

mayo - agosto 2014



Titulares

Diseño en Aragón

- Araven revoluciona la forma de hacer la compra con un cómodo y vanguardista carro de supermercado. [\[leer\]](#)
- Proytecsa security, presenta su último robot aunav.NEXT [\[leer\]](#)
- Balay amplía la gama de lavadoras con motor ExtraSilencio y función Varioperfect. Compromiso con la comodidad y el ahorro. [\[leer\]](#)
- BTV - Galaxy, nuevo buzón de plástico para exterior. [\[leer\]](#)
- Nuevas espinilleras Podoactiva. [\[leer\]](#)
- Desarrollo conceptual de una nueva línea de producto de aire libre. [\[leer\]](#)
- HMY Yudigar y 3M, en el sector de la ferretería . [\[leer\]](#)
- Cash-Safe de BTV - La manera más segura de manejar efectivo. [\[leer\]](#)
- TowCar presenta el TowCar Cross, un innovador portamotos plegable. [\[leer\]](#)
- MZ del Río presenta su nueva canaleta Air Stop. [\[leer\]](#)
- Tolve de destete para alimentación porcina. [\[leer\]](#)
- Un grupo de investigadores del I3A y fisioterapeutas clínicos recurren al crowdfunding para sacar adelante un proyecto ligado a la salud. [\[leer\]](#)
- III Jornada de Jóvenes Investigadores del I3A. [\[leer\]](#)
- Se presenta la aplicación Takebar. [\[leer\]](#)
- Custodium, un GPS tracker en contenedor textil acompañado de una App [\[leer\]](#)
- Nuevo concepto *Wearable tech Made in Spain*.[\[leer\]](#)
- El Borago Alimentación. [\[leer\]](#)
- Atades presenta su nueva marca Gardeniers. [\[leer\]](#)
- Nueva cerveza Rondadora. [\[leer\]](#)
- Nuevo vino ecológico Bodegas Villa D'Orta. [\[leer\]](#)
- La marca Ufesa se renueva. [\[leer\]](#)
- Ambar presenta la gira de Bunbury y lanza una edición limitada. [\[leer\]](#)
- Agnei Ibérico, el cordero premium de Grupo Pastores. [\[leer\]](#)
- Un diseño de Beatriz Gimeno para Bodegas Fábregas convence en China. [\[leer\]](#)
- Imagen para Melendo photo. [\[leer\]](#)
- ITAINNOVA, cambio estratégico orientado al mercado y a la vinculación con sus clientes. [\[leer\]](#)
- Fersa muestra su identidad global en un stand. [\[leer\]](#)
- Ana Villalba ilustra las míticas Volkswagen. [\[leer\]](#)
- Premiadados en los concursos de carteles de fiestas. [\[leer\]](#)
- El alumno de Diseño Gráfico de la ESDA, Rui Xu, gana el diseño del cartel del XX Concurso de Tapas. [\[leer\]](#)

- Exposiciones Obra Social de Ibercaja. [\[leer\]](#)
- Exposición "Proyectos emergentes 2014", en el Paraninfo de la Universidad de Zaragoza. [\[leer\]](#)
- Encuentrazos 2014 ESDA. [\[leer\]](#)
- "Una Nueva Escoria" lleva a Zaragoza la tercera edición de la semana independiente de diseño. [\[leer\]](#)
- VIII Jornadas sobre la práctica del diseño ESDA. [\[leer\]](#)
- CERCO 2014. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- Nueva convocatoria del Master en Gestión del Diseño. [\[leer\]](#)
- Innovador sistema de pago de servicios de vending a través de Twitter. [\[leer\]](#)
- Kraken, potentes plataformas de grabación. [\[leer\]](#)
- Aceite "Albares One": Entre los mejores del mundo. [\[leer\]](#)
- Bosch presenta en televisión su gama de electrodomésticos más silenciosa. [\[leer\]](#)
- I Foro de la Trenza de Almodévar. [\[leer\]](#)
- Pikolin colabora con la Carrera de la Mujer. [\[leer\]](#)
- Araven y Basque Culinary Center firman un convenio de colaboración. [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- Entrevista con Mark Adams, Vicepresidente de Diseño de GME. [\[leer\]](#)
- La nueva DeepColour Technology de Corian, en la Milan Design Week. [\[leer\]](#)
- Un producto Made For You de ADN Design. [\[leer\]](#)
- Segunda Piel, nueva colección de Sara González. [\[leer\]](#)
- Google muestra un prototipo de coche que se conduce solo sin volante ni pedales. [\[leer\]](#)
- La banqueta Bustamante para aprendices de piano. [\[leer\]](#)
- Bultaco regresa con una moto eléctrica. [\[leer\]](#)
- Anna, la tipografía con fines sociales creada por Anna Vives. [\[leer\]](#)
- Proyecto de Signes para Marqués de Murrieta. [\[leer\]](#)
- Concedidos los Premios Nacionales de Innovación y Diseño 2013. [\[leer\]](#)
- Opel celebra 50 años de su pionero estudio de Diseño. [\[leer\]](#)
- Barcelona Design Week 2014. [\[leer\]](#)
- Se celebró el Fadfest 2014 en Barcelona. [\[leer\]](#)
- Se entregan los Premios Delta y Laus 2014. [\[leer\]](#)

Eventos

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



Vista lateral del carro en la que se puede apreciar la zona reservada para personalizar con logo.



Apilado de los carros.



Base con amplio espacio libre.

Araven revoluciona la forma de hacer la compra con un cómodo y vanguardista carro de supermercado

En numerosas ocasiones la compra en el supermercado puede suponer un suplicio. Los pasillos estrechos y el incómodo y pesado carro hacen que "ir al super" pueda resultar muy incómodo. Cuando parecía que todo estaba inventado y que no se podía avanzar más en este terreno dentro del punto de venta, Araven, líder en soluciones para hacer más cómodo el transporte de la compra, lanza un artículo que va a revolucionar la forma de comprar en los supermercados: el carro Shop & Roll Loop 100L.

El nuevo producto supone todo un reto para esta compañía, que siempre ha destacado por su innovación en el diseño de las cestas de la compra, pero ahora Araven va más allá y da un giro de 360° al diseño de los carros de la compra, un sector que no había cambiado desde hace medio siglo, con la única excepción del reciente cambio de material: del metal al plástico.

Araven ha mejorado la gama dándole un giro a las alternativas actuales, una solución más adaptada al consumidor y a la distribución de hoy. Un carro que se adapta perfectamente al nuevo estilo de compra y a los nuevos formatos de tienda, donde los consumidores encuentran los productos de forma fácil, y para ello requieren una herramienta en tienda que les acompañe durante la compra.

Uno de los mayores inconvenientes de los carros que existen actualmente en el mercado son las dificultades de maniobrabilidad, ya que están diseñados para empujarse siempre en una misma dirección de avance, algo que resulta difícil cuando se intenta cambiar de trayectoria o girar en los pasillos.

El nuevo carro de Araven Shop & Roll Loop 100L aúna las ventajas de las cestas de la compra y los carros actuales: permite una gran capacidad y circular por los pasillos con total facilidad, además de ser muy compacto, ligero, ergonómico y manejable. Una de las principales diferencias que tiene el Shop & Roll Loop con el resto de carros que se pueden encontrar en los supermercados es su gran movilidad gracias a su asa perimetral, única en el mercado, que permite manejarlo desde los cuatro lados y deja las esquinas libres y la zona central abierta para poder agarrar con dos o una mano las cuatro caras.

La nueva creación de Araven es mucho más accesible que una cesta, ya que permite una descarga directa de los productos en la línea de caja, al alinearse en altura con estas, evitando así tener que agacharse y cargar con peso. Todo esto hace que los clientes realicen sus compras de una manera más cómoda, ágil y rápida.

Además, el nuevo lanzamiento de la compañía aragonesa, fabricado en metal y plástico, reduce el ruido, facilita el tráfico en tienda con varios carros a la vez, aumenta la satisfacción de los clientes al realizar sus compras de manera más cómoda y aumenta las ventas del supermercado hasta en un 14%. Este

último dato unido a la reducción en un 30% de la distancia entre ruedas (125mm) cuando los carros están en espera de uso en las tiendas, lo que proporciona un ahorro de espacio al cliente, son unos argumentos de peso para la venta a las cadenas comerciales.

El Shop & Roll Loop 100L se puede fabricar a medida reforzando la imagen del comercio gracias a su amplia gama de colores para el asa y a la posibilidad de personalizar el logotipo de la enseña. Además, el nuevo producto, que cuenta con una imagen moderna y actual, cumple con la normativa UNE-EN 1929-1:1998 y está patentado ya en España y pendientes de su extensión internacional.

Araven ha querido mantener con este nuevo producto el nombre de la línea de equipamiento "Shop & Roll". Una referencia estrella que les ha hecho ser conocidos en todo el mundo, gracias a la amplia gama de cestas con ruedas que han revolucionado durante años el panorama del transporte de productos en el punto de venta. El producto fue presentado en Zaragoza el pasado día 3.

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

[inicio] [titulares de grupo]

Distintas posiciones de acompañamiento, uso y agarre del carro.





Imágenes del robot aunav.NEXT.

Proytecса security, presenta su último robot aunav.NEXT

A finales del 2013, Proytecса security, presentó en MILIPOL París, el Salón Internacional de la Seguridad, su último robot aunav.NEXT. Los robots aunav cuentan con una extraordinaria fuerza y potencia, las mayores del mercado, que junto con su gran precisión y exactitud de operación, les hace idóneos para su aplicación en el campo de las operaciones policiales y militares de desactivación de explosivos improvisados (IED) y municiones reglamentarias (EOD), así como en actividades NRBQ. La vulnerabilidad de la sociedad moderna exige a las naciones el desarrollo de estrategias de respuesta creíbles y capacidad para minimizar amenazas futuras. Por eso en Proytecса security nos esforzamos por liderar el mercado de los robots de desactivación de explosivos y de protección nuclear, química y biológica, en el mercado más exigente de Defensa y Seguridad.

El aunav.NEXT es la evolución perfecta tras los más de diez años de desarrollo e innovación tecnológica llevados a cabo por Proytecса security. Es el primer robot del mercado que incorpora dos brazos sincronizados para poder realizar las operaciones que con otros robots son simplemente imposibles. Además, posee sistemas autónomos de navegación que le permiten desplazarse de manera automática hasta el punto de operación y volver por sí solo en caso de perder la conexión con el centro de control. El nuevo modelo de robot supone una disrupción tecnológica nunca vista hasta ahora en el sector.

Con una fuerza de carga de hasta 200 Kg. en la punta, y una capacidad de giro de torreta de 360°, conserva las características que hacen de la familia aunav la más potente del mercado, pero además incorpora las últimas novedades tecnológicas de las áreas más innovadoras. Construido con materiales aeroespaciales, lo que garantiza una dureza y fiabilidad sin precedentes, y con un diseño aerodinámico que evita daños en caso de deflagración, aunav.NEXT permite ejecutar las órdenes más rápido, sube escaleras de hasta 45° de inclinación y gracias a su sistema dual de ruedas y orugas es apto para cualquier tipo de terreno.

Su certificación IP65 evita que la suciedad o contaminantes NRBQ penetren en el equipo, se puede someter a procesos de descontaminación sin sufrir desperfectos, permitiendo su uso en las condiciones más exigentes, incluso parcialmente sumergido.

La formación es un elemento clave y vital para las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad encargadas de la desactivación de explosivos. Proytecса security ofrece el mejor adiestramiento posible a los usuarios de sus robots aunav. En este año se ha inaugurado un centro con instalaciones punteras para poder recrear de la manera más realista posible las condiciones de uso de los robots en distintos ambientes, rurales tanto como urbanos, al mismo tiempo siendo supervisado por personal con una amplia experiencia. Se ha recreado una calle de una ciudad con su mobiliario urbano, su iluminación variable, sus coches, sus aceras y locales comerciales. Así el alumno puede aprender a manejar el robot en condiciones reales, y hacer frente a situaciones diversas con los que se encontrará posteriormente en despliegues operacionales.

<http://www.proytecса.net>

Imágenes del laboratorio de uso.





Imágenes de la nueva lavadora.

Balay amplía la gama de lavadoras con motor ExtraSilencio y función Varioperfect. Compromiso con la comodidad y el ahorro

Las lavadoras Balay disponen de un innovador display con tecnología Touch Control que permite al usuario interactuar con su lavadora de una forma ágil y sencilla. Las teclas Touch Control del display permiten activar las funciones con una ligera pulsación y gracias a su pantalla digital se ofrece una información clara y precisa sobre la fase del lavado en que se encuentra, la temperatura seleccionada y el número de revoluciones en el centrifugado del programa.

La elegante y moderna línea se adapta a la perfección a cualquier estilo de cocina.

El inteligente diseño en los paneles laterales de las lavadoras Balay presenta un innovador bajorrelieve en forma de onda que absorbe la vibración durante el centrifugado a altas revoluciones.

Los motores de última generación con tecnología Inverter incorporados a la gama de lavadoras ExtraSilencio han sido diseñados para mejorar la eficiencia energética y reducir el consumo hasta un 30% menos que la mejor clase del mercado, A+++ . Este motor prescinde de las tradicionales escobillas de grafito, eliminando rozamiento, desgaste y pérdida de calor. Gracias a la tecnología Inverter el motor sólo consume lo que realmente necesita, trabajando a velocidad variable según las necesidades de cada momento.

Con las nuevas lavadoras ExtraSilencio se gana en tranquilidad y confort, ya que se ha reducido considerablemente el nivel de ruido. Todo esto avalado por 10 años de garantía total en el motor.

El compromiso de Balay con el ahorro y la comodidad se manifiesta en cada innovación incorporada a nuestras lavadoras. Por ello la mayoría de nuestras lavadoras disponen también de la función VarioPerfect, un sistema doble que permite seleccionar el modo "más eco", para un lavado con ahorro de energía de hasta un 50%, o el modo "más rápido", para minimizar los tiempos de lavado hasta un 65%, siempre con unos resultados perfectos.

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

[inicio] [titulares de grupo]

BTV - Galaxy, nuevo buzón de plástico para exterior

Una de las líneas de producto más asentadas de la firma BTV se centra en la fabricación de buzones. Dentro de esta familia de productos se ha realizado un nuevo modelo de buzón GALAXY, fabricado en plástico y concebido para su instalación en el exterior.

El nuevo Galaxy viene a reforzar la actual gama aportando una imagen renovada y con una línea estética acorde con las tendencias del sector. Dentro del proyecto se ha tenido siempre presente la normativa existente, de cara a cumplir los requisitos dimensionales en cuanto al tamaño de la correspondencia, el bocacartas y los sistemas anti-pesca o antirrobo del correo. Se ha diseñado un buzón que permite la entrada de correspondencia de gran formato como pueden ser revistas o publicaciones.

Este nuevo diseño ha sido realizado por AM Desarrollo, interviniendo desde la conceptualización inicial hasta la definición técnica de todas las piezas que configuran este nuevo producto, realizando un dossier con las particularidades de cada pieza a tener en cuenta de cara a la fabricación de los moldes.

