido resolver con solvencia los objetos que configuran el entorno doméstico o de trabajo.

Esta inmersión en la realidad del mueble, del presente y del pasado, abre las puertas a la realidad industrial de un sector, que es hoy uno de los referentes en la producción de objetos de vanguardia, con modas y tendencias propias, nuevos materiales y tecnologías, que posibilitan avanzar e innovar, proponiendo productos que mejoren la calidad del entorno.

www.elisava.net



Curso de Ilustración, Animación y Videojuegos Winter Junior.



[inicio] [titulares de grupo]

Postgrado en Diseño del Espacio de Trabajo

Comienzo: Febrero 2018.

Lugar: Elisava (Barcelona).

La finalidad básica del curso es ahondar sobre la organización espacial, la calidad ambiental y los aspectos del confort, teniendo en consideración los nuevos comportamientos en el ámbito del trabajo. También los objetivos corporativos están en primer plano. Finalmente se trata de adquirir de una conciencia precisa de lo que el uso de los espacios terciarios hoy supone, poniendo el énfasis en la impronta comunicativa del diseño, de modo que se transmitan los valores empresariales y se dé respuesta a los anhelos de los individuos que los habitan y ocupan.

El proyecto central del postgrado, que se desarrolla sobre una temática relacionada con los espacios de trabajo contemporáneos, se nutre de los conocimientos adquiridos en los módulos temáticos del curso –todos ellos a su vez relacionados con un ejercicio práctico, como se aprecia en el programa del curso-, y también de la experiencia recogida en las visitas realizadas a edificios o a oficinas y gabinetes profesionales ejemplares, y a centros de producción de equipamiento de sistema relacionado con el espacio de trabajo, donde las empresas del sector toman protagonismo y transmiten su valioso background.

www.elisava.net

[inicio] [titulares de grupo]

Ilustración, Animación y Videojuegos Winter Junior

Comienzo: Enero 2018.

Lugar: IED (Madrid).

Durante el curso escolar, iestimulrá la creatividad!

Este curso, dirigido a las mentes más inquietas, mostrará las técnicas más divertidas de la ilustración, ayudará a dar vida a personajes y a desarrollar videojuegos mientras se dibuja y se cuentan historias.

El curso Ilustración, Animación y Videojuegos Winter Junior, con una duración total de 60 horas y 6 meses, se compone de tres módulos independientes de 20 horas cada uno. El alumno puede realizar el curso completo o uno de los módulos. El curso Ilustración, Animación y Videojuegos Winter Junior está dirigido a jóvenes entre 14 y 18 años.

www.ied.es/madrid

[inicio] [titulares de grupo]



Curso de Programación Creativa, Internet de las Cosas y Apps Winter Junior

Programación Creativa, Internet de las Cosas y Apps Winter Junior

Comienzo: Enero 2018.
Lugar: IED (Madrid).

¡Desarrolla la creatividad con ayuda de la tecnología y descubre todas las posibilidades que ofrece el mundo de la programación!

Programar es divertido y mucho más fácil de lo que se piensa. Con el curso de Programación Creativa, Internet de las Cosas y Apps Winter Junior Course se podrá crear una aplicación propia para un dispositivo móvil, aprender a utilizar las herramientas y el lenguaje necesario para iniciar en el mundo de la programación y poner en práctica todo lo aprendido aplicando la tecnología Internet de las Cosas en objetos cotidianos.

www.ied.es/madrid

[inicio] [titulares de grupo]

Curso de moda para niños - Especial Cultura Japonesa

Duración: Del 2 al 15 de Enero.

Curso de Moda pensado especialmente para edades de 8 a 14 años, que les permite desarrollar y poner en práctica su creatividad, aprenden además las técnicas de costura tanto de máquina (adaptada a sus edades) como de costura a mano, de una forma divertida y amena adquieren un aprendizaje que les puede servir tanto para ahora como para un futuro crear diversidad de prendas y productos.

www.fitca.com

[inicio] [titulares de grupo]



Curso de moda para niños - Especial Cultura Japonesa.

Concursos

Premios Internacionales Design for All Foundation de Buenas Prácticas

Periodo de recepción de proyectos: finaliza el día 23 de febrero de 2018.

