

mayo - octubre 2020



Titulares

Diseño en Aragón

- Aunav.NEO, el único robot de desactivación de explosivos con geometría variable. [\[leer\]](#)
- Un zaragozano crea Zicler, una estación para patinetes. [\[leer\]](#)
- Eléctrica y zaragozana de corazón. Ebroh Veracruz. [\[leer\]](#)
- Zapatos con sello aragonés en el top de la artesanía nacional. [\[leer\]](#)
- Vinos auténticos y sensuales con uvas autóctonas y "nativas" [\[leer\]](#)
- Lavadoras Balay con AutoDosificación [\[leer\]](#)
- Bodega SOMMOS homenajea a su entorno con una nueva línea. [\[leer\]](#)
- HMY desarrolla una nueva cabina de desinfección contra la COVID 19. [\[leer\]](#)
- La Universidad de Zaragoza inaugura su primera estación de recarga para vehículo eléctrico. [\[leer\]](#)
- Nuevas creaciones de Estudio Mique. [\[leer\]](#)
- Bloquitech y el Mercado Central de Zaragoza: un diseño para todos. [\[leer\]](#)
- Pastores lanza la Pierna Curada de cordero Agnei ibérico en varios formatos. [\[leer\]](#)
- Tecnología para facilitar la independencia de los mayores. [\[leer\]](#)
- Viñas del Vero. [\[leer\]](#)
- El primer manómetro inteligente autónomo. [\[leer\]](#)
- Dos Apps desarrolladas por investigadores del I3A permiten conocer en tiempo real la calidad del aire en Zaragoza. [\[leer\]](#)
- Bodega Verde de San Valero presenta sus tres primeros vinos jóvenes ecológicos. [\[leer\]](#)
- Libelium y Tap Consultoria, empresas CEEIARAGON, presentan solución de estacionamiento inteligente. [\[leer\]](#)
- Alquimistas con impulso digital. [\[leer\]](#)
- Ambar lanza una tostada y una radler sin alcohol. [\[leer\]](#)
- Las vajillas favoritas de los chefs con estrellas Michelin llegan a Zaragoza en forma de borraja y adoquín. [\[leer\]](#)
- Dungeon Universalis anuncia su reedición tras batir récords. [\[leer\]](#)
- Refreshos Cierzo. [\[leer\]](#)
- Maximiliana, el móvil aragonés pensado para la tercera edad. [\[leer\]](#)
- Más de mil jóvenes proyectos en el Premio Don Bosco. [\[leer\]](#)
- 4.Oleum, un aceite premium obtenido con olivicultura de precisión. [\[leer\]](#)

- Creatividad: curiosidad, motivación y juego. Viaje a los procesos creativos de Mohammad Barrangi, Isidro Ferrer, Chris Haughton, Javier Mariscal, Manuel Marsol y Akinori Oishi. [\[leer\]](#)
- Tu perro es bienvenido. [\[leer\]](#)
- Cartel fiestas del Pilar 2020. [\[leer\]](#)
- Álvaro Ortiz desvela el cartel del Salón del Cómic. [\[leer\]](#)
- Zaragoza se alza con un European Design Awards 2020 por su renovado diseño del sistema de transporte. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- Fractal Strategy, seleccionados para el proyecto From Spain With Design (FSWD). [\[leer\]](#)
- IDE certifica sus armarios para situaciones sísmicas. [\[leer\]](#)
- Magline exporta aviones no tripulados a Indonesia, Tailandia, Noruega y Egipto. [\[leer\]](#)
- Beso de vino garnacha zaragocista. [\[leer\]](#)
- Eboca y la Fundación Hidrógeno Aragón desarrollan una máquina de café que funciona con hidrógeno. [\[leer\]](#)
- Zerca!, la digitalización del comercio local. [\[leer\]](#)
- Chusco solidario. [\[leer\]](#)
- Denominación de origen para un aceite de altura. [\[leer\]](#)
- Concluye el proceso de adjudicación del primer lote de siete quioscos en zaragoza, para los que se han recibido un total de 83 ofertas. [\[leer\]](#)
- Bodega San Valero presenta la colección "Celebrities" en la Barcelona Wine Week. [\[leer\]](#)
- Experiencia de producto en realidad virtual para Vector Valves. [\[leer\]](#)
- Nace A3RTE, la primera aceleradora de arte en Aragón. [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- Groupe PSA, único fabricante que produce turismos 100% eléctricos en todas sus plantas en España. [\[leer\]](#)
- Un cuadríciclo como punta de lanza. [\[leer\]](#)
- Crean un ojo robótico de alta resolución que se conecta por cable al nervio óptico. [\[leer\]](#)
- El Ministerio de Ciencia e Innovación publica un estudio sobre la utilización del diseño como herramienta de modernización de las administraciones públicas. [\[leer\]](#)
- Tommy Hilfiger lanza en Europa una colección para personas con discapacidad. [\[leer\]](#)
- Mango lanza una línea de ropa para adolescentes. [\[leer\]](#)
- 8º ENAD. Encuentro Nacional de Diseño. [\[leer\]](#)

Eventos

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



Aunav.NEO.

Diseño en Aragón

Aunav.NEO, el único robot de desactivación de explosivos con geometría variable

Aunav, marca de referencia internacional en el desarrollo de soluciones robóticas en defensa y seguridad, ha lanzado su nuevo robot de desactivación de explosivos, el aunav.NEO, que destaca por ser el único del mercado dotado de un sistema de geometría variable. Esta tecnología permite aumentar o reducir el ancho del robot durante las misiones para adaptarse a cada situación.

El robot, desarrollado y fabricado en las instalaciones de aunav en Huesca, surge como respuesta a la necesidad de los cuerpos de seguridad y de las fuerzas armadas de contar con sistemas versátiles que puedan operar en diferentes escenarios, incluidos aquellos de difícil acceso.

En este sentido, el aunav.NEO está preparado para la neutralización explosivos improvisados, municiones o amenazas NRBQ (Nuclear, Radiológica, Biológica y Química) en espacios tan diversos como pasillos de avión, autobús o metro, túneles subterráneos o terrenos con escombros, además de espacios abiertos.

VARIOS ROBOTS EN UNO SOLO

Pablo Vázquez, Director General de aunav, ha subrayado que "el trabajo de ingeniería llevado a cabo en este proyecto, sumado a nuestra experiencia de 17 años en el campo de la robótica para desactivación de explosivos, nos permite incorporar tecnologías únicas en el sector. Gracias a ello podemos decir que, dada su polivalencia, el aunav.NEO es realmente varios robots en uno".

"Manteniendo la robustez y confiabilidad que caracteriza a todos nuestros productos, el aunav.NEO es el robot más ligero de nuestro catálogo e incorpora capacidades tecnológicas de última generación", ha añadido. Además, ha recordado que "el objetivo de aunav es dotar a los cuerpos de seguridad y a las fuerzas armadas de soluciones de vanguardia para que puedan afrontar situaciones de gran riesgo con las máximas garantías".

TECNOLOGÍA PUNTERA PARA SALVAR VIDAS

Entre las innovaciones del aunav.NEO destaca su sistema de geometría variable, que permite aumentar o reducir el ancho del robot rápidamente y de forma remota para operar en diferentes escenarios dentro de la misma misión. Esta funcionalidad se complementa, además, con la tecnología de autoestabilización de la plataforma, que la mantiene siempre en posición horizontal respecto al suelo, incluyendo escaleras, rampas o terrenos irregulares. Por otro lado, el aunav.NEO está equipado con un brazo que realiza las tareas de prevención y neutralización de amenazas con una excelente combinación de fuerza y precisión.

Gracias a esta unión de tecnologías el aunav.NEO puede, por ejemplo, subir las escaleras de un avión, adaptar su ancho para recorrer el pasillo entre los asientos de los pasajeros, abrir el compartimento superior de equipajes de mano y recoger un objeto sospechoso alojado en su interior.

Otra importante innovación es que se trata de un robot desmontable y modular. Los brazos, flippers y baterías pueden desacoplarse fácilmente, lo que permite transportar el aunav.NEO en un amplio abanico de vehículos, incluso en el maletero de un coche. Además, un equipo de dos personas es suficiente para cargar y acoplar las piezas fácilmente, dejando el robot listo para operar.

Gracias al uso de tecnologías Plug and Play, el aunav.NEO permite la incorporación e intercambio de diferentes accesorios (como por ejemplo cámaras) de forma sencilla en distintas partes de la plataforma, según la configuración necesaria para cada misión.

El manejo de aunav.NEO se realiza mediante la Unidad de Control Remoto (OCU) exclusiva de aunav. El robot, además, incorpora sistemas de navegación autónoma, tanto en interiores como en exteriores, que generan mapas 3D del entorno.

www.aunav.com

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



Recreación visual del aparcamiento en entorno urbano.



Detalle de producto.

Un zaragozano crea Zicler, una estación para patinetes

En muchas ocasiones, una nueva propuesta en el mercado surge de la necesidad detectada por su propio creador. El zaragozano Francisco Javier Lana siempre encontraba dificultades para aparcar con seguridad su patinete, y de ahí nació Zicler, una estación para bicis y patines con sistema de carga y custodia. «Me movía en patín y siempre encontraba el problema de que cuando iba a los sitios no sabía dónde dejarlo. Llegabas a un lugar y tenías que ir con tu patín, subirlo y bajarlo», explica el promotor del proyecto: una instalación para guardar los Vehículos de Movilidad Personal (VPM).

Las primeras cinco estaciones de Zicler llegarán a Zaragoza próximamente, con tres ubicaciones privadas en centros comerciales y dos en suelo municipal, para permitir ordenar estos vehículos en el centro de la ciudad. Cada una de ellas tendrá capacidad para diez patines (mecánicos o eléctricos) y seis bicicletas (urbanas, eléctricas o híbridas), aunque este aparcamiento es «adaptable completamente al entorno».

Cuando se estudien los datos de movilidad gracias a la aplicación con la que funciona, cada estación se podrá configurar para dar un mayor servicio a unos vehículos u otros en función de la demanda. «La escalabilidad es brutal», señalaba el director de Zicler, quien ya está trabajando para prestar servicio «en un corto futuro» también a motos y coches eléctricos.

Este particular estacionamiento permitirá cargar los vehículos mientras están aparcados y anclados, protegidos ante el robo con un seguro y vigilados por un circuito cerrado de televisión. Las estaciones exteriores contarán con un panel solar que apoye a la energía eléctrica y aunque en los interiores no será posible valerse del sol, Lana apunta que «una estación completa, que son 16 vehículos, a máximo rendimiento, consume como un secador de pelo». «Es infimo cargar un patín eléctrico, es prácticamente como lo que cuesta cargar un móvil», ilustra.

El problema es que los patinetes eléctricos tienen una autonomía de unos 25-30 kilómetros, lo que en muchas ocasiones no permite hacer «un movimiento normal por la ciudad»; a diferencia de la bicicleta eléctrica, que cuenta con unos 100 kilómetros. Por eso, en la prueba piloto, la posibilidad de carga se centrará en los patines, con la vista puesta en las motos y los coches eléctricos que, como señala Lana, no tienen más demanda «porque la gente no sabe dónde cargarlos».

El plan de este emprendedor es que Zicler esté presente en Zaragoza en 2021 con 22 estaciones, para más tarde expandirse a grandes ciudades en las que ofrecerá no solo aparcamiento para propietarios de un VPM, sino también para las compañías que ofrecen su alquiler. «Ahora los puedes aparcar donde quieras, pero eso a la vez genera un problema. El ayuntamiento tiende a facilitar la movilidad urbana, pero esos patines tienen que aparcarse en algún sitio; lo que no es lógico es que estén abandonados en las esquinas, tirados en cualquier rincón o sin protección», señala.

La idea de este emprendedor licenciado en Derecho ya se encuentra en fase de pruebas en el Instituto Tecnológico de Aragón. Lana menciona junto a ITA Innova todas las entidades que colaboran en el proyecto: Línea Diseño (que se ha

ocupado del diseño industrial) y Factory Apps (encargada de la aplicación móvil que sirve para gestionar reservas).

www.zicler.es
www.linea-online.es
www.itainnova.es
www.factoryapps.es

[inicio] [titulares de grupo]

Así será la nueva estación para patinetes y bicicletas.





EBROH Veracruz.



Imagen detalle del panel de control de la EBROH Veracruz.

Eléctrica y zaragozana de corazón. Ebroh Veracruz

La pandemia, que está cambiando los hábitos de movilidad en España, ha dado un empujón a la moto eléctrica que, poco a poco, se va haciendo hueco en la calle. Tanto, que un modelo como la Silence 02, 100% a pilas, se ha convertido en el scooter más vendido en lo que va de año, incluso por encima de los modelos tradicionales de combustión.

Aragón también está dentro de esta nueva tendencia y aporta desde Zaragoza una gama propia con la marca Ebroh: Spuma Li, Bravo GLE y Veracruz, entre otras. Hoy traemos aquí a la Ebroh Veracruz 5K, eléctrica y nacida bajo el paraguas (y el corazón) de una empresa 100% zaragozana, Zeppelin maquinaria.

Es, por potencia, un scooter similar a uno de 125 cc de gasolina, pero silencioso, sin humos y con una arrancada bien rápida. Por fuera llama la atención. Presenta un estilo "vintage" italiano, tipo Lambretta. El faro hexagonal, los retrovisores ovalados y un amplio asiento en cuero para dos personas dan brillo a una carrocería vistosa, con embellecedores en color plata.

No tiene hueco para dejar el casco, pero sí ofrece la posibilidad de montar un baúl portaobjetos. El Veracruz tiene una potencia de 4,7 kW, que equivaldrían aproximadamente a siete caballos de vapor. Se puede conducir con carnet A1 desde los 16 años o con carnet B de coche. La energía eléctrica se acumula en dos baterías de 70 voltios y con celdas de ion-litio, que se pueden extraer del vehículo para recargarlas en un enchufe doméstico o en la oficina de trabajo.

El Veracruz alcanza una velocidad máxima de 80 km/h y puede recorrer un trayecto sin recargar la batería de hasta alrededor de 80 kilómetros. "Es un vehículo para todos los públicos, fácil y cómodo de conducir, pensado para la ciudad y para aquellos usuarios que acceden por primera vez al mundo de la moto", afirma Álvaro Redondo, director general de Ebroh. Está disponible en tres colores, blanco, rojo o negro.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.ebroh.es

[inicio] [titulares de grupo]

Zapatos con sello aragonés en el top de la artesanía nacional

La firma Aldanondoyfdez, fundada por el aragonés Ignacio Aldanondo y su socia Catuxa Fernández, "arquitectos de formación y zapateros por vocación", ha sido reconocida con el Premio Emprendimiento, en la XII edición de los Premios Nacionales de Artesanía, otorgados por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

El pasado mes de enero se desvelaban los ganadores de la duodécima edición de los Premios Nacionales de Artesanía en el salón de actos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en Madrid. El objetivo es reconocer las actuaciones más destacadas en el campo de la artesanía contemporánea en todo el país, al tiempo que se impulsa el desarrollo y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas artesanas y se incentiva en ellas la innovación, el diseño y su capacidad de adaptación al mercado. Precisamente, una de las empresas galardonadas este año ha sido la firma Aldanondoyfdez, fundada por un aragonés, Ignacio Aldanondo, junto a su socia Catuxa Fernández, quienes se alzaron con el Premio Emprendimiento. ¿Su mayor peculiaridad? Cada uno de sus trabajos nace del resultado de la fusión de sus dos profesiones: la arquitectura y la zapatería.

La empresa nació hace cuatro años, cuando Aldanondo y Fernández decidieron dejarlo todo –y cerrar su despacho de arquitectura, tras 12 años– para dedicarse a su auténtica pasión: la fabricación artesanal de zapatos. Son, como ellos mismos dicen, "arquitectos de formación y zapateros por vocación". "Este premio significa que merece la pena seguir apostando por la artesanía dentro del calzado. Es un camino no siempre fácil y de gratificaciones a largo plazo, así que un premio como este es un empujón importante en nuestro ánimo", asegura el zaragozano, que reconoce que presentarse a este premio no entraba en sus planes. "Fue gracias a otra artesana, Inés Rodríguez (de Inés Rir & co). Ella vio la posibilidad de que fuéramos seleccionados sin nosotros siquiera imaginarlo", asevera.

Aunque hoy tienen el taller en la Ciudad Condal, donde se mudaron hace ya dos décadas, Aldanondo asegura que tanto para él como para su socia sus raíces son fundamentales: "Es inevitable que mi trabajo hable de quién soy y de dónde vengo. De joven hice mis pinitos en el torno con el alfarero de mi pueblo, así que el trabajo con las manos siempre me ha atraído", explica.

De hecho, sus primeros pasos como zapatero también cuentan con una selección de materiales "locales" como el ladrillo caravista con el que trabajaba su familia. "Con la arquitectura –afirma– es muy importante que sepas dónde construyes y te integres en el entorno donde te situas, así que, seguramente, parte de estas raíces también están en mis diseños".

Y aunque reconoce que, en un principio, la zapatería y la arquitectura pueden parecer dos profesiones poco conectadas, en su opinión, ambos oficios cuentan con más similitudes de las que pueda parecer a simple vista. "La arquitectura también tiene un componente creativo y las partes más técnicas, como la construcción, las estructuras o el dibujo técnico, son perfectamente aplicables al calzado", añade el artesano, que asegura que ahora juegan con un factor añadido como es el trabajo manual.



imágenes de una de sus creaciones.



Ignacio Aldanondo, volcado en su auténtica pasión: la fabricación artesanal de zapatos



Su objetivo más próximo es llevar sus zapatos a Estados Unidos.



El proceso de fabricación de sus zapatos es íntegramente artesanal.

De hecho, mucho más allá de la piel, que es el material más habitual y utilizado por ambos, actualmente trabajan con metal, cuerda, lino, corcho natural y artificial e, incluso, madera.

Tras este importante reconocimiento, que, sin duda, representa un gran impulso, estos artesanos se preparan para seguir ahondando en el mundo de la docencia, al tiempo que pretenden llevar sus zapatos a Estados Unidos: "Sabemos que tenemos un público objetivo allá y queremos salvar la distancia física para que la gente pueda probarse nuestros prototipos y ver y tocar en persona el producto".

(Fuente: *Heraldo de Aragón*)

www.aldanondoyfdez.com

[inicio] [titulares de grupo]

Vinos auténticos y sensuales con uvas autóctonas y "nativas"



Garnacha Blanca Nativa, Garnacha Nativa Tinto y Cariñena Nativa de izda a dcha.

Bodegas Care, de la D. O. Cariñena, fue una de las empresas que lideró hace ya bastantes años la modernización de los vinos de esta zona elaboradora, poniendo en el mercado productos muy actuales en botellas muy bien vestidas con las creaciones del diseñador Enrique Torrijos.

Esta filosofía de empresa ha ido adaptándose a la evolución de los mercados y gustos de los consumidores, de forma que hace un tiempo emprendió la senda de elaborar vinos auténticos con variedades autóctonas como forma de diferenciarse en un mercado cada vez más globalizado. Ha profundizado, además, en el trabajo con clones tradicionales de esas uvas autóctonas y levaduras también del terruño, dando como resultado esta línea de vinos "nativos" que, encima de esa exclusividad, aportan un gran potencial organoléptico y gratificantes sensaciones.

Hay ya en el mercado cuatro referencias, que traen también una imagen renovada: Garnacha Blanca Nativa, Garnacha Nativa tinto, Cariñena Nativa y Moscatel de Alejandría. Hoy nos centramos en los dos primeros, especialmente en el blanco de garnacha de 2019, una novedad que destaca por su frescura y su complejidad aromática, donde hay referencias florales y de frutas muy sabrosas como la pera, el melón amarillo y confituras, además de cítricos y hierbas aromáticas. Su consistencia en la boca viene sustentada también por el trabajo con sus lías durante tres meses en barricas de roble francés. Tiene un grado alcohólico del 13,5% y un precio recomendado de 8,50 euros.

Un vino muy sensual, cumplido que cabría otorgarle también al Care Garnacha Nativa 2018 tinto, que estuvo ocho meses criándose en barricas y que ofrece unas cualidades muy típicas de la garnacha en Aragón: frutas rojas y negras, flores y hierbas aromáticas adornadas con especias y tostados de la madera. Es puro terciopelo en la boca, con acidez y taninos ajustados a la perfección

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.carewines.com

[inicio] [titulares de grupo]



Lavadora con cajetín autososificador.



Nueva lavadora con AutoDosificación, modelo 3TS994XD.

Lavadoras Balay con AutoDosificación

La empresa Balay, fundada en Zaragoza y ahora parte de BSH Electrodomésticos, reinventa las lavadoras para hacer más cómoda la labor de hacer la colada. Con las nuevas lavadoras con AutoDosificación no solo se consigue un ahorro constante de agua, detergente y suavizante en cada lavado, sino el máximo cuidado de la ropa y la piel.

Tan solo será necesario rellenar el compartimento una vez al mes* ¡y la lavadora se encargará del resto!

Las lavadoras Balay con AutoDosificación de 9 kg de capacidad, emplean la cantidad justa de detergente, evitando el exceso de espuma durante el proceso de lavado, reduciendo el número de aclarados y eliminando los residuos químicos que puedan quedar en la ropa. De esta forma, las prendas permanecerán impecables durante más tiempo, evitando el riesgo de alergias en la piel, y se ahorra hasta un 38 %** de detergente cada mes.