Se ha prestado especial atención a la rigidez de las piezas y a la estabilidad de la unión entre ellas, con el fin de tener un producto resistente a actos vandálicos.

En el nuevo buzón Galaxy cabe destacar una serie de aspectos que lo diferencian de otros modelos del mercado, por un lado la cerradura queda totalmente oculta por la tapa superior, de modo que está protegida del agua de lluvia, por lo que sufre una menor agresión externa. Por otro lado la base del buzón está inclinada, lo que hace que al introducir los sobres, éstos se balanceen hacia delante y queden fuera de la zona de bocacartas, impidiendo poder ser cogidos desde el exterior, este aspecto ha sido uno de los descubiertos en el análisis de uso realizado inicialmente. Un tercer punto se centra en que la base está configurada en la puerta frontal abatible con un bloqueo que impide la apertura total, de modo que al abrir ésta el correo la acompaña impidiendo que pueda caerse al suelo. Por otra parte la tapa superior tiene cierre libre por su propio peso, impidiendo que se quede abierta y pueda entrar en el buzón agua o suciedad.

La parte trasera del buzón tiene una tapa desmontable que hace de bocacartas para cuando se instala hacia el interior, siendo compatible con los bocacartas independientes de BTV.

El buzón Galaxy se comercializará en varios colores de modo que puede ser instalado en diferentes ambientes.

<http://www.btv.es/>
<http://www.amdesarrollo.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Diferentes vistas del producto.



Imagen de las espinilleras Podoactiva Élite Protection.

Nuevas espinilleras Podoactiva

El fútbol es un deporte de contacto y su práctica puede implicar ciertos riesgos, en forma de lesiones. Para evitarlas o minimizar este riesgo es importante utilizar las soluciones más adecuadas.

Podoactiva lleva muchos años trabajando al máximo nivel en el deporte rey, y su experiencia con futbolistas de élite les ha permitido conocer a fondo sus deseos y necesidades. Por ello, han desarrollado una espinillera personalizada, adaptada a la ergonomía de la pierna de cada jugador, que reduce el riesgo de lesión debido a los materiales utilizados en su fabricación y gracias a esa adaptación total a la extremidad.

Además, se mejora considerablemente la comodidad al disminuir el peso de la espinillera (20-30 gramos) y adaptarse a la pierna como si de una segunda piel se tratase. Las espinilleras se desarrollan mediante ingeniería inversa, partiendo de la tibia del paciente, para crear una espinillera personalizada que se adapta exactamente a la fisonomía de su pierna. Además es posible "customizar" la espinillera a gusto del jugador, serigrafiando en el frontal de la misma los motivos que considere oportunos.

Para su realización, se parte de la obtención de un molde 3D mediante el escaneado de la pierna del jugador para posteriormente fabricar la espinillera totalmente a medida utilizando un material multicapa que incluye la misma fibra de carbono que se emplea en la fabricación de los chásis de la Fórmula 1. Posteriormente la fibra de carbono, se cura en un autoclave, a temperatura y presión controladas, para obtener el máximo rendimiento mecánico de la pieza con el mínimo espesor posible.

La adaptación total de la espinillera a la morfología de la pierna posibilita que, en caso de impacto, la energía resultante se distribuya en toda la superficie de la espinillera disminuyendo el riesgo de lesión.

<http://www.espinilleraspersonalizadas.es/inicio/>
<http://podoactiva.com/default.asp>

[inicio] [titulares de grupo]

Desarrollo conceptual de una nueva línea de producto de aire libre

Jesfer, empresa especializada en construcción y montaje de estructuras de madera, ha llevado a cabo un nuevo desarrollo conceptual de producto de aire libre. Activa Design ha sido la encargada de crear una familia de bungalows con un innovador diseño basado en módulos prefabricados, destinado tanto a usuarios de camping y hoteles de entornos naturales de montaña y playa - que prefieren alquilar un espacio para dormir ya instalado y con equipamiento, que transportar y montar su tienda- como a usuarios privados: terrenos particulares, como casa de invitados, casa de campo,.. y en general para todos aquellos que buscan el disfrute de la naturaleza sin renunciar a unas condiciones de bienestar.

El diseño está basado:

- En el montaje: se ensambla completo en fábrica, prefabricado modular.
- En la modularidad, y en la modulación: crear desde una unidad hasta un conjunto.
- En el transporte: los módulos deben poder ser transportados por un camión articulado, para ser instalados mediante grúa en destino. Para una mayor optimización en los costes, los módulos miden tres metros de ancho máximo.
- En la tecnología de fabricación, basada en estructura de madera.
- En una estética innovadora que busca la integración con el entorno.
- En un diseño funcional que ofrece al usuario el bienestar necesario para el disfrute de su estancia en entornos naturales.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de algunos de los conceptos.



HMY Yudigar y 3M, en el sector de la ferretería

En Septiembre de 2013 HMY Yudigar comenzó a desarrollar con 3M una nueva gama de expositores para la implantación de sus productos en el canal de la ferretería y el bricolaje, con la metodología de trade marketing, y con el objetivo de aumentar la rentabilidad en el punto de venta, tanto para el distribuidor como para el fabricante.

Para tener mayor visibilidad en el mercado y aumentar sus ventas, se propuso la creación de un mobiliario propio, donde presentar sus productos. El departamento de diseño elaboró un proyecto para dar una imagen definitiva a sus implantaciones.

Gracias a este proyecto, 3M Internacional concedió el premio a 3M España al diseño de la mejor implantación en punto de venta, otorgando 1.000.000 de dólares para acciones en el sector ferretero del mercado nacional.

Algunas de las características del proyecto son:

- Góndola exposición con estanterías metálicas a dos caras en las que la categorización e implementación de producto se realiza por familias diferenciadas por código de color.
- Murales: mismo concepto que góndola pero a una sola cara y con más altura.
- Túnel 3M: espacio único 3M en el que se trata de hacer al cliente "sumergirse" en un mundo 3M en el que todo respira imagen de marca. Con este concepto se pretende que el consumidor experimente una compra fácil e intuitiva. Se ha realizado un pórtico de entrada y el mobiliario sigue la línea y el concepto de los diseños de góndola y mural.
- Stand: HMY se ha encargado también del diseño y fabricación del stand 3M para la feria de Expocadena.

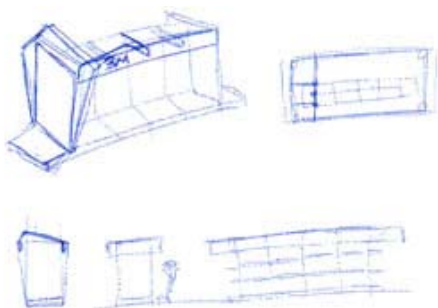
Actualmente se están realizando implantaciones por todo el territorio nacional, incluyendo las islas y próximamente se va a comenzar a trabajar en Portugal. Además, se ha realizado el stand de 3M para las ferias Expocadena 2014 en Valencia y Profer 2014 en Tenerife. Para HMY Yudigar es un orgullo dar servicio y trabajar con 3M.

<http://www.yudigar.com>
<http://www.3m.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del diseño de góndola y túnel.



Algunos bocetos del proyecto.

Cash-Safe de BTV - La manera más segura de manejar efectivo



Imagen de la caja Cash-Safe.



Imagen del interface.

BTV sigue incorporando a su catálogo de cajas fuertes productos ideados para ayudar en la importante tarea de incrementar el nivel de seguridad que requiere cada negocio. La nueva caja fuerte Cash-Safe es idónea para todos aquellos negocios que se vean en la necesidad de manejar de manera habitual cantidades de efectivo, ya que cuenta con un sistema interior de aceptación de billetes y monedas que gestiona de manera eficiente los ingresos de efectivo en la caja fuerte.

CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA

- Pantalla táctil, no se necesita teclado externo
- Aplicación multi-idioma: puede soportar todos los idiomas que requiera el usuario final.
- Versiones disponibles para 600 y 1.200 billetes
- Admite la gestión por varios usuarios
- Conteo del total ingresado
- Total de Ingresos por usuario / día
- Gestión remota vía internet (acceso a la información de la caja desde otro PC / móvil).
- Retardo programable hasta 99 minutos, con ventana de apertura.

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

[inicio] [titulares de grupo]

TowCar presenta el TowCar Cross, un innovador portamotos plegable

TowCar ha presentado este año entre las novedades de su catálogo un original portamotos plegable que solo pesa 18 kilos. Las medidas cuando está plegado son 96x57x26 centímetros, casi las mismas dimensiones que muchos portabicicletas. Su reducido tamaño es una gran ventaja ya que permite guardarlo en el maletero del vehículo, en un trastero o en el garaje.

El portamotos TowCar Cross va colocado sobre la bola de enganche del coche de una forma muy cómoda, ya que lleva fijación automática. Al ir colocado sobre ella, no limita la velocidad del vehículo.

Fabricado en aluminio anodizado, el portamotos es la solución ideal para transportar motos de cross de niños y juniors, motos de trial, pit bikes, minicross, ciclomotores y motos de hasta 90 kilos de peso.

Incluye una rampa para subir la moto al coche con facilidad, correas de tipo trinquete para amarrar bien las ruedas, antirrobo de cabezal y enchufe de 7 y 13 polos. Es posible colocar un accesorio opcional (adaptador de rueda girada) que reduce la longitud de la moto cuando está cargado en el vehículo.

El TowCar Cross es la solución ideal para los amantes de las dos ruedas y para los padres que acompañan a sus hijos a entrenar con las motos de cross o trial cada fin de semana. Permite transportar también con comodidad ciclomotores o pit bikes.

En la pasada edición del Foro Pilot, celebrada a finales de mayo de 2014, el portamotos TowCar Cross fue uno de los productos finalistas del Open Pilot.

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

[inicio] [titulares de grupo]



TowCar plegado.



TowCar desplegado y listo para su uso.



TowCar en el maletero y en uso.





Imagen de la canaleta instalada y detalle de la instalación.

MZ del Río presenta su nueva canaleta Air Stop

El nuevo producto es capaz de mantener un ambiente limpio y sin olores. Para ello utiliza un sumidero con válvula antirretorno que asegura un sellado anti-olor incluso sin agua. Además, este sumidero evita la salida de insectos hacia el interior y es apto para suelos radiantes o calefactados (al calentarse la superficie en los sistemas tradicionales de sifón, el agua se evapora y salen olores).

El sistema tiene una altura reducida y es apto para reformas y para duchas sin barreras arquitectónicas. Se ha desarrollado en 4 medidas diferentes, 60, 70, 80 y 90 cm y con 3 diseños diferentes de rejilla. La evacuación es de 33 litros por minuto.

La válvula antirretorno es totalmente inspeccionable, se puede instalar el cuerpo de la canaleta de forma independiente. La válvula es extraíble para facilitar su limpieza o recambio si fuera necesario. Una vez terminados los trabajos de albañilería, se coloca la válvula antirretorno, y de esta forma se evita su obstrucción con restos de materiales. Es apta para colocación con láminas impermeables.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Tolva nueva.



Tolva antigua.



Regulación tolva.

Tolva de destete para alimentación porcina

En 2009 Eurogan puso en el mercado una tolva para alimentación porcina destinada al destete de lechones. En su momento este producto supuso un avance, ya que se introdujo la fabricación total en plástico moldeado de una pieza de estas características. Debido al tamaño de la pieza y la inversión en moldes necesaria, inicialmente se fabricó esta pieza con la técnica de rotomoldeo, que redujo considerablemente la inversión inicial a costa de un mayor precio final de la pieza, sólo aconsejable por tanto para series de fabricación pequeñas.

Tras varios años de presencia en el mercado y la buena acogida de este producto, se ha incrementado la demanda, por lo que Eurogan planteó la fabricación del cuerpo principal de la tolva en inyección de plástico, proceso que permite aumentar considerablemente la capacidad de producción, llevando consigo una reducción en el coste de la pieza.

La fabricación en inyección ha posibilitado la realización de una serie de nervaduras interiores que además de ofrecer rigidez, sirven de apoyo para el sistema de regulación interior, evitando posibles deformaciones en la pieza derivadas de las propias características del plástico.

El aspecto más innovador recae en la rejilla inferior, que pasa de fabricarse en hierro fundido a plástico reforzado. Esta zona sufre directamente la agresión de los animales con un gran deterioro y corrosión, motivo por el que era difícil excluir el acero inoxidable o la fundición. En un producto anterior Eurogan ya introdujo una rejilla fabricada en este material con óptimos resultados, aspecto que ha hecho que se vuelva a usar, ya que se evitan todos los problemas derivados de oxidaciones y corrosión.

En cuanto al sistema de regulación de caída de pienso, se mantiene el anterior ya que éste tiene un correcto funcionamiento y no precisa cambios.

Por otra parte la geometría del cuerpo principal se ha mantenido a rasgos generales, acoplándose el mismo sistema interior de tajadera reguladora de salida de pienso que se diseñó para el modelo anterior.

AM Desarrollo fue el encargado de diseñar la tolva de 2009 y Eurogan, ha apostado nuevamente por este equipo de diseño para la realización de este nuevo reto, siendo conocedores del alto nivel de inversión necesaria y la dificultad del moldeo de una pieza de este tamaño y características.

En este caso, AM desarrollo planteó el concepto secuencial del proceso de moldeo para el correcto diseño del molde, además de su seguimiento durante la fabricación, prueba y validación de la pieza.

<http://www.eurogan.com/>
<http://www.amdesarrollo.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

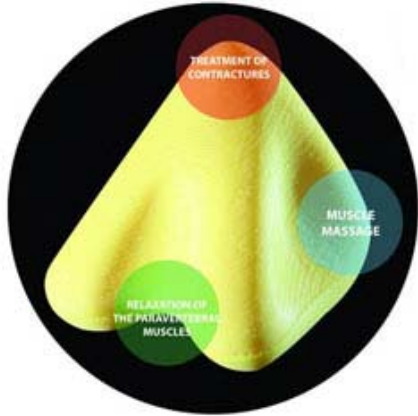


Imagen del prototipo.



Aplicaciones del producto.

Un grupo de investigadores del I3A y fisioterapeutas clínicos recurren al crowdfunding para sacar adelante un proyecto ligado a la salud

Los investigadores del Grupo de Investigación HOWLab del Instituto de Investigación en Ingeniería de Aragón (I3A) de la Universidad de Zaragoza han diseñado una herramienta portátil con distintos usos, capaz de aliviar las contracturas musculares que se resisten a desaparecer. Es el proyecto 3Tool, en el que han trabajado durante varios años en colaboración con un grupo de expertos fisioterapeutas del Centro de Fisioterapia Valdespartera. Los datos obtenidos en las pruebas clínicas mostraron que conseguía un alivio significativo del dolor y que era una gran ayuda como complemento a los tratamientos de fisioterapia para mantener y potenciar su efecto.