La Design for All Foundation convoca la 9ª edición de sus premios internacionales con el objetivo de reconocer todos los esfuerzos, grandes o pequeños, que han llevado a cabo empresas, entidades, administraciones y profesionales de todo el mundo para demostrar que toda aplicación del Diseño para Todos/Diseño Universal contribuye a mejorar la calidad de vida de todas las personas.

www.designforall.org
Bases del concurso



XI Certamen de los Premios de Arquitectura e Interiorismo de Porcelanosa.



4ª Edición de los Premios Egurtek.

[inicio] [titulares de grupo]

XI Premios PORCELANOSA de Arquitectura e Interiorismo

Periodo de recepción de proyectos: finaliza el día 23 de marzo.

El Grupo Porcelanosa ha convocado la XI edición de sus Premios de Arquitectura e Interiorismo, un prestigioso certamen que reconoce el ingenio de los profesionales de todo el mundo en las que destaca la singularidad de las propuestas, según se informa desde la propia compañía. Hasta el 23 de marzo de 2018, fecha en la que concluirá el plazo para la recepción de los trabajos, los aspirantes podrán presentar sus iniciativas más innovadoras dentro de dos categorías: proyectos de futuro, con sección para estudiantes y profesionales; y proyectos realizados.

www.porcelanosa-interiorismo.com
Bases del concurso

[inicio] [titulares de grupo]

Se convoca la 4ª Edición de los Premios Egurtek

Periodo de preinscripción: finaliza el día 21 de marzo.
Periodo de recepción de candidaturas: finaliza el día 25 de abril.

Dentro del 7º Foro Internacional de arquitectura y construcción en madera se convoca la 4ª Edición de los Premios Egurtek con el objetivo fundamental de reconocer públicamente las actuaciones concretas más relevantes en el uso y fomento destacado de la madera.

Bilbao Exhibition Centre con la colaboración del Colegio Oficial de Arquitectos Vasco-Navarro, Baskegur y con el patrocinio del Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras de Gobierno Vasco, va a premiar obras de Arquitectura y Diseño realizadas con un uso y diseño destacado en madera.

Asimismo, va a premiar las mejores publicaciones que pongan en valor el uso y diseño en madera.

Se persigue potenciar, por un lado, un estado de opinión o debate arquitectónico en el colectivo profesional y popularizar ante la sociedad la labor de los profesionales en el sector de la



XIII Concurso Internacional de diseño de mobiliario exterior de GandiBlasco.



12ª Edición del concurso internacional Cosentino Design Challenge.

madera, y por otro, reconocer las publicaciones que exploren las posibilidades de este material.

www.egurtek.bilbaoexhibitioncentre.com
Bases del concurso

[inicio] [titulares de grupo]

GANDIABLASCO convoca el XII Concurso Internacional de Diseño de Mobiliario de Exterior

Periodo de recepción de proyectos: finaliza el día 22 de febrero.

¿Crees que está todo inventado?

En GANDIABLASCO creen que no y por eso, en la XII edición del Concurso de Mobiliario de Exterior quieren premiar la originalidad.

Buscan ser sorprendidos con proyectos creativos e imaginativos, piezas de exterior que mejoren la experiencia de disfrutar al aire libre, pudiendo ser un mueble, un complemento, una lámpara... a elegir.

En esta nueva edición esperan superar la cifra de más de 300 proyectos que se recibieron este año, procedentes de hasta 40 países diferentes.

www.gandiblasco.com
Bases del concurso

[inicio] [titulares de grupo]

Ya está abierta la 12ª edición del concurso internacional Cosentino Design Challenge

Periodo de recepción de proyectos: finaliza el día 1 de junio.