Además, incluyen las mejores prestaciones de lavado de Balay:

Programa Automático: la lavadora ajusta los parámetros de lavado de forma automática en función de la cantidad de ropa, tipo de tejido y grado de suciedad de las prendas.

Motor ExtraSilencio, con 10 años de garantía, mejora la eficiencia energética llegando a consumir un 30 % menos que la clase A+++ . No solo se consigue un importante ahorro energético en la factura de la luz, sino que reduce nivel de ruido del aparato para disfrutar de ella con tranquilidad.

Sistema AquaControl permite ajustar la entrada de agua en función de la carga, utilizando solo el agua necesaria para obtener los mejores resultados.

Las lavadoras Balay con AutoDosificación disponen de tres compartimentos: para un litro de detergente, medio litro de suavizante y un tercer compartimento específico por si se quiere dosificar un detergente diferente de forma manual (para prendas delicadas, oscuras, ...). Además, cuando el detergente se encuentra por debajo del nivel de llenado, un indicador parpadea para avisar de que queda contenido para unas 5 coladas.

Comodidad a grandes dosis. Ahorro de agua, detergente ¡y trabajo! Y cuidado máximo de la ropa y de la piel. Así son las lavadoras Balay con AutoDosificación.

*Consumo medio de detergente basado en una estimación de 4,2 ciclos de lavado normal a la semana, tomando como referencia los 220 ciclos anuales contemplados como número total de ciclos de lavado normal al año en el Reglamento Delegado UE 1061/2010.

**Ahorro medio de detergente líquido al comparar la tecnología de dosificación precisa (Dosificación automática) con una dosificación manual. Estudio realizado por International Journal of Consumer Studies 38 (2014) 256 f basado en los hábitos de consumo de ciudadanos de la Unión Europea.

www.balay.es

www.bsh-group.com

[inicio] [titulares de grupo]



Los nuevos vios de la linea Sommos Colección.

Bodega SOMMOS homenajea a su entorno con una nueva línea

Bodega SOMMOS, presenta una nueva línea de vinos bajo el paraguas SOMMOS Colección. Se trata de una colección única de cinco vinos monovarietales: Chardonnay, Tempranillo, Syrah, Caberbet Sauvignon y Merlot cuya edición es limitada y numerada.

Cinco variedades de uva procedentes de los viñedos de la Finca Torresalás que rodean a la bodega. Variedades cultivadas en secano, conducidas en Cordón Unilateral, con suelos de textura franco-arenosa, cuya densidad de plantación ronda las 4.114 cepas por hectárea y con producciones comprendidas entre los 3.100 y 5.000 kilos por hectárea.

Una colección de alta calidad cuyo principal valor y diferencia, está en la exclusividad de los mismos. Con esta gama de vinos se quiere rendir homenaje al singular viñedo y a la riqueza del mismo. Es por ello que, a través de las etiquetas se ha querido hacer un pequeño guiño, mostrando la bodega desde las diferentes perspectivas en las que están plantadas las diferentes variedades de uva.

Con el lanzamiento de estos nuevos vinos, Bodega SOMMOS amplía a 16 las referencias a comercializar buscando, por un lado, poseer una línea de vinos monovarietales, destacando el Colección Chardonnay, recolectado a mano y fermentado en barrica durante 12 meses y por otro, ensalzar la excelente calidad de sus variedades tintas. Sin duda, una clara apuesta por obtener productos de calidad.

www.bodegasommos.com

[inicio] [titulares de grupo]

HMY desarrolla una nueva cabina de desinfección contra la COVID 19

HMY ha considerado necesario buscar soluciones a sus proyectos adaptandolos a las nuevas circunstancias en las que vivimos, debido a la pandemia mundial originada por el COVID19. Muchos han sido los sectores afectados por esta crisis sanitaria, pero sin duda el retail ha sido uno de los que más la está sufriendo.

Rápidamente, desde HMY se entendió la necesidad de desarrollar soluciones al sector y en sus clientes que fueran mucho más allá del ámbito en el que hasta hacía unos meses desarrollaba su negocio. En este sentido, se vio la necesidad de desarrollar y apostar por elementos que ofrecieran confianza a los clientes que volvieran a visitar las zonas comerciales. Qué duda cabe, que la cuestión sobre cómo asegurar la desinfección de los productos textiles iba a ser una necesidad, y en esa línea se inició una vía de trabajo.

Después de considerar diferentes agentes que permitieran hacer el proceso de desinfección de una forma segura y eficaz, se optó por trabajar en aplicar ozono para dicho proceso, el medio más eficaz para aplicar sobre prendas textiles u otros objetos.

El trabajo desarrollado desde HMY va más allá del diseño de un equipo que ofrece unas prestaciones. Se ha testado y validado de forma científica un proceso de desinfección con ozono aplicado a diferentes superficies textiles y no textiles, que garantizan la eliminación de cualquier contaminación posible de virus SARS- COV2, causante del COVID19.

Este trabajo científico ha sido realizado gracias a la colaboración con el Centro de Encefalopatías y Enfermedades Transmisibles Emergentes de la Universidad de Zaragoza, laboratorio dirigido por el profesor Juan José Badiola, que desde el primer momento mostró su total predisposición a colaborar en el proyecto. Para realizar esta validación, fue necesario equipar una sala completa ubicada en el laboratorio de grado P3 de la Facultad de Veterinaria, trabajos que fueron realizados por HMY. Además, en la ejecución de los ensayos se ha contado con la participación del ISS Aragón, estando al frente de los ensayos el Investigador D. Julian Pardo.

Una vez solventado el escollo de tener un proceso validado y testado a nivel científico, desde HMY se ha trabajado en desarrollar un equipo que cumpla todos los requisitos de funcionalidad y de seguridad que requiere. Desde el punto de vista de funcionalidad, se ha desarrollado una cabina de gran capacidad que permita introducir dentro del equipo percheros enteros llenos de ropa, lo cual permite optimizar los procesos en las tiendas.

Además, se ha pensado en la seguridad. El equipo es totalmente estanco, y no existe ningún tipo de salida de gases al exterior. Se ha desarrollado un sistema innovador que permite generar ozono a partir del aire existente dentro de la cabina. Una vez finalizada la desinfección, el ozono se destruye volviendo a producir oxígeno. Las posibilidades de fugas son nulas, ya que cuenta con sistemas de seguridad que impiden la apertura de puertas durante su funcionamiento y cuenta con sensores de ozono interiores y exteriores que actúan en caso de un mal funcionamiento.

Como no podía ser de otra manera, el IOT está incorporado al equipo, pudiendo monitorizar de forma remota el



La nueva cabina de desinfección de prendas.



Interface de uso de la cabina.

funcionamiento del equipo, tener informes de uso, así como un sistema de mantenimiento preventivo en función del uso de la máquina.

Con todo, HMY ha desarrollado una cabina de desinfección que atiende a las necesidades del momento: asegurar la desinfección del SARS-COV2 de forma eficiente y segura.

<https://www.hmy-group.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Estación de recarga con coche.



Estación de recarga.

La Universidad de Zaragoza inaugura su primera estación de recarga para vehículo eléctrico

La Universidad de Zaragoza inauguró el pasado mes de septiembre su primera estación de recarga de vehículos eléctricos. Esta instalación se ha puesto en marcha gracias a la colaboración entre la Universidad de Zaragoza y la startup Energy On Site Plus. En concreto, ha sido fruto del trabajo de la startup con el Grupo de Sistemas de Información Avanzados (IAAA) del Instituto de Ingeniería de Aragón (I3A) de la Universidad de Zaragoza.

Este punto de recarga integrada con energía solar fotovoltaica se encuentra en el edificio CEMINEM (Centro Mixto de Investigación con Empresas), en el campus Río Ebro. La instalación de energía solar fotovoltaica abastece los consumos del edificio, entre los que se encuentran las recargas de los vehículos eléctricos en la estación.

El proyecto ha constado de dos fases:

- Fase I: Estación de recarga de doble toma (7,2 kW) para vehículo eléctrico en carga lenta o semirrápida en corriente alterna (Modo 3).
- Fase II: Instalación fotovoltaica (10 kW de potencia (34 módulos de 330 Wp)) en régimen de autoconsumo conectada a la red de baja tensión del edificio de laboratorios de CEMINEM con el sistema de gestión energética y comunicaciones.

El objetivo de este proyecto es optimizar la recarga de vehículos eléctricos apoyados con energía renovable. Para ello, se han estudiado los patrones de comportamiento de los usuarios. Esos datos, que se recopilan a través de los dispositivos, como son el uso que se le da al vehículo, el tipo y cuantía de la recarga, las horas pico de demanda, etc. crean unos modelos inteligentes y sostenibles que permitirán un ahorro económico al usuario.

Por el momento, la estación de recarga, que funciona las 24 horas, está disponible para las personas vinculadas a la Universidad de Zaragoza. El punto de recarga es en modo 3 y con conector asociado por norma a este tipo de recarga, que es el más habitual en los vehículos eléctricos.

Este proyecto contribuye a seguir avanzando en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Universidad de Zaragoza, ya que produce, gracias a la energía del sol 17,4 MWh/año (equivalente al consumo eléctrico de 7 hogares al año). De esta manera se consigue evitar el vertido a la atmósfera de 4,5 toneladas de CO² al año, lo que equivaldría al impacto en la calidad del aire de nueve árboles.

La instalación ha sido financiada por el vicerrectorado de Prospectiva, Sostenibilidad e Infraestructuras con la colaboración de la Oficina Verde y la Unidad Técnica de Construcciones. Además, el proyecto ha obtenido financiación en la IV convocatoria de ayudas para el desarrollo del Programa de Doctorados Industriales/Empresariales para el año 2020 de la Universidad de Zaragoza, con el que se realizará un doctorado industrial.

EL SECTOR DEL TRANSPORTE, GRAN CONSUMIDOR DE ENERGÍA

En España, el sector energético tiene todavía una alta dependencia de las fuentes de energía convencionales y esto implica una elevada dependencia del exterior. La situación de



Módulos fotovoltaicos.

Diagrama de flujos.

crisis de los últimos años ha desacelerado la creciente demanda energética y en especial, en este momento, los cambios que ha provocado la aparición de la Covid-19 hará imprescindible el uso eficaz y eficiente de nuestra energía. A esta situación se une el destacado papel de las energías renovables en la Unión Europea.

Por tanto, estamos inmersos en plena transición energética y la UE se ha fijado dos nuevos objetivos para el año 2030: Un objetivo vinculante de energía renovable de al menos el 32%, y un objetivo de eficiencia energética de al menos el 32,5% con una posible revisión en 2023. Estos ambiciosos objetivos pretenden estimular la competitividad industrial en Europa, impulsar el crecimiento y el empleo, reducir las facturas de energía, ayudar a combatir la pobreza energética y mejorar la calidad de aire. Cuando estas políticas estén completamente implementadas, darán lugar a reducciones de emisiones de entre el 45% para el 2030 en comparación con 1990.

En nuestro país, el sector del transporte es el gran consumidor de energía, alcanzando un 40% del total nacional, siendo los vehículos turismos los responsables del 15% del consumo de energía final. A la vista de estos nuevos horizontes, la UE demanda a cada Estado Miembro la consecución de los objetivos mediante su planificación energética.

Así, en toda Europa se están implementando políticas de apoyo al vehículo eléctrico ya que:

- Mejora la eficiencia energética.
- Reduce las emisiones de gases de efecto invernadero y de contaminantes, así como la contaminación acústica.
- Permite el uso de recursos renovables y autóctonos.
- Desarrolla la industrialización e I+D+i.
- Atiende a la demanda ciudadana.

La sociedad se encuentra inmersa en la transformación de la movilidad urbana. A nivel particular se traduce en la renovación del parque móvil hacia el vehículo eléctrico o la aparición, aceptación y adaptación de nuevos medios individuales como scooter eléctricas o los patines eléctricos y derivados. Asociadas a este periodo de transformación, aparecen nuevas necesidades siendo una de las fundamentales el suministro de energía a los citados medios de transporte en cuanto a:

- Accesibilidad a puntos de recarga adecuados a cada tecnología.
- Suministro de energía a esos puntos de recarga.
- Información al usuario sobre el estado de la recarga.

<http://energyonsite.es>
Ver vídeo

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



Nuevas creaciones de Estudio Mique

GABARDA SELECCIÓN



Gabarda selección.



Origium.



Ducay 2014.



Logomarca Prear.

Diseño de marca y etiqueta de vino para "Gabarda Selección". El diseño del logotipo hace referencia a la gabarda, rosa silvestre que crece de forma natural en sus viñedos.

El resultado final es una etiqueta de estética elegante y sutil que consigue comunicar los valores de la marca. Se escogió una tinta plana color oro para el icono del logotipo y la palabra "selección", consiguiendo así transmitir la exclusividad del producto. La etiqueta cuenta con una serie de detalles, como el borde en relieve, que hacen que se perciba un resultado de calidad. Además del diseño de la identidad y la etiqueta de Gabarda Selección, también se llevó a cabo un diseño de packaging de diferentes tamaños y acorde a la identidad de la marca para transportar lotes de botellas.

ORIGIUM

Diseño de marca y etiqueta de cava "Origium". Se trata de un cava Brut Reserva elaborado por el método tradicional. La etiqueta diseñada contiene una serie de elementos naturales que ponen en alza su valor ecológico y tradicional. Dichas ilustraciones, acompañadas de una elegante tipografía con serifa y una combinación de colores armónicos, da como resultado una etiqueta que consigue transmitir los valores de la marca y diferenciarla de las demás.

DUCAY 2014

Diseño de marca y etiqueta de vino para "Ducay 2014". El resultado final muestra una estética clásica y vintage gracias al uso de colores cálidos y ornamentos tradicionales.

Elementos como la tipografía utilizada y las ilustraciones, así como la distribución y cantidad de elementos decorativos utilizados, refuerzan la percepción de un conjunto basado en la estética tradicional de las etiquetas de vino. A pesar de los numerosos elementos gráficos utilizados, un buen uso de la jerarquía de todos ellos permite mostrar la información de forma correcta y fácilmente perceptible y comprensible por parte del cliente final.

PREAR

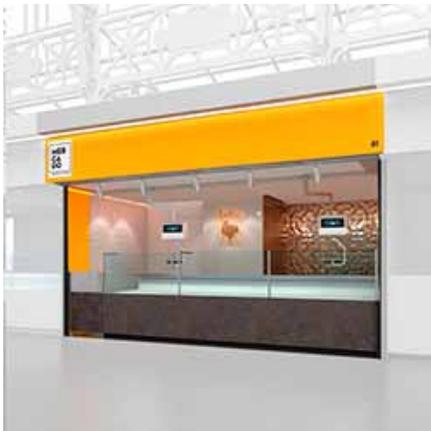
Rebranding y aplicación de marca para "Prear", un estudio de arquitectura dedicado a las reformas integrales y la ingeniería civil en Zaragoza.

En el diseño de marca destaca la presencia del triángulo por su presencia en estructuras tanto de la ingeniería como de la arquitectura, lo que ayuda a transmitir la relación de la empresa con la ingeniería civil y las reformas.

www.mique.es

[inicio] [titulares de grupo]

Bloquetech y el Mercado Central de Zaragoza: un diseño para todos



Propuestas para dos tipos de puesto.

Cuando se planteó la rehabilitación del edificio del Mercado Lanuza se reservó parte del presupuesto para la intervención de diseño en los 70 puestos. A finales de 2018 Ferrovial y el Ayuntamiento de Zaragoza se pusieron en contacto con Bloquetech, ante la necesidad de establecer un diseño de los puestos que mantuviera una cohesión y que a la vez cumpliera con las necesidades específicas de los detallistas.

En las primeras reuniones se establecieron los primeros contactos con la "Asociación de Detallistas del Mercado Central", donde se resolvieron las dudas iniciales de un proyecto complejo, dada la relevancia social y económica del Nuevo Mercado, así como los numerosos actores implicados: el grupo de detallistas, la constructora Ferrovial, el Ayuntamiento de Zaragoza, Patrimonio, Departamento de Salud, entre otros.

Posteriormente se realizaron reuniones con los detallistas de la primera licitación, para recopilar la distribución de las instalaciones y las necesidades específicas de cada detallista en cuanto a su forma de trabajo, necesidades de material, etc. Se empezó a trabajar en las primeras propuestas de diseño personalizadas para cada detallista, que fueron evolucionando hasta ser un diseño acorde a las necesidades de cada titular. Asegurando, mediante reuniones coordinadas con el Ayuntamiento, el cumplimiento de todos los requisitos técnicos y estéticos bajo aprobación del Arquitecto Municipal encargado de la reforma.

Los trabajos de Bloquetech se enfocaron a acompañar a los detallistas en el diseño de cada uno de los 70 puestos adjudicados y la zona de restauración, que ahora forman parte del nuevo Mercado Central de Zaragoza. El trabajo incluyó un proceso de diseño completo, desde los primeros bocetos y fotomontajes, hasta los últimos renders fotorrealistas para poder observar el resultado. Todo ello ha fue complementado con un trabajo de coordinación en la implantación y mediación entre cada una de las partes involucradas en el proceso.

El equipo de Bloquetech participó activamente en todo el proceso de implantación de los puestos durante más de 1 año, realizando las siguientes tareas:

- Diseño conceptual y desarrollo de las ideas en cada puesto.
- Acompañamiento en las reuniones con los proveedores de mobiliario de frío (Koxka y Frigeza).
- Acompañamiento en las reuniones con el proveedor de mobiliario (HMY).
- Acompañamiento en las reuniones con el departamento de Mercados de Sanidad.
- Coordinación de presupuestos.
- Desarrollo de la imagen gráfica y artes finales de la rotulación.
- Verificación del entorno y revisión de la correcta implantación del mobiliario.

El gran reto del proyecto fue conseguir una homogeneidad de identidad gráfica (aspecto) manteniendo la personalidad de cada detallista, sin que se rompiera la estética con el resto de los puestos, todo ello integrado en un edificio emblemático y de gran valor para Zaragoza.

Otro de los retos a los que la empresa se enfrentó fue el de ser la figura catalizadora de decisiones prácticas entre todas las partes. Así como lidiar con las situaciones en las que había que

transmitir las necesidades de los detallistas, frente a limitaciones técnicas y/o presupuestarias. Por ejemplo, algunos puestos múltiples deseaban suprimir un pilar en puestos contiguos con la repercusión "estructural" que ello conlleva.

El resultado de la gestión conllevó que la Asociación de Detallistas del Mercado Central contratara posteriormente la gestión y coordinación de la implantación de los puestos diseñados en el anterior contrato por Bloquotech, con el objetivo de acompañar hasta la apertura, minimizando los posibles conflictos que pudieran aparecer en el transcurso de la finalización de la implantación de los proveedores en los puestos.

El resultado final es un espacio emblemático, que potencia la arquitectura y valores de un mercado histórico, cuyo interior busca seguir una línea de diseño actual y moderna. Quienes lo visiten, se encontrarán con un espacio amplio, visualmente bien organizado, con reminiscencias a la categoría y que busca conectar con un público lo más amplio posible.

Está compuesto por cuatro islas donde se ha resuelto la identificación de los gremios mediante el uso cromático. En su parte central se ha integrado un área de restauración, que aporta vida y complementa la actividad comercial diaria. El resultado logrado impactará positivamente en la actividad del entorno, atrayendo un mayor público a la zona y activando el área y la ciudad en su conjunto.

www.mercadocentralzaragoza.com
www.bloquotech.com

[inicio] [titulares de grupo]

Recreación del interior del Mercado.



Pastores lanza la Pierna Curada de cordero Agnei Ibérico en varios formatos



Pastores ha puesto a la venta para estas Navidades tres nuevas referencias de línea gourmet de su Pierna curada de cordero, tras la presentación de la Gama de Curados Agnei Ibérico en la pasada feria Alimentaria de Barcelona.

Hasta el momento este producto innovador de Pastores se había estado comercializando únicamente en formato granel, principalmente a restaurantes de alto standing en diferentes países del mundo y a través de los distribuidores que ya comercializan la gama de carne de cordero Agnei Ibérico.

Con el lanzamiento de estas nuevas presentaciones el producto ya está a la venta directamente al consumidor final.

Esta gama de Curados de Agnei Ibérico es el resultado de varios años de trabajo conjunto entre los equipos de I+D, Marketing y Exportación de Pastores y Jamones Los Mañicos, apoyados por un Grupo de Cooperación financiado por el Gobierno de Aragón y la Unión Europea. Responde a la necesidad del grupo cooperativo de avanzar en su estrategia de diferenciación, ofreciendo productos de cordero de mayor valor añadido por todo el mundo.

Agnei Ibérico es la marca de carne de cordero premium de Grupo Pastores, que ya se comercializa en veinte países del mundo. Proviene de corderos de raza Rasa Aragonesa que, debido a su especial alimentación y condiciones de vida, su carne desarrolla una alta infiltración de grasa con un contenido en ácido oleico superior al 51%, lo que la sitúa como una carne de cordero exclusiva y saludable. Se presenta además en cortes innovadores, en su mayoría deshuesados, que fomentan la creatividad de los chefs más destacados.

www.grupopastores.coop

[inicio] [titulares de grupo]



Pack Gourmet.



Pierna Curada de cordero Agnei Ibérico fileteada.

Tecnología para facilitar la independencia de los mayores



Fernando Sánchez Luque, Antonio Palomino y Sergio Garbin, de la empresa Essence Smartcare España.



Essence Smart Care ayuda a mantener la independencia de los mayores en sus domicilios.