Las contracturas musculares pueden originarse por esfuerzos físicos repetitivos o intensos, malas posturas, gestos inadecuados o situaciones de estrés emocional. El dispositivo creado por este grupo de investigadores y fisioterapeutas permite tratar de forma sencilla estas sobrecargas y contracturas y puede ser fundamental para prevenir lesiones de más gravedad o conseguir que éstas mejoren mucho más rápido si ya existen.

Tras tres años de trabajo conjunto, han logrado sacar adelante un prototipo y para comercializarlo han lanzado una campaña de crowdfunding con la que esperan conseguir los mínimos recursos económicos necesarios para que 3Tool pueda salir al mercado.

A pesar de la sencillez de esta herramienta de auto-tratamiento del dolor, tras ella hay una labor que une ingeniería y salud para lograr la densidad y forma perfectas y que permitiera tratar de forma adecuada las tres dolencias más comunes en los pacientes. No podía ser muy dura porque su comportamiento no sería adecuado frente a contracturas, ni muy blanda ya que perdería estabilidad en cuanto a su aplicación en la musculatura paravertebral.

Hasta este momento con la financiación de dos proyectos de investigación, han desarrollado un prototipo de 3TOOL. Este prototipo ha sido diseñado con una forma concreta y una serie de características que permiten un uso óptimo para las tres funciones para las cuales ha sido diseñado. En la segunda fase, los prototipos 3Tool han sido estudiados con pacientes y fisioterapeutas voluntarios con el objetivo de ajustar los pequeños detalles finales antes del lanzamiento del proyecto al mercado.

<http://i3a.unizar.es>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la entrega de premios.

III Jornada de Jóvenes Investigadores del I3A

El Instituto de Investigación en Ingeniería de Aragón (I3A) reunió el pasado mes de mayo a sus jóvenes investigadores en una jornada en la que mostraron sus mejores trabajos.

Allí, los investigadores los expusieron y respondieron a las preguntas de los asistentes, en las diferentes sesiones organizadas en torno a la Ingeniería Biomédica, Procesos y Reciclado y Tecnologías de la Información y la Comunicación.

La conferencia de apertura de la Jornada corrió a cargo de Mercedes Balcells, investigadora del MIT, que habló de "Ingeniería, ciencia y emprendeduría".

Los jóvenes investigadores mostraron su trabajo en este foro que llega a su tercera edición y con el que se quiere potenciar el conocimiento interno y externo de la labor investigadora en el I3A. Este año, se han presentado 27 trabajos, de los que la dirección del I3A seleccionó 10 para presentarlos en esta jornada, de la que se editará una revista electrónica a la que se dará difusión a través de la web del I3A.

El Instituto de Investigación en Ingeniería de Aragón (I3A) de la Universidad de Zaragoza ha premiado tres de los diez proyectos presentados. Miguel Ángel Ariza, Miriam Yus y Luis Riazuelo han sido los galardonados de esta tercera edición, con los trabajos que llevan a cabo en las áreas de Biomedicina, Procesos y Reciclado y TICs.

La "Biomecánica de la córnea, un enfoque numérico" es el trabajo presentado por Miguel Ángel Ariza, investigador del Grupo AMB de la División de Ingeniería Biomédica. Está enmarcado en el proyecto europeo POPCorn. En el trabajo presentado, "queremos demostrar que no se puede separar el material, la presión intraocular del ojo y la geometría. Son tres parámetros importantes y nuestro trabajo consiste en crear un modelo específico para cada paciente, generando un modelo tridimensional que permite medir con mayor precisión las características de la córnea".

Miriam Yus es investigadora del Grupo CREG de la división de Procesos y Reciclado. Su proyecto, "Valorización de glicerol para obtener hidrógeno en diferentes tipos de reactores" fue también galardonado. Su punto de partida es el exceso de glicerol en el mercado, generado por el aumento en la producción de biodiesel y al que hay que buscarle una nueva aplicación, "nuestra investigación está destinada a convertir el glicerol en hidrógeno, ya que a partir de una molécula de glicerol podemos obtener hasta siete de hidrógeno y evitaremos que se convierta a largo plazo en un residuo".

El Grupo RoPERT de la división TICs del I3A ha formado parte del proyecto europeo Roboearth, en el que ha participado Luis Riazuelo. Él es otro de los investigadores premiados en la Jornada de Jóvenes Investigadores con un trabajo presentado sobre la "Reconstrucción 3D en tiempo real usando la nube". Su labor consiste en reconstruir entornos, como puede ser una habitación, con una cámara en tiempo real, de tal manera, que un robot pueda interactuar y reconstruir el entorno. "Estos procesos computacionales son muy costosos y nuestra labor es conseguir pasar la parte de optimización de estos cálculos a servidores en la nube, de esta forma los ordenadores de los robots son mucho más ligeros y con un bajo coste", explica Riazuelo. Han logrado ya la reconstrucción 3D de un entorno y al mismo tiempo interactuar, para comprobar la detección de

obstáculos o distancia de las paredes. Su objetivo es ir insertando información semántica y hacerlo con un bajo coste.

<http://i3a.unizar.es>

[inicio] [titulares de grupo]



Logosímbolo de Takebar.



Imagen de una pantalla de la aplicación.

Se presenta la aplicación Takebar

Takebar es una aplicación innovadora que te permite realizar el pedido desde cualquier Smartphone sin esperas y sin necesidad de instalarte ninguna aplicación, solo escanea el código de la mesa y listo, fácil de utilizar.

Takebar trata de solucionar el problema de las largas esperas para que te atiendan cuando estás en una terraza, restaurante o bar. Con Takebar este problema está solucionado, ya que se puede realizar el pedido uno mismo o llamar al camarero desde la mesa para cualquier consulta usando el Smartphone. Cada mesa del local se identifica con un código QR. El cliente sólo tiene que escanear este código QR, para acceder a la carta y realizar su pedido. El cliente tiene la posibilidad de comprobar en todo momento su pedido, antes de realizarlo. Automáticamente, la comanda llega al terminal de la barra, indicándole a los camareros la mesa desde la que se ha solicitado el pedido. El camarero lo prepara y lo sirve.

Takebar es totalmente compatible con cualquier plataforma móvil y no requiere ningún extra por parte del cliente final.

<http://www.takebar.es/videos.html>

[inicio] [titulares de grupo]



Logotipo de Custodium.



Imagen del contenedor textil.



Pantalla de localización de la App.

Custodium, un GPS tracker en contenedor textil acompañado de una App

Custodium es una joven empresa aragonesa establecida en el vivero de empresas CEEI Aragón. Hace seis meses lanzaron su dispositivo de localización y seguimiento GPS abierto, vestible y modular para personas, animales y mercancías.

El símbolo de Custodium representa un candado que guarda las posiciones de una ruta entre dos lugares del globo, es el símbolo del dispositivo y la comunidad de desarrollo. Las letras son de la tipografía "Reznor", el cuadrado del final representa la idea de un dispositivo que emite y recibe, es el logotipo de empresa.

Los desarrolladores ya pueden adquirir unidades a través de la tienda especializada Personal Robotics y diseñar sus propias aplicaciones basadas en este ejemplo de electrónica abierta, el primero de su tipo integrado, diseñado y fabricado en España.

El sistema cubre necesidades de localización de personas, animales y mercancías. En el centro del sistema está el dispositivo localizador Custodium tracker que es el que va en un contenedor textil de uso inadvertido y desasistido (encender y listo). Las aplicaciones pueden ser múltiples, por ejemplo enfermos de Alzheimer y otras demencias, o seguimiento de palés.

Dentro de sus aplicaciones para empresas de servicios, Custodium y la diseñadora textil Laura Allué han creado un contenedor textil para favorecer la ergonomía de uso, especialmente en el caso de localización de enfermos de Alzheimer para los que la oferta actual del mercado no se adaptaba. Al estar en un contenedor textil se puede colocar fácilmente en la ropa del paciente con riesgo de extraviarse para que lo pueda llevar de una forma inadvertida, el cuidador solo tiene que encenderlo y colocarlo ya que su funcionamiento es desasistido, manda la información de su posición geográfica sin necesidad de ninguna interacción más.

Para complementar su sistema de seguimiento y localización Custodium desarrolló un software de servidor al que los dispositivos envían sus posiciones para que siempre estén guardadas y se puedan consultar informes de históricos, ahora este software al que se podía acceder desde cualquier dispositivo con conexión a Internet ve mejorado su uso con el lanzamiento de la App "Custodium".

Esta App facilita el acceso a la información de la posición geográfica de los dispositivos a seguir con independencia de que estos los lleve una persona, un animal o cualquier objeto al que se le ha puesto un Custodium tracker permitiendo seguir un número ilimitado de ellos y permitiendo a su vez accesos concurrentes, varios usuarios pueden acceder a la vez a consultar la posición de un mismo dispositivo. Adicionalmente si el dispositivo desde el que se ejecuta la aplicación, bien sea un tablet o un teléfono Android está dotado de GPS la aplicación mostrará la posición relativa para poder acudir a la búsqueda de alguien extraviado.

"Con nuestra App hemos pretendido mejorar la experiencia de usuario y complementar el sistema que ponemos en manos de las empresas que quieren prestar servicios basados en el sistema Custodium" ha declarado Ernesto Sanchez Director Técnico de la empresa, "Por otra parte entramos en un campo más amplio de aplicaciones basadas en GPS y pronto

ofreceremos seguimiento basado únicamente en el móvil, cerrando el círculo y creando un sistema completo dentro de nuestra especialización en localización", completa Ivan Morte, Director Comercial.

<http://custodium.net/>

[Inicio] [titulares de grupo]



Imagen del logotipo.



Funcionamiento de la aplicación IMASCONO al apuntar sobre la camiseta.



Diseño de la postal original.

Nuevo concepto *Wearable tech made in Spain*

Las empresas Imascono y EnClaveChina han presentado su nueva colección de ropa interactiva: #AliveAnimals. Gracias a la utilización de una tecnología puntera de Realidad Aumentada, #AliveAnimals da vida en 3D a los animales del zodiaco chino. Al apuntar con un smartphone o tablet sobre camisetas y sudaderas, el usuario se convierte en serpiente, mono, tigre o dragón. Además tiene la oportunidad de escuchar los sonidos característicos al interactuar con el animal a través de la pantalla.

Imascono clothing y EnClaveChina han unido fuerzas para desarrollar este macroproyecto que surge con el año del caballo. El calendario chino entra en el Año del Caballo de Madera en 2014, un animal que simboliza el éxito y alienta a los negocios. En la cultura china, todos tienen grandes expectativas en el Caballo, un animal que acompaña en la lucha para ganar batallas. Un animal que además simboliza la libertad y la inteligencia. El elemento "madera" se encarga de hacer el resto, positivo para el trabajo en equipo, hace de esta combinación la perfecta para que el caballo chino se enamore de la realidad aumentada.

El proyecto parte del diseño de una postal/póster para felicitar el Año del Caballo de Madera y culmina en una colección textil compuesta por los 12 diseños de los animales. Las ilustraciones se basan en elementos gráficos como curvas, líneas y formas geométricas, patrones comunes en el arte y la cultura china.

Estos motivos, van dando forma a diseños originales, frescos y divertidos que necesitan de una lectura detenida para descubrir todos los detalles, cuidados al máximo, de las imágenes. Pero si realmente se quiere disfrutar de todo el potencial del producto hay que introducirse en la tercera dimensión y hacer uso de la Realidad Aumentada. En la aplicación de la empresa Imascono para dispositivos móviles IOS y Android se puede ver cómo los animales cobran vida en 3D con un acabado virtual hiperrealista. Además tocando los 3D se pueden escuchar sus sonidos característicos.

<http://imascono.com/>
<http://www.enclavechina.com/>

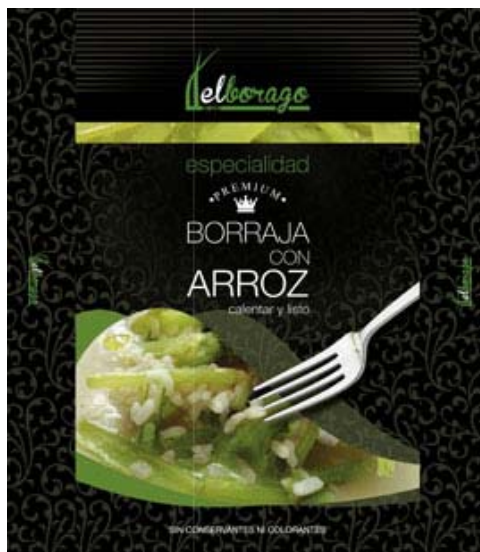
[Inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la logomarca.



Envases de las tres variedades comercializadas.



Vista del frontal de uno de los envases.

El Borago Alimentación

El Borago Alimentación nace en Aragón de la mano de un grupo de emprendedores quienes, en colaboración con Virtual Tool, han decidido llevar la borraja hasta esos hogares que, por falta de tiempo, o por la dificultad de encontrar ésta verdura fuera de Aragón, quieren disfrutar de unos de los pilares gastronómicos de nuestra tierra. Así, El Borago te ofrece la posibilidad de comer borraja totalmente natural y disfrutar de todas las características nutritivas de esta exquisita verdura evitando los problemas asociados a la caducidad y limpieza de la borraja tradicional.

Los productos que ofrece El Borago conservan todos los nutrientes y todas las características de sabor, textura, olor y color de la borraja tradicional sin conservantes ni colorantes. El proceso para que todo esto sea posible se consigue gracias a las máquinas diseñadas "a medida" por virtualtool, puesto que no hay en el mercado un producto de borraja de estas características, solo existe como conserva o cruda.

Todo el proceso productivo se realiza dentro de las instalaciones de la empresa: Se recibe la borraja directamente del campo, se selecciona y se desecha la que no cumple con los requisitos de calidad marcados. La primera fase de producción es el corte, este se realiza manualmente mediante un sistema que evita el oxidado de las puntas en los trozos. Seguidamente se pasa al lavado a presión. Una vez limpia la borraja es transportada mediante una cinta para introducirla en la marmita de cocción. Dependiendo de la cantidad de borraja esta fase se programa con distintos tiempos y temperaturas, para conseguir la textura deseada. Una vez cocida la borraja es introducida en la máquina de limpieza y enfriado diseñada exclusivamente para este proceso y producto. Una vez terminado el proceso, la borraja ya lista sale por otra cinta a una mesa donde visualmente se controla una vez más su calidad y se procede al envasado.

El envasado es distinto dependiendo del producto final deseado, es decir dependiendo de si es borraja sola en su jugo, borraja con arroz o con garbanzos que son las tres que se encuentran actualmente en el mercado. Para terminar el proceso de fabricación las bandejas una vez termoselladas son pasteurizadas y por último enfriadas y conservadas en cámara frigorífica listas para su comercialización.

La bandeja seleccionada para el producto permite utilizarla en las tres variedades, puesto que pueden introducirse distintos gramajes sin afectar a su calidad final. Se seleccionó una bandeja negra pensando en el consumidor final puesto que el contraste con el color del producto es mayor y puede apreciarse mejor su calidad a simple vista. Con todo esto acompañado del collarín que la cubre se ha conseguido una imagen de producto gourmet.