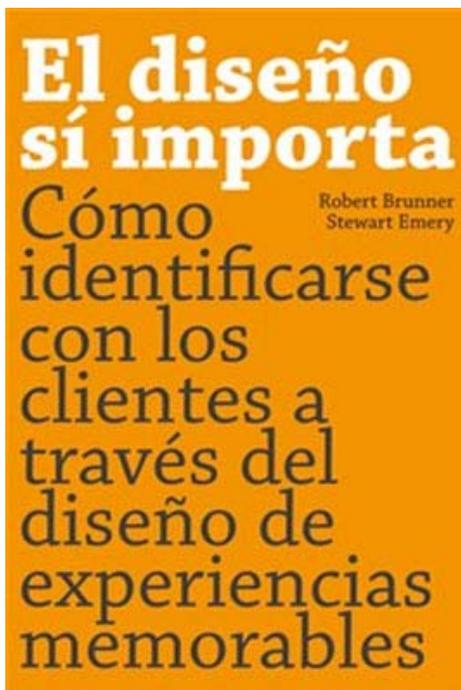
Convocatoria, a la que pueden presentarse todos los estudiantes matriculados en el Curso Académico 2017-2018 en cualquier centro o escuela superior de diseño, arquitectura de interiores u otras áreas de conocimiento similares, busca promover así la investigación en torno a materiales y sistemas constructivos a partir del uso de productos de Grupo Cosentino. Bajo el lema "Cosentino y la Luz", en la categoría de Diseño, y "Cosentino y las Artes Escénicas", en la de Arquitectura. Los proyectos se entregarán online, a través del formulario de la página web del concurso. Tras un proceso de votación desarrollado en dos fases, el jurado entregará en cada una de las categorías tres primeros premios, tres accésit y las menciones especiales que considere. Cada uno de los seis primeros premios estará dotado con 1.000 euros.

www.cosentinodesignchallenge.org
Bases del concurso

[inicio] [titulares de grupo]



Segunda edición de los Premios DesignEuropa.



La EUIPO anuncia la segunda edición de los Premios DesignEuropa

Periodo de recepción de proyectos: finaliza el día 15 de julio.

La Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) abrió las inscripciones para la segunda edición de los Premios DesignEuropa, que tendrá lugar en 2018 en Varsovia. Cada dos años, este concurso reconoce el diseño y la gestión entre los titulares de Dibujos y Modelos Comunitarios (DMC) registrados. Desde la creación del DMC en 2003, la EUIPO ha recibido alrededor de un millón de dibujos y modelos. De acuerdo a los números revelados por la organización, los sectores intensivos en dibujos y modelos generan el 12 % de los puestos de trabajo en la UE y suponen casi el 13 % de su PIB, mientras que las empresas titulares de dibujos y modelos tienen un promedio de ingresos 38 % superiores por empleado. Este concurso busca seguir fomentando esta modalidad de derecho de propiedad intelectual, al destacar a empresas e individuos que introdujeron diseños al mercado con el apoyo y la protección del DMC.

www.euipo.europa.eu
Inscripción

[inicio] [titulares de grupo]

Libros y publicaciones

El diseño sí importa

Autor: Robert Brunner & Stewart Emery
Editorial: Financial Times Press

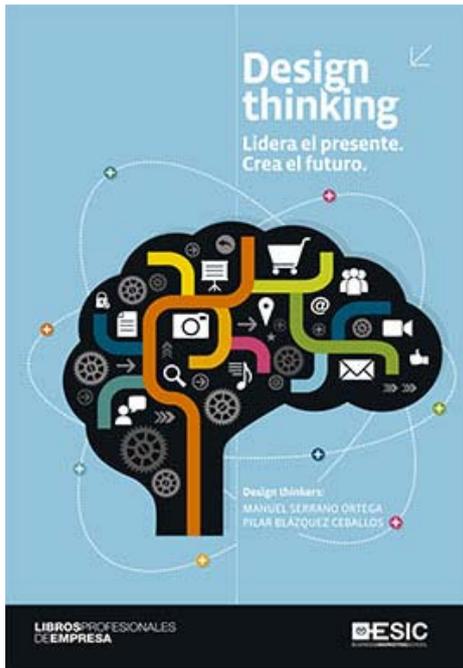
Cada vez son más las empresas conscientes de las ventajas competitivas que un buen diseño ofrece. El diseño logra que los productos, servicios y experiencias realmente importen al consumidor y, por ello, es también lo que mejora considerablemente el rendimiento de las empresas.