Essence SmartCare España ha ganado el Reto Ibernex lanzado desde Aragón Open Future con una solución tecnológica que facilita la autonomía de mayores, dependientes y enfermos crónicos.

El impulso de acciones innovadoras gana mucho cuando empresas de diferentes ámbitos trabajan juntas. Así lo ha demostrado desde sus inicios esa iniciativa denominada T-ZIR, un centro de investigación aplicada al comercio minorista en el que trabajan desde hace unos años el grupo Iberebro de Alfonso Soláns y Telefónica, entre otros socios. Carmen Herrarte, hoy con mando en plaza en el Ayuntamiento de Zaragoza, sabe de ello porque estuvo al frente de ese proyecto, que al final no solo trabaja en temas relacionados con las tiendas de barrio.

Un buen ejemplo es el reto tecnológico lanzado por Ibernex, compañía del grupo Pikolin que desarrolla soluciones asistenciales, a través de Aragón Open Future, una iniciativa abierta por la operadora de telecomunicaciones en alianza con T-ZIR. Ese reto, en realidad un concurso, se ha resuelto con el anuncio de un ganador, Essence Smartcare España (filial de un grupo israelí), que se ha hecho con esa suerte de galardón al presentar una solución tecnológica que facilita la autonomía de mayores, dependientes y enfermos crónicos.

La solución galardonada de Essence Smartcare está dirigida a proveedores de servicios para la atención a mayores y consiste en una solución, basada en algoritmos de aprendizaje predictivos e inteligencia artificial que es capaz de evolucionar de acuerdo a las necesidades de los usuarios y monitorizar su actividad mediante reglas programadas o aprendizaje automático de sus hábitos.

La plataforma, según informó Telefónica, envía alarmas a familiares y cuidadores cuando se detecta una desviación en el patrón de conducta habitual del usuario que pueda ser origen de una situación de riesgo. Por ejemplo, un excesivo uso del baño durante la noche, una ducha durante la madrugada, puerta principal abierta más de 15 minutos, etc.

Las alarmas generadas pueden enviarse a través de SMS, correo electrónico o de la 'app' móvil. «Esta tecnología ayuda en su día a día a mayores, dependientes, enfermos crónicos y hace posible detectar el deterioro de la salud en fases tempranas», indicaron. La plataforma, además, «suma un sistema de dispositivos que permite a las personas mayores envejecer con independencia en su propio domicilio y ofrecen una experiencia de monitorización de la salud imperceptible, para tranquilidad de sus seres queridos».

Al reto se presentaron 50 "start up", pymes, centros tecnológicos y emprendedores, 39 de ellos de procedencia nacional y 11 internacional.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.essencesmartcare.com

[inicio] [titulares de grupo]



Marigüena rosado y Marigüena Blanco.



Secastilla y Blecua.

Viñas del Vero

MARIGÜENA: FRESCURA, DULZOR Y DISFRUTE

La novedad de este verano de Viñas del Vero ha sido Marigüena, un tinto y un blanco que rinden tributo a la naturaleza y a "Marigüena", la Diosa de la mitología aragonesa que habita en las montañas del Pirineo aragonés. Conocida como la "Diosa Buena", Marigüena lo escucha y lo ve todo ayudando a quien lo necesite. Transmite seguridad, buenas sensaciones y optimismo, al igual que estos vinos, casi divinos, que son una inspiración que diluye la tensión.

Los amantes más jóvenes de la aventura y la montaña encontrarán en Marigüena tinto y Marigüena blanco el sabor del Pirineo y el aroma de la naturaleza. Joviales y con finas burbujas, guardan en su interior un Somontano mágico y fresco, perfecto para disfrutar en casa, en bares, en una terraza, "de tardeo", de aperitivo o en una barbacoa. Un vino para probar, sentir y compartir en momentos de desconexión.

Porque Marigüena, servido muy frío entre 3-4°C, no es una aparición ni una ilusión, sino dos vinos sedosos y explosivos, inspirados en la diosa buena de la naturaleza. Son una divinidad real que ofrecen, en cada sorbo, un descubrimiento.

VIÑAS DEL VERO, SECASTILLA Y BLECUA TRIUNFAN EN LA GUÍA PEÑÍN

Los vinos de Viñas del Vero, Secastilla y Blecua han logrado excelentes resultados en la Guía Peñín, una de las publicaciones especializadas de España con mayor prestigio en el mundo del vino y entre los consumidores. Con estos resultados, el comité de cata de la guía ha reconocido la singularidad de destacadas referencias de los grandes embajadores de la D.O. Somontano: Viñas del Vero, Secastilla y Blecua.

Los mejores resultados han sido los 93 puntos alcanzados por Blecua 2014, vino icono de la Denominación de Origen fruto de la triple selección de viñedos, racimos y barricas. Y Secastilla 2016, fiel reflejo del terruño en el que nace y cuyo carácter singular procede de las cepas de Garnacha viejas con las que se elabora.

También han sido objeto de excelentes calificaciones vinos emblemáticos como Blecua Magnum 2013, Gran Vos de Viñas del Vero 2014, Gran Vos de Viñas del Vero Magnum 2013, Clarión de Viñas del Vero 2016 y Clarión de Viñas del Vero Magnum 2015, todos ellos puntuados con 92 puntos.

Por su parte, Viñas del Vero Gewürztraminer 2019 y Viñas del Vero Chardonnay 2019, referentes de estas variedades en España, repiten los 91 puntos logrados en la pasada edición. Completan los resultados los 90 logrados por La Miranda de Secastilla Garnacha Blanca 2018.

www.vinasdelvero.es

[inicio] [titulares de grupo]



Carolina Vilas, Héctor Gil y Pilar Andrade, en la sede de Titan Fire System (fuente: Heraldo de Aragón).



Componentes del sistema Titan: manómetro extintor CO² y manómetro B.I.E., módulo Industries para comunicaciones.



Imagen de marca de las líneas de negocio.

Esquema explicativo del tipo de conectividad del nuevo manómetro Hércules.

El primer manómetro inteligente autónomo

El carácter innovador que define a TFS (Titan Fire System), que ya cuenta con 3 patentes a nivel mundial y contratos de distribución de producto en 14 países, afronta un nuevo reto con el desarrollo de una nueva patente de producto: el manómetro inteligente autónomo HÉRCULES. El manómetro Hércules supone una revolución en este tipo de dispositivos, ya que de modo remoto puede monitorizar cualquier tipo de instalación presurizada (de 0 a 1.000 bar) y transferir diferentes tipos de señales de alarma o eventos controlados por el dispositivo directamente a la nube, y sin necesidad de medios adicionales que intermedien entre el manómetro y el servidor o central de control, lo que lo convierte además, en un producto altamente competitivo y accesible.

El sistema de conexión del manómetro Hércules se basa en un módulo de comunicación NB-Iot, esto es, un sistema stand-alone por el que el dispositivo dispone de conectividad para el acceso a la nube de manera autónoma; y un protocolo Lora, red de modulación en radiofrecuencia, con un radio de acción de aproximadamente 2 Km., que permite la comunicación y administración de los dispositivos Iot.

Esta nueva solución de TFS, no sólo permite el control remoto en tiempo real de las instalaciones en las que los manómetros están asociados, sino que también permite analizar y tratar todos los datos almacenados en la nube procedentes de la red de dispositivos, esto es, proporciona una base para la gestión inteligente de los datos recogidos, siendo por lo tanto un sistema de control, pero también y más importante si cabe, un sistema predictivo.

Con el sistema predictivo y de control del manómetro HÉRCULES, los profesionales de mantenimiento de las empresas, verán reducidas drásticamente las fallas, los cortes en el suministro, o los accidentes derivados de trabajar con presiones inadecuadas, y por supuesto, ninguna situación similar a la pandemia del Covid-19, impedirá que puedan realizarse los mantenimientos adecuados y obligados según normativa. El lanzamiento de los primeros prototipos del manómetro HÉRCULES está previsto para el primer trimestre del 2021.

Para la realización de las primeras pruebas cuentan con la colaboración voluntaria de empresas de primer nivel en sectores como: compañías petroquímicas, aeropuertos, plantas de reciclaje, ciudades inteligentes, hospitales, compañías de seguridad, etc.

www.titanfiresystem.com

[inicio] [titulares de grupo]





Raquel y Lorena (TRAF AIR EU Project).

Dos Apps desarrolladas por investigadores del I3A permiten conocer en tiempo real la calidad del aire en Zaragoza

Las han llamado Trafair Forecast y Trafair Green Areas. La primera muestra información sobre la predicción de la calidad del aire y la segunda facilita información a tiempo real en puntos de interés de la ciudad. Las dos Apps forman parte del proyecto europeo TRAF AIR y ofrecen datos de 3 ciudades europeas: Módena, Santiago de Compostela y Zaragoza, que participan en el proyecto junto a Livorno, Pisa y Florencia. Las dos están disponibles para Android y, muy pronto estarán disponibles para iOS.

Las aplicaciones van dirigidas a todos los públicos. También incluyen información meteorológica y de tráfico en todas las calles de la ciudad. El usuario puede filtrar la información en tiempo real de los niveles de contaminación en función de la distancia y el tipo de punto de interés.

Trafair Forecast permite al usuario tener información de la calidad del aire prevista en las próximas 48 horas, principalmente sobre la concentración de óxidos de nitrógeno. Además se puede consultar en tiempo real la concentración de otros contaminantes.

Trafair Green Areas muestra información en tiempo real de la concentración de diferentes contaminantes atmosféricos en un punto de interés de cada una de las ciudades que se han seleccionado. Esto permite al usuario conocer una aproximación de la calidad del aire en el área de la ciudad deseada. Para una consulta más sencilla de datos, es posible almacenar una lista de puntos de interés para el usuario como favoritos, así como elegir entre escalas de colores y valores para facilitar la visualización de los datos.

El proyecto TRAF AIR y su desarrollo se ha dado a conocer dentro de la semana Europea de la Movilidad en una mesa redonda para tratar aspectos relacionados con la movilidad sostenible y la calidad del aire en la ciudad de Zaragoza, que participan en el Plan de Movilidad de la Universidad de Zaragoza.

Según ha explicado Lorena Marrodán, responsable medioambiental del proyecto, con él se pretende aumentar la concienciación ciudadana acerca de la calidad del aire que respiramos. Sobre la situación en Zaragoza, se podría decir que en general, la calidad del aire de la ciudad es bastante buena, con episodios aislados por ozono o materia particulada. Si que se ha visto, en ciertas zonas de la ciudad, una disminución de los niveles de contaminación como consecuencia de la reducción de la movilidad por las restricciones de la pandemia.

El proyecto europeo TRAF AIR (Understanding traffic flows to improve air quality) analiza la contaminación atmosférica en seis ciudades de España e Italia. Su principal objetivo es el desarrollo de servicios y herramientas que ayuden a predecir la calidad del aire teniendo en cuenta datos meteorológicos y de flujos de tráfico, uno de los principales responsables de la contaminación atmosférica en los núcleos urbanos.

Está coordinado por la investigadora del I3A Raquel Trillo-Lado, quien forma parte del grupo de investigación DISCO, y participan también los grupos de investigación GPT, IAAA y COSMOS.

www.trafair.eu
www.i3a.unizar.es

[inicio] [titulares de grupo]



Primeros vinos jóvenes ecológicos de Bodega Verde San Valero: Garnacha & Syrah, Garnacha Rosé y Macabeo.

Bodega Verde de San Valero presenta sus tres primeros vinos jóvenes ecológicos

Bodega Verde de San Valero se incorporó el año pasado a esta cooperativa vinícola y en estos momentos está a punto de lanzar al mercado sus tres primeros vinos jóvenes ecológicos: Bodegaverde Garnacha & Syrah, Garnacha Rosé y Macabeo.

De esta forma, la nueva bodega culmina el desarrollo del proyecto Almoecowine, tras un periodo de cuatro años de reconversión para adaptar los viñedos a las exigencias de la producción ecológica (certificada por el Comité Aragonés de Agricultura Ecológica).

Este tiempo también ha servido para la formación de los viticultores en las nuevas prácticas agrarias que ha traído consigo la adecuación de la Cooperativa San Nicolás de Tolentino, en Almonacid de la Sierra, para su definitiva transformación en la nueva Bodega Verde de San Valero.

Los fríos datos reflejan una superficie de cultivo de 310 hectáreas –100% ecológicas– y una producción de 1 millón de kilos de uva. De esta forma, se convierte en la mayor explotación de viñedo ecológico de Aragón.

Para la elaboración de los tres primeros vinos se han empleado las variedades Garnacha, Macabeo y Syrah, a las que se unirá, más adelante, la variedad Vidadillo, única en la zona y que no se cultiva en ningún otro lugar. Con ellas se han elaborado estos vinos y en un futuro no muy lejano se realizará la crianza en las cuevas subterráneas de la bodega que datan de 1700.

La imagen de marca se asocia a la idea del respeto por la Tierra y de que todo lo que existe en el Universo está conectado. Es por ello que en las etiquetas se recurre a tres bichitos muy terrenales: una mariquita, una abeja y una rana, que transmiten la sensación de un producto joven, desenfadado y, sobre todo, vinculado a la sostenibilidad del territorio.

Pero estos no son los únicos detalles que ponen el acento en su carácter ecológico. También es importante reseñar que el corcho utilizado es biodegradable, las etiquetas son vegetales y se han eliminado las cápsulas y los pegamentos.

www.sanvalero.com

[inicio] [titulares de grupo]

Libelium y Tap Consultoría, empresas CEEI ARAGON, presentan solución de estacionamiento inteligente



Nueva solución de estacionamiento inteligente.

Libelium, empresa emancipada de CEEI ARAGON, utilizará su tecnología para monitorizar aparcamientos inteligentes en varios municipios aragoneses, en combinación con el software desarrollado por Tap Consultoría, también emancipada de CEEI ARAGON. Las ciudades buscan el modo de convertirse en "smartcities" para conseguir la eficiencia de la gestión y el bienestar y comodidad en su entorno. Uno de los problemas en los municipios es el mal uso de las plazas de aparcamiento para personas con discapacidad. Con un sensor, que se puede monitorizar a través de web y apps consiguen resolver el mal uso de los aparcamientos para personas con discapacidad.

Recientemente, la firma Libelium participó en la conferencia virtual de "Parking Network Virtual Conference" con Tap Consultoría -que ha desarrollado el software-, para mostrar la solución de estacionamiento inteligente para que los municipios puedan controlar los espacios de estacionamiento para personas con discapacidad. Así, Enrique Puertolas, CEO de TAP Consultoría y Fernando Rausell, responsable de desarrollo de negocio en Libelium, explicaron este sistema que "mejora el rendimiento de detección y estabilidad gracias a un sensor de radar que permite la detección, -con un 99% de precisión- de vehículos estacionados sobre el dispositivo. Cuando el dispositivo nota un cambio en el estado del estacionamiento, envía los datos a la nube a través de la red".

La tecnología de radar ofrece un mejor rendimiento comparado con los dispositivos equipados con detección magnética o infrarroja. Además, los dispositivos de estacionamiento por radar no son vulnerables a la interferencia magnética ni dan falsos positivos en vehículos próximos o en doble fila.

La tecnología desarrollada permite la detección de lugares de estacionamiento gratuitos. Así, está diseñado para colocarse en la calzada -en los aparcamientos de superficie- y para detectar la llegada y salida de vehículos con un sensor de campo electromagnético de tres ejes. Incluye un software diseñado para ello y con versiones con distintas frecuencias aptas para el uso a nivel internacional.

Esta tecnología del internet de las cosas que se aplica para detectar aparcamiento puede, asimismo, reducir el tráfico, ahorrar consumo de combustible, disminuir las emisiones de CO² y mejorar la experiencia de conducción y la habitabilidad de las ciudades. Además, los municipios exigen dispositivos de estacionamiento inteligentes para verificar los niveles de rotación en áreas de estacionamiento restringido, para taxis, carga y descarga o la recarga de vehículos eléctricos. El primer despliegue real tuvo lugar en la ciudad de Huesca, donde se instalaron 190 nodos para detectar la ocupación de espacios de estacionamiento para personas con discapacidad.

Además, según aportan los responsables del sistema en el webinar, el rendimiento también es bueno en cualquier condición de luminosidad y más estable en caso de estacionamiento prolongado. En cuanto al mantenimiento de los sensores, es casi nulo y duran entre seis y diez años.

La plataforma también proporciona una configuración inalámbrica para configurar parámetros como el tiempo de reposo, el tiempo de mantenimiento y el modo nocturno de forma remota. Esto permite instalar los nodos directamente

con la configuración predeterminada de fábrica y luego actualizarlos desde la nube. Cada usuario, mediante el registro gratuito en la nube, tiene acceso a las credenciales de cada uno de sus nodos. La plataforma también se puede utilizar con el puente en la nube de la empresa para enviar datos directamente a cualquiera de las plataformas compatibles, lo que facilita y agiliza la creación de cualquier aplicación de administración de estacionamiento.

Libelium es una empresa de sensórica que inició sus pasos en CEEIARAGON tras ganar el Concurso IDEA en el que éste colabora, hace ahora 13 años. Desde su nacimiento, Libelium se ha convertido en un referente en el campo del denominado Internet de las Cosas, operando en los 5 continentes, con más de 50 empleados y una facturación superior a 5,4 millones de euros.

TAP Consultoría es una compañía con proyección internacional de tecnología para procesos de gestión. Se emancipó de CEEIARAGON en el año 2015 tras tres años de estancia en este vivero de empresas innovadoras y tecnológicas. Con una plantilla compuesta por personal técnico de la más alta cualificación, proporciona a su cartera global de clientes servicios TI en tres grandes áreas, servicios de Consultoría y Tecnología, Integración de Sistemas y Servicios Gestionados y BPO. La empresa trabaja con clientes presentes en mercados como Manufacturing, Supply Chain (Distribución), Retail y Servicios; Sector Público, Salud y Transporte; Servicios Financieros; Telecomunicaciones, Media y Tecnología; Energía y Utilities.

www.libelium.com
www.tapconsultoria.com

[inicio] [titulares de grupo]



Álvaro Suarez delante de The Alchemist Atelier tienda creada en París.

Alquimistas con impulso digital

Álvaro Suárez, ingeniero industrial por la Universidad de Zaragoza que fue becario en la compañía de electrodomésticos que incluye a la marca aragonesa Balay y dio sus siguientes pasos en la planta de producción de la firma en Montañana, se define como un inventor joven. "Mi primer invento fue en el campo de la inducción», reseña al hablar de esos primeros años como ingeniero en Calidad y luego en el Servicio técnico de la empresa. Su trayectoria dio un giro clave cuando fue reclutado para la central de la multinacional en Múnich (Alemania) para formar parte del equipo de Coporate Innovation, un departamento que trabaja en proyectos disruptivos –muchos de carácter transversal– en el que estuvo entre julio de 2015 y diciembre de 2017. 25 profesionales alemanes y 25 de otros países trabajaban ahí en iniciativas de lo más variado. En su caso llegó a hacerlo con una máquina para personalizar cócteles, una idea que él y otros compañeros consideraron poder trasladar al ámbito de los perfumes, origen de la "start up" que acabó creando con el también zaragozano Hugo Lasala, ingeniero químico, con BSH como socio principal.

Álvaro Suárez tenía claro que en el proyecto de perfumes había dos cuestiones claves: debía tener un impulso digital y su mayor valor estaría en la personalización del producto, que cada cliente pudiese elaborar su propia fragancia. El intraemprendedor de BSH presentó la idea a los "popes" de la firma en Alemania con la idea de llevarlo a la práctica pero no fue admitida hasta el quinto intento, una vez que presentó testimonios de profesionales del sector de la perfumería. "Tenemos que hacerlo", le dijeron en Múnich, y así nació la empresa, que se llamaría Noustique, que requería de un socio estratégico de ese ámbito profesional que finalmente fue la firma española Puig. La "start up" se fundó en Barcelona en 2018 como una "joint venture" entre BSH y la empresa de perfumes, si bien la multinacional de electrodomésticos es mayoritaria.

Noustique produce una máquina ("Scent creator"), con la que se pueden elaborar infinidad de perfumes empleando una aplicación móvil y utilizando cápsulas con numerosísimas fragancias. Las máquinas se fabrican en las instalaciones de BSH en Plaza, en Zaragoza, y las cápsulas en Barcelona. La empresa ha abierto tienda en París y ha articulado ya la venta "online".

La máquina. "Scent creator" es el nombre de la máquina en la que cada cliente puede elaborar su propio perfume, utilizando cápsulas. Las esencias se adquieren en cartuchos de 20 ml, pudiéndose colocar hasta 12 de ellos al mismo tiempo en la cesta de la máquina. Luego, empleando la aplicación móvil de "The Alchemist Atelier", el usuario combina las bases y los acordes para ajustar las proporciones de cada ingrediente (su intensidad olfativa) con total precisión. El "Scent creator" combina gota a gota las bases y acordes y vierte el perfume en su frasco. Noustique vende las máquinas (fabricadas en Zaragoza) a 350 euros y las cápsulas a entre 16 y 24 euros, dependiendo de sus ingredientes.

www.thealchemistatelier.com
www.bsh-group.com
www.noustique.com

[inicio] [titulares de grupo]

Ambar lanza una tostada y una radler sin alcohol

Ambar acaba de lanzar Ambar 0,0 Tostada y Ambar Radler 0,0, dos nuevas referencias con las que continúa innovando y consolidando su apuesta por la categoría 0,0, que abrió en 1976 el mercado nacional con el lanzamiento de la primera cerveza sin alcohol de nuestro país: Ambar Sin.