El logo está compuesto por unas hojas simulando un tallo de borraja y el texto en blanco y verde para resaltar sobre el fondo negro, el color verde es el mismo tono característico de esta verdura.

La bandeja es apta para microondas con lo que facilita su preparación para el consumidor, puesto que solo tiene que calentarse y listo. En los formatos actuales se pueden encontrar bandejas de 350 gramos de borraja cocida en su jugo que equivale a 1 kilo aproximado en mata, y bandejas de 400 gramos en las otras variedades.

<http://www.elborago.es/>
<http://www.virtualtool.es/>

[inicio] [titulares de grupo]

gardeniers,
origen
orgánico
brota de tí



La nueva identidad visual.



Aplicación a caja de producto fresco.



Imagen de mueble expositor en tiendas.

Atades presenta su nueva marca Gardeniers

A finales de 2011 se creó el Centro Especial de Empleo Gardeniers de Atades con dos áreas definidas: el área de jardinería y el área de agricultura de productos ecológicos. El huerto del área de agricultura del Centro Especial de Empleo Gardeniers se encuentra ubicado en la Ciudad Residencial Sonsoles de Atades en Alagón, un entorno privilegiado en plena huerta del río Ebro regado por las aguas del río Jalón y el Canal Imperial de Aragón que bordean la finca. En Gardeniers trabajan 20 personas con discapacidad intelectual que han conseguido gracias a este Centro Especial de Empleo insertarse en el mundo laboral. Allí se cultivan productos orgánicos de origen autóctono que se venden online y en el mercado agroecológico que cada sábado se instala en la plaza José Sinués de Zaragoza. También se venden en una selección de establecimientos de Zaragoza que figuran en la Web de Atades.

NUEVA IDENTIDAD CORPORATIVA

En esta nueva etapa toda la identidad gráfica de la marca ha sido realizada por Nieves Añaños y Javier Almalé de Estudio Versus.

Una g verde en minúscula con un fondo de grabados vegetales en tono gris es el anagrama de esta nueva identidad cuyo logotipo está compuesto por la palabra "gardeniers" en color verde seguido de coma, siempre en minúsculas y en sucesivas líneas el claim en color gris. Los claims que acompañan a la marca siempre aluden a la positividad, lo tradicional, lo ecológico y la autenticidad de los productos.

En cuanto al packaging la disposición gráfica de la marca está compuesta por tres elementos:

- 1) literatura: compuesto por logotipo, especificación de producto, una frase positiva y las características técnicas.
- 2) dibujo: compuesto por un grabado de la especie vegetal y la inicial de su denominación en el color de la familia.
- 3) fotografía: imagen en blanco y negro de los productores o recolectores "solo crees en el producto si eres capaz de firmar el producto con tu propia foto" o la imagen blanco y negro del producto en origen.

También se ha desarrollado la aplicación para papelería, tarjetas de visita, camisetas, bolsas, etc, siempre mostrando frases de compromiso social y ecológico con idéntica composición que en packaging.

Los productos de Gardeniers se exponen en un mueble de cartón duradero diseñado por la arquitecta zaragozana Olga Barriendo y elaborado por José Orna, de La Cartonería. El material utilizado sigue la misma línea de cuidado al medio ambiente y sostenibilidad con la que nació este proyecto de agricultura orgánica. Está compuesto por un elemento base al que se incorporan a modo de puzzle un conjunto de cajas donde se coloca el producto.

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

Para la difusión de esta nueva etapa se está emitiendo un anuncio en televisión y cuñas en radio a partir del 23 de junio. Con esta campaña se pone en valor el sabor de lo auténtico, el compromiso por lo orgánico y el carácter social de este proyecto cuyo objetivo es la inserción laboral de personas con otras capacidades.

El rodaje del anuncio se realizó en el huerto de Alagón con los trabajadores de Gardeniers que participaron activamente, mostrando la labor que desempeñan en el día a día. Factoría Plural es la productora que se ha encargado de la creación de este spot.

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

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

<http://musa-arquitectura.com/>

<http://cartoneria.es/>

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

Ver anuncio

[inicio] [titulares de grupo]

Algunos de los packs desarrollados.





Imagen de la botella y la identidad gráfica de la marca.

Nueva cerveza Rondadora

Rondadora es una cerveza fruto de la ilusión y el valor de 6 jóvenes del prepirinéo aragonés. Situada en el pueblo de La Cabezónada está la fábrica cervecera totalmente artesanal, con olor a juventud, aunque se respira tradición y solera. Cada uno de ellos aporta los conocimientos necesarios desde su experiencia para hacer posible que la magia de la cebada se elabore como a la antigua usanza, pero les une algo muy especial, el folclore, La Ronda, de ahí su nombre. Una tradición ancestral en la que los quintos de un pueblo, hacen llegar a otros pueblos vecinos que los esperan con sus ágapes, las jotas y habaneras típicas de la comarca caminando por el valle.

El diseño del logotipo, los iconos de la marca y el packaging parten de la idea principal, su nombre y el porqué, la Ronda. Cuando se pronuncia la palabra Ronda se llena la boca de ahí la inicial como identidad principal, pero hay más, la "R" rediseñada surge de la unión de la "R+D", que se llene bien la boca de nuevo, pero de buena conversación y sabor. A su vez la ilustración muestra la juventud de sus artesanos, por eso no esta reñida la montaña con el arte, la música, los instrumentos, las gentes, etc. Unos colores con personalidad, tonos de tierra y clima. Una papelería relajada y tranquila. Todo el diseño ha sido realizado por Miguel González.

Rondadora es una cerveza blanca de trigo de 4,5 % vol. Color oro pálido, con reflejos verdes y acerados. En nariz muestra notas cítricas, herbáceas y dulces. Acidez baja para el estilo de cerveza, el amargor es refrescante y atenuado por sabores de frutas como el pomelo o la manzana, con un nivel de carbonatación medio, al trago tiene frescura y persistencia en la boca. Maridaje de carnes blancas, ensaladas y vinagretas, ahumados y brasa, quesos grasos y embutidos especiados.

<http://www.cervezarondadora.com/>
<http://www.migoma.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la botella y etiqueta

Nuevo vino ecológico Bodegas Villa D'Orta

La bodega Villa D'Orta ha presentado su nuevo vino ecológico Bio. Se trata de un vino elaborado 100% con uvas ecológicas, Cabernet Sauvignon y Merlot, y envejecido seis meses en barricas. El vino se caracteriza por un profundo color violáceo, con reflejos morados muy vivos.

El diseño de la etiqueta es propio de la bodega. Se decidió colocar una imagen del pueblo donde se encuentra la bodega y que da nombre a los vinos Villa D'Orta, ya que antiguamente el pueblo llamado ahora Huerta de Vero se llamaba Villa D'Orta.

La etiqueta ha sido diseñada por Helene de Canadá, familia de unos de los socios de la bodega. La botella fue también cuidadosamente seleccionada, buscando la diferenciación y que destacara frente a las de la competencia.

El vino ha sido galardonado con la plata en el concurso "Selections Mondials des Vins de Canada" y con el bronce en los concursos IWsc de Londres, y Decanter World wine Awards 2014, también en Londres. Además, ha sido galardonado con la Medalla de Oro en el Concurso International Organic Wine Award 2014 en Alemania.

<http://bodegavilladorta.com>

[inicio] [titulares de grupo]



Símbolos desarrollados.

Imagen de algunos de los packs desarrollados.

La marca Ufesa se renueva

La marca Ufesa se ha renovado de acuerdo con los nuevos tiempos. Esta actualización de marca lleva implícita su aplicación a la totalidad de los productos. Activa Diseño ha realizado la aplicación de la marca y los elementos gráficos necesarios a cada producto, diseñando una serie de iconos para completar su implantación. El desarrollo de la marca lo ha realizado Dseis.

El planteamiento de aplicación posiciona a la marca de un modo más cercano y amable al consumidor. Por ello los textos son en minúsculas y con una tipografía legible, de palo seco y con remates curvados. En consecuencia, los símbolos deben estar acorde con la morfología de la tipografía seleccionada por la compañía. Las necesidades de cada caso son muy diversas, y se dan respuestas individuales a cada producto. En los ejemplos adjuntos se muestran símbolos como por ejemplo fuerza de vapor, sistema antical, on-off, subir y bajar potencia, etc.

La aplicación de la nueva marca implica también que se simplifican y reúnen las diferentes categorías de producto, con un "naming" específico, en función del target de cada uno de ellos. Se aglutinan en cuatro denominaciones:

- Activa: gama de primer precio.
- Selecta: gama media, con mejoras en sus prestaciones y precios convenientes.
- Óptima: aglutina la gama media alta
- Deluxe: reúne la gama más alta en prestaciones y acabados

Se realizan propuestas y selección de códigos cromáticos para cada gama, que se concretan para cada tipo de producto.

IMPLANTACIÓN DE NUEVA IMAGEN A EMBALAJES

Cada producto, por su morfología, público objetivo, características a destacar, etc. requiere una atención especial y particular a la hora de desarrollar y aplicar todos los elementos que componen un envase.

Todo esto da como resultado unas cajas con enorme presencia en los lineales de los puntos de venta, donde los puntos clave son una gran presencia de marca, una simplificación en las imágenes de producto, y una jerarquización de los mensajes a transmitir al consumidor final. El resultado son unos envases amables, cercanos y funcionales. El trabajo ha sido realizado por Activa.

<http://www.ufesa.es/>
<http://www.activa1.com/>
<http://dseis.tumblr.com/>

[Inicio] [titulares de grupo]



Ambar presentó la gira de Bunbury y lanzó una edición limitada

Otra vez la cerveza Ambar y la música se han unido. En este caso para acercar a los seguidores del artista zaragozano un objeto para el recuerdo, una "Bunbury Palosanto". Para ello, esta centenaria marca de cerveza aragonesa ha fabricado una botella especial a la que se le ha añadido la "poderosa" imagen de su nuevo disco presentado en una gira de 9 conciertos durante el mes de Junio.

Esta edición limitada de Ambar, únicamente se ha podido conseguir a la finalización de los conciertos tras validar los códigos que aparecen en sus botellas de 33 centilitros y que se venden en bares y supermercados. Aquellos fans que no habían asistido a las actuaciones podían acceder mediante un servicio especial de envío a domicilio.

Ambar ha presentado y apoyado la gira en toda España y la cerveza pudo ser consumida durante los conciertos que se celebraron en Granada, Valladolid, Zaragoza, Valencia, Barcelona, Madrid, Bilbao, Santiago de Compostela y Sevilla.

En palabras de Enrique Torguet, director de marketing de la cervecera, "colaborar en esta nueva propuesta musical de Bunbury no es casual porque compartimos ciudad de origen, tenemos seguidores comunes y su obra es parte inseparable de nuestra vida".

Cervezas Ambar ya lanzó en 2007 una exitosa edición limitada con motivo del regreso del grupo Héroes del Silencio. Bunbury ha finalizado recientemente su gira por América latina y tras el paso por España viajará a EE.UU.

<http://www.cervezasambar.com>

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de la edición limitada.



La nueva identidad corporativa de Agnei.



Portada e interior del catálogo.



Tournedos Agnei.

Agnei Ibérico, el cordero premium de Grupo Pastores

Agnei Ibérico es una carne de cordero de calidad superior, de raza Rasa Aragonesa (la misma que la mayor parte del Ternasco de Aragón), alimentado de forma natural a base de leche materna y una mezcla exclusiva de cereales entre los que predominan el maíz y las semillas de girasol alto oleico. Por su contenido superior al 51% en ácido oleico es, posiblemente, la carne de cordero más saludable del mercado, con niveles de ácidos insaturados similares a los del Jamón Ibérico.

Agnei Ibérico se presenta en cortes deshuesados totalmente innovadores que facilitan un mayor valor añadido por pieza y que hacen más cómoda la labor del chef. Así pueden encontrarse referencias no habituales en carne de cordero y sí más propias de otras carnes como son: "tournedós", "magret", "presa", "solomillo" o "churrasco".

DISEÑO E IDENTIDAD CORPORATIVA

Agnei Ibérico es una carne de cordero de calidad superior orientada a la alta hostelería, y con elevado grado de diferenciación que es precisamente lo que se ha pretendido con su comunicación.

Se ha creado una identidad visual que pone en valor los atributos diferenciales del producto y da confianza a los potenciales clientes; y se han desarrollado acciones de apoyo comercial a los distribuidores tales como presentaciones de producto a sus clientes, formación al equipo comercial, asistencia a ferias en los stands de los propios distribuidores o encuentros con prensa local especializada.

El uso combinado de los dos colores, el negro básico, en contraste con un dorado han dado un resultado muy visual, llamativo y elegante en línea con el producto, que refuerza su marcado carácter Premium y está en concordancia con su exigente y exclusivo público.

PROMOCIÓN: FERIA ALIMENTARIA BARCELONA

Grupo Pastores estuvo en la Feria Alimentaria de Barcelona presentando la más amplia gama de productos de cordero agrupados bajo el paraguas de las marcas Ternasco de Aragón I.G.P. y Agnei Ibérico. Ambas fueron las protagonistas del stand corporativo como propuestas de cordero de alta calidad para el mercado nacional e internacional.

El stand se diseñó para destacar las dos líneas de producto con un área específica para cada una de ellas, compuesta a su vez por una zona de exposición y una zona comercial. Aparte, destaca una zona de degustación, con cocina en vivo.

En cuanto al diseño, la limpieza de las líneas curvas y rectas y la combinación de colores (dorado para Agnei y negro para Ternasco de Aragón) evocaban a productos de alta calidad.

El material impreso, coherente con el resto de imagen de marca, complementaba con información exhaustiva la gráfica del stand.

MERCADO INTERNACIONAL

Las ventas de esta nueva categoría de cordero - Agnei Ibérico-



Imagen del stand en Alimentaria.

crecen cumpliendo el objetivo marcado en el plan de expansión de la categoría, que pretende llegar a su ambicioso punto de equilibrio en dos años.

Además de cumplir los objetivos en volumen, este año sirvió para abrir la puerta a 6 nuevos países y para testar y asentar el modelo de comercialización y marketing más adecuado.

Además, que Agnei Ibérico esté certificado como producto halal es otro valor que ha abierto las puertas del importante mercado premium musulmán. Varios restaurantes de Emiratos Árabes Unidos, como el del prestigioso circuito de Formula 1 de este país de Oriente Medio, así como los caterings de las aerolíneas Qatar Airways y Emirates ya sirven Agnei Ibérico a sus clientes, en los que el Magret es la pieza más demanda.