Sin embargo, acertar en el diseño de un producto o servicio no es una tarea sencilla. Las empresas que alguna vez lo han logrado son escasas y todavía son menos las que lo hacen de forma continuada. Su secreto reside en haber convertido el diseño en el eje de todo el negocio. En este libro descubrimos cómo ello es posible y cómo un número creciente de empresas ya lo ponen en práctica.

www.leadersummaries.com

[inicio] [titulares de grupo]

Design Thinking: Lidera el presente. Crea el futuro



Autor: Manuel Serrano Ortega
Editorial: ESIC EDITORIAL

Las empresas se enfrentan a diario con retos y problemas en un mercado cada vez más competitivo. Para conseguir resultados óptimos es necesario equilibrar el pensamiento analítico con un pensamiento intuitivo, más creativo, visual, emocional.

El objetivo de este libro es dar una visión diferente de cómo enfocar la resolución de problemas y preparar a las empresas para descubrir de forma creativa y rápida ideas que nos sirvan de motor para innovar. Con este fin, se hace un recorrido por los primeros pensadores de diseño y se recogen conversaciones con empresas, emprendedores y grupos de pensadores que están liderando la innovación con una visión a largo plazo y centrada en las personas.

El propósito es propulsar un cambio en la cultura empresarial, hacer que la empresa tenga en su ADN el diseño centrado en las personas y que se trabaje de forma más creativa y colaborativa. Se exponen distintas metodologías sobre pensamiento de diseño que se aplican de forma práctica para conseguir abrir el foco de atención y generar una gran cantidad de ideas que lleven a nuevos productos, servicios, nuevas experiencias para el usuario y estrategias para las empresas. Por último ofrece algunas herramientas prácticas y cuenta como las han utilizado empresas emprendedoras.

Se debe cambiar la forma de pensar para crear un futuro mejor. Se necesitan pensadores de diseño que lideren el presente y sean visionarios de nuevas oportunidades.

www.esic.edu

[inicio] [titulares de grupo]

De la fregona al airbus: Guía para empresarios y diseñadores innovadores

Autor: Juli Capella y Antonio Monturiol
Editorial: LID

¿Sabes qué tienen en común la fregona y el Airbus? Ambos productos, un utensilio doméstico de modesta apariencia y uno de los aviones más sofisticados que se fabrican, comparten los mismos principios -una apuesta decidida por la investigación, el desarrollo y la innovación-, esconden una serie de revolucionarias novedades que los llevaron a triunfar comercialmente y basan su éxito en un acertado proceso creativo. Si quieres lanzarte a inventar un producto o rediseñar e introducir algún tipo de innovación en uno que ya esté inventado y te falla la creatividad, debes saber que hay estrategias y técnicas de I+D+i que te ayudarán a conseguirlo. De la fregona al Airbus es una guía para todos aquellos directivos, empresarios y emprendedores que quieran iniciarse en el camino de la excelencia para idear, proteger y promover sus productos. Para ello, los autores, Juli Capella y Antonio Monturiol, hacen un recorrido por los inventos españoles más curiosos de Manuel Jalón, el ilustre inventor de la fregona o la jeringuilla desechable e incuestionable experto en la materia, y explican la clave del éxito de cada uno de ellos o por qué han fracasado tantos otros. Este libro también es un homenaje para él.



www.lideditorial.com

[inicio] [titulares de grupo]

1000 Chairs

Autor: Charlotte & Peter Fiell

Editorial: Taschen

Más que ninguna otra pieza de mobiliario, la silla ha sido objeto de los sueños más alucinantes de los diseñadores. La curva singular de un respaldo o el torneado de una pata, el ángulo de un asiento o el color del mueble entero: cada elemento refleja la conciencia estilística de una época. De Gerrit Rietveld a Alvar Aalto, Verner Panton o Eva Zeisel, del modernismo al estilo internacional, del arte pop al postmodernismo, la historia de cada silla es tan compleja que requiere de un exhaustivo trabajo enciclopédico para hacerle justicia. Todas están aquí: las sillas onduladas de Thonet y las máquinas de sentarse de Hoffmann, la silla Wassily de Marcel Breuer y las butacas vanguardistas de Ron Arad. Los primeros diseñadores y los pioneros de la silla moderna aparecen en compañía de las más recientes innovaciones en el arte de construir asientos.