Así, el porfolio de la marca se complementa con una cerveza tostada, en cuya elaboración, su maestro cervecero, Antonio Fumanal, ha seguido el método habitual de cocción y fermentación completa que se lleva a cabo en la elaboración de una cerveza y posteriormente se ha desalcoholizado, garantizando en el proceso la conservación de todas las propiedades de tostación de la malta, presentes en el sabor y el cuerpo de esta cerveza.

“La cantidad de matices, aromas y el cuerpo de Ambar 0,0 Tostada es muy sorprendente tanto para los consumidores habituales de cervezas 0,0 como para quienes las beben solo de manera ocasional”, explicaba el maestro cervecero.

Del mismo modo, la receta de Ambar Radler 0,0 “mantiene intactos el equilibrio y frescor de su homónima con alcohol Ambar Radler”, lanzada al mercado el año 2016 con una gran aceptación en el mercado.

Por aquel entonces la marca lanzaba la especialidad retando al consumidor bajo el eslogan de “¿Quién dijo que la cerveza con limón no es cerveza?”, amparándose en la garantía de calidad de sabor de la elaboración”, aseguraba Enrique Torguet, director de Comunicación, Patrocinios y Relaciones Institucionales de la cervecera aragonesa. La versión sin alcohol cumple con la misma premisa, sofisticando el abanico de opciones sin alcohol del consumidor adulto.

“Con el lanzamiento de Ambar 0,0 Tostada y Ambar Radler 0,0 consolidamos de nuevo nuestra firme apuesta por la cerveza sin alcohol, evolucionando una categoría cada vez más amplia y en la que la investigación tiene un gran peso en los procesos productivos”, ha explicado Enrique Torguet.

AMBAR LANZA EL PACK DE CERVEZAS MÁS GRANDE DE SU HISTORIA

El 10 de julio de 1900 abría sus puertas la histórica fábrica de cervezas Ambar del Barrio de San José, en Zaragoza. Un hito del que se cumplen 120 años y que, como no podía ser de otra manera, Ambar ha querido celebrar a lo grande.

Es difícil que en un pack de cervezas quepa más de un siglo haciendo cerveza, pero no imposible. Por ese motivo, Ambar se ha atrevido a presentar el más grande de su historia: 120 latas de Ambar Especial con las que brindar con 120 amigos.

Un packaging de 1.05 metros de largo y 40 kilos en total, disponible a través del e-commerce de Ambar. Porque no todos los días se cumplen 120 años y eso, había que celebrarlo de una manera especial. Toda la imagen del 120 aniversario ha sido diseñada por Estudio Versus.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.ambar.com



Imagen de la nueva botella de Ambar 0,0 Tostada.



Imagen de la nueva botella de Ambar Radler 0,0.

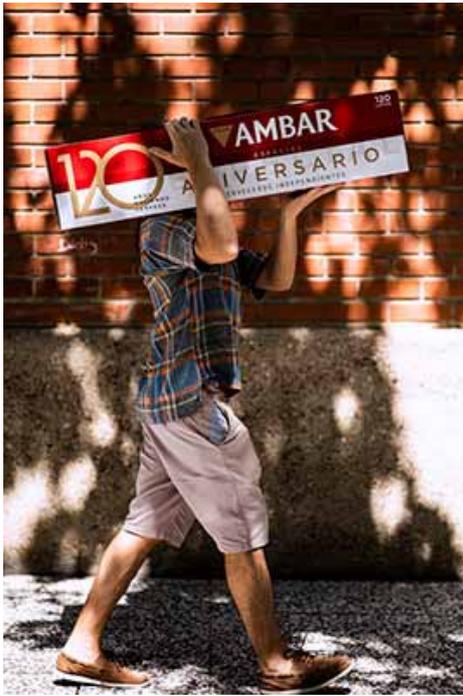


Imagen del pack de cervezas desarrollado por Estudio Versus.

[inicio] [titulares de grupo]

Las vajillas favoritas de los chefs con estrellas Michelin llegan a Zaragoza en forma de borraja y adoquín



La vajilla en forma de adoquín del restaurante La Flor de Lis.



Rubén Martín con la vajilla de José Piñero para La Flor de Lis. En la mano lleva el homenaje a la borraja.

La búsqueda de la excelencia en la gastronomía se basa en una experiencia completa en la que los sabores de la receta se complementan con el placer visual. Comer también con los ojos pasa por la presentación de los alimentos y, claro, es muy importante la vajilla en la que se sirven.

La sofisticación creciente de los cocineros con estrellas Michelin en propiedad vive de una creatividad que conecta con la artesanía más puntera. Como la que despliega el aragonés José Piñero, cuyas originales vajillas se han convertido en las favoritas de cocineros tan conocidos como Ferrán y Albert Adriá, Paco Roncero, Dani García, Dabiz Muñoz o su paisano Quique Dacosta.

Ahora, un restaurante en Zaragoza, La Flor de Lis, ha traído a orillas del Ebro sus particulares diseños. Rubén Martín, su chef, que el año pasado ganó el Concurso de Tapas de Zaragoza, forma parte troncal de este proyecto junto al empresario hostelero Marcos Vaquer. Ambos llevaban tiempo detrás de Piñero. "Hay que pedir cita con él con mucha antelación", explica Vaquer.

Piñero les hizo finalmente un hueco en la agenda para hacer realidad dos originales diseños en forma de sendos productos tradicionales del imaginario gastronómico aragonés: la borraja y un adoquín del Pilar, los populares caramelos que se venden en las tiendas de "souvenirs".

La idea es, además de sorprender al cliente, subrayar con esta original vajilla la temática y la decoración del local, centrada en el arte y la gastronomía aragoneses.

Así, en el adoquín, que funciona como una suerte de bandeja con tapa, se sirve un flan. En otros modelos en forma de tomate, una ensalada. Y en otro en forma de fruto seco un dulce de título "Almendrón".

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.grupovaquer.com
www.eltallerdepintero.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del juego.



Contenido del juego.



Un escenario de aventura de Dungeon Universalis.

Dungeon Universalis anuncia su reedición tras batir récords

Dungeon Universalis, conocido como DUN, es el nombre del juego que batió récords durante la campaña de financiación de finales de 2018 y ahora rompe moldes entre los jugadores de todo el mundo que han recibido el juego este año, muchos de los cuales lo califican como el mejor "dungeon crawler" del mercado internacional. Un juego sencillamente infinito. El género de los Dungeon crawlers es conocido por las pasiones que levanta, debido a consistir en aventuras en mundos de fantasía donde la exploración, táctica y combates adquieren protagonismo.

En 2018 fue el juego español con más mecenas a nivel nacional e internacional en su primera edición. Logró la meta de financiación más rápida para un gran proyecto (35.000€ en apenas 20 minutos, más de 100.000€ durante el primer día de campaña de crowdfunding). El juego pesa nada menos que 8 kilos. Contiene 4 libros (Reglamento, Aventuras, Aventuras especiales para héroes, Bestiario -con opción para adquirir un segundo Bestiario-), más de mil ilustraciones, más de mil cartas, que incluyen desde eventos de viaje, hechizos o equipo para los personajes, 318 figuras de cartón, 11 figuras de resina, cientos de tableros y fichas que representan distintos tipos de terreno o elementos como muebles, espejos o fuentes mágicas. Pero sus posibilidades no solo se miden en el material físico. Existen 500 combinaciones diferentes de héroe, cada una de ellas personalizable (normalmente estos juegos suelen incluir 6-8 tipos de héroe).

Gracias a su sistema de juego y componentes, los jugadores pueden representar fácilmente aventuras basadas en sus libros y series favoritas (El Señor de los anillos, Juego de Tronos, The Witcher, Warhammer, Dragonlance), además de sumergirse en el trasfondo y las campañas narrativas que incluye el juego. Dungeon Universalis permite vivir aventuras en solitario o con grupos de hasta 6 personas, contra una Inteligencia artificial o contra una persona que maneje el bando del Jugador Oscuro, ayudado por un mazo de cartas y un presupuesto nivelado respecto a los héroes que le permitirá utilizar un abanico de obstáculos y criaturas inigualable.

Óscar Bribián, escritor nacido en Huesca y residente en Zaragoza, con varias novelas publicadas, es el autor y editor al mismo tiempo, fundador de Ludic Dragon Games. Apasionado de este tipo de juegos, aprovechó el éxito de la campaña para ofrecer un juego hecho por y para apasionados del género, con intención de forjar un producto líder en el mundo.

Los jugadores ya pueden disfrutar de la APP para Android y iPhone para crear sus propios personajes o registrar las partidas. Hace meses Ludic Dragon Games presentó una aplicación web a través de la cual se permite jugar online a un grupo de personas con la única necesidad de que una de ellas disponga del juego. La entrega del juego se ha producido en 2020, coincidiendo con la llegada de la pandemia, lo que ha ralentizado la entrega en numerosos países (en Europa se entregó en abril. En USA o Canadá llegó en mayo y junio), ocasionando que el relanzamiento se retrasase.

El crecimiento y número de interesados está siendo exponencial en todo el mundo. La primera edición vendió 2.300 ejemplares, pese a que constituía el primer proyecto de la editorial y esto entrañaba muchos riesgos al ser un proyecto tan ambicioso. Tras demostrar que ha podido crear uno de los

juegos más grandes que existen en el mercado internacional, ahora esperan afianzarse y seguir generando ilusión con nuevas expansiones y otros juegos.

En octubre de este año se relanzó la nueva campaña consistente en la reedición del juego y ha habido más de 4.300 patrocinadores, recaudándose más de 550.000€ durante las 4 semanas de duración de la misma.

www.dungeonuniversalis.com

[inicio] [titulares de grupo]



Nuevos refrescos naturales, Cierzo Naranja y Cierzo Limón.



Una cobertura que ofrece total protección frente a escarmenes y patógenos.

Refrescos Cierzo

Cierzo Naranja y Cierzo Limón son dos nuevos refrescos creados en Zaragoza en 2019 y representan una evolución en cuanto a la composición de los ingredientes en el mercado de la alimentación y en concreto de las bebidas y refrescos.

Unas bebidas premium gracias a su novedoso y vanguardista sistema de edulcoración 100% natural. Azúcares naturales procedentes de frutas. Naturales también son su aroma y sabor. Los refrescos de naranja y limón contienen un 7,2% y un 6% de zumo, respectivamente. También contienen toda la vitamina C de los cítricos. Otro de los aspectos por los que destacan los refrescos es por su largo e intenso sabor que confiere la combinación de sus azúcares frutales. Destacar que, a diferencia de otros productos elaborados con stevia, los refrescos Cierzo Naranja y Cierzo Limón solo saben a zumos, manteniendo su sabor desde el primer sorbo hasta el final. Los Refrescos Cierzo, tienen aprobada su candidatura a la feria internacional de tendencias alimentarias, que se celebrará en junio de 2021 en la ciudad de Amsterdam.

Los refrescos Cierzo no sólo innovan por el diseño de esta nueva fórmula de edulcoración, sino también por la cobertura utilizada en las latas, (el primer formato de presentación de los refrescos). Una cobertura ganadora de los premios LiderPack España (2019) y World Star Packaging (2020). Una cobertura que ofrece total protección frente a gérmenes y bacterias. Tratamiento con rayos UV-C. Realizada en material reutilizable, eliminando las tintas de las latas y sus metales pesados, lo que facilita el reciclado y los hace ideales para las máquinas de vending y las gasolineras. También permite elaborar varios diseños en cada lata, lo que la hace ideal para la fidelización de los clientes.

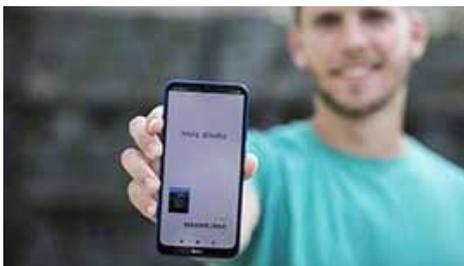
Refrescos Cierzo es una marca y una creación zaragozana creada en 2019 por David Aranda, una empresa familiar comprometida con el desarrollo económico local y con nuestro medio ambiente y que traerá, próximamente el empaquetado y distribución a Aragón.

www.cierzo-premium.com

[inicio] [titulares de grupo]



Jorge Terreu.



Maximiliana, el móvil para la tercera edad.

Maximiliana, el móvil aragonés pensado para la tercera edad

El zaragozano Jorge Terreu ha creado Maximiliana, un móvil para personas mayores que nació de la necesidad de comunicarse con su abuela, de quien ha heredado el nombre.

Maximiliana, la abuela de Jorge Terreu, no era muy amiga del móvil. "Es el perfil clásico de alguien que no se apañaba de ninguna manera y tenía el típico dispositivo de nueve dígitos. Aunque las teclas eran grandes, se liaba", apunta este zaragozano de 22 años. Ese problema fue el motor a través del que Terreu, ingeniero informático, creó Maximiliana.

A través de una página web -maximiliana.es- se escribe el nombre de la persona y se selecciona llamar. El dispositivo da varios tonos y después de unos instantes de conexión comienza la videollamada de forma autónoma. Con imagen y sonido o solo con sonido, ya que cada móvil tiene un número asignado, como cualquier otro 'smartphone', por lo que se puede telefonar de forma corriente. En este caso, también se descuelga solo tras dar varios tonos, sin necesidad de que el usuario tenga que tocar la pantalla táctil. Las necesidades fueron surgiendo y Terreu fue agregando nuevas funciones. De hecho, ahora con Maximiliana no solo se puede recibir llamadas, sino también llamar. En la pantalla aparecen los rostros de las personas cercanas, hasta un máximo de nueve, y al tocar sobre sus caras se inicia la conversación.

Los familiares y amigos pueden escribir un mensaje. Suena una breve melodía y posteriormente se escucha en voz alta. "Hola, abuela. Acuérdate de la pastilla de las 17.00", por ejemplo. Otro de los servicios es la geolocalización. Con el prefijo 'loc' se puede conocer a tiempo real la ubicación de la persona que lo lleva. "Mi abuela suele ir al Pilar y a veces tarda más de la cuenta porque se sienta en algún banco o lo que sea, de esta forma podemos saber dónde está con un error de pocos metros", asegura Terreu.

'Loc' para saber la ubicación y con 'bat' se comprueba si el dispositivo está cargado y si en ese momento lo tiene enchufado. A los anteriores se suma el servicio de llamada de emergencia. Si la persona presiona cinco veces el botón de encendido y apagado se llama al 112, a dos contactos cercanos y se geolocaliza.

Terreu adquiere 'smartphones' corrientes y en cuestión de varias horas los convierte en dispositivos para personas que tienen dificultades con las nuevas tecnologías. "Modifico unos ajustes, algunos son sencillos de configuración, mientras que otros son opciones para desarrolladores, más complejos. Y una vez que está preparado, quito el bloqueo de la tarjeta sim", explica Jorge. "Instalo por cable la 'app', que se llama Maximiliana y es de Android, y ya está listo para el usuario", añade el joven ingeniero.

A pesar de que Jorge Terreu considere que el producto ya es "estable" en la actualidad, tiene en mente añadir nuevas opciones. Que se pueda cargar con tan solo apoyarlo en una superficie gracias a un cargador inalámbrico o que dos clientes con Maximiliana puedan establecer una videollamada son mejoras que podrían llevarse a cabo. "Una idea más es vincular una pulsera de actividad con el dispositivo, de tal forma que a la familia le salte una alerta si el ritmo cardiaco del cliente baja de las 50 pulsaciones", plantea el zaragozano. "Se podría monitorizar la vida de los abuelos al detalle. Es meter en casa de personas mayores un móvil con toda la

tecnología actual", sostiene el joven.

Maximiliana ha nacido de la necesidad de la abuela de Jorge Terreu y en los ratos libres del joven, ya que lo ha compaginado con el fin de la carrera universitaria y con otros proyectos. "Mi objetivo ahora es llegar a unos 10 o 15 clientes y ver que lo puedo gestionar", reconoce. Una vez llegue a ese volumen llamará a puertas de fundaciones y asociaciones para las que el invento pueda resultar útil.

El público objetivo no solo es la tercera edad, sino que también pueden ser personas con dificultades tecnológicas.

En el futuro el perfil de la tercera edad habrá cambiado y los ancianos serán nativos tecnológicos. Jorge cree que este 'smartphone' podría seguir vigente entonces. "De los usuarios distingo dos grupos: aquellos que no han utilizado la tecnología nunca, como es el caso de mi abuela, y los que directamente no pueden por problemas físicos", establece Terreu.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

Jorge Terreu Serrano

[inicio] [titulares de grupo]



Más de mil jóvenes proyectos en el Premio Don Bosco

Sumados a todos sus predecesores, los 45 nuevos proyectos presentados a esta 32 edición del Premio Nacional Don Bosco han superado la cifra de mil. Entre las iniciativas premiadas este año, un bastón electrónico para personas con discapacidad visual, un sistema de impresión 3D multicolor, sensores que previenen la muerte súbita en bebés y un método para combinar la energía solar con un motor creado en el siglo XIX.

Los jóvenes participantes no dejan de dar explicaciones y demostrar cómo funcionan sus prototipos a quienes se acercan a la exposición de proyectos del Premio Nacional Don Bosco. Su mérito no es solo tener buenas ideas, sino ser capaces de materializarlas y hacerlas funcionar, anticipando esas innovaciones que, un día, podrían llegar realmente al mercado.

Son estudiantes de formación profesional y bachillerato. Este año, 61 alumnos y alumnas, acompañados por 31 docentes en calidad de tutores, de un total de 22 centros educativos de Aragón, Comunidad Valenciana, Andalucía, País Vasco, Comunidad de Madrid, La Rioja, Galicia, Murcia y Cataluña.

A esta 32 edición se han presentado 45 proyectos, de los cuales 35 consiguieron clasificarse. El área de Innovación Tecnológica se lleva la palma, con un total de 26 proyectos: 16 centrados en las TIC y 10 de tecnologías industriales como electrónica, robótica o mecatrónica. En el área de Investigación se presentaron 9 proyectos: 3 de investigación de Ciencias y 6 de Ciencias de la Salud y Ciencias Sociales y Jurídicas.

Ya son más de mil –concretamente 1.030– los proyectos presentados en la historia de estos premios, promovidos desde la Escuela Profesional Salesiana Nuestra Señora del Pilar de Zaragoza en 1984 por Mario Rubio. El objetivo era, y es, estimular las capacidades innovadoras de los alumnos, conjugando el saber con el hacer y pensando en su paso al mundo laboral.

El director del Premio Nacional Don Bosco, Juan Bosco Sancho explica que este certamen "quiere ser más que un galardón. El Premio Don Bosco busca ser estímulo y transformación para quienes participan. Para alumnos y tutores concurrir a este certamen supone un estímulo de las capacidades innovadoras, tomar conciencia de la importancia de la investigación y de las posibilidades que ellos mismos tienen de contribuir a la mejora de la sociedad".

Cuatro primeros premios

Baby Safety. Un muñeco acostado en una cuna le sirve a Iria Ollero para explicar a todo el mundo el sistema que ha creado para tratar de prevenir la muerte súbita en bebés. "Diez sensores de presión monitorizan la posición del niño en la cuna y, en caso de detectar que se ha girado y ya no está boca arriba, como aconsejan los médicos, una alarma suena en un receptor, allí donde estén los padres", explica.

Esta estudiante de Ingeniería Biomédica, que desarrolló este proyecto cuando estudiaba 2º de bachillerato en las Aulas Tecnópole de San Cibrao das Viñas (Orense), modificó además una cámara para detectar infrarrojos que es capaz de localizar la cara del bebé a oscuras. Un sensor térmico controla la temperatura de la habitación y del bebé y "para verlo gráficamente, incorporé una pantalla que traduce los grados a



colores". Además, Iria integró un sensor de pulso en un body. Y ya ha comprobado el interés a través de encuestas, que revelan que "la mitad de los padres y madres estarían dispuestos a pagar unos 120 euros por estos dispositivos y las cuatro guarderías consultadas estuvieron interesadas". El proyecto Baby Safety ha conseguido el primer premio en la categoría de Ciencias de la Salud y Ciencias Sociales y Jurídicas.



Iris 3D. La impresora 3D multicolor que ha ganado el primer premio en la categoría de Tecnologías Industriales "va más allá de las impresoras habituales: en lugar de imprimir solo en un color, mezclando los tres primarios (magenta, cian y amarillo) consigue 16 colores", indica Samuel Rubio que, junto a Raúl Cruz, Javier Leza y Jorge Serrano –todos estudiantes universitarios de Zaragoza–, componen el grupo SRJ. Además de aportar la innovación de imprimir una pieza en más de un color a través de una sola boquilla –las costosas máquinas dual actuales presentan problemas, especialmente en el ajuste entre sus dos boquillas–, el sistema pretende ser una alternativa asequible y fácil de incorporar en las impresoras domésticas actuales. "Pensamos que hay demanda porque la impresión 3D está de moda", señala. Su reto ahora es conseguir colores más homogéneos.