<http://www.grupopastores.coop/>

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

[inicio] [titulares de grupo]

Un diseño de Beatriz Gimeno para Bodegas Fábregas convence en China

El diseño de las etiquetas de la marca Mingua de Bodegas Fábregas, realizado por la diseñadora Beatriz Gimeno, ha sido incluido en la última edición del anuario chino Excellent International Design Yearbook. El proyecto Excellent reúne los trabajos de diseño internacional que considera más innovadores y creativos. Es una publicación en cinco volúmenes que contiene propuestas de todo tipo de diseño.

La inclusión en una publicación de este tipo es una prueba de que un diseño se valora y se entiende en China, algo que es cada vez más importante en un mercado que ofrece grandes posibilidades pero que a su vez es complejo por su diferente contexto cultural.

El diseño de Mingua tiene su origen en la tradición según la cual la magia de la luna menguante señalaba el momento propicio para rellenar las barricas. La unión de los dos extremos de la etiqueta dibuja la luna, dejando pasar la luz a través de ella, que cambiará de color dependiendo del color del vino.

La familia Fábregas fundó su bodega en Barbastro en 1883. Generación tras generación ha creado vinos adaptados al territorio y a sus gentes creando una estrecha relación de confianza. En la actualidad son dos las generaciones que conviven en la bodega. La familia Fábregas dirige todo el proceso de elaboración del vino. Se trata de un vino familiar de principio a fin.

Beatriz Gimeno desempeña su trabajo en el campo del diseño gráfico y la fotografía. Obtuvo el Premio Nacional de Diseño Anuario en 2005 y sus trabajos han sido seleccionados por los premios de la Asociación Española de Profesionales del Diseño, los premios Letra y publicados en libros como Basic Logos, Basic Brochures o Book of the Year de Design and Design. Trabaja estrechamente con empresas e instituciones en su imagen y su comunicación gráfica.

<http://bodegasfabregas.com/>
<http://beatrizgimeno.com/>

[Inicio] [titulares de grupo]



Imagen de las etiquetas seleccionadas.



La nueva identidad corporativa.

Imagen para Melendo photo

El fotógrafo José Antonio Melendo encargó el rediseño de su identidad corporativa al Estudio Novo. Como ya era bastante conocido por su gran trayectoria los diseñadores creyeron adecuado mantener la forma circular de su logo anterior, buscando una manera de representar un objetivo sencillo, icónico y fácil de reproducir. Pensando en el medio en el que él se mueve más, las redes sociales, se creó este icono que puede funcionar muy bien como icono de perfil.

Otro factor que se tuvo en cuenta fue el tipo de trabajo más habitual a la hora de fotografiar (pasarela, modelos, portraits, bares, bodas, restaurantes). Se escogieron tres colores según el sector: dorado (para bodas, comuniones, etc.), fucsia (sector modelos, femenino, moda) y un amarillo para el resto más genérico.

<http://500px.com/melendofoto>
www.estudionovo.es

[inicio] [titulares de grupo]



Nueva marca ITAINNOVA.



Campaña de presentación.



Nuevo eslogan.



Sistema gráfico de comunicación de los servicios

ITAINNOVA, cambio estratégico orientado al mercado y a la vinculación con sus clientes

El Instituto Tecnológico de Aragón ha añadido la palabra INNOVA a su acrónimo ITA. Así, ITAINNOVA presentó el pasado 6 de mayo la representación visual y conceptual de la nueva estrategia y posicionamiento. Una nueva marca que ayude a inspirar y a transmitir su razón de ser y origen, al tiempo que mantiene toda su experiencia, para reflejar un nuevo futuro mucho más orientado hacia las empresas, las instituciones y las personas.

En el proceso de diseño de nueva identidad y dentro de la nueva estrategia de comunicación, el portal web es el principal elemento.

En el Manual de Identidad se recopilan los elementos básicos y directrices que se combinan para crear un aspecto distintivo y que sea fácilmente reconocible como parte de ITAINNOVA, el Instituto Tecnológico de Aragón.

La nueva marca ITAINNOVA se explica con la idea de que es el camino que lleva a la excelencia en innovación y desarrollo tecnológico, un camino que derriba los muros de las dificultades de las empresas y aporta soluciones adaptadas a cada fase evolutiva de innovación en cada empresa. En definitiva, una escalera que nos ayuda a avanzar en un proceso de mejora permanente, que asienta los logros de la fase anterior de una forma efectiva y con éxito en el presente y futuro.

Una escalera en la que cada uno encuentra su sitio, su ritmo, su solución y su valor; que lleva a todas las empresas a descubrir la innovación tecnológica como herramienta de mejora y éxito, una escalera que camina hacia la excelencia. Unos pasos seguros y que nos aseguran llegar al futuro con garantía de éxito.

Dicen que en la vida todo es un camino, en el que con cada paso que damos, avanzamos para conseguir algo superior, algo mejor. En este sentido, indican que "en el Instituto Tecnológico de Aragón hemos emprendido un camino hacia la excelencia tecnológica con una clara orientación al mercado y a las necesidades de nuestros clientes, donde las experiencias y los casos de éxito de nuestros clientes se convierten en nuestro principal valor. Por eso, queremos dar un paso más que nos lleve a ayudar a las empresas, a nuestras instituciones y a todas las personas a lograr impulsar un nuevo futuro de la mano de la innovación y el desarrollo tecnológico. Un nuevo proyecto, donde la tecnología y la innovación están más cercanas que nunca".

POSICIONAMIENTO Y OPORTUNIDAD

En un mercado volcado en el liderazgo y la especialización, desde el Instituto Tecnológico de Aragón aseguran que "apostamos por una orientación hacia las necesidades del cliente, con una vinculación clara y patente, rediseñado productos, procesos y servicios en función de estas nuevas relaciones. Una nueva interacción entre ITAINNOVA y las empresas, mucho más cercana y personal, haciendo nuestros sus retos. Un proceso a medida de aprendizaje permanente y mutuo, que lleva a una vinculación con nuestros clientes como nuestro valor diferencial".

"Queremos aportar luz en el viaje de muchas empresas, ayudarlas a ser mejores, mucho más competitivas, trasladando de una forma sencilla y simple los avances tecnológicos e innovadores que les pueden marcar ese nuevo rumbo. Queremos soñar con un mundo donde lo lejano sea cercano, donde la cooperación se convierta en algo indispensable, donde seamos referentes tecnológicos y líderes en un mundo que entre todos estamos ayudando a crear", indican.

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

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

<http://birbiloko.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del diseño para Dubai.



Resultado final en la feria de Dubai.



Imagen del diseño para Frankfurt.

Fersa muestra su identidad global en un stand.

Fersa Bearings es un fabricante aragonés de rodamientos orientado a la excelencia, para garantizar la calidad Premium en todos sus productos. Con este mismo valor de excelencia Fersa puso en marcha un concurso internacional de diseño que trazase el concepto de stands para representar a la compañía. La empresa tiene una fuerte presencia global en los 5 continentes por lo que es muy necesario mantener la identidad de la compañía de un modo global y reconocible.

El concurso de diseño de stands surgió con el principal objetivo de crear un diseño reconocible y asociable a la marca Fersa en cualquiera de las ferias internacionales a las que asiste.

Cuatro empresas de carácter internacional fueron seleccionadas para participar en la primera fase de generación de ideas, con óptimos resultados. El diseño ganador corrió a cargo de la empresa Be&Me, que comprendió y captó rápidamente las necesidades y el espíritu de la compañía. Con un diseño elegante, moderno y abierto que permite dar a los clientes una atención personalizada.

Una de las claves fue dotar al stand de rasgos estéticos propios, replicables y adaptables a los diferentes escenarios y mercados para que la marca sea reconocida internacionalmente y contar así con una presencia global, firme y sólida.

El resultado es un stand que consigue transmitir el espíritu de la compañía, esto es, con un diseño de imagen dinámica, moderna y sofisticada, acorde con las nuevas tendencias del siglo XXI.

Cabe resaltar que entre las características técnicas, se optó por unificar el espacio con el color blanco en su objetivo de alcanzar una imagen con formas y volúmenes dinámicos que permiten por un lado la creación de un espacio adecuado en la consecución de los objetivos comerciales de Fersa en su participación ferial, y por otro transmitir el elemento de calidad que impregnan los productos que ofrecen a sus visitantes.

Fersa estrenó el nuevo diseño de Stand en la feria de Atomechanika Dubái, feria de referencia en Medio Oriente con grandes elogios por parte de sus clientes. La empresa ahora tiene puesto su objetivo en la feria Atomechanika Frankfurt, la más relevante a nivel mundial del sector donde contarán con el nuevo diseño adaptado al mayor espacio hasta la fecha.

<http://www.fersa.com/>
<http://www.beandme.com>

[inicio] [titulares de grupo]

Ana Villalba ilustra las míticas Volkswagen

La ilustradora aragonesa Ana Villalba, especialista en la técnica de la plastilina, ha sido la encargada, a través de la agencia de publicidad DDB, de ilustrar el libro editado por Volkswagen con motivo de la concentración anual de sus míticas furgonetas.

Para esta ocasión, la autora ha modelado un conjunto de figuras y escenas que evocan el desenfadado ambiente de acampada del evento. La vibrante gama cromática del material y los marcados volúmenes de las diferentes piezas recrean y potencian la estética "flower power", tan asociada a estos vehículos desde los años 60, cuando se convirtieron en auténticos iconos hippies.

Según Ana Villalba, el proceso de creación de una ilustración de plastilina incluye, además de las fases de análisis y conceptualización comunes a cualquier técnica, dos fases fundamentales: el propio trabajo escultórico hecho con el material y la reproducción fotográfica de las figuras o escenas. Ella habitualmente se encarga de todo el proceso, trabaja desde su estudio en Borja y entrega las imágenes vía internet.

La concentración Furgo Volkswagen se celebró en la Costa Brava, en Sant Pere Pescador, y reunió a cerca de 700 furgonetas de todas las épocas y rincones de Europa.

<http://www.ddb.es/>
<http://www.anavillalba.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Ilustraciones en plastilina de Ana Villalba.



Imagen de las páginas del libro.





"El besico", de Antonio Isla.

Premiados en los concursos de carteles de fiestas

"EL BESICO", GANADOR DEL CONCURSO DEL CARTEL DE LAS FIESTAS DEL PILAR 2014

Los ciudadanos de Zaragoza han elegido "El besico" como cartel anunciador de las próximas Fiestas del Pilar 2014. La ilustración, obra del diseñador montisonense Antonio Isla Climent, ha resultado ganadora por una amplia mayoría en la votación popular impulsada por el Ayuntamiento de Zaragoza.

"El besico" ha obtenido 717 de los 1.441 votos totales emitidos por los ciudadanos participantes en la votación. La segunda obra más votada ha sido el diseño "Las Fiestas empiezan con Z", con 267 votos. "El besico" recrea en clave local la famosa fotografía "El beso" de Robert Doisneau. En el cartel se representa una pareja de jóvenes besándose, ataviados con el traje tradicional aragonés con la silueta de la Basílica del Pilar al fondo. "Siempre me ha gustado trabajar con imágenes y fotografías previas y este trabajo se enmarca en esa tendencia de utilizar imágenes icónicas, para reconstruirlas e interpretarlas a mi forma", ha subrayado Isla, quien ha reconocido que es la primera vez que se presentaba al concurso. "Me siento muy contento, porque el nivel de los otros finalistas era muy bueno y porque me ha elegido la gente, los ciudadanos. Saber que el diseño gusta a la gente es lo mejor que puede pasarle a un diseñador", ha añadido.

"El besico" fue elegido inicialmente junto a otros cuatro trabajos entre los 171 diseños que se presentaron al concurso. Una vez conocidos los cinco finalistas, el pasado 9 de mayo se abrió un proceso de votación popular a través de la web municipal zaragoza.es para que los ciudadanos escogieran entre los cinco carteles finalistas su favorito. Hay que recordar que es la primera vez en la historia de las Fiestas del Pilar que los ciudadanos tenían la posibilidad de elegir el cartel anunciador de Fiestas.

UNA COLORIDA IMAGEN DEL COSO, IMAGEN DE LAS FIESTAS DE SAN LORENZO

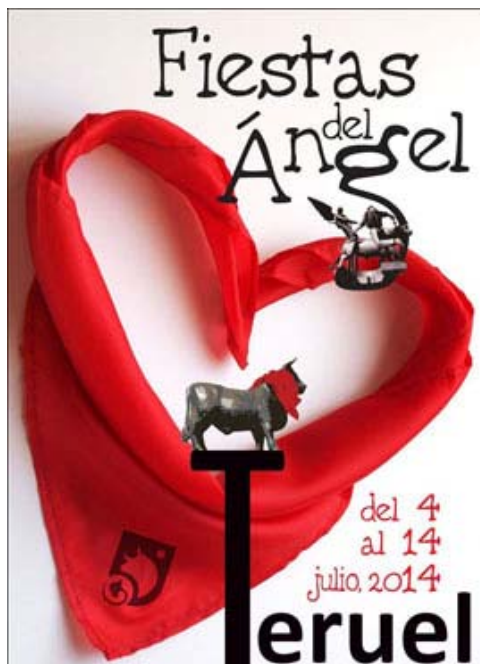
El cartel titulado "Huesca, exterior, noche" será finalmente la imagen de las fiestas de San Lorenzo de Huesca este año, que se celebrarán del 9 al 15 de agosto. Así lo comunicó el pasado junio la concejal de Fiesta, Gemma Allué, quien dio a conocer además el nombre del ganador una vez finalizada la votación popular. Se trata del artista barcelonés Francisco García Rodríguez, quien, aseguró Allué, "se ha mostrado muy contento al conocer la noticia y nos ha asegurado que tiene una vinculación con Huesca que pronto nos desvelará".

La colorida imagen, que como destacó la edil, "rompe con la estética de los carteles de San Lorenzo a los que estamos acostumbrados" muestra parte del Coso Bajo, ya peatonal, con numerosos paseantes ataviados con los colores blanco y verde de la fiesta. Al fondo puede verse la cúpula de la basílica dedicada al patrón de la capital altoaragonesa. Se trata además de la primera opción, no solo de los oscenses mediante su voto online o presencial en la urna instalada en el Centro Cultural del Matadero, sino también del jurado, formado por representantes de los barrios, municipales y del mundo de las artes. "Representa una parte para nosotros importante, la fiesta en la calle", subrayó Allué.

En total, destacó la concejal, se emitieron 482 votos, 418 a través de la página web municipal y el resto, mediante



"Huesca, exterior, noche", de Francisco García.



"El latido de la fiesta", de Carmen Novella.

papeleta. De los 396 que fueron válidos el 37,3% fueron para la obra ganadora. Allué agradeció además la participación del jurado y de los ciudadanos, así como de los artistas y diseñadores que se presentaron a la convocatoria.

"EL LATIDO DE LA FIESTA" ANUNCIA LAS FIESTAS DE LA VAQUILLA DE TERUEL

La diseñadora gráfica turolense Carmen Novella Morales ha ganado este año el concurso del cartel anunciador de las fiestas de la Vaquilla del Ángel. Su trabajo, titulado "El latido de la fiesta", ha sido el elegido por el jurado entre los diez finalistas que obtuvieron más votos en la votación popular realizada a través de Internet.