Esta edición recientemente actualizada recoge desde los asientos arquetípicos del siglo XIX hasta los diseños más innovadores de la actualidad.

www.taschen.com

[inicio] [titulares de grupo]

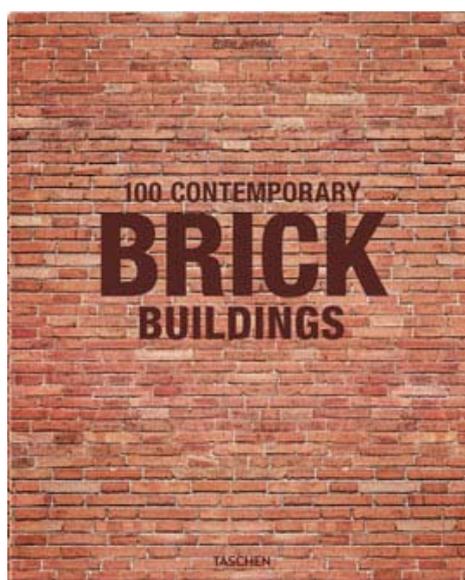
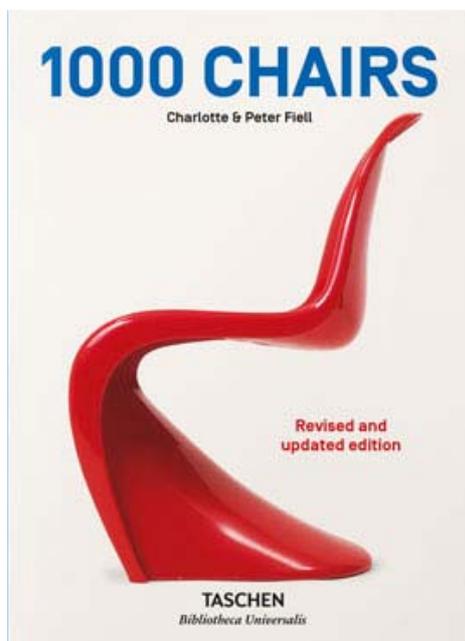
1000 Contemporary Brick Buildings

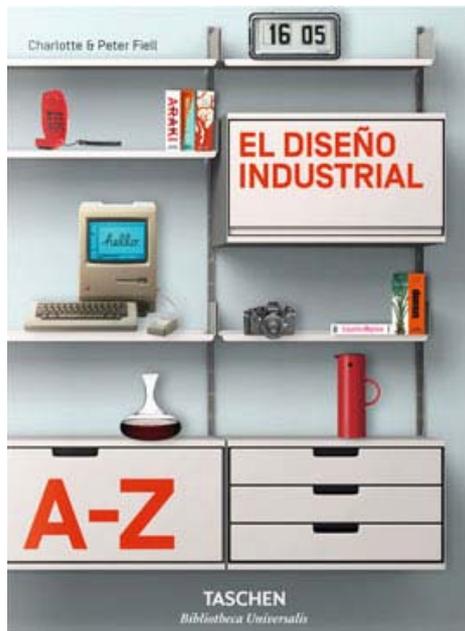
Autor: Philip Jodidio

Editorial: Taschen

El ladrillo es uno de los materiales de construcción más duraderos y extendidos en el mundo. Los primeros vestigios de su fabricación datan del año 7500 a. C. y el ladrillo cocido fue creado alrededor del año 3500 a. C. Desde entonces, este material fiable ha demostrado tener una increíble resistencia, y sigue siendo uno de los puntales de la arquitectura contemporánea. El ladrillo forma parte de la construcción tradicional en países tan dispares como China o los Países Bajos ya que es un material barato, versátil y sostenible.