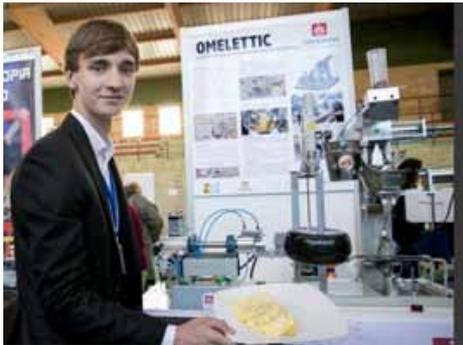
Bastón electrónico para invidentes. "¿Cómo es posible que, en un mundo tan tecnológico, con sensores y telemetría, las personas invidentes sigan detectando obstáculos 'con un palo'?", se preguntaron Fabián Hernán y Mario Dia, alumnos de 2º del grado superior de Mantenimiento Electrónico en San Valero de Zaragoza. Y se pusieron manos a la obra hasta desarrollar un bastón que permite al usuario sentir las distancias a un obstáculo mediante vibración. "Fabián, haz de pared", dice Mario, para que comprobemos cómo la vibración se intensifica al acercarnos al obstáculo. José Luis, miembro de Asocide, asociación de personas sordociegas, ya ha probado este bastón electrónico galardonado en la categoría de Tecnologías de la Información y la Comunicación. "Está encantado, pero también nos ha dado sugerencias, como reducir el volumen del dispositivo, porque ellos tienen una sensibilidad muy desarrollada".



Desde Escocia, con energía verde. El nombre de este proyecto, que ha obtenido el primer premio en la categoría de Ciencias del Premio Don Bosco, recuerda a la máquina termodinámica inventada por un escocés en el siglo XIX que han recuperado seis alumnos de 2º de bachillerato de Tecnología en el colegio de Salesianos de Zaragoza. Se trata del motor Stirling, traído a la actualidad "como una forma limpia de obtener energía", explica Eduardo Espinosa. Mediante una maqueta, muestran cómo un motor produce electricidad para consumo doméstico a partir de la luz del sol. Pero se les ocurren muchas otras aplicaciones del sistema, como "ubicarlo en el mástil de una sombrilla de bar para poder cargar el móvil o, implementado a gran escala, instalarlo en las electrolineras para que recarguen los coches eléctricos".

UN GUANTE QUE HACE MÚSICA, UN DIFERENCIAL MAGNÉTICO Y UNA PATROTECA DE UNIFORMES

Lucía, una niña de 4 años con síndrome de Rett, será la primera en probar el guante sensorial musical creado por Alejandro Barón y Javier Asín, estudiantes de grado superior de Mantenimiento Electrónico en San Valero, Zaragoza. "Actúa como un instrumento para musicoterapia, pues traduce los movimientos en música, gracias a un diseño propio que consta de sensores de fuerza para los dedos, un acelerómetro en la muñeca y un piezoeléctrico en la palma de la mano,



Galería de imágenes de los proyectos presentados a esta última edición.

conectados a un 'shield' musical y un microcontrolador". Por este proyecto obtuvieron el premio otorgado por la Escuela de Ingeniería y Arquitectura y el I3A.

Empresas de tecnología, universidades, colegios profesionales y Administraciones públicas, entre otros, forman los cuatro tribunales que deben evaluar cada año los proyectos presentados. Una tarea nada fácil que destaca a los mejores.

Entre los segundos premios de las categorías del certamen, encontramos una 'Innovadora transmisión diferencial' basada en magnetismo, en la que "lo importante es la idea –dicen Ángel Soler y Joaquín Richarte, del IES La Torreta de Elche (Alicante)–, que puede aplicarse a automoción, a un pequeño ventilador, a un camión o al mundo de la industria".

Desde el Colegio Salesiano Los Boscos, de Logroño, llegó "Bats", de Christian Asier Cabrera y Jorge Ruiz, un sistema automático de orientación de antenas parabólicas pensado para autocaravanas, embarcaciones, grupos militares... sin una localización fija.

Por su parte, Marcos Asensio y Lucas Juárez, de Los Boscos de Logroño, han reproducido en 3D su propio centro para recorrerlo virtualmente con su sistema 'bYourReality' –premio del Ministerio de Defensa–, en torno al cual han desarrollado diversos periféricos pensando en que "personas con diferentes discapacidades puedan disfrutar de los videojuegos sintiéndose un personaje", explica Marcos.

Hacer más fácil la vida en casa es el 'leitmotiv' de muchos proyectos. La facultad de Ciencias distinguió la creación de un electrodoméstico de fermentación, planteado por Íñigo Aznar y Sergio Labella, de Salesianos Nuestra Señora del Pilar, en el proyecto titulado 'El supermercado en casa'.

En "Ardismótica", la casa domótica pensada para personas con discapacidad que ganó el premio del Rotary Club, todo el rodapié actúa como botón de emergencia en caso de caída. En ello, y en muchas más cosas, han pensado sus autores, Yaiza García e Iván Sánchez, del IES Politécnico de Vigo.

Más que para el hogar, la automatización del proceso de cocinar una tortilla, "Omelettic", de Jorge Apellániz y Alejandro de Cos, del colegio Salesiano Los Boscos de Logroño, "está destinado a restaurantes, bares o bocaterías, que tengan que hacer muchas tortillas". Cuatro o cinco cuñas debieron probar hasta dar con la forma perfecta, que evita que la cáscara del huevo caiga en el recipiente donde se bate. Mereció el galardón otorgado por la empresa Festo.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.premiodonbosco.es

[inicio] [titulares de grupo]

4.Oleum, un aceite premium obtenido con olivicultura de precisión

4.Oleum es un proyecto que ha nacido en Torrecilla de Alcañiz, comarca del Bajo Aragón (Teruel). Una zona donde la despoblación es una realidad y las infraestructuras son limitadas, sin embargo, es una zona privilegiada por su clima y orografía, perfecta para hacer un AOVE premium.

4.Oleum es el resultado de 2 años de trabajo en busca de un AOVE premium único, bajo una única premisa, *"tenerlo todo controlado"*, de esta manera se puede garantizar que el resultado final será el esperado. Un aceite de oliva virgen extra excelente.

No se pueden controlar las condiciones meteorológicas, pero sí tener toda la información en tiempo real para tomar las mejores decisiones y actuar con celeridad. Esta es la base del proyecto 4.Oleum: poder aplicar todos aquellos conocimientos agronómicos teóricos y prácticos en el campo con la finalidad de obtener un fruto en perfectas condiciones. Este punto que es fundamental para obtener un buen AOVE puede lograrse gracias a la tecnología, la llamada "agricultura 4.0 - olivicultura de precisión".

Son numerosos los medios que se emplean para obtener la información y poder actuar, pero siempre teniendo en cuenta 3 factores:

- Ambiente (mediante una estación meteorológica)
- Planta (a través de un dendrómetro)
- Suelo (medido por sensores humedad, temperatura, conductividad eléctrica)

La información obtenida por los sensores se complementa con análisis foliares, de suelo, imágenes aéreas, muestreos y visitas en campo. Gracias a la monitorización de los equipos, se visualiza y controla desde la distancia todo lo que ocurre en el olivar. Esto permite ser más eficientes y respetuosos con el medio ambiente, pudiendo actuar de forma más específica, reduciendo los consumos, los tratamientos y optimizado el tiempo y los recursos disponibles.

El AOVE 4.Oleum es monovarietal de la variedad empeltre de recolección temprana. Todas las fases de su elaboración se han realizado cuidadosamente: partiendo de una recolección mediante vibración suave y controlada, un transporte en caja de plástico a temperatura controlada hasta la almazara. Una vez allí, el proceso de extracción del aceite de las aceitunas se ha realizado en condiciones de temperatura baja y controlada para favorecer todo el potencial aromático y organoléptico de la aceituna.

El resultado es un AOVE premium que destaca por su equilibrio entre amargos y picantes con un nivel de frutado medio. A nivel físico-químico destaca su baja acidez 0,11% y un nivel alto de polifenoles.

www.4oleum.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la botella de aceite.



Estación meteorológica.



Sensor aplicado en el tronco del olivo.



Akinori Oishi en su proceso creativo.



Doble página dedicada a Javier Mariscal.



El proyecto Funny Farm de Isidro Ferrer.

comprado obra.

Isidro Ferrer no necesita presentación. Premio nacional de ilustración y también de diseño. Es capaz de abordar cualquier proyecto y darle un sello absolutamente personal y único. Son ejemplo de ello sus radicales carteles para el Centro dramático Nacional o sus poéticas ilustraciones para libros infantiles.

Chris Haughton (Irlanda) es uno de los más interesantes ilustradores del panorama mundial. A modo de ejemplo, su cuento *Shh! We have a Plan* ha sido traducido a 18 idiomas y ha obtenido 10 premios internacionales. Posee un sentido del humor único y una capacidad prodigiosa para crear historias que enganchan a los niños. También diseña alfombras y juguetes para el proyecto humanitario que ha creado o diseña juegos para ordenador con sus cuentos.

Javier Mariscal, premio nacional de diseño, es el creador total. Pintor, dibujante de cómic, creador de películas de animación; diseñador de parques temáticos, bares, mascotas olímpicas, hoteles, sillas, logotipos para bancos; es capaz de diseñarlo todo.

Manuel Marsol, ilustrador recién llegado ya ha ganado el prestigioso gran premio de la Feria de ilustración de Bolonia. Libros, carteles, portadas de discos, en sus trabajos combina la técnica pictórica con las más profundas emociones, creando universos llenos de ensoñación y de magia.

Akinori Oishi (Japón). Dibuja compulsivamente pequeños personajes. Gracias a ellos, solo en el último año, ha realizado multitudinarias conferencias y presentaciones de productos en Korea, Rusia, Japón, Indonesia y China. Sus personajes se han convertido en mascotas para juegos olímpicos, juguetes, cuentos, postres o juegos interactivos.

A través del libro los creadores nos abren sus cuadernos, sus mentes y en alguna medida sus almas. El lector, seguro, disfrutará con la variedad del viaje.

www.batidoradeideas.com

www.puz.unizar.es

[inicio] [titulares de grupo]

Trabajos de los creativos:





Imagotipo.



Adhesivo para comercios asociados.

Tu perro es bienvenido

Tu Perro es Bienvenido es una red de comercios y empresas que admiten la entrada de perros. Este proyecto quiere facilitar a los dueños de los perros que puedan realizar compras o gestiones con su mascota, a la vez que quiere potenciar el comercio de barrio e impulsar este comercio de proximidad que se basa en una relación de cercanía y confianza. "Apostamos por una propuesta de valor basada en la idea de conciliar el tiempo libre con nuestra mascota y a partir de esa propuesta gira nuestro proyecto que se va ampliando paso a paso para cubrir todas las necesidades que tienen los usuarios de mascotas en nuestra ciudad, hasta llegar a ser punto de referencia para los dueños de los perros en Zaragoza, escalable a otras ciudades", comentan los promotores.

El trabajo de marca ha sido creado por el estudio SAN JIMES. Según cuentan, "Fue un trabajo bastante sencillo ya que Silvia Porras (la fundadora del proyecto) tenía muy claro qué es lo que quería comunicar y que debía dirigirse a dos perfiles de usuario muy definidos, por un lado, los dueños de mascotas (particularmente perros) y por otro los comercios locales. El logotipo tenía que representar claramente el nexo común de esos dos usuarios (el perro) y dotarle de las connotaciones que tiene el propio proyecto: Por un lado el carácter divertido, cálido y juvenil que se le proporciona con la gama de colores y el anagrama, y por otro la dimensión tecnológica que adquiere la imagen con el estilo flat de todo el logotipo y el uso de una tipografía moderna de palo de googlefont y que soporta cualquier navegador, asegurándonos así que en su principal soporte (el online) va a ser siempre coherente. Así pues, el objetivo era posicionar a Tuperroesbienvenido como un referente en la ciudad de Zaragoza de esa alianza entre esos dos perfiles.

Con la intención de dar todo el protagonismo a la mascota, a la forma del can, se pone el acento en la figura del mismo. Tras dejar clara esta premisa, desde el estudio se trabajó en desarrollar una imagen potente, llena de fuerza y vitalidad, que estimulara una visión amigable de las mascotas, y que tenía que encontrar su máxima expresión en un adhesivo que se colocaría en los escaparates y puertas de los comercios. De esta manera se trabajó la imagen gráfica a través del uso del color y la forma para conseguir los resultados deseados. Por otro lado, debido a la vorágine en la que se vio enmarcado el proyecto tuvo que ser un trabajo rápido, donde en muchos puntos no podía haber marcha atrás y en el que se iba a dejar abierto un hueco destinado a la evolución y a aquellas necesidades futuras que pudieran ir surgiendo. Por ello la flexibilidad y la adaptabilidad de la imagen siguen evolucionando y creciendo en la actualidad, dependiendo de los nuevos soportes y elementos que precisa el proyecto.

La imagen de marca se materializa mediante un imagotipo (que se presenta cuando ambos elementos conforman una sola imagen, pero están separados uno del otro), compuesto por el rostro de un perro de raza desconocida y acompañado del texto Tu Perro es Bienvenido. El uso de los colores que se ha aplicado al rostro del animal pretende desracializarlo, de tal manera que el usuario no componga una identidad concreta del animal para que se potencie la idea de que todos los tipos de perros son bienvenidos. Eso sí, la plataforma cuenta con un decálogo de buenas conductas donde se insta a los dueños de los mismos a atender una serie de comportamientos cívicos tengan el tamaño que tenga la mascota.

En definitiva, se trata de un branding que se ha visto

implementado en múltiples aplicaciones: web, decálogo, adhesivos, newsletters, etc. Como se comenta anteriormente, cada uno de ellos se ha ido desarrollando en diferentes fases, uno de los primeros y como ejemplo concreto es el adhesivo identificativo en el que "Se enmarca el imatipo dentro de un paralelogramo que emplea de nuevo los colores corporativos y que sirve para aumentar su visibilidad cuando se encuentra ubicado en cristales de tiendas y comercios".

Tu Perro es Bienvenido es una empresa StartUp de la Universidad de Zaragoza desde julio de 2019. El Proyecto ha sido este año 2019 finalista del V Programa de Emprendimiento Social del Gobierno de Aragón, Premio Mujer Emprendedora SpinUp de la Universidad de Zaragoza y es una de las iniciativas seleccionadas por Feliziudad, la web social de Renault que muestra proyectos que hacen que las ciudades sean lugares más felices para vivir.

www.tuperroesbienvenido.com

www.sanjimes.com

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel fiestas del Pilar 2020.

Cartel fiestas del Pilar 2020

El cartel de las fiestas del Pilar 2020, antes de que estas fueran suspendidas fue diseñado por Alfredo León.

Alfredo León se describe como un creativo gráfico y artista autodidacta. Diplomado en Empresariales, aunque ha realizado multitud de cursos relacionados con su pasión desde niño: el diseño y la comunicación.

Trabajó durante 10 años en una agencia de publicidad en Pamplona, y es freelancer desde el año 2009. Se dedica a realizar proyectos gráficos, web, publicitarios y asesoría de imagen. Al mismo tiempo trabaja en el departamento de comunicación del Ayuntamiento de Aoiz (Navarra).

Es un asiduo a los concursos de carteles, con un balance muy positivo. Ha recibido más de 150 premios en diferentes localidades de toda la geografía nacional, y uno en la localidad francesa de Bayona. Alfredo León ve los concursos de carteles como una vía de escape a su trabajo habitual, donde puede experimentar con diferentes grafismos, texturas y composiciones. Puede plasmar lo que él quiere sin ceñirse a las pautas que le indica nadie.

Pese no haber acudido a las fiestas del Pilar, dice que el no conocer la identidad de unas fiestas o el evento al que te presentas en un concurso no es un impedimento para identificar y sintetizar lo que anuncias a través de una imagen.

Primeramente Alfredo realiza un labor de documentación, para él primordial ya que sin información base no se puede reflejar ninguna idea. Después realiza bocetos a lápiz, dibujando diferentes ideas y composiciones, se va llevando por sus ideas y termina descubriendo ideas más originales que las que tenía de partida.

En este caso, para el cartel de las fiestas del Pilar 2020, quería hacer algo muy sencillo, tanto por formas como con colores. Tenía la idea bastante madura en su cabeza. Se marcó el reto de utilizar una paleta cromática reducida y formas geométricas sencillas para componer las diferentes figuras. Tenía un reto difícil. Crear tantos símbolos propios de las fiestas y que fuesen claramente conocidos, reduciendo los recursos gráficos le supuso mucho tiempo de trabajo.

La imagen contiene muchos iconos festivos: la virgen ocupa la parte central de la composición, unos fuegos artificiales, la figura de un león, una pareja dándose un beso con su vestimenta tradicional, el tragachicos, diferentes tipos de flores, la basílica, una guitarra, un par de joters, varias figuras de la comparsa, un toro, los típicos adoquines, etc. Todo ello resuelto en una cuidada retícula compositiva, de formas geométricas y colores planos.

Para acertar con las tintas intentó combinar una gama reducida para que la imagen tuviera más potencia. Alfredo tenía claro que el rojo, el amarillo y el color carne debían aparecer. Los azules nacieron de estudiar diferentes trajes en varios de los personajes y para equilibrar los tonos globales del cartel.

Alfredo Leon ha apostado por una composición que diese mucho juego a la hora de reproducir varias piezas gráficas. El cartel se puede destruir para construir otro sin que pierda la esencia.

www.alfredoleon.com

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel ganador.

Álvaro Ortiz desvela el cartel del Salón del Cómic

Zaragoza volverá a ser este año el epicentro de la viñeta con la celebración del Salón del Cómic que tendrá lugar del 18 al 20 de diciembre en la sala Multiusos del Auditorio, una edición especial que, debido a la pandemia, se adaptará a las medidas de seguridad necesarias para proteger a los asistentes. Así, un año más, la capital aragonesa reunirá durante este fin de semana a los artistas españoles más relevantes del panorama de la ilustración nacional, así como a librerías, editoriales, fanzines y colectivos.

Todos ellos, coordinados por el Servicio de Centros Cívicos del Ayuntamiento, organizador del evento, participan en la configuración de la programación de esta edición, que se dará a conocer en otoño. El consejero de Participación y Relación con los Ciudadanos, Javier Rodrigo, y el responsable de Centros Cívicos, Antolín Teres, presentaron como adelanto el cartel de la decimonovena edición, obra del aragonés Álvaro Ortiz, en el Ayuntamiento de Zaragoza.

La imagen que protagonizará este Salón del Cómic es un kaijus japonés, un monstruo gigante de origen folclórico y apocalíptico que el autor ha ilustrado no como amenaza, sino como "motor de creación". En sus cuatro manos están representadas la idea, el trabajo y el resultado final, de tal forma que, según ha explicado el artista, esta figura representa a todas aquellas personas que desarrollan su trabajo en torno a las viñetas.

Por su parte, Rodrigo ha comentado que en esta ocasión el Salón, que el año pasado tuvo 24.000 visitas en los tres días, se celebrará con todas las garantías de seguridad y cumpliendo las medidas que, en ese momento, obliguen las autoridades sanitarias del país. Este año, debido a esta situación, se ha suspendido el proceso de selección de stands de forma temporal, por lo que los participantes serán invitados directamente por la organización.

Asimismo, Rodrigo ha resaltado el proceso participativo con el que se lleva a cabo la organización del certamen, en el que participan colectivos, aficionados y profesionales del cómic con reuniones celebradas durante el primer semestre. El resultado de esta colaboración es uno de los salones del cómic «más importantes de nuestro país y el único entre los grandes de gestión íntegramente pública», ha afirmado.

El Salón del Cómic de Zaragoza está organizado por el Servicio de Centros Cívicos, en colaboración con la Sociedad Municipal Zaragoza Cultural y con la participación de asociaciones, colectivos, librerías, editoriales, autores y expertos del mundo del cómic de Aragón.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.saloncomiczaragoza.com

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

Zaragoza se alza con un European Design Awards 2020 por su renovado diseño del sistema de transporte



Marquesina con la nueva señalética.



Plano diurno de las líneas que atraviesan la ciudad de Zaragoza.



Plano nocturno de las líneas que atraviesan la ciudad de Zaragoza.



El equipo encargado del proyecto.

El pasado 30 de Abril, el diseño de la nueva red de información del servicio de autobuses urbanos de Zaragoza obtuvo la medalla de bronce en los European Design Awards 2020, los "Oscar" del diseño gráfico. Detrás están los estudios zaragozanos Detailier y Womba Estudio. El combinado se presentaba por primera vez y ha sido el único representante y ganador aragonés obteniendo una medalla de bronce en la categoría a mejor "Signs & Displays", es decir, señalética. El desarrollo del nuevo sistema de información del servicio de autobús urbano de Zaragoza, una ciudad con más de 700.000 habitantes, presentaba un importante reto. Esta red consta de 43 líneas, 7 de ellas nocturnas y una de tranvía, sin renovar su comunicación desde hacía décadas. El objetivo era mostrar una misma información de manera clara, moderna, útil y accesible para los diferentes perfiles de usuarios (residentes y turistas), para luego poder adaptarla a los múltiples soportes.

Para lograrlo, trabajaron fundamentalmente alrededor de dos ejes. Por un lado, dada la gran confluencia de autobuses por el centro y el tamaño y forma de la ciudad, desarrollaron un plano circular para esquematizar el mapa de Zaragoza. Y por otro, el termómetro o poste vertical de cada parada, donde sintentizaron al máximo el contenido variable mostrado, poniendo el listado de paradas en vertical, con todas las paradas, correspondencias con otras líneas y métodos de transporte.