De los casi cien trabajos presentados, 91 cumplían todos los requisitos y fueron los que pasaron a la elección popular, en la que han participado alrededor de 6.200 personas, ha detallado el Ayuntamiento de Teruel en una nota de prensa.

"El cartel ganador refleja el amor de los turolenses por la Vaquilla, a la vez que hace un guiño a nuestra campaña Teruel Ciudad del Amor", ha explicado la concejal de Fiestas del consistorio, Rocío Casino.

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

[inicio] [titulares de grupo]

El alumno de Diseño Gráfico de la ESDA, Rui Xu, gana el diseño del cartel del XX Concurso de Tapas

El alumno de Diseño Gráfico de la Escuela Superior de Diseño de Aragón, Riu Xu, ha sido el ganador del concurso para elegir el cartel del XX Concurso de Tapas. El resultado es una pareja muy colorista, cercana y desinhibida que invita a salir de picoteo.

El autor se inspiró en un viaje a Málaga, donde se animó a fusionar arte y gastronomía.

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

[inicio] [titulares de grupo]

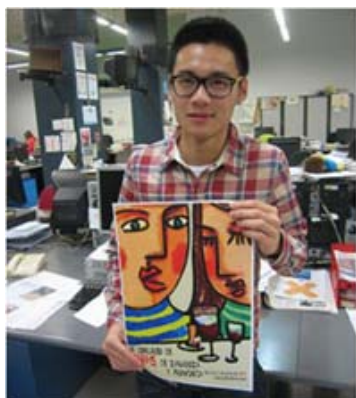


Imagen del cartel ganador y su autor.



Portada del libro catálogo que acompaña la exposición.



Imagen de la exposición en el Patio de la Infanta.



Exposiciones Obra Social de Ibercaja

La Obra Social de Ibercaja ha organizado dos exposiciones que podrán visitarse en Zaragoza durante los próximos meses.

PASIÓN POR ARAGÓN. LA REAL SOCIEDAD ECONÓMICA ARAGONESA DE AMIGOS DEL PAÍS.

La exposición conmemora el aniversario de la Medalla de Oro de las Cortes de Aragón otorgada el año 2013 a la Real Sociedad y resalta los logros obtenidos en la Historia del Aragón contemporáneo. Reuniendo más de cuatrocientas piezas, la muestra recorre todas las fundaciones de la entidad a través de dos siglos de historia destacando sus principales valores: la pasión por la educación de toda la población, el amor al territorio que promovió la Escuela de Agricultura, su compromiso con las innovaciones científicas, su interés por la salud con el Jardín Botánico, su papel promotor de las Exposiciones de Zaragoza, la creación de la primera cátedra española de Economía, la incorporación de la mujer a la sociedad, el apoyo económico al desarrollo de los aragoneses, la recuperación de la cultura y la historia aragonesa, y su pasión por el dibujo como instrumento de formación.

Obras de los grandes pintores aragoneses Francisco de Goya y Francisco Bayeu entre otros, documentos y libros originales, monedas, dibujos e instrumentos mecánicos, que forman parte de las importantes colecciones que ha ido constituyendo la Económica, crean los ambientes dieciochescos en los que se recupera la obra de estos ilustrados que bajo el lema "Florece fomentando", plantearon como razón principal de su existencia fomentar el conocimiento y desarrollo de las fuentes de riqueza de la región aragonesa, en una importante apuesta por conocer, educar y construir un futuro mejor.

Línea Diseño ha sido la encargada del diseño expositivo, diseño gráfico y del libro catálogo que acompaña a la exposición. El diseño gráfico aprovecha las posibilidades de una de las obras más emblemáticas de Bayeu, "La Alegoría", para extraer elementos que identifican el recorrido expositivo. El mobiliario expositivo y su distribución en el espacio integran los elementos de la época de un modo coherente y que apoya el discurso de la exposición.

La exposición, ha sido comisariada por D. Domingo Buesa Conde, conservador de la Real Sociedad, y ha sido coordinada por Magdalena Lasala Pérez, responsable del Programa de Educación y Cultura de la Obra Social de Ibercaja.

Pasión por Aragón puede visitarse en el Patio de la Infanta de Ibercaja hasta diciembre de 2014.

EFE, 75 AÑOS EN FOTOS

La Agencia EFE celebra su 75 aniversario en Zaragoza con la exposición "EFE, 75 años en fotos", una muestra que recorre momentos emblemáticos de la historia de España y Aragón.

A lo largo de sus 75 años de historia, la Agencia EFE ha sido testigo de excepción de los momentos claves sucedidos tanto en España, como en Aragón, tal como se refleja en esta exposición, que será sin duda uno de los acontecimientos culturales más importantes del verano en Zaragoza. Del 17 de junio al 13 de octubre, esta muestra, organizada por EFE y patrocinada por Ibercaja y el Gobierno de Aragón, se puede contemplar en el Pabellón Puente en Zaragoza, el espectacular

Imágenes de la exposición en el Pabellón Puente.

edificio de diseño flotante sobre el río Ebro, obra de la arquitecta Zaha Hadid.

En total se muestran 75 fotografías de gran tamaño, que constituyen una exhaustiva selección de las principales imágenes transmitidas por la agencia, la primera de habla hispana, la cuarta del mundo, y cuyo archivo fotográfico contiene más de 17 millones de imágenes.

El diseño expositivo ha estado a cargo de Línea Diseño, y se caracteriza por su adaptación al espacio. Se ha tratado de acercar la información a la escala del visitante, sin competir con la arquitectura del edificio, sino más bien complementándola.

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

[Inicio] [titulares de grupo]





Imagen del cartel de la Exposición.

Exposición "Proyectos emergentes 2014", en el Paraninfo de la Universidad de Zaragoza

El Paraninfo acogió hasta el pasado 28 de junio la exposición "Proyectos emergentes 2014" una muestra en la que se han recogido proyectos realizados por alumnos del grado de Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto de la Universidad de Zaragoza.

En la exposición, se han podido contemplar las innovadoras ideas de los alumnos de la Universidad de Zaragoza, que para la realización de sus proyectos han tenido que aplicar una serie de conocimientos multidisciplinares, una de las características más destacadas de su titulación. El resultado se refleja en la interacción de las capacidades técnicas y creativas de los alumnos, que expresan sus ideas con el fin de obtener productos innovadores, de calidad y adecuados a las necesidades y expectativas de los potenciales usuarios.

Así, entre otros productos, en la muestra se han podido contemplar prototipos de una cafetera doméstica que permite preparar un café al gusto en cualquier sitio y en cualquier momento mediante el móvil; una bicicleta urbana fabricada en fresno laminado; un carrito de la compra dotado con un sistema de basculación ergonómico que se adapta en altura y en forma de agarre o un baño familiar, entre otros.

<https://eina.unizar.es>

[inicio] [titulares de grupo]



ENCUENTRAZOS 20 y 21 de Marzo de 2014

Imagen de las jornadas.



Roger Olmos en la primera ponencia.

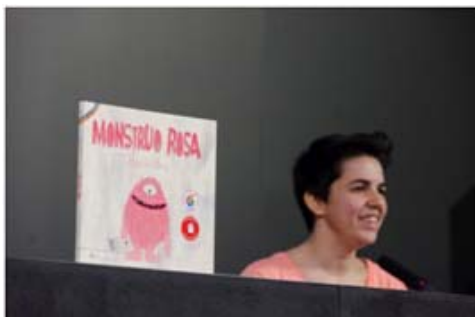


Imagen de la ilustradora Olga de Dios.



Ponencia dedicada al diseño gráfico de carteles.

Encuentrazos 2014 ESDA

Los pasados 20 y 21 de marzo tuvo lugar Encuentrazos. Es el segundo encuentro de ámbito estatal, entre profesionales de diversas ramas de la ilustración y el diseño gráfico con alumnos y profesores de Escuelas de Arte y Escuelas Superiores de Diseño. A dichas jornadas asistieron 300 personas inscritas. Alumnos y profesores procedentes de las Escuelas de Arte de Zaragoza, Huesca, Soria, Avilés, nº10 de Madrid, de las Escuelas Superiores de Diseño de Zaragoza, Murcia, La Rioja y de las Escuelas de Arte y Superior de Diseño de Valladolid y Vitoria.

La primera ponencia, corrió a cargo de Roger Olmos. La conferencia versó sobre el proceso de creación en la ilustración para niños. A través de su experiencia personal y de sus trabajos el ilustrador explicó a los asistentes todos los pasos para la realización de un álbum. Desde la documentación, el estudio de personajes, la creación de entornos y ambientes adecuados, etcétera hasta el propio trabajo de ilustración mediante la técnica del óleo.

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

La siguiente conferenciante fue Olga de Dios. Esta joven ilustradora fue ganadora de la primera edición del Premio Apila Primera Impresión, del Premio Aurelio Blanco y del Premio Pinwheel de Shangai.

La jornada se reinició por la tarde con una primera sesión dedicada al diseño gráfico de carteles. La ponencia corrió a cargo de Isidro Ferrer. Su conferencia se centró en el trabajo del diseñador gráfico dentro de un campo muy concreto; el cartelismo.

Al término de la conferencia los profesores y alumnos inscritos acudieron a una exposición de libros ilustrados y de diseño gráfico en la librería gráfica El Armadillo Ilustrado. Se reanudó la actividad en una sesión nocturna de ilustración en vivo. Dos fueron los ilustradores que participaron en la última sesión del día: Álvaro Ortiz e Isaac Mahow.

La segunda jornada se dedicó por la mañana a la ilustración y diseño gráfico de revista y cómic. La primera conferencia la impartió Marta Cerdá. En ella habló de su trayectoria personal y de cuáles habían sido los pasos que había ido dando hasta llegar donde está hoy en día. Explicó con numerosos ejemplos su labor como tipógrafa y los entresijos del día a día de su trabajo para grandes empresas publicitarias con las particularidades que presenta la publicidad impresa.

A continuación tuvo lugar una mesa redonda sobre cómic americano y europeo integrada por Marta Martínez, Fernando Blanco y Álvaro Ortiz.

La tarde se dedicó a la ilustración y el diseño gráfico de animación. En un escenario diferente al resto de las charlas, el salón de actos de Etopía tuvo lugar la charla de Tavo Ponce. Su ponencia trató de su trabajo en el campo de animación y 3D. A través de varios ejemplos de proyectos personales explicados paso a paso transmitió su experiencia en la generación de



Mesa redonde sobre el cómic americano y europeo.



Sesión dedicada a la ilustración-acción.

cabeceras y anuncios mediante animación gráfica multimedia con ilustración en movimiento a partir de utilización de Motion Graphics y renderización.

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

El encuentro terminó con una última sesión dedicada a la ilustración-acción.

Se establecieron así vínculos entre la intervención artística de las performances y el mundo de la ilustración. Se invitó a la reflexión sobre nuevas vías que actualmente se abren en el terreno de la ilustración artística.

<http://www.escueladeartedezaragoza.com>

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel de las jornadas.

"Una Nueva Escoria" lleva a Zaragoza la tercera edición de la semana independiente de diseño

Los pasados 28, 29 y 30 de abril tuvo lugar en el Edificio Betancourt de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura (Campus Río Ebro), la tercera edición de la Semana Independiente del Diseño, llevando por título "Los límites del diseño".

Jornadas organizadas por "Una Nueva Escoria", grupo de trabajo compuesto por personas de diferentes ámbitos (diseño, filosofía, derecho, psicología, económicas), abiertos a todo tipo de análisis de diferentes estructuras que forman nuestra cotidianidad.

Estas jornadas, nacieron con la intención de crear un foro abierto en el que cualquier persona pueda aportar algo sobre diseño. Se trata de crear una plataforma accesible para todo el mundo mediante la cual poder expresarse.

Uno de los principales objetivos de las jornadas, fue el de romper con la idealización que los propios diseñadores tienen sobre sí mismos. Se contó con ponentes de la talla de la ilustradora Agnes Daroca, autora de las ilustraciones de Piticascas que ha sido elegido mejor libro editado en Aragón durante el 2013; los responsables de la ya conocida revista gratuita Voluntas, que cuenta con un público fiel y un lugar privilegiado en los comercios zaragozanos; Jorge Benediti creativo inmerso en una gran cantidad de proyectos publicitarios, y conocido por muchos en las redes sociales como un buen comunicador cultural de la capital aragonesa; o Alejandra & Ramón una diseñadora, joven, aragonesa y emprendedora que ha vivido en sus propias carnes la cruda (y dura) realidad del emprendimiento hoy en día.

Como cabeza de cartel, cabe destacar a Álvaro Sobrino, periodista especializado en diseño, editor de la Revista Visual, colaborador habitual en diversos medios y grupos editoriales. Sobrino también es diseñador gráfico y comisario de varias exposiciones sobre diseño y cultura, asesor en temas de diseño de organismos públicos y privados, y jurado en certámenes sobre arte, diseño y fotografía.

Por otro lado, el sentido de estas jornadas reside en valorar también el trabajo de aquellas personas cuya labor profesional no ha sido reconocida "públicamente", pero merecen del mismo modo, ser escuchadas. La organización (Una Nueva Escoria) trata de ser una plataforma desde la que poder dar a estas personas la oportunidad de hablar, creando así su propia crítica frente a aquellos discursos establecidos en torno al diseño.

En esta línea, Guillermo Granados compartió con el público su opinión sobre como las nuevas tecnologías han transformado la industria del diseño y la producción democratizando el sector de una manera antes inimaginable. Por otro lado, el egresado Adrián Hernández fué en esta tercera edición, el encargado de dar voz a la ya conocida sección de "Jóvenes fracasos".

Durante las jornadas se debatieron los "Límites del diseño". Gente con discursos coherentes, que hacen lo que dicen, dicen lo que hacen y creen en lo que hacen. Allá donde la práctica se separa de la profesión esas personas construyen lejos del afuera o del adentro del "diseño", creando sus propios lugares, sus propias definiciones. Personas que reniegan de las palabras que están en boca de todos y pasan a ser ese límite en el diseño.

Multitud de actividades en torno al diseño que se clausuraron con el sexto Design Meeting. Este evento se ha convertido en la excusa perfecta para juntar estudiantes y profesionales del diseño con el fin de intercambiar impresiones y vivencias en este complicado mundo del diseño.

<http://unanuevaescoria.com/>

[inicio] [titulares de grupo]

VIII Jornadas sobre la práctica del diseño ESDA

La Escuela Superior de Diseño de Aragón celebró sus VIII Jornadas sobre la práctica del diseño, desarrolladas durante los días 28 al 30 de abril, en la que intervinieron más de 300 participantes.

La Escuela Superior de Diseño de Aragón (ESDA) acogió a algunos de los mejores profesionales del sector para hablar del panorama actual del diseño. En el marco de las VIII Jornadas sobre la Práctica del Diseño que organiza este centro del departamento de Educación del Gobierno de Aragón. Desfilieron diseñadores como Nacho Lavernia, Premio Nacional de Diseño en 2012; la arquitecta italiana Teresa Sapey o los hermanos Mingarro del Estudio Brosmind. Intervinieron también los diseñadores Álvaro Arregui, Eduardo Óriz, y los profesores de diseño portugueses Heitor Alvelos y Emilio Remelhe.