Esta serie de dos volúmenes recorre el mundo para reunir los edificios de ladrillo más fascinantes e innovadores de los últimos 15 años, desde Argentina hasta Nueva Zelanda. Como todos los libros de arquitectura de TASCHEN, este volumen presenta a nuevos talentos como el argentino Diego Arraigada o el vietnamita Nguyen Hai Long, así como a arquitectos de renombre como Tadao Ando y Peter Zumthor. Los edificios incluidos en esta serie muestran la gran variedad de usos en espacios culturales, domésticos, infraestructuras e instalaciones recreativas, como por ejemplo la Switch House de la Tate Modern, de Herzog & de Meuron; el restaurante Amorío, en Santiago, de TIDY Arquitectos, y el Maternity





Waiting Village, de Mass Design Group, en Kasungu (Malawi).

www.taschen.com

[inicio] [titulares de grupo]

El Diseño Industrial de la A a la Z

Autor: Charlotte & Peter Fiell

Editorial: Taschen

Si alguna vez ha sentido la más mínima curiosidad por el diseño de su cepillo de dientes, la historia que esconde su lavadora o la evolución del teléfono, le encantará esta nueva edición completamente actualizada de El diseño industrial de la A a la Z.

El libro, que recorre la evolución del diseño desde la Revolución Industrial hasta el presente, nos habla de esas sinergias entre forma y función que transforman nuestro día a día. Desde cámaras hasta piezas de menaje de cocina, de Lego a Lamborghini, en estas páginas conocerá a los diseñadores, las empresas globales y, sobre todo, los productos originales que ya forman parte de cada faceta de nuestras vidas cotidianas.

Junto a diseñadores de renombre, como Marc Newson y Philippe Starck, y grandes marcas internacionales, como Braun y Apple, también hay espacio para referencias menos conocidas y más recientes, por ejemplo, las bicicletas de Brompton Bicycles y las turbinas eólicas de Enercon. Todo ello refleja el vertiginoso ritmo al que avanza el diseño de producto, al tiempo que revela los mayores desafíos y retos a los que se enfrentan hoy en día los creativos.

www.taschen.com

[inicio] [titulares de grupo]

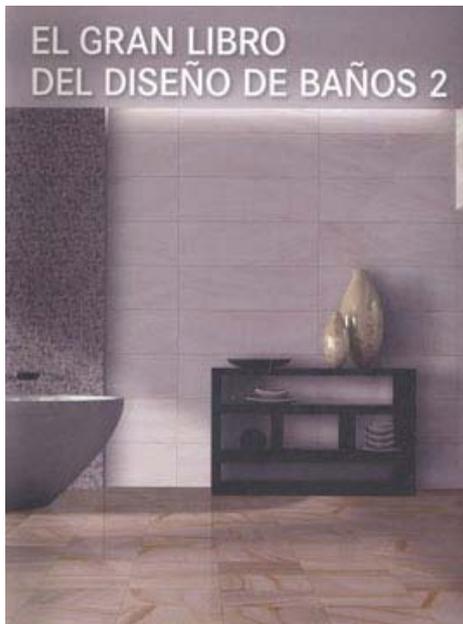
Interiores de diseño

Autor: Carles Broto

Editorial: S.A. Leading International Ket Service Barcelona

El interiorismo es uno de los campos de la arquitectura que más ha evolucionado en las últimas décadas y, casi con toda seguridad, un mundo en el que las tendencias y las nuevas líneas de evolución se han reflejado más claramente, tanto en lo que respecta a los materiales como a las formas constructivas y a los estilos. Los profesionales de la arquitectura para interiores empujados por una exigente, y cada vez mayor demanda, se ven obligados a explorar nuevos campos, a iniciar caminos diversos que se adapten al gusto de las nuevas generaciones. Muchas veces el reto consiste en interpretar y dar un valor creativo a las exigencias y necesidades del cliente en algunas ocasiones mediatizado por necesidades puramente mercantilistas o por contaminaciones de modas efímeras. Se presenta una selección de las más interesantes propuestas de los últimos años, en la que se contempla el retorno a concepciones más humanizadas y basadas en la profunda relación del hombre con el espacio





habitado.

www.casadellibro.com

[inicio] [titulares de grupo]

El gran libro de diseño de baños 2

Autor: Varios autores
Editorial: Loft Publications

Los nuevos baños apuestan por una sensualidad natural, y los materiales como la piedra y la madera están de moda para que esta estancia despierte nuestros sentidos.