Sobre Womba Estudio y Detailier; Estos dos estudios están formados por cuatro diseñadores gráficos; Rubén Ariño, Javier Lapuerta, Laura Coria y Laura Izquierdo, quienes colaboran estrechamente en muchos proyectos. Con 15 años de experiencia, rediseñar todo el sistema gráfico de los autobuses urbanos de Zaragoza ha sido sin duda uno de los retos creativos más complejos y atractivos. Tal como manifiesta Javier Lapuerta de Detailier, "es un premio muy importante, que nos da un empujón en estos momentos difíciles para seguir adelante con más ganas que nunca. Además, es más placer aún que sea con un trabajo que hemos diseñado para nuestra ciudad. Somos muy afortunados de haber aportado una mejora en la vida de los zaragozanos".

www.detailier.com
www.wombaestudio.com

[inicio] [titulares de grupo]

FROM SPAIN WITH DESIGN

Identidad corporativa del proyecto.

Comunidad Diseña

Fractal Strategy, seleccionados para el proyecto *From Spain With Design* (FSWD)

From Spain With Design (FSWD) es un proyecto de READ, la Red Española de Asociaciones de Diseño, concebido colaborativamente en los Encuentros Nacionales de Diseño como una herramienta para la proyección del diseño español a nivel internacional. Cuenta con apoyo económico del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España.

El proyecto FSWD se plantea como una herramienta imprescindible para la proyección del diseño español a nivel nacional e internacional. Entre sus objetivos se encuentran el impulso de la creatividad y el diseño como ejes de desarrollo, la comunicación nacional e internacional del diseño español, la cohesión del colectivo profesional y la fotografía actual del estado del sector, y de esta forma, aumentar la visibilidad del Diseño Español y contribuir a mejorar la "Marca España".

El proyecto además enlaza perfectamente con la motivación colectiva del país que aspira a cambiar su modelo productivo, proponiendo el conocimiento en diseño (un sector ya maduro en España) como una baza a explotar, poco conocida e infrautilizada en la promoción exterior. El foco del proyecto está centrado en los conceptos de internacionalización y exportación del sector del diseño, coincidiendo plenamente con el discurso político de las instituciones públicas, como de las instituciones privadas, que sin duda ayudará a mejorar y a prestigiar la imagen exterior de nuestro país.

FSWD se desarrolla y vertebra como una plataforma que recoge toda la información generada y es capaz de mostrarla a través de distintos soportes, que se complementan entre sí: plataforma online, documental interactivo y exposición.

La empresa aragonesa Fractal Strategy ha sido una de las elegidas para representar a España en la categoría de Diseño de Servicios. La filosofía de trabajo de Fractal Strategy se basa en la innovación centrada en las personas, la investigación con personas usuarias, la co-creación y el prototipado, con el objetivo de detectar problemas y necesidades en las organizaciones, generando innovaciones, mejoras y estrategias, formando parte de la implementación de estas. Desarrollan proyectos para el ámbito privado e instituciones públicas, tanto nacionales como internacionales, realizando proyectos e impartiendo formación y charlas sobre diseño estratégico y de servicios.

Fractal ha colaborado en la organización de eventos, como la Zaragoza Gov Jam, para promover la transformación de las administraciones. Actualmente forman parte del equipo de Servicios Digitales del Gobierno de Aragón. Además, imparten docencia y colaboran con contenidos académicos e investigación en la Universidad de Zaragoza.

www.fswd.es

www.somosfractal.com

Sesión de co-creación en Fractal Strategy.



IDE certifica sus armarios para situaciones sísmicas

Los Armarios Autoportantes Enlazables de la serie Argenta Plus, ya cuentan con todas las certificaciones que acreditan la utilización del KIT ANTISÍSMICO en los armarios de esta gama. Este Kit antisísmico ya estaba certificado para armarios enlazables de hasta 2.000 mm de altura, y ahora también cuenta con la acreditación para ser instalado en armarios con bastidor pivotante, de esta misma familia.

Estas certificaciones se han obtenido en laboratorios chilenos, de acuerdo con el cumplimiento de la norma IEEE-963, que consiste en someter a los armarios a situaciones que se pueden producir en zonas sísmicas, para determinar su idoneidad de uso en áreas propensas a sufrir terremotos.

Los accesorios del Kit sísmico, formados por escuadras, perfiles y armazones de refuerzo, aumentan la rigidez del marco del armario, consiguiendo así superar los esfuerzos derivados de un posible terremoto. Además este kit se complementa con perfiles de refuerzo específicos para la placa de montaje y un zócalo especialmente reforzado y soldado formando un único bloque. Todo ello para conseguir los mejores resultados de resistencia en situaciones adversas.

www.ide.es

[inicio] [titulares de grupo]



Kit antisísmico sobre armario Argenta Plus Enlazable.



Armario Argenta Plus Enlazable con Bastidor Pivotante.



Miguel Ángel Gómez Arranz, consejero de Magline, en la nave de Villanueva de Gállego.

Magline exporta aviones no tripulados a Indonesia, Tailandia, Noruega y Egipto

La empresa aragonesa Magline Composites y Sistemas ha conseguido abrir un mercado con sus aviones no tripulados que han vendido a países como Indonesia, Tailandia, Noruega y Egipto. Trabajan en su nave del polígono de Villanueva de Gállego, al lado de un aeródromo, donde hay ocho trabajadores, tienen otros dos en Galicia y otros siete empleados dedicados al software están radicados en Seattle, en el estado de Washington de Estados Unidos.

La estructura, el piloto automático y el motor son los tres puntos fundamentales del avión que se fabrica en Zaragoza, con el que convence a los clientes por la calidad del control de vuelo. Pasaron de ser un centro técnico de la multinacional UTC Aerospace durante cinco años, para saltar a realizar las integraciones a ministerios de defensa de todo el mundo, y de ahí desarrollaron su sistema de control de vuelo propio y avión no tripulado, que es el único certificado en la UE.

Los ministerios de defensa de Tailandia e Indonesia utilizan estos aviones aragoneses para controlar sus numerosas islas con funciones de protección civil ante cualquier desastre. Doce aviones han entregado a Tailandia y nueve a Indonesia. Esta brecha en el sureste asiático ha propiciado que el Gobierno de Filipinas, a través del programa del Gobierno de Reino Unido UK Aid, se interese por este producto, que se construye en Villanueva de Gállego, en la antigua sede de la empresa Savia Capital Acción que les alquila Suelo y Vivienda del Gobierno de Aragón.

Los países asiáticos mencionados utilizarán los aviones de la firma zaragozana en el futuro para el "control de costas". "Los últimos que estuvieron aquí fueron un grupo de diez militares de Indonesia, para entrenar las operaciones de los vuelos de los aviones de observación de gran envergadura que les desarrollamos, que son como los conocidos Predator UAV del Gobierno de los Estados Unidos", indicó Miguel Ángel Gómez, consejero delegado de la empresa. Por su parte, a Noruega se lo vendieron al Ministerio de Defensa a través de su Centro de Investigación en 2018 para trabajar en la zona fronteriza con Rusia y desarrollar misiones científicas en el mar Ártico.

También han facilitado sus modelos de aviones no tripulados para realizar misiones de la ONU en Malawi, en África, para trasladar ayuda humanitaria a los poblados donde es muy complicado la llegada por carretera con camiones. Adquirió tres aparatos la empresa UVAid, a través del programa de ayuda del gobierno de Reino Unido, para la cooperación en el Tercer Mundo.

En esta misma línea, Magline trabaja con la multinacional Babcock y el Gobierno de Galicia, con el servicio de Protección Civil (060) en el desarrollo de un helicóptero sin piloto cuya función es esencialmente la de protección contra incendios.

Este aparato va a ser probado también esta primavera con la función de trasladar desfibriladores como los que están ahora en los campos de fútbol para los miles de peregrinos de todo el mundo que pasean todos los años por el Camino de Santiago para afrontar un problema cardíaco de manera urgente. Asimismo, la Gendarmería suiza les ha transmitido que tienen un plan para utilizar uno de sus aparatos no tripulados en los Alpes ante los problemas de desaparecidos porque pueden volar en condiciones de mal tiempo, a diferencia de los helicópteros pilotados. Pueden utilizarlo incluso ante la niebla

ya que pueden localizar personas mediante infrarrojos y otros sistemas de localización de personas por radiofrecuencia si llevan un móvil.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.magline.es

[inicio] [titulares de grupo]

Beso de vino garnacha zaragocista

Fruto del acuerdo firmado por Grandes Vinos como Bodega Oficial del Real Zaragoza, y una vez presentado y lanzado al mercado el nuevo vino oficial, Monasterio de las Viñas Gran Reserva 2013 Edición Especial Real Zaragoza, en el comienzo de año 2020 Grandes Vinos y Real Zaragoza presentaron conjuntamente un nuevo proyecto: Beso de Vino Garnacha Zaragocista.

"Hemos desarrollado -comenta Manuel García, director de marketing de Grandes Vinos- un nuevo proyecto totalmente distinto pero complementario al vino oficial lanzado en diciembre y que tan buena respuesta ha tenido estas navidades. Si con el Monasterio de las Viñas Gran Reserva 2013 Edición Especial Real Zaragoza, buscábamos un vino icónico, de guarda, de colección y para disfrutar en grandes ocasiones, en este proyecto Beso de Vino Garnacha Zaragocista buscamos vincular su consumo a momentos más cotidianos, a un consumidor más joven y a un escenario concreto como son los bares y restaurantes, terrazas, barras y mesas, que es donde se podrán disfrutar los dos vinos que se lanzan en este proyecto".

El nuevo proyecto se incluye dentro de la marca Beso de Vino, una de las marcas más vendidas de GRANDES VINOS en todo el mundo. Una marca divertida, llamativa, con unos vinos de gran calidad pero fáciles de beber, dirigidos a los consumidores más jóvenes y cuyo diseño lo ilustra el alma de la marca, Antonio.

Antonio es un alma libre que viaja alrededor del mundo con su buen humor, su sonrisa, su mente curiosa, cuenta la leyenda que besó este vino de Cariñena y se enamoró.

Antonio aporta su personalidad a cada uno de los vinos de la gama, conectando con diferentes perfiles de consumidores que comparten entre ellos su pasión por la vida. Esta edición especial Beso de Vino Garnacha Zaragocista, es un homenaje a los consumidores que además "les puede el corazón", a todos los Zaragocistas que llevan el escudo del León en el pecho, representados con 6 diseños de Antonio únicos y diferentes y que también han sido creados por la marca de diseño ©Kukuxumus, que lleva colaborando con Beso de Vino desde su lanzamiento.

Los dos nuevos vinos ya se han empezado a comercializar en la hostelería aragonesa y vienen acompañadas para los establecimientos más forofos de unas barricas de decoración zaragocistas blancas y azules con los logos de Beso de Vino y Real Zaragoza, además de promociones para los establecimientos de camisetas oficiales del 1º equipo.

www.besodevino.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de una de las botellas de Beso de Vino.



Imagen de una de las barricas.



La máquina de café en la pradera de Ordesa.

Eboca y la Fundación Hidrógeno Aragón desarrollan una máquina de café que funciona con hidrógeno

El pasado mes de diciembre, la empresa de vending aragonesa Eboca y la Fundación para el Desarrollo de las Nuevas Tecnologías del Hidrógeno en Aragón realizaron un proyecto piloto que consistió en instalar una máquina automática de café en la pradera de Ordesa que funcionaba con hidrógeno como única fuente de alimentación, sin necesidad de conexión a la red eléctrica convencional.

El proyecto nació del esfuerzo en innovación que lleva a cabo Eboca para encontrar nuevas fórmulas de obtención de energía y reducir la huella de carbono en su actividad empresarial, en este caso con el apoyo de La Fundación Hidrógeno Aragón, que enmarca este proyecto en la celebración de su XV Aniversario. Ambas organizaciones son patrocinadoras del Centenario del Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, razón por la que se elegía este espacio natural emblemático para llevar a cabo la iniciativa, que permitió a los visitantes que se acercaron a Ordesa tomar un café de la empresa Eboca utilizando una máquina de vending conectada a una pila de combustible que utiliza la energía del hidrógeno para producir la corriente eléctrica que necesita para funcionar.

La máquina fue presentada en las instalaciones de Eboca en Huesca, en un acto que contó con la presencia del vicepresidente y consejero de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón, Arturo Aliaga, acompañado por el director general de Industria, Javier Navarro; el director gerente de la Fundación Hidrógeno Aragón, Fernando Palacín, y el presidente de Eboca, Raúl Benito.

El suministro de energía eléctrica en lugares donde no existe un punto de conexión a la red eléctrica se atiende hace mucho tiempo con grupos electrógenos de combustión, una tecnología madura de probada eficacia y costes asequibles. Sin embargo, al depender de combustibles fósiles, están sujetos a variaciones de costes y generan emisiones contaminantes, lo que obliga a buscar alternativas en línea con los objetivos globales de reducción de emisiones de CO². En instalaciones fijas de baja y media potencia, el uso de energías renovables como la solar o la eólica combinadas con el almacenamiento de energía en baterías es una solución competitiva, pero cuando hace falta un generador eléctrico para un evento, un suministro puntual o una emergencia, los grupos electrógenos de combustión son la solución recurrente.

El avance de las tecnologías del hidrógeno ha permitido reemplazarlos por otros basados en pilas de combustible de hidrógeno, que como principal característica presentan la ausencia total de emisiones contaminantes y ruido, lo que hace ideales para espacios confinados, áreas naturales o aglomeraciones de personas.

Con este fin, la Fundación Hidrógeno Aragón ha diseñado un sistema de generación eléctrica de 1 kilovatio (kW) de potencia, que es el que se ha utilizado en este caso y que permite mostrar todo el potencial de esta tecnología. El equipo utiliza una pila de combustible Nexa 1200 alimentada con hidrógeno desde una botella y oxígeno del aire circundante. La reacción química en el interior de la pila genera una potencia eléctrica en corriente continua que, a través de un convertidor y de un inversor, se convierte en alterna, de similares características a la que llega a nuestros hogares, y que permite

alimentar cualquier aparato eléctrico, como la máquina de café de Eboca objeto de este proyecto.

El equipo utiliza un pequeño banco de baterías de 24 voltios que cumple con tres funciones: proporcionar energía al equipo durante el arranque, almacenar energía durante su funcionamiento y aportar potencia al sistema durante los picos de demanda, lo que permite a la pila poder dar puntualmente, durante varios segundos, hasta 1,2 kW de potencia.

Esta colaboración entre Eboca y la Fundación Hidrógeno Aragón pone de manifiesto la utilidad del hidrógeno como vector energético limpio, ya que el único desecho que se genera con su uso es agua, lo que plantea una solución real para entornos poco accesibles y de alta sensibilidad como los espacios naturales o los refugios de montaña, donde la Fundación ya está llevando a cabo proyectos de cooperación europea como el proyecto LIFE SustainHuts.

<https://eboca.com/>
<https://hidrogenoaragon.org>

[inicio] [titulares de grupo]

Imagen de la presentación en Huesca.



zerca!

Identidad corporativa de la nueva plataforma.

Zerca!, la digitalización del comercio local

El pasado mes de septiembre se presentó la nueva plataforma Zerca!, que tiene como objetivo la digitalización del comercio de la ciudad, integrando una oferta variada de producto, mediante la innovación y la tecnología más avanzadas y con una estrategia omnicanal: el impulso de la tienda física y la tienda digital.

Zerca! es la nueva plataforma de venta online para presentar una oferta de productos de comercios de proximidad. Este proyecto ha tenido una acogida espectacular. Ya son miles de negocios en España registrados en esta plataforma que tiene como objetivo principal ayudar al pequeño comercio en su transformación digital, a través de formación y distintas herramientas, para que acceda al negocio en internet. Esta buena recepción se debe, según el equipo de Zerca!, a que "se trata de un proyecto que facilita la adhesión sin exigir ningún tipo de inversión, ofertando seis meses de prueba gratuita, y sobre todo, porque acompaña a los comercios durante todo el proceso de digitalización para integrar su negocio".

De esta manera, Zerca! es un 'marketplace' idóneo para el comercio de la ciudad, con o sin tienda 'online', ya que la plataforma integra todos los aspectos necesarios para poner en marcha un comercio en la red, siendo su gestión sencilla e intuitiva. Así, ofrece la solución tecnológica, comercial y logística junto con el kit básico de digitalización y la inversión en comunicación.

En 2018, el comercio electrónico facturó 40.000 millones de euros en España, y supuso más del 20% del consumo, por lo que son esenciales este tipo de soluciones que promueven la innovación en el comercio urbano, lo hacen más competitivo frente a los nativos digitales y facilitan su relación con el nuevo consumidor, el cual ya exige estrategias omnicanal, personalización y todo a un clic. Unos aspectos que fundamentan las bases de Zerca!, desarrollada por T-ZIR y que cuenta con el respaldo de Henneo, Ibercaja y las Cámaras de Aragón, así como con el apoyo logístico de Correos.

Zerca! es un modelo de "marketplace" que impulsa la digitalización desde la innovación tecnológica pero sin perder la esencia de la venta tradicional y el plano de la tienda física. De esta manera, «vertebra un propuesta comercial que une a las tiendas de proximidad de la ciudad en un entorno de venta diferencial para el consumidor y la ciudad», explicaba la directora del proyecto, Ana Sacristán. El funcionamiento es sencillo: zerca! es el conjunto de escaparates online de las diferentes tiendas. Es ahí donde pueden poner a la venta sus productos. Este espacio es totalmente personalizable y está pensado para que la gestión del mismo sea muy rápida y sencilla. Cuando un usuario compra en Zerca! puede comprar en diferentes tiendas de Zaragoza en un solo clic. A nivel logístico, cuando entra un nuevo pedido, el comercio tiene que aceptarlo a través de la plataforma, y cuando es verificado, Zerca! notifica al operador logístico cuándo tiene que pasar a recoger el pedido por la tienda, y también al comercio cuándo debe tener preparado el paquete. El comercio solo se tiene que encargar de preparar el pedido.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.zerca.com

[inicio] [titulares de grupo]



Panadería pastelería Tolosana.



Campaña Chusco Solidario.

Chusco solidario

El COVID 19, además de una crisis sanitaria, también ha traído una crisis económica que afecta a las personas más vulnerables de nuestra comunidad.

Por eso mismo, Tolosana, emprendió una campaña llamada Campaña del Chusco Solidario, casi un mes antes de la celebración del Día mundial del pan.

En la Pastelería Tolosana, compartiendo solidaridad con todos sus clientes, organizaron la cuarta edición de esta campaña en colaboración con el Banco de Alimentos de Zaragoza y Huesca.

Desde el 22 hasta el 30 de septiembre se premió la solidaridad de sus clientes, y por cada litro de leche que llevaron, obtuvieron un pan especial de regalo, el Chusco Solidario.

El reto para este 2020 fué la entrega de 1200 litros de leche al Banco de alimentos y el resultado es que se superaron las expectativas y los litros entregados a los Bancos de Alimentos de Huesca y Zaragoza, fueron 1.763.

www.pasteleriatolosana.com

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



Presentación de los aceites elaborados en la comarca del Somontano.

Denominación de origen para un aceite de altura

El proyecto de creación de una Denominación de Origen Somontano para el sector oleícola que iniciaron el pasado año el Centro de Desarrollo, la comarca, las almazaras y empresas comercializadoras y las organizaciones agrarias, goza también del respaldo del Gobierno de Aragón. La directora general de Promoción e Innovación Agroalimentaria del Ejecutivo autónomo, Carmen Urbano, ha dado su apoyo público a esta iniciativa en el acto de presentación de los aceites que se van a comercializar bajo el paraguas de Somontano por segundo año consecutivo.

"Crear marcas es cuestión de todos y desde el Gobierno de Aragón apoyamos la calidad diferenciada. Queda un camino largo porque hay un procedimiento importante que debemos cumplir pero estamos seguros de que estaremos orgullosos de esta marca y desde el Ejecutivo la apoyaremos en el aspecto técnico y promocional", ha explicado.

En la actualidad, Aragón cuenta con dos denominaciones de origen para el aceite de oliva virgen extra: Bajo Aragón y Sierra del Moncayo. "Estoy segura de que Somontano será la tercera", ha comentado Urbano, para quien, pese a la poca producción oleícola, la Comunidad se está posicionando en un segmento premium con variedades autóctonas y aceites especiales. "No podemos competir ni en nuestro país ni fuera con la importancia de la cuenca mediterránea e Italia sobre todo. Por eso tenemos que hacer un esfuerzo por diferenciarnos y aportar valor en nuestros aceites y conquistar mercados que aprecien esa diferenciación. Es un trabajo de marketing que debemos hacer entre todos", ha señalado.

La consecución de una Denominación de Origen Somontano para el aceite, un cultivo milenario en esta comarca, es un viejo anhelo de los profesionales del sector que aspiran a seguir el exitoso camino del vino "que es la mejor promoción de la comarca", en palabras de la directora general de Promoción e Innovación Agroalimentaria.

Somontano cuenta con 3.500 hectáreas de olivos de 19 variedades, lo que le da una gran riqueza y una distinción en el mercado. Actualmente existen cinco empresas elaboradoras de aceite (algunas almazaras recuperadas en pueblos hace unos años) y ocho empresas que comercializan marcas propias.

La campaña actual ha sido "mala", destacan los productores, con un descenso del 50% con respecto al anterior año. Este año se han molturado 1.723.000 kilos de olivas debido a la escasez de lluvias y al fuerte calor de verano, así como a la plaga de la mosca del olivo. La baja producción ha sido siempre un handicap para dar este paso, pero desde el Ceder Somontano, que pilota este proyecto, se tienen esperanzas de que los nuevos regadíos que se van a poner en marcha en Adahuesca y Barbastro favorezcan el cultivo del olivo, frente a la competencia del almendro, como ha señalado el presidente Mariano Altemir.