Fueron tres días de conferencias pero también de clases magistrales y talleres experimentales en los que los alumnos pudieron analizar la evolución del diseño de los espacios de trabajo a lo largo de la última década de la mano de Manuel Sánchez Sanvicente, diseñar nuevas tipografías con Pedro Arilla o profundizar en el diseño interactivo a través de la realidad aumentada junto a Pedro Lozano, del estudio Imascono, que impartieron talleres y masterclass.

Además, se organizaron los llamados "paseos de diseño": dos itinerarios por la ciudad donde los alumnos pudieron conocer in situ diferentes estudios de diseño de interiores y de diseño gráfico. Las jornadas se completaron con la exposición "Best Of" que pudo visitarse hasta el 30 de mayo en el hall de la ESDA. En ella se mostraron los últimos proyectos de los diseñadores invitados en esta edición. Los estudiantes de la Escuela Superior tuvieron un protagonismo destacado como creadores. Se proyectaron en el salón de actos una decena de cortometrajes realizados por ellos. A ello se une que el diseño de las jornadas tiene también su sello. El centro organizó dos concursos entre sus alumnos para elaborar el interiorismo y la imagen del encuentro.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Teresa Sapey. Diseñamos espacios vivos.



Heitos Alvelos. Diseño, desolación y fertilidad. ¿Dónde estamos ahora?



Nacho Lavernia. Lo que la escuela no enseña.

14ª edición Primavera 2014 9-10 y 11 mayo

Cerco

cerámica contemporánea

Feria Internacional de Cerámica Contemporánea

Programa de actividades y exposiciones



Imagen del folleto de actividades.

CERCO 2014

La Feria Internacional de cerámica CERCO 2014 se celebró el pasado mes de mayo en el Centro de Artesanía de Aragón. CERCO inició en 2013 un nuevo formato, convocando Feria y Premio cada dos años en ediciones alternas, de tal manera que en 2014 se ha presentado la convocatoria de la Feria de Cerámica Contemporánea, acompañada como es costumbre de una programación de exposiciones y presentaciones. En el mismo espacio de la Feria se han expuesto todos los trabajos seleccionados en el Premio CERCO13, que volverá a convocarse en 2015.

La consecución de CERCO14 ha sido posible gracias a la apuesta y esfuerzo del Gobierno de Aragón, Ayuntamiento de Zaragoza, Diputación de Zaragoza, Museo de Teruel y Asociación de Artesanos de Aragón, y a la colaboración de Cerámicas Collet, Grandes Vinos y Viñedos y Deweb, a la que se suma el apoyo de otras entidades y personas en una apuesta común por descubrir nuevas formas de entender la cerámica.

La programación ha incluido las siguientes exposiciones y actividades:

- Kris Campo
- Amado Lara. Transcendiendo la dualidad
- De barro y palabras. Cerámica finlandesa
- Perpetuum mobile. Yanka Mikhailova
- Soledad Franco
- Presentación Congreso de la Academia internacional de Cerámica, ICA. Barcelona 2016

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

[inicio] [titulares de grupo]



"En la última década, el diseño se ha ganado su sitio en la mesa y granjeado el favor de los líderes empresariales de todo el mundo."

Design Management Institute, 7 de agosto de 2012.



Nueva convocatoria del Master en Gestión del Diseño

Con fecha 30 de junio fue aprobado por el Consejo Social de la Universidad de Zaragoza el precio público para la realización, como uno de sus títulos propios, del Master en Gestión del diseño, edición 2014-2015.

El Master cuya organización y desarrollo corresponde a la Facultad de Economía y Empresa y a la Escuela de Ingeniería y Arquitectura, cuenta con la colaboración del CADi, fruto del Convenio entre el Gobierno de Aragón y la Universidad de Zaragoza suscrito el tres de julio de 2013 por el Consejero de Industria e Innovación y la Vicerrectora de Transferencia e Innovación Tecnológica.

El Master se dirige tanto a egresados universitarios de diferentes especialidades como a profesionales, técnicos de empresa y emprendedores con experiencia en alguna de las áreas objeto de estudio. Y pretende dar una visión actual, profesional y avanzada de la problemática que entraña el despliegue y gestión de la actividad de diseño en la empresa.

Para los egresados universitarios que lo deseen existirá la posibilidad de realizar prácticas en departamentos de marketing, diseño, producto o I+D de reconocidas empresas aragonesas, por un periodo no superior a 200 horas. Junto a ello todos los participantes desarrollarán un proyecto en equipo como trabajo fin de máster, un proyecto que podrá ser de iniciativa propia cuando un grupo lo asuma.

El enfoque de los bloques de contenidos y de las materias es esencialmente práctico y la modalidad de talleres será uno de los puntos fundamentales para su desarrollo. La combinación de bases teóricas y planteamientos pegados a la realidad la garantiza la combinación al 50% entre profesorado universitario y profesionales del ámbito privado.

La temática de carácter multidisciplinar trata de recorrer los ámbitos de la gestión de la empresa que influyen o pueden ser influidos con la integración del diseño, desde la estrategia a los procesos de desarrollo de producto. Pero también trata sobre el papel en la empresa de la creatividad y la experiencia del cliente y del usuario como inspiradoras de la actividad de diseño, y sobre la integración de las nuevas visiones del diseño en el contexto empresarial. Todo ello como elementos transversales al estudio específico de los tres ámbitos de actuación en los que habitualmente se concreta el diseño en las empresas, la identidad/marca, el producto y el servicio.

+ info en: <http://ow.ly/yGREp>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del Congreso con las máquinas de vending.



La máquina lee el código QR recibido.

Innovador sistema de pago de servicios de vending a través de Twitter

La empresa aragonesa Eboca consiguió ser TT en Twitter durante la celebración del pasado Congreso Web de Zaragoza, gracias a una prueba piloto. La empresa escogió el Congreso Web para realizar esta prueba ya que se trata de la principal cita a nivel nacional de marketing _online, _y cuenta con la participación de algunos de los mejores expertos en marketing, posicionamiento en buscadores, medios sociales, analítica, publicidad, ecommerce, móvil y networking.

Eboca instaló en el hall del palacio de congresos dos módulos personalizados, que incluyeron cuatro máquinas de vending de café y dos de bebidas frías cada una. Los asistentes al congreso podían enviar un tuit desde su móvil a la cuenta de Twitter de @ebocavending, incluyendo la etiqueta #Ebocamola, y recibían de inmediato un código QR que les permitía, a través de las máquinas, obtener de forma gratuita distintos tipos de café, o bien un botellín de agua, refresco, bebida energética o zumo. La aplicación ha sido desarrollada por la empresa zaragozana Relevant.

Raúl Benito, presidente de Eboca, explicaba que "el sistema representa cómo nos estamos adaptando al futuro, combinando la web 2.0, la tecnología móvil, el llamado "internet de las cosas" y la certeza de que hoy un mensaje en una red social puede tener el mismo valor para una empresa que unas monedas. Esta primera experiencia nos puede servir para lograr implantar sistemas similares en los cientos de máquinas que tenemos instaladas en empresas e instituciones de Zaragoza y Huesca, o en nuevos clientes".

Por su parte, Manuel Torres, director comercial de la empresa oscense, detallaba que "somos la primera empresa que instala en Europa una tecnología similar, y tan solo algunas compañías en EEUU y en Sudáfrica han realizado experiencias similares".

Eboca, con casi 30 años de historia siendo líder en innovación en vending a nivel nacional, tiene su sede central en Huesca, en un edificio de 12.000 m2 ubicado junto a PHLUS, dotado con las mejores instalaciones del sector en España.

Tras el éxito de la primera prueba piloto, se ha realizado una segunda prueba en Walqa (Huesca), coincidiendo con la feria de tiendas virtuales.

Según ha explicado Manuel Torres "la prueba piloto ha sido un éxito, es una forma más de humanizar nuestro trabajo, de demostrar que detrás de una máquina de vending hay un equipo de personas trabajando para que cada vez el servicio sea más personalizado, y dando respuesta a las demandas de los usuarios, como hacemos a través de Twitter". Torres también ha destacado que estas pruebas servirán para ofrecer resultados de este sistema de pago por tuit "y después poder implantarlo en empresas o instituciones que ya cuentan con nuestros servicios, o en nuevos clientes".

El sistema que se ha desarrollado está automatizado, para que pueda asumir cualquier volumen de público. El funcionamiento consiste en que el usuario envía un tuit a la cuenta corporativa con un hashtag concreto, el sistema lo detecta y automáticamente le envía un QR único que al ser leído por la máquina le permite hacer una consumición. Además, el QR puede emitirse para una máquina concreta o para varias máquinas diferentes. El sistema no ha implicado cambios

internos, ya que la lectura del código QR va conectada al sistema de pago "cashless" de la máquina.

Para las pruebas piloto se permitió únicamente el pago por tuit, pero el sistema podría combinarse con el resto de sistemas de pago. Además, las características del sistema permiten integrarlo con cualquier otra red social e incluso con sistemas internos de la empresa, envíos por email, o por cualquier sistema digital.

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

<http://www.rel.evant.es/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de la serie KRAKEN SCATI VISION.

Kraken, potentes plataformas de grabación

Para este año, la firma española SCATI especialista en ofrecer soluciones globales de video para el control y protección de cualquier instalación, ha lanzado la serie SCATI VISION KRAKEN; un sistema de grabación masiva multitarea que permite grabar y visualizar en tiempo real el video almacenado entre otras funciones.

La plataforma Kraken incluye un proceso avanzando de imagen en tiempo real con distintas funcionalidades que detecta la manipulación de cámara, el abandono de objetos y el movimiento.

La serie Kraken ofrece la grabación de hasta 500 cámaras en un sólo servidor, reduciendo considerablemente el número de videograbadores y un mecanismo de alta disponibilidad que garantiza la total redundancia de todos los elementos de la solución.

Completamente integrado con el resto de herramientas de la SCATI SUITE, permite el acceso para la gestión del equipo de forma remota y segura por parte de los operadores autorizados y dispone de un sistema de auto-diagnóstico del hardware y software para facilitar el mantenimiento preventivo y correctivo del grabador.

Este nuevo producto está planeado para llegar al mercado de la protección urbana y civil, donde SCATI busca posicionarse después de haber logrado un lugar importante en el mercado de la seguridad bancaria.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del aceite "Albares One".

Aceite "Albares One": Entre los mejores del mundo

El aceite "Albares" de la Corporación Oleícola Alto Jalón ha conseguido la distinción 'Best of Class' en el XV Certamen Internacional de Los Angeles, una de las principales convocatorias previas a la elaboración del ranking de los mejores aceites de oliva a nivel internacional y dónde además ha sido medalla de plata en la categoría de packaging gracias a un diseño realizado por la empresa Novo.

La Corporación Oleícola Jalón Moncayo surgió como resultado de un proyecto de investigación y desarrollo (I+D+I) que vio la luz en el año 2008, gracias al apoyo de Bantierra, Caja Rural de Aragón.

<http://www.jalonmoncayo.com/>
<http://www.estudionovo.es/>

[inicio] [titulares de grupo]

Bosch presenta en televisión su gama de electrodomésticos más silenciosa

Bosch presenta en televisión su gama de electrodomésticos más silenciosa: EcoSilence, bajo el lema "Son tan silenciosos que puedes ponerlos incluso mientras duermes".

Para reforzar su producto de lavado, Cubo Diseño desarrolla material impreso y diferentes plv's expuestos en el punto de venta. Se diseña una pirámide Pop-Up para colocar sobre la lavadora. Su imagen tridimensional consigue captar la atención de los clientes y explicar en un golpe de vista la primera idea de la campaña. En el diseño del Pop-Up se ha tenido en cuenta tanto la calidad de la imagen, la rigidez del material para conseguir el mayor realismo y estabilidad de esta, pero además, que su envío sea plano y de fácil transporte y que en dos pasos esté desplegada y montada en el punto de venta.

También se crea el diseño del "ojo de buey" para colocar en el tambor en el que siguiendo la estética del silencio y del sueño, se destaca de forma especial, un precio tentador.

<http://www.bosch-home.es/>
<http://www.cubo.es/>

[inicio] [titulares de grupo]

Imagen del Pop-Up para la campaña.





Imágenes de algunos de los eventos organizados.

Imágenes del taller de Trenzas para entusiastas.

I Foro de la Trenza de Almudévar

Los pasados 6 y 7 de junio, tuvo lugar en Almudévar (Huesca) el I Foro de la Trenza, organizado por Pastelería Tolosana. Se ofrecieron una amplia variedad de actividades en torno al mundo de la pastelería, la alimentación y la calidad alimentaria. El programa, compuesto de sesiones para profesionales, aficionados, estudiantes de hostelería y para el público en general, contempló la celebración de conferencias, talleres, mesas redondas, exposiciones, degustaciones, concursos y visitas guiadas al obrador.

Con este primer foro, la reconocida pastelería aragonesa celebró el XX aniversario de la obtención del certificado Aragón Calidad Alimentaria (hoy C'alia) para la Trenza de Almudévar, el primer producto de pastelería al que le fue otorgado por parte del Gobierno de Aragón. En la actualidad lo llevan otros dos elaborados Tolosana: las Frutas de Aragón y las Castañas de Mazapán.

Más de una veintena de expertos de distinta procedencia profesional y geográfica participaron en las distintas sesiones. En ellas se debatió sobre La promoción agroalimentaria en el Valle del Ebro, las Experiencias de éxito en el comercio "online" de pastelería, Gastronomía y redes sociales y sobre Turismo y gastronomía dulce.

Además, tuvieron lugar dos conferencias magistrales con demostración práctica. Por un lado, Descubrir la bollería Hoffman: innovación y tradición, nuevos rellenos y actualización de un clásico como el "croissant", impartida por Eric Ortuño, director de la Escuela de Pastelería Hoffman de Barcelona y vencedor del II Concurso Mejor 'Croissant' Artesano de España. Y, por otro, Maridajes excelentes de la Trenza de Almudévar, de la mano de Jesús Solanas, vicepresidente de la Asociación de Sumilleres de Aragón y subcampeón nacional de sumillería.

El día 6 se completó con un "showroom-degustación" de productos de calidad certificada de Aragón (C'alia) organizado por la Asociación para el Desarrollo y Fomento de Productos Aragoneses de Calidad Certificada (Adepaca). Y el día 7 los grandes seguidores de la Trenza de Almudévar pudieron disfrutar de dos sesiones del Taller de Trenzas para entusiastas. Ese mismo día se entregaron los premios del concurso de recetas de la Trenza convocado para entusiastas de este producto.

Durante toda la jornada del sábado se realizaron visitas guiadas al obrador. Además, dos exposiciones estuvieron a disposición del público durante ambas jornadas: Aragón dulce en imágenes y las obras finalistas del I Certamen de ilustración dulce.