Accesorios modernos, materiales novedosos o el uso de colores, son algunos de los recursos que utilizan los diseñadores para crear cuartos de baño exclusivos. Los materiales naturales como la piedra, la madera, la cerámica o los tejidos, ayudan a crear el ambiente deseado.

Un diseño impactante, elementos clásicos, papel pintado, obras de arte y detalles sutiles convierten los cuartos de baño que se muestran en este libro en estancias que dejan de ser puramente funcionales y se convierten en un lugar para el reposo y la relajación

www.casadellibro.com

[inicio] [titulares de grupo]

La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual

Autor: Donis A. Dondis
Editorial: Gustavo Gili

En la segunda mitad del siglo XX aparecieron una serie de trabajos que trataban de establecer los principios de una teoría de la composición gráfica a partir de los estudios científicos sobre la percepción visual, y es en ese contexto donde se enmarca esta obra clásica de Donis A. Dondis, una de las propuestas sobre gramática visual pioneras y fundamentales de esta corriente. La sintaxis de la imagen es una aproximación al tema amena y rigurosa que explora aquellos principios y reglas del lenguaje de las imágenes que inciden directamente en la semántica, la retórica y la comunicación visuales. La propuesta teórica de Dondis se acompaña de múltiples ejemplos y referencias que abarcan desde la pintura y la escultura hasta la arquitectura, la publicidad, el cine o la televisión. Más allá del gran interés que ha suscitado entre diseñadores y artistas, este libro—que ha sido totalmente revisado, actualizado y rediseñado para esta nueva edición—constituye un manual básico y fundamental que contribuye a una alfabetización visual. Comprender la cultura actual implica conocer la gramática de las imágenes y la obra de Dondis proporciona las bases necesarias para desarrollar un pensamiento crítico hacia una realidad cada vez más indisoluble de lo visual.

www.ggili.com

[inicio] [titulares de grupo]

Eventos

Gaudí y La Sagrada Familia, una experiencia interior

Fechas: Del 20 de Octubre de 2017 al 7 de Enero de 2018
Lugar: Museo Alma Mater de Zaragoza.

2026 es el año previsto de finalización de las obras de construcción del templo de la Sagrada Familia en Barcelona según los planes de Gaudí. Para llevar el proyecto más allá de Barcelona, la Sagrada Familia ha concebido una nueva exposición itinerante Gaudí y la Sagrada Familia. Una experiencia interior, cuya primera parada es el Alma Mater Museum de Zaragoza. Se trata de un montaje sencillo y atractivo que guía al visitante por tres ambientes que invitan a descubrir tanto la arquitectura del monumento como las fuentes de inspiración y las técnicas de trabajo de Gaudí. Todo para entender el significado y dimensión de la Basílica de la Sagrada Familia. La muestra incorpora varias piezas audiovisuales y se cierra con una maqueta del templo finalizado, que permite conocer cómo será la Sagrada Familia una vez hecho realidad el sueño de Gaudí.

www.almamatermuseum.com

[inicio] [titulares de grupo]



Exposición Postnaturaleza

Fechas: Del 21 de Septiembre de 2017 al 13 de Enero de 2018
Lugar: Etopia Centro de Arte y Tecnología de Zaragoza

La exposición realiza un recorrido en el que se muestra cómo lo biológico puede ser una fuente de inspiración artística, al mismo tiempo que pretende incidir en las cuestiones éticas que plantea la revolución que el campo de la biotecnología está experimentando e invitar a reflexionar sobre los cambios que ésta puede conllevar en la concepción de lo que se considera como natural e incluso de la propia condición humana.