Por su parte el presidente de la Comarca, Daniel Gracia, aboga por el "impulso del sector del aceite con pasos firmes, que funcione bien y que repercuta en las almazaras que han invertido, pero sobre todo, que estos beneficios se impacten en todo el territorio como los agricultores, el turismo o la restauración".

(Fuente: *Heraldo de Aragón*)

[inicio] [titulares de grupo]

Concluye el proceso de adjudicación del primer lote de siete quioscos en zaragoza, para los que se han recibido un total de 83 ofertas



Infografía quiosco Plaza de Los Sitios.



Infografía quiosco Parque de la Granja.



Estado actual quiosco de Sagasta.

El Ayuntamiento de Zaragoza ha concluido el procedimiento para el concurso de concesión administrativa de siete quioscos ubicados en distintas plazas, parques y paseos de la ciudad. El objetivo es dar un nuevo impulso a este tipo de instalaciones, en algunos casos actualmente en desuso, para favorecer la creación de empleo, ofrecer ocio de calidad para los vecinos y conseguir una mejora arquitectónica y estética en estas construcciones.

En concreto, los quioscos que forman parte de este primer bloque de licitación son los del Parque de la Granja, Paseo Sagasta, Parque Castillo Palomar, Parque Bruil, Avenida de la Ilustración, Plaza de la Armonía y Plaza de los Sitios.

Tal y como explicó en su momento la consejera de Servicios Públicos, Natalia Chueca, "estos siete quioscos son los primeros que se licitan, aunque después vendrán, progresivamente, más de 30 que también saldrán a concurso. Se trata -avanza la consejera- de espacios que llevan ya tiempo cerrados y cuyo uso podrá ser adaptado a las actuales demandas ciudadanas".

Para la consejera, este concurso, y los que seguirán próximamente, llegan "en un momento especialmente complejo para la hostelería y para el ocio gastronómico con motivo de la crisis sanitaria del COVID-19. Precisamente la posibilidad de utilizar las terrazas y veladores que actualmente están en desuso abre una oportunidad -ha añadido Natalia Chueca- para la creación de empleo y de actividad económica".

ACONDICIONAMIENTO ESTÉTICO Y ACCESIBILIDAD, ENTRE OTRAS MEJORAS

Los adjudicatarios resultantes deberán hacerse cargo de las adaptaciones necesarias para la actividad específica a la que sea destinado cada local, a lo que habrá que sumar las obras necesarias para su acondicionamiento estético, que viene definido en líneas generales por el Consistorio para mantener, desde ahora, una coherencia en la imagen de todos los quioscos municipales.

En tres de los casos -Paseo de Sagasta, Avenida de la Ilustración y Plaza de los Sitios- será necesario demoler la estructura actual para construir una nueva. La inversión estimada en las ofertas para estos quioscos se sitúa entre 202.000 euros de Plaza de los Sitios y Sagasta- y los 278.000 euros de Avenida de la Ilustración.

Elemento clave a tener en cuenta es también la accesibilidad, tanto del propio quiosco como de sus veladores. El número de éstos variará según cada quiosco y su entorno, pero oscilará entre 17 y 40. Se ha propuesto, también, la posibilidad de construir pérgolas acristaladas permanentes que permitirán la ampliación del espacio para veladores y, además, faciliten su uso en días con peor meteorología. De hecho, el calendario de apertura obligatorio será del 1 de marzo a 30 de noviembre.

Entre los elementos que se han valorado en el proceso del concurso figuran, además de ofertas sobre el propio canon, detalles tan importantes como el número de empleados a tiempo completo que vaya a tener el quiosco; la accesibilidad; las mejoras estéticas ofertadas; mejoras medioambientales que incorpore el proyecto (uso de energías renovables,

eficiencia energética, instalación de aparcabicis); la oferta de alimentos saludables, etc.

También será valorada la oferta cultural que pueda incorporarse dentro de las actividades del quiosco. Del 1 de junio al 15 de septiembre se podrán programar conciertos al aire libre, aunque también podrán desarrollarse propuestas culturales de otro tipo el resto del año.

Para cada uno de los quioscos a concurso se ha realizado un análisis desde el punto de vista arquitectónico para que los interesados puedan conocer todos los detalles de la situación real de la construcción y de sus posibilidades.

Tras el fallo de la Mesa de Contratación, y una vez formalizado el contrato, los adjudicatarios tendrán 30 días para presentar el proyecto de remodelación del quiosco. Una vez aprobado, el plazo para realizar las obras necesarias será de 3 meses.

www.zaragoza.es

[inicio] [titulares de grupo]

Bodega San Valero presenta la colección "Celebrities" en la Barcelona Wine Week

Bodega San Valero (BSV) ha presentado su colección de vinos monovarietales "Celebrities" en la primera edición de la Barcelona Wine Week, que se celebró en la Ciudad Condal del pasado 3 al 5 de febrero. Los nuevos vinos tienen una clara vocación internacional. De hecho, la colección está dedicada a las variedades de uva que más se conocen en todo el mundo: cabernet sauvignon, merlot y syrah.

Bodega San Valero ha querido que la presentación de "Celebrities" coincidiese con la puesta de largo de la Barcelona Wine Week, un encuentro que supone la evolución del clásico Salón Intervin, ahora completamente reinventado. En esta primera feria internacional, que se ha celebrado en el palacio del recinto de Monjuic de Fira Barcelona, han mostrado sus vinos más de 550 bodegas y se ha contado con la presencia de 40 denominaciones de origen de todo el territorio nacional.

Durante los tres días de actividad, la colección de monovarietales "Celebrities" ha sido la gran protagonista en el expositor de Bodega San Valero. La glamurosa imagen de las etiquetas ha llamado mucho la atención y ha sido el principal foco de atracción para que los visitantes se acercasen a probar los vinos.

Los monovarietales que se han presentado en este salón son: Merlot 2018, Syrah 2018 y Cabernet Sauvignon 2018. Con ellos, a través de su contenido y de su moderna y glamurosa imagen, BSV quiere que las variedades de uva más famosas se conviertan en "auténticas celebridades".

El director general de Bodega San Valero, Ignacio Pastor, destacó en la puesta de largo de "Celebrities" que "es un lanzamiento muy importante vinculado a las nuevas tendencias de consumo y a los jóvenes que se están acercando a los vinos de Bodega San Valero". Tras la buena acogida en la Barcelona Wine Week, Ignacio Pastor confía en que "sea una colección con un largo recorrido".

EL VINO 8.0.1 DE BODEGA SAN VALERO SE PRESENTA CON NUEVA IMAGEN Y APOYANDO A LA HOSTELERÍA ARAGONESA

El vino más especial de Bodega San Valero, el 8.0.1, se renueva, pero manteniendo la esencia de siempre, el famoso coupage de las tres variedades originales con las que se elabora desde 2004: Cabernet Sauvignon, Merlot y Syrah.

La nueva imagen del 8.0.1 busca romper la estética habitual que acompañaba al producto desde su lanzamiento hace 16 años. Se trata de una puesta de largo con una mirada amplia, ya que toda la bodega es la que está en proceso de renovación, y es que todo este tiempo ha servido para parar, pensar y recapacitar.

El diseño de la botella es muy rompedor. Se ha eliminado la tradicional etiqueta para crear una elegante serigrafía sobre el vidrio. En ella, todo el protagonismo recae en los tres números icónicos de su denominación. De esta forma, también por fuera, se convierte en un vino único e irrepetible, ideal para seguir marcando puntos de inflexión en la historia de la bodega durante, al menos, 16 años más.

Este vino de autor sigue siendo obra del enólogo de Bodega San Valero, Javier Domeque. Por supuesto, ha respetado las tres variedades empleadas desde que en 2004 salió al mercado



Colección de vinos monovarietales "Celebrities" presentados en la primera edición de la Barcelona Wine Week.



Nueva imagen del 8.0.1.

el primer 8.0.1, con motivo del 60 aniversario de la bodega. Para el ensamblaje se ha recurrido a las siguientes añadas: Cabernet Sauvignon de 2014, Merlot de 2015 y Syrah de 2016.

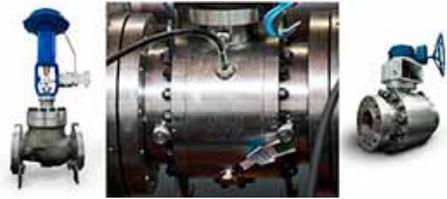
El lanzamiento del nuevo 8.0.1 ofrece una novedad más, ya que está asociado a una campaña de apoyo a la hostelería que ha durado del 15 de junio al 15 de agosto.

Bodega San Valero entregó una botella gratis a los establecimientos por cada unidad vendida en su tienda online. El director general, Ignacio Pastor, afirma que "esta iniciativa surgió con la idea de apoyar a la hostelería aragonesa en un momento de grandes dificultades e incertidumbre".

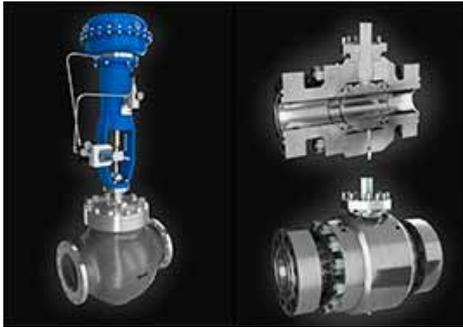
www.sanvalero.com

[inicio] [titulares de grupo]

Experiencia de producto en realidad virtual para Vector Valves



En ferias internacionales, tienen la necesidad de mostrar sus válvulas de grandes dimensiones.



Bloquetech Diseño elaboró para el cliente diverso material fotorrealista.

Vector Valves es una compañía especializada en la fabricación de válvulas industriales para diversos sectores críticos. En su fase de venta, para eventos como ferias internacionales, tienen la necesidad de mostrar a potenciales clientes, tanto con perfil comercial, como con perfil técnico, sus válvulas de grandes dimensiones para su evaluación y conocimiento.

Para la exposición de algunos de sus modelos más exitosos en una feria internacional situada en Egipto, de gran repercusión, Vector Valves solicitó a Bloquetech Diseño el encargo de encontrar una manera de poder mostrar a los clientes aspectos técnicos y visuales de las válvulas, su construcción y partes, a escala real, sin tener que transportar físicamente las válvulas, debido al enorme coste que supone y la complicación logística además del sobrecoste de alquiler de un stand de enormes dimensiones para poder albergar las piezas.

Bloquetech Diseño, especialistas en visualización para entornos industriales, propuso a Vector Valves la recreación a escala real en entornos virtuales de dos de sus válvulas para ser visualizadas y poder interactuar con ellas mediante gafas de realidad virtual inmersiva, gracias a las gafas inalámbricas de Oculus. Su versatilidad, potencia suficiente de generación de contenido, y control sencillo mediante botoneras virtuales, permite poder interactuar creando secciones, explosiones secuenciales y movimientos suaves para poder visualizar con detalle cada pieza y poder entender el funcionamiento mediante animaciones interactivas.

Además, Bloquetech Diseño elaboró para el cliente diverso material fotorrealista de acompañamiento para sus catálogos y pantallas de visualización. De esta manera se suministra material para una campaña, para ferias, catálogos, página web, redes sociales y contenido de email marketing, orientado a profesionales de sectores industriales. Bloquetech Diseño está habituada a hablar el "idioma" técnico e industrial más exigente gracias a perfiles de Diseñadores Industriales, de Producto y gráficos, orientados al mundo industrial.

El resultado de esta colaboración ha generado para el cliente una fuente de comunicación distinta de la habitual, que rompe horizontes y barreras con los clientes, y que permite a sus comerciales acercar con fidelidad características técnicas y visuales de su cartera de producto a sus clientes potenciales de una manera sencilla y mucho más económica.

www.bloquetech.com

[inicio] [titulares de grupo]



Profesionales del sector artístico de Aragón están participando en el programa A³RTE2020.

Nace A³RTE, la primera aceleradora de arte en Aragón

Aragón Acelera el Arte (A³RTE), la primera aceleradora de arte en Aragón, es una iniciativa artística que pretende suministrar todos los recursos necesarios para el fortalecimiento de profesionales emergentes del arte en la Comunidad. Para ello, se ha ofrecido un programa integral que abarca todas las etapas de la creación artística: desde la conceptualización y producción de la obra, así como la introducción de tecnología como parte de la propuesta curatorial, hasta su presentación al público en forma de exposiciones.

Esta iniciativa ha nacido con el objetivo de impulsar a los profesionales del arte emergentes, aragoneses o residentes en Aragón, ofreciendo servicios de aceleración valorados en más de 33.000 €. Estos incluyen becas, ayuda a la producción, aplicación de tecnología a las obras de los artistas, así como visibilidad, formación, mentorizaje y asesoramiento, entre otros.

A³RTE parte de la construcción de una línea curatorial novedosa, creada mediante una beca de 4.000 € para un joven comisario, cuyo papel fue elegir a cuatro artistas, junto a Bodega ENATE e Impact Hub Zaragoza que, a su vez, recibirían una beca de 1.000 € cada uno para el desarrollo de una propuesta artística. Además, el curador contruyó una línea conceptual que integraba las exposiciones de los artistas seleccionados y dotaba identidad a todo el proceso productivo.

Las fechas para inscribirse al programa se dividieron en dos fases: la primera, hasta el 3 de abril, para los curadores, y la segunda, hasta el 13 de abril, para los profesionales del arte emergentes. Posteriormente, entre los meses de mayo y junio, se realizaron tres Master Class con tres destacados profesionales del sector. Durante este periodo, los artistas prepararon sus exposiciones con la mentoría del programa, incluyendo toda la producción necesaria, así como el diseño de una página web propia y la introducción de tecnologías inmersivas en una obra por artista. Y todo, claro, dando visibilidad a los artistas, cuyas exposiciones se exhiben desde el pasado junio hasta noviembre, en el espacio expositivo de Impact Hub Zaragoza, con una duración de 4 a 5 semanas cada una.

Otro de los objetivos de A³RTE es la dinamización del ecosistema artístico de Aragón. Para ello, se desarrollarán conversatorios que permitirán a los becados ampliar sus horizontes con todos los agentes del sector del arte de la Comunidad.

www.a3rte.xyz
www.hubgz.com
www.enate.es

[inicio] [titulares de grupo]

Diseño Nacional e Internacional

Groupe PSA, único fabricante que produce turismos 100% eléctricos en todas sus plantas en España



Fabricación en Zaragoza del nuevo Opel-Corsa-e.

"Con el inicio de la fabricación del Citroën ë-C4 – 100% eléctrico, el Centro de Madrid y Groupe PSA España entran en una nueva era, en la que nos convertimos en el único fabricante de automóviles que produce vehículos 100% eléctricos en todas sus plantas españolas: Zaragoza, Vigo y Madrid. La nueva plataforma multienergía CMP aporta valor, competitividad y flexibilidad a nuestros centros de producción en España, ya que permite producir modelos de los segmentos B y C en sus versiones gasolina, diésel y 100% eléctricas de cualquiera de nuestras 5 marcas (Peugeot, Citroën, DS, Opel y Vauxhall)", ha declarado Juan Muñoz Codina, Director General Industrial para España y Portugal de Groupe PSA.

El compromiso de Groupe PSA con el medio ambiente y la reducción de emisiones de CO₂ ha sido reconocido por numerosos organismos como la organización sin ánimo de lucro CDP que ha incluido al Grupo entre los líderes mundiales de la transición hacia bajos niveles de carbono.



AGVs con elementos mecánicos, entre ellos baterías que se desplazan hacia el casamiento del motor.

Una estrategia medioambiental que tiene en la electrificación de la gama uno de sus puntos fuertes. Desde 2019, el 100% de los lanzamientos de las distintas marcas de Groupe PSA incorporan una versión electrificada, que convivirá con motorizaciones gasolina y diésel eficientes Euro 6. El objetivo es que el 100% de la gama esté electrificada en 2025.

España tiene mucho que decir y aportar en esta meta. Groupe PSA ha realizado significativas inversiones en sus tres plantas españolas para que Zaragoza, Vigo y Madrid estén fabricando ya vehículos electrificados.

De esta forma, a principios de 2020, la Planta de Zaragoza ya comenzó su producción del Opel Corsa e-100% eléctrico y el Centro de Vigo el Peugeot e-2008 "cero emisiones". Con el Citroën ë-C4 – 100% eléctrico, que inicia su fabricación en Madrid, culmina esta primera fase de la estrategia de electrificación de Groupe PSA en España, con tres modelos 100% eléctricos ensamblados en sus tres plantas en nuestro país. Todo un hito en la historia de la automoción española.

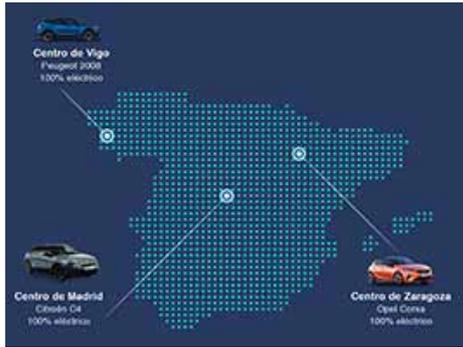
Vigo y Zaragoza, además, tienen un protagonismo especial en esta nueva era, ya que desde Vigo y próximamente desde Zaragoza, se montan las baterías que equipan los automóviles eléctricos fabricados por Groupe PSA.



Visión artificial en carrocerías.

PLATAFORMAS MODULARES MULTIENERGÍA

Uno de los principales cambios que ha hecho posible esta rápida transición hacia la movilidad eléctrica ha sido la implantación de plataformas modulares multienergía que permiten producir en una misma línea de producción versiones térmicas y electrificadas, lo que permite adaptarse rápidamente a las fluctuaciones de la demanda de vehículos por parte de los clientes.



Vehículos 100% eléctricos en todas sus plantas españolas: Zaragoza, Vigo y Madrid.



SM el Rey Felipe VI descubriendo la placa conmemorativa.



SM el Rey Felipe VI al volante del nuevo Opel Corsa-e.

Exterior de la planta de Zaragoza de Groupe PSA.

Las fábricas españolas dan sus primeros pasos en la fabricación de vehículos eléctricos de nueva generación con la plataforma CMP, diseñada para vehículos de tamaño pequeño y medio, que permite optar por las versiones 100% eléctricas con una autonomía de hasta 340 km. Por su parte, la plataforma EMP2, dedicada a vehículos de tamaño medio y superior, apuesta por las versiones híbridas enchufables con hasta 59 km de autonomía en "cero emisiones". Todas estas versiones electrificadas disfrutaron de las ventajas de la etiqueta Cero de la DGT.

Junto a las nuevas plataformas, para adaptarse a la electrificación, las plantas españolas de Groupe PSA han implantado innovaciones que han transformado el modo en el que se fabrican automóviles. Algunas de estas tecnologías son la realidad aumentada, realidad virtual, visión artificial en controles de aspecto y control geométrico, ayuda visual e inteligente al operario, los robots colaborativos (cobots)... Además, también se ha trabajado la logística, con nuevos modos de automatización del aprovisionamiento como el sistema de secuenciación y distribución de piezas y componentes en la línea de montaje Full Kitting, asegurado por vehículos autoguiados AGVs, que agiliza las operaciones de ensamblado y son energéticamente más eficientes y sostenibles.

En Groupe PSA, los concesionarios y los servicios oficiales de las distintas marcas tienen un papel esencial ante la electrificación. Son el punto de contacto de los clientes ante esta nueva tecnología, su referente y el lugar en el que encontrarán la información más completa. Los equipos comerciales y técnicos han recibido una completa formación para responder a cualquier duda, asegurar el mantenimiento de estos vehículos o resolver cualquier problema.

Además, se ha puesto en marcha un completo plan de electrificación de las redes comerciales en España. El 100% de la red principal de concesionarios de las 4 marcas (Peugeot, Citroën, DS y Opel) están preparadas para vender y reparar vehículos eléctricos, habiéndose instalado para ello, unos 2.000 puntos de recarga en las zonas operativas de la concesión: área de entrega, parking de vehículos de demostración, parking clientes y taller.

SM EL REY FELIPE VI RESPALDA EN ZARAGOZA EL LANZAMIENTO DEL NUEVO OPEL CORSA

El monarca visitó la planta de montaje, con especial atención a la nueva plataforma CMP multienergía de Groupe PSA, sobre la que se fabricarán vehículos 100% eléctricos, gasolina y diésel en la misma línea de producción. Esta flexibilidad permitirá a las plantas de Groupe PSA adaptarse a la demanda de los clientes.

Tras reunirse con trabajadores y representantes del Comité de Empresa, Su Majestad el Rey Felipe VI condujo la primera unidad del Nuevo Opel Corsa. Tras el acto institucional, descubrió una placa conmemorativa y firmó en el libro de honor de la planta.

<https://site.groupe-psa.com/espana/es/>

[Inicio] [titulares de grupo]





Vehículo biplaza eléctrico AMI.



Interior del habitáculo.

Un cuadríciclo como punta de lanza

Citroën arriesga en su apuesta eléctrica con el biplaza Ami, en cuya distribución participan FNAC y Darty.