El objetivo de este primer foro ha sido facilitar la transmisión del conocimiento y la innovación con una metodología variada e interactiva en la que las distintas experiencias de quienes en él han participado, puedan ser expuestas, contrastadas y asimiladas por el conjunto de los asistentes.

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

[inicio] [titulares de grupo]





Logotipo Pikolin solidario.

Pikolin colabora con la Carrera de la Mujer

Pikolin colabora en la edición 2014 de la Carrera de la Mujer que organiza la revista Sport Life y cuyos beneficios irán destinados a la Asociación Española contra el Cáncer para la investigación contra el cáncer de mama. Es el décimo año que se celebra este evento en distintas ciudades españolas.

El circuito de la Carrera de la Mujer cuenta ya con un amplio arraigo en España y todos los años es un éxito de convocatoria. Este año ya se han celebrado las carreras de Valencia (6 de abril), Madrid (11 de mayo), Vitoria (8 de junio), y Gijón (22 de junio), y quedan por disputarse las de A Coruña (21 de septiembre), Sevilla (5 de octubre), Barcelona (19 de octubre) y Zaragoza (9 de noviembre).

El compromiso de Pikolin siempre ha sido la salud de las personas, por eso, desde 2009 desarrollan campañas de concienciación y prevención del cáncer de mama mediante Pikolin Solidario, y ahora se han sumado como colaboradores en la Carrera de la Mujer sabedores de que hábitos saludables como el ejercicio afectan positivamente a la salud y ayudan a tener un descanso más profundo y reparador.

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

[inicio] [titulares de grupo]





José María Aizega y Raúl Purroy, en el momento de la firma.



Nicolás Sánchez, Alberto Moreno y Jesús Almagro.

Araven y Basque Culinary Center firman un convenio de colaboración

Araven ha firmado recientemente un acuerdo de colaboración para cinco años con Basque Culinary Center, la primera Facultad de Ciencias Gastronómicas en España. Ambas entidades, van a sumar fuerzas y experiencia en los diferentes proyectos de formación e investigación que se desarrollen en el campo de la hostelería.

El director de Basque Culinary Center, José María Aizega; y el director de División FoodService de Araven, Raúl Purroy, han sido los encargados de formalizar el acuerdo que se basa fundamentalmente en tres puntos: Asesoramiento y Equipamiento de espacios, Colaboración en Proyectos I+D+i y participación en Planes de Formación.

Uno de los principales puntos acordados en este convenio ha sido el asesoramiento y equipamiento de diferentes espacios de Basque Culinary Center. Araven, empresa líder europea en los segmentos de conservación y manipulación de alimentos, ha centrado este trabajo en diferentes aéreas; cámaras de conservación y congelación, zonas de almacenaje en seco y espacios de procesado de alimentos. El proyecto ha consistido en aportar soluciones concretas para cada tipología de alimentos, equipando cada espacio de la forma más adecuada según las características de este.

Asimismo, el acuerdo, firmado recientemente, también contempla una colaboración entre los Departamentos de I+D+i de las dos entidades, por el que BCC tendrá prioridad en la utilización de las novedades más innovadoras desarrolladas por Araven, incluso antes de su llegada al mercado.

A lo largo de este 2014 la compañía Araven también está participando en el Plan Formativo del Centro de Formación y colabora en las diferentes aéreas formativas impartidas tanto para profesionales como para entusiastas de la gastronomía.

ARAVEN EQUIPA A "LA ROJA DE LA COCINA" Y SE CONVIERTE EN PATROCINADOR OFICIAL

Por otro lado, la empresa española Araven, dedicada al diseño, fabricación y comercialización de artículos al servicio de los profesionales de la hostelería, ofreciendo herramientas de trabajo innovadoras, se ha convertido en patrocinador oficial de la Selección Española de Cocina Profesional Asoc., más conocida como "La Roja de la Cocina". Araven equipará, a partir de ahora, con todos sus innovadores productos, al equipo nacional, y comenzó por acompañarlos en su viaje a Estocolmo (Suecia), del 7 al 9 de mayo, para participar en el Campeonato europeo Bocuse d'Or, el certamen culinario más célebre del mundo.

Durante varios meses, el equipo, formado por Adolfo Muñoz (Presidente/Jurado español), Alberto Moreno (Chef candidato), Nicolás Sánchez (Chef Ayudante) y Jesús Almagro (Coach), y un extenso equipo profesional y técnico, ha estado entrenando para esta exigente cita europea en la que compitieron veinte países por una de las ocho plazas para la final mundial que se celebrará en Lyon (Francia) en 2015. Para ello, Araven, ha contribuido con sus productos en este camino, colaborando en la optimización de espacio, mantenimiento de orden y agilización del proceso.

El entrenador del equipo español es Jesús Almagro, imagen de

Araven y colaborador desde 2008 en el desarrollo de sus nuevos productos de hostelería. Almagro, además, aporta ideas innovadoras y su dilatada experiencia profesional en cocinas de renombre.

LA ROJA DE LA COCINA

La Selección Española de Cocina Profesional, conocida como "La Roja de la Cocina", ha sido toda una revelación a lo largo del 2013, ya que en un solo año de existencia es la actual campeona de Europa en el circuito de WACS (World Association of Chefs Societies, organización con 93 países miembros y más de diez millones de asociados) ganando los tres Oros en Tesalónica, Mejor tercer equipo Junior del mundo en Costa Rica, Bronce en el World Challenge en Milán y representante oficial de España en el Bocuse d'Or.

La organización está certificada por el Ministerio del Interior y cuenta con el beneplácito de la Marca España del Ministerio de Asuntos Exteriores, teniendo el apoyo expreso de una veintena de asociaciones y organizaciones sectoriales, además de contar con la colaboración de diversas Universidades y escuelas especializadas.

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

[inicio] [titulares de grupo]



Mark Adams, Vicepresidente de Diseño de GME.



El Opel Insignia fue su primer proyecto en la empresa.

Diseño Nacional e Internacional

Entrevista con Mark Adams, Vicepresidente de Diseño de GME

Mark Adams nació en Londres (Inglaterra) en el año 1961. Estudió Ingeniería y Diseño, completando su licenciatura en Ingeniería Mecánica y Automoción. Cuenta con un Master en Diseño de Automoción por el Royal College of Art de Londres. Ocupó varios cargos ejecutivos en diseño de Ford antes de ocupar el puesto de jefe de Diseño Exterior de GM Europe en 2002. Jugó un papel decisivo en el diseño del Antara, Astra TwinTop, Corsa, Zafira Tourer y Astra GTC. En 2007, fue nombrado Vicepresidente de Diseño de Opel / Vauxhall y ha seguido dejando su huella en el diseño escultórico actual que se ha convertido en sinónimo de Opel.

Un buen diseño debe ser adelantado a su tiempo, para que pueda ser apreciado en años venideros. ¿Cómo afecta este hecho a su trabajo?

Estoy totalmente de acuerdo. Tengo en mente unos cuantos ejemplos entre nuestros coches, como por ejemplo, el último Corsa. Cuando lo lanzamos al mercado fue un soplo de aire fresco comparado con nuestros competidores. Incluso hoy en día y después de varios años su apariencia ha perdurado. Para lograr esto, es necesario una fuerte predisposición al diseño, más allá de las expectativas del cliente. Tanto el Calibra como el Corsa B siguieron estas ideas, y en la actualidad, el Insignia puede ser un buen ejemplo de ello, pues luce tan bien como cuando fue lanzado.

¿Cuál fue su primer proyecto cuando se unió a la empresa en el 2002?

El concept car del Insignia, que por aquel entonces no tenía ese nombre. Empezamos a trabajar en él dos meses después de que yo llegara y debía ser presentado en el Salón del Automóvil de Frankfurt de 2003. Lo que yo quería era conseguir algo más escultural, más emocional, pero que también incorporase la calidad técnica de nuestra marca. Mientras trabajábamos en el concept del Insignia, plantamos las semillas de lo que se convertiría en nuestra filosofía de diseño. En 2005 se me ocurrió el lema "el diseño escultural unido a la ingeniería alemana", y recuerdo decirle a mi equipo: "¿Sabéis qué? Eso es, ¡así es como lo llamaremos!"

Y así fue como el diseño de Opel recibió un nombre...

No es sólo el lenguaje del diseño, sino más bien su filosofía. Hay una diferencia: muchos competidores crearon su propio lenguaje de diseño, pero no perduraron. Nosotros queríamos crear consistencia. Una filosofía de diseño, tal y como la entendemos, es algo sostenible y perdurable. Es algo que puede perdurar cientos de años. Eso era justo lo que quería transmitir a mi equipo, de modo que tomé modelos específicos de la historia de Opel, y pregunté a mi equipo: "¿Puede el Opel GT de los 60 ser descrito bajo el lema 'diseño escultural unido a ingeniería alemana?'" La respuesta fue que sí, podría. Lo retomamos. El Insignia fue nuestro primer coche de producción actual en llevar estos valores, y resulta fácil imaginar cómo nuestros coches pueden mantener esta filosofía en el año 2060



Imagen del Opel GTC.



Imagen del Opel Monza.



Imagen del Opel Adam.

y seguir pareciendo contemporáneos.

Lo positivo de nuestra filosofía es que no nos limita, todo lo contrario, nos da gran libertad creativa. Nos proporciona un marco donde poder trabajar, aunque no nos limita. Tenemos una gran variedad de clientes, de modo que necesitamos coches diferentes, cada uno con su propia personalidad. Este marco es el que nos permite diseñar este tipo de automóviles, por lo que desde el Insignia trasladamos esta filosofía a cada uno de nuestros modelos, y así queda reflejado en toda nuestra gama: El Astra, Meriva y el Zafira Tourer la llevan. Lo mismo ocurre con los automóviles que han ampliado nuestra oferta – Ampera, Mokka, ADAM y Cabrio. Por ejemplo, el ADAM es totalmente un Opel, sin embargo, su personalidad es completamente diferente a la de un Insignia.

¿Y esto es lo que quiere trasladar a las futuras generaciones de los automóviles?

Exactamente. Y ahora llega la siguiente fase: la semilla para el Diseño Opel 2.0 fue plantada en el concept del Monza, el cual define nuestra línea de diseño para los vehículos de los próximos ocho o diez años. Incorpora alguna característica bien conocida, dándole frescura y una nueva interpretación, ejecutándola de forma contemporánea.

¿Cómo plantea trasladar el carácter de un concept con alas de gaviota a un vehículo de producción de cinco plazas y maletero espacioso?

El Monza puede parecer una visión, pero no está tan alejada. Es importante que pueda ser accesible a todos, por lo que nosotros pensamos en un ciclo de ocho a diez años. El siguiente ciclo será el Diseño Opel 3.0, el cual integrará nuevas tendencias y tecnologías, sin dejar de ser coherente con nuestra filosofía. Si comparas el concept del Insignia y el del Monza podrás ver una conexión entre ellos, el mismo ADN.

¿Qué más se destaca del Monza concept?

Es inspirador y visionario. Destaca por una eficiencia y conectividad excepcional. Estoy convencido que la tecnología de proyección LED, así como las interfaces entre el hombre y el ordenador serán perfeccionadas en unos pocos años. Hoy en día, los conductores utilizan pantallas táctiles, pero muy pronto el reconocimiento de voz ocupará su lugar, lo cual contribuye significativamente a la seguridad ya que el conductor no tendrá que apartar las manos del volante y Opel tiene la intención de ser líder en este aspecto con la siguiente generación de coches. Estamos centrados en hacer vehículos fáciles de usar. La nueva consola central del Insignia ya ha tomado esta dirección. El sistema de infoentretenimiento del ADAM ya es muy bueno. Nuestra conexión de alta velocidad móvil de OnStar es un presagio de lo que vendrá. La conectividad es un aspecto muy importante para nosotros. En términos generales, el interior cobra una mayor importancia. Sí, el exterior es lo que todo el mundo ve, pero el 99% del tiempo estamos en el interior del coche.

¿Opel ofrece algún valor añadido en su diseño en comparación con sus competidores?

Sí. Nuestra filosofía de diseño juega un papel importante en la decisión de compra. Tanto la razón como el corazón están involucrados y tratamos de combinar ambos: El diseño escultural responde al corazón, al lado emocional; y por otro lado tenemos la ingeniería alemana, que responde a valores de tecnología, precisión, fiabilidad y calidad. Cuando miras



Imágenes del Proyecto UR: BAN.

nuestros coches, inmediatamente tienes una reacción emocional. Tú piensas: "Wow, ¡qué gran diseño!", miras otra vez y percibes el fundamento de una tecnología sólida – ese es nuestro exclusivo punto de venta. Queremos ser la marca alemana emocional.

PROYECTO UR: BAN

Uno de los últimos proyectos que se está desarrollando en Opel es el proyecto de investigación UR: BAN (User Oriented Assistance Systems and Network Management – Sistemas de Asistencia Orientadas al Usuario y la Gestión de la Red). El objetivo es proporcionar a los conductores de turismos y vehículos comerciales un apoyo a medida, personalizado e innovador para moverse por el tráfico urbano.

La atención se centra siempre en el ser humano. Los equipos de ingenieros, físicos y psicólogos de tráfico están explorando la asistencia en situaciones difíciles, la interconexión inteligente de los vehículos y las infraestructuras, el comportamiento del conductor, y la interacción apropiada hombre-máquina para la conducción urbana.

Básicamente el proyecto UR: BAN incide en estos aspectos:

- Sistemas de asistencia cognitiva que incrementan la seguridad.
- Conectividad que permite conocer el estado del tráfico.
- Una apropiada interfaz de interacción entre conductor, vehículo e infraestructuras.

<http://www.opel.es>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del entorno de la cocina.
Foto: diariodesign.com



Imagen del entorno del baño. Foto: diariodesign.com



Sala dinámica. Foto: diariodesign.com



Nuevo concepto de mesa de bar.
Foto: diariodesign.com

La nueva DeepColour Technology de Corian, en la Milan Design Week

DuPont ha presentado en la reciente semana del diseño de Milán la nueva tecnología DeepColour, que permite todas las aplicaciones de Corian, ahora en colores negros y oscuros. Ejemplos de estas nuevas aplicaciones en colores oscuros han podido verse en la exposición Corian 2.0 organizada en la capital milanesa este mes de abril. Los nuevos colores oscuros de Corian son los que han dado la oportunidad a los diseñadores de participar en el concurso Shape de Future of Black.

La exposición Corian 2.0 se ha creado bajo la dirección artística del diseñador francés Christian Ghion, y en ella se mostraron las habilidades evolutivas de DuPont Corian; además de las soluciones DeepColour Technology, se presentaron otras ideas para una sociedad cada vez más digital, combinando la fascinación de lo translúcido con sistemas avanzados de iluminación y electrónica.

La muestra Corian 2.0 se organizaba en tres entornos. En primer lugar, una cocina que incorporaba una amplia isla y un sistema