Comisariada por el historiador del arte Daniel López del Rincón, la muestra está compuesta por quince obras - tres de ellas desarrolladas en residencia en Etopia -, de artistas nacionales e internacionales, articuladas en torno a tres ejes temáticos. El primero de ellos, "Paisajes. La naturaleza como artificio", muestra cómo la mirada del artista moldea y transforma la naturaleza en su voluntad de intervenir en ella o representarla. El recorrido continúa con "Retrato(s). Identidades fabricadas", donde se aborda cómo el género del retrato en la era de la genética y los avances tecnocientíficos admite múltiples dimensiones o mutaciones. Finalmente, "Naturaleza(s) muerta(s). El tiempo de la naturaleza", invita a conocer las obras de artistas que trabajan haciendo uso de biomateriales y especulan sobre futuros ecodistópicos.

www.fundacionzcc.org

[inicio] [titulares de grupo]





Adolf Loos - Espacio privados

Fechas: Del 14 de Diciembre de 2017 al 25 de Enero de 2018

Lugar: Museu del Disseny de Barcelona

La exposición Adolf Loos. Espacios privados muestra por primera vez en España una extensa muestra del trabajo de esta figura de la arquitectura vienesa, pionero en el debate entre espacios de vida pública y de vida privada. Pone en escena la revolución estética de Loos (1870-1933) que en la Viena de 1900 se reveló contra la Secesión vienesa, proponiendo una economía en la construcción arquitectónica y el diseño recuperando la columna clásica, el revestimiento y los valores tradicionales del clasicismo.

La exposición viajará al contexto literario, arquitectónico y filosófico de la Viena de principios de siglo XX y mostrará proyectos y un centenar de los objetos más significativos del mobiliario usado por Loos en sus casas y apartamentos, esos espacios interiores en los que encontramos al Adolf Loos más revolucionario.

www.ajuntament.barcelona.cat

[inicio] [titulares de grupo]

"Fluctuaciones" de Daniel Canogar

Fechas: Del 29 de Noviembre al 28 de Enero

Lugar: Sala Comunidad de Madrid-Alcalá 31, Madrid

Daniel Canogar presenta una muestra de 24 obras de media-art, articulada en torno al cambio tecnológico, evidenciando gráficamente la complejidad del mundo digital de hoy. Comisariada por Sabine Himmelsbach, "Fluctuaciones" plantea una reflexión sobre los paradigmas de la sociedad de datos y las transiciones entre el mundo virtual y el mundo real. En ella, el artista utiliza medios tecnológicos, poniéndolos al servicio de una experiencia artística novedosa y entablando, al mismo tiempo, un diálogo estético con los entornos digitales.

En las grandes instalaciones y videoanimaciones generativas de la exposición, Canogar aborda el impacto de las tecnologías en la sociedad, visibilizando el paso de los sistemas electromecánicos a los digitales e indagando en la posición que ocupa el individuo en una era interconectada tecnológicamente.

www.esmadrid.com

[inicio] [titulares de grupo]

William Morris y las Arts & Crafts en Gran Bretaña

Fechas: Del 22 de Febrero al 20 de Mayo de 2018

Lugar: Museo Nacional de Arte de Cataluña, Barcelona

El movimiento Arts and Crafts, ligado al diseño y a las artes decorativas, nació en Gran Bretaña hacia 1880 y se desarrolló hasta la I Guerra Mundial. Se extendió rápidamente a través de América y Europa hasta llegar a Japón. Su máximo ideólogo fue el artista y escritor William Morris (1834-1896) y tomó su





nombre de la Arts and Crafts Exhibition Society, fundada en Londres en 1887.

Fue un movimiento nacido desde los ideales, la preocupación por los efectos de la industrialización en el diseño, el saber y la vida cotidiana. Abogaba por una reactivación de la artesanía tradicional, un retorno a una forma de vida más simple y una mejora en el diseño de objetos domésticos ordinarios. La exposición será la primera muestra de Morris y las Arts & Crafts que tendrá lugar en España y presentará obras maestras de este movimiento artístico. Llega a Barcelona después de su exposición en Madrid, del 6 de octubre de 2017 al 21 de enero de 2018, en la Fundación Juan March.

www.museunacional.cat

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

CENTRO ARAGONÉS DE DISEÑO INDUSTRIAL
C. Monasterio de Samos s/n
(Edificio antiguo matadero)
50013 Zaragoza

El Centro Aragonés de Diseño Industrial en cumplimiento 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 [\[haga click aquí\]](#)

 **GOBIERNO
DE ARAGON**
Departamento de Economía,
Industria y Empleo