En el grupo PSA. Con la supervisión general del portugués Carlos Tavares, que heredó de su ex-jefe Carlos Ghosn –hoy fugitivo de la Justicia japonesa– el apelativo de "Cost killer" (asesino de costes), cada una de las marcas del grupo PSA perfila su propia personalidad. En esa familia cuyo aparente liderazgo ejerce Peugeot, con DS optando por el lujo y –desde 2017– una Opel que aporta el carácter sobrio de los alemanes, Citroën se está haciendo un hueco con personalidad propia. Así lo puso de manifiesto el pasado jueves en París, en la presentación de una ofensiva eléctrica que inicia su andadura con nombre propio, Ami. El biplaza que presentó en el Salón de Ginebra del año pasado como modelo de concepto Ami One, es ya una realidad y está destinado a convertirse en la avanzadilla de la apuesta de la marca por vehículos enchufables. En realidad, más que un coche se trata de un cuadríciclo, lo que significa que no se necesita tener carné de conducir para sentarse al volante de uno de ellos y conducir por la ciudad (o en una isla, por ejemplo, si una cadena de hoteles se decidiera a comprar una flota para ofrecer a sus clientes).

Asequible. Vicent Cobée, que dirige Citroën tras reemplazar en estas responsabilidades a la británica Linda Jackson, presentó el modelo Ami en La Défense Arena de París empleando un correcto inglés aunque con acento francés en el marco de un evento en el que se proclamaba que la marca "goes electric for all", que se hace eléctrica para todos. El "goes electric", recordemos, fue precisamente el lema que utilizó Opel cuando en junio del año pasado presentó en Rüsselsheim (Alemania) el nuevo Corsa, que meses después empezó a ensamblarse en la planta de Zaragoza y que desde hace diez días cuenta con una versión eléctrica producida aquí en serie. Sin embargo, el "for all" que añade Citroën en su lema supone ir más allá y encaja bien con lo que quiere conseguir la firma con el nuevo Ami: Demostrar que sus vehículos son para todos, también para los que no tienen carné y quieren desplazarse por la ciudad conduciendo unos minutos, unas horas o todo el tiempo que dure el cuadríciclo si lo compran (se vende desde 6.900 euros). La idea es que el Ami, que se fabrica en la planta marroquí de PSA de Kenitra, pueda entrar a la larga en la flota de coche compartido de PSAFree2Move, de modo que pueda reservarse su utilización mediante una aplicación, aunque también existe la opción del 'renting'. Para quienes adquieran el modelo en Francia –Fnac y Darty son también canales de distribución– hay ayudas para la compra de cuadríciclos eléctricos de 900 euros.

Riesgo y electricidad. Iniciar un nuevo camino por los modelos a baterías con el Ami es una apuesta arriesgada para Citroën. Cobée, de hecho, dijo que intentarán vender todas las unidades que puedan, pero rehusó dar cifras concretas. Evidentemente, apuntó alguien de su equipo, hay una hoja de ruta y unas previsiones, pero nadie dio cuenta de ellas. En cualquier caso, y como ya recalcan desde hace un tiempo los directivos de PSA y de las diferentes marcas del grupo, todos los modelos de este tendrán ya versiones 100% eléctricas o híbridas enchufables en 2025. Es decir, que en el paquete está el C3 Aircross que se ensambla en la factoría de Figueruelas desde 2017, compartiendo plataforma con el Opel Crossland X. La promesa no es baladí, pero PSA puede hacerla sin temor a equivocarse porque utiliza la plataforma CMP, que le permite

ensamblar en una misma línea de montaje tanto vehículos térmicos como eléctricos. Así lo está haciendo ya, de hecho, con el Corsa en Zaragoza, cuyos directivos, por cierto, tampoco han querido dar datos sobre el número de unidades del eléctrico que prevén producir.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.citroen.es

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

Crean un ojo robótico de alta resolución que se conecta por cable al nervio óptico



Vista del ojo robótico.

Se trata de la réplica artificial más precisa que existe de un ojo humano. Un diseño robótico que, por primera vez en la historia, copia la estructura de la retina presente en este órgano. Además, se se trata de un invento robótico totalmente autónomo que se alimenta por luz solar y ofrece un ángulo de visión de 130°. Solo 30° menos que un ojo humano real. Un grupo de investigadores de la Universidad de Hong Kong (China) han logrado replicar la estructura de la retina del ojo humano y la han utilizado para crear un ojo robótico que además funciona con energía procedente de la luz solar. Hasta el momento la ciencia había tenido dificultades para crear ojos robóticos con la forma de ojos humanos, por lo que la mayoría adoptaba formas planas como las de las lentes de las cámaras. El modelo diseñado por la Universidad de Hong Kong y publicado en la revista Nature salva este obstáculo haciendo uso de una retina hemisférica, con una membrana de óxido de aluminio compuesta por sensores fotosensibles de alta densidad y de tamaño nanométrico. La forma de cúpula de la retina natural reduce la difusión de la luz que pasa a través de la lente, mejorando el enfoque. El nuevo modelo de ojo biónico tiene un tamaño de unos dos centímetros de diámetro y proporciona un rango de visión de 100 grados, frente a los 130 de un ojo humano estático. El interior de la cuenca ocular, por su parte, está compuesto por un líquido iónico para mejorar la conductividad y el dispositivo está conectado por la parte trasera por cables de metal líquido.

El dispositivo obtiene la energía a través de la luz solar, ya que utiliza nanocables sensibles a la luz fabricados con un material llamado "perovskite", utilizado para los paneles solares. De esta manera, cada nanocable puede absorber energía solar, que pasa a ser la única fuente energética del ojo biónico.

El dispositivo por el momento presenta una resolución más baja que la de los sensores de cámara actuales, pero los investigadores aseguran que esta tecnología podría conectarse al nervio óptico para funcionar como ayuda a la visión.

La investigación ha realizado pruebas preliminares del sistema y ha conectado el ojo robótico a un ordenador, que ha sido capaz de reconocer imágenes de las letras E, I e Y.

(Fuente: El Mundo)

[inicio] [titulares de grupo]



**Diseño
como herramienta
para la innovación
y modernización de
las administraciones
públicas**

Estudio sobre la utilización del diseño como herramienta de modernización de las administraciones públicas.

El Ministerio de Ciencia e Innovación publica un estudio sobre la utilización del diseño como herramienta de modernización de las administraciones públicas

El documento pone de manifiesto el potencial que el diseño tiene como catalizador de innovación y modernización en el ámbito de las administraciones públicas. Es el resultado de un grupo de trabajo formado por un equipo técnico del Ministerio junto con diseñadores independientes, que han recibido apoyo de otras administraciones públicas, empresas y organizaciones.

La práctica del diseño ha comenzado a incorporarse como capacidad crítica en los procesos estratégicos de numerosas organizaciones. Existen relevantes ejemplos de instituciones públicas y organismos internacionales que han entendido el potencial del diseño y lo han incorporado en el centro de sus organizaciones y estrategias.

El informe avala el elevado nivel del diseño realizado en España, así como su importante tradición histórica. También apunta a implementar la perspectiva del diseño como una palanca de innovación.

<https://www.ciencia.gob.es/portal/site/MICINN/>

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



Tommy Hilfiger lanza en Europa una colección para personas con discapacidad..

Tommy Hilfiger lanza en Europa una colección para personas con discapacidad

El diseñador americano Tommy Hilfiger lanzó el pasado mes de junio, por primera vez en Europa, una colección para que las personas con discapacidad puedan vestirse de manera más fácil.

Tommy Hilfiger Adaptive es una línea de ropa que ya estaba presente en Estados Unidos, pero que ahora también forma parte de las colecciones que se comercializan en Europa, prendas creadas para que los adultos y niños con discapacidad puedan vestirse con mayor facilidad. La colección cuenta con el mismo estilo "classic American Cool", explica la firma, pero con cierres más fáciles, soluciones para vestir sentado y detalles específicos para prótesis.

Esta línea de ropa forma parte del compromiso de la firma de crear moda para "todo el mundo", siempre "inclusiva" y "accesible", para adultos y niños. "El hecho de tener un hijo con necesidades especiales me ha enseñado lo importante que es esta colección", comenta el diseñador, que tiene un hijo con autismo.

"Todas las prendas cuentan con la misma calidad, tejidos y estilo que ofrecemos en el resto de colecciones", explica. Las adaptaciones son "discretas" y funcionales, consiguiendo que tanto adultos como niños puedan vestirse con mayor facilidad, para que "tengan una mayor independencia y se sientan genial". Según argumenta, la razón que llevó a la firma a replantearse el proceso de diseño fue ayudar a que "algo tan simple como vestirse cada día" no suponga "un reto".

Algunas de las soluciones ocultas que Tommy Hilfiger Adaptive incluye son cierres magnéticos y cremalleras con agarres más largos para personas con movimiento reducido, así como aperturas en costuras laterales, bajos ajustables y perneras más anchas para acomodar todo tipo de prótesis o vendajes.

También incluye pantalones para vestir sentado con la parte delantera más baja para que no apriete y la parte trasera más alta para que cubra mejor. La colección ha eliminado además todo tipo de bolsillos o costuras incómodas, y dispone de tiras ajustables, cinturillas elásticas y cuellos de fácil apertura que facilitan ponerse y quitarse camisas y camisetas y cordones elásticos, ribetes ajustables y bandas para subirse los pantalones más fácilmente.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

<https://es.tommy.com/tommy-adaptive>

[inicio] [titulares de grupo]



Mango lanza una colección para adolescentes.

Mango lanza una línea de ropa para adolescentes

Mango ha ampliado su línea dedicada al mundo infantil. Así, más allá de Mango Kids, ahora pone el foco de atención en los adolescentes de entre 11 a 15 años con su nueva línea de ropa a la que ha llamado Teens y donde podemos encontrar diseños actuales, siguiendo las tendencias del momento y con mucho estilo para cumplir las expectativas de los jóvenes de la casa.

Se trata de una colección cápsula, disponible en una selección de tiendas de mercados entre los que se encuentra España, así como en su página web. Los diseños de esta nueva colección cubren tanto la línea "sport" como la formal y reflejan las tendencias actuales.

Mango Kids, que se lanzó en 2013, está presente en más de 70 países y cuenta con más de 530 puntos de venta en todo el mundo.

Mango Man, Mango Kids y Violeta supusieron el 18% de las ventas de la multinacional catalana de moda el año pasado.

www.mango.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del encuentro.

8º ENAD. Encuentro Nacional de Diseño

El 8ENAD, encuentro nacional de diseño coorganizado por DIP y READ bajo el lema "Diseñar antes de comer", se desarrolló, debido a las circunstancias, durante los pasados días 17 y 18 de septiembre en streaming en Murcia.

En esta ocasión, la idea fue apoyarse en la extraordinaria creatividad que gira en torno a la alta cocina española para dar a conocer innovaciones y procesos de diseño que pueden trasladarse a otros sectores productivos (la industria agroalimentaria, el turismo, horeca, etc.). El objetivo fue compartir cómo contribuir para mejorar el mundo que viene.

Así, también se rediseñó la propuesta para este encuentro, adaptando las actividades inicialmente concebidas para que resultasen viables y útiles en la realidad del momento actual.

Se emitieron en streaming actividades abiertas: «Alta creatividad», «Festival 8ENAD», «FSWD», «Cocinar Juntas», «Foodie Women» y «Mar Menor SOSostenible».

www.designread.es

[inicio] [titulares de grupo]



Eventos

Formación

V Ciclo de conferencias en diseño y empresa

Fecha de inicio: 15 y 19 de octubre y 3, 5 y 10 de noviembre.
Lugar: Universidad de Zaragoza.

A través de una serie de conferencias y casos prácticos se mostrará el papel clave que tiene el diseño en la empresa, su importancia creciente dentro de la gestión y dirección, y las tendencias actuales como el design thinking y otras metodologías en el de diseño de productos y servicios.

Este ciclo es gratuito y va dirigido a estudiantes de cualquier escuela, facultad o enseñanza universitaria. A todos los participantes que acrediten su asistencia al ciclo completo y lo soliciten se les emitirá un certificado. Se ha solicitado la concesión de 0,5 créditos de libre elección a los estudiantes de la Facultad de Economía y Empresa, si acreditan la asistencia y realizan las actividades planteadas durante el ciclo.

CADI

[inicio] [titulares de grupo]

Máster en Enseñanzas Artísticas: Estrategias de Creatividad Espacial y Gráfica en Instalaciones Efímeras

Lugar: Escuela Superior de Diseño de Aragón, Zaragoza.
El Máster pone en valor el trabajo multidisciplinar en el mundo del diseño de forma global, generando una estructura fundamentada en la búsqueda de nuevos códigos de creatividad a partir de estrategias metodológicas que potencien los conceptos de interdisciplinariedad y el planteamiento de instalaciones efímeras, como ámbito de trabajo dentro de una visión interdisciplinar del diseño.

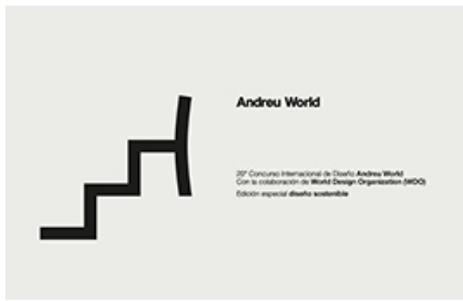
La puesta en valor de las instalaciones efímeras como campo de investigación y desarrollo de los profesionales del diseño, hacen que esta propuesta de Máster se centre en líneas de investigación orientadas a amplios campos de actuación.

www.esdamaster.com

[inicio] [titulares de grupo]

Concursos

XXª Edición del Concurso Internacional de Diseño Andreu World



Recepción de candidaturas hasta el día 27 de Noviembre del 2020.

El Concurso Internacional de Diseño Andreu World, uno de los más longevos de nuestro país, llega a su vigésima edición. Por él han pasado ya más de 30.000 participantes procedentes de 120 países. Para conmemorar dicho hito, la compañía de mobiliario valenciana ha querido dedicar la temática de este año al diseño sostenible.

El certamen se dirige tanto a jóvenes estudiantes como a profesionales del sector, sin límite de edad, que deberán presentar un diseño inédito de una silla o una mesa. Las piezas tienen que adecuarse a criterios de sostenibilidad y no pueden haber sido comercializadas, ni publicadas anteriormente. El primer premio está dotado con 5.000€ y el segundo con 2.500€.

www.andreuworld.com

[inicio] [titulares de grupo]

Libros y publicaciones

Nace en Zaragoza la revista cultural "Paladar Magazine"

Juventud y vanguardia. Son los dos elementos que tienen en común los contenidos de Paladar Magazine, la nueva revista cultural que nace en la capital aragonesa. La publicación recoge entrevistas y reportajes a artistas de distintas disciplinas y especialidades, como la pintura, escultura, fotografía, moda, diseño, música, audiovisual o gastronomía.

El cuidado diseño y la edición de la revista es obra de Omnia Estudio Creativo. Sus impulsores son dos estómagos hambrientos de cultura Guillermo Rivera y Víctor Lallana ponen en marcha este proyecto con el objetivo de dar difusión al arte que se genera en Zaragoza, especialmente, a través de las visiones de los creadores más jóvenes y vanguardistas.

Los contenidos, elaborados íntegramente por estudiantes de Periodismo de la Universidad de Zaragoza, ahondan en los procesos creativos de artistas como Maiky Maik, Mystic Lamb, Cristina Sieso, Enrique Perales o Lux Naturans, en este primer número. La publicación es gratuita y se distribuye en varios puntos de encuentro culturales de la ciudad, como centros cívicos, salas de conciertos, hostelería, museos y pequeños comercios.

www.paladar.omniaestudio.es

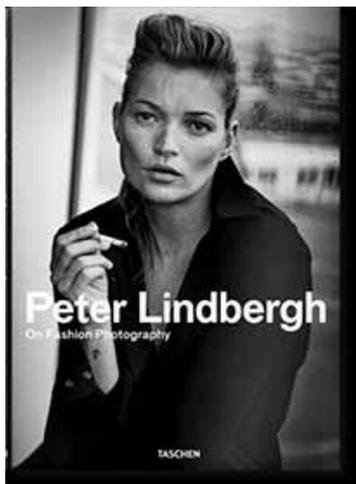
[inicio] [titulares de grupo]

El arte del color

Autor: Johannes Itten

Editorial: Gustavo Gili





La teoría del color de Johannes Itten puede considerarse una referencia universal para todas aquellas personas —artistas, diseñadores, historiadores del arte, estudiantes— interesadas en el color y sus complejidades. No hay libro o curso de introducción al color que de forma directa o indirecta no haga referencia a las aportaciones teóricas y pedagógicas de Itten.

Publicado en 1961, El arte del color recoge el material didáctico de los cursos que el autor impartió acerca del color en la famosa escuela de arte y arquitectura de la Bauhaus, un libro que, con el tiempo, se ha convertido en un clásico en plena vigencia. Cuestiones fundamentales de la teoría del color que son planteadas con la maestría del artista y la sencillez del pedagogo.

www.ggili.com

[inicio] [titulares de grupo]

Peter Lindbergh. On Fashion Photography

Autor: Peter Lindbergh
Editorial: Taschen

Dos grandes de mundos diferentes, por un lado Taschen del mundo de la edición y la publicación, junto con Peter Lindbergh, uno de los archiconocidos de la fotografía de moda, se alían hoy para publicar una edición cargada sin precedentes. Siga los pasos de Peter Lindbergh a lo largo de cuatro decenios a la vanguardia de la fotografía de moda. A través de sus innumerables colaboraciones con los nombres más venerados del mundo de la moda, el fotógrafo alemán creó nuevas narrativas con un enfoque humanista que dieron como resultado tomas icónicas a un tiempo introspectivas y atractivas. Este libro incluye más de 300 imágenes, muchas de ellas inéditas, así como una introducción en la que Lindbergh nos da su opinión sobre la "llamada fotografía de moda".

www.taschen.com

[inicio] [titulares de grupo]

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

Autor: Alejandro Masferrer
Editorial: Editorial Gustavo Gili

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

www.ggili.com

[inicio] [titulares de grupo]



Eventos

CERCO 2020

Fecha: Del 24 al 27 de Septiembre (Exposiciones hasta el 22 de Noviembre).

Lugar: Centro de Artesanía de Aragón, Museo Pablo Gargallo, Sala Juana Francés y Glaría A del Arte.

Son dos décadas organizando uno de los eventos internacionales referentes en cerámica contemporánea. Comenzó como un evento pionero a nivel nacional celebrándose como feria y premio y, a lo largo de estos años, ha ido adaptándose a cada momento convirtiéndose en Festival y Premio celebrados en años alternos.

La voluntad de ceramistas y la implicación de la Asociación profesional de Artesanos de Aragón junto con varias Instituciones públicas y agentes culturales privados ha hecho posible que CERCO siga vivo. Nuestro objetivo sigue siendo reivindicar el soporte cerámico como un medio de expresión más dentro del arte contemporáneo y difundir la obra de artistas tanto emergentes como consolidados, poniendo el foco en aquellas obras que combinan la técnica cerámica con otras disciplinas, estimulando y nutriendo de este modo la creación de la cerámica contemporánea.

www.cerco.es

[inicio] [titulares de grupo]

Jorge Isla, en A3RTE 2020

Fecha: Del 24 al 30 de Octubre.

Lugar: ImpactHUB Zaragoza.

Jorge Isla es el primero de los cuatro artistas que va a participar con una exposición en A3RTE 2020, el primer proyecto de la aceleradora de arte impulsada en Aragón por Impact Hub Zaragoza y Bodega ENATE.

Nacido en Huesca (1992), este artista propone una metáfora visual en la que interrelacionan objetos aparentemente dispares, que mezclan pasado y futuro, lo natural y lo artificial,

Jorge Isla Neofossils

24 sept - 30 oct.20



A3RTE2020 ENATE

OPENTHISEND
Cur. Lorena Domingo

Barcelona Design Week

reflexionando sobre la relación entre los humanos, la naturaleza y la tecnología.

Las raíces que sustentan el árbol frente a los cables que sustentan la tecnología. La unión entre lo etno y lo tecno a través del ensamblaje de materiales que han finalizado una etapa y se han convertido en un nuevo combustible para proponer una nueva realidad poética.

www.a3rte.xyz

[inicio] [titulares de grupo]

Barcelona Design Week '20

Fecha: Del 17 al 26 de Noviembre.

La Barcelona Design Week regresa con energía para pasar a la acción. Si durante los últimos meses el diseño ha demostrado su utilidad para afrontar las problemáticas derivadas de la emergencia sanitaria, ahora toca ampliar la mirada hacia los grandes retos que tenemos que afrontar como sociedad y darles la vuelta. El diseño tiene mucho que aportar para impulsar los grandes cambios que se necesitan en todos los niveles, económico, medioambiental y social.

Bajo el lema "Diseño para el activismo", la decimoquinta edición de la Barcelona Design Week se presenta como una doble llamada a la movilización. Por un lado, a la movilización del sector y el activismo de profesionales y empresas para que desarrollen ese diseño capaz de aportar soluciones y generar igualdad, equilibrio y confianza. Por la otra, una llamada a la movilización ciudadana y de los agentes económicos que, con sus acciones, contribuyan a la recuperación del tejido creativo, ofreciendo confianza, contratando y consumiendo productos y talento local.

Entre el 17 y el 26 de noviembre podrás participar en unas ochenta actividades, tanto en formato online como presencial, repartidas por toda la ciudad. Y con un pistoletazo de salida de lo más sugestivo: la conferencia inaugural a cargo de Paola Antonelli.

www.barcelonadesignweek.com

[inicio] [titulares de grupo]

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

(Reglamento 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo (RGPD)) y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, garantiza la total privacidad de los datos personales de nuestros usuarios.
Para darse de baja de la suscripción
[\[haga click aqui\]](#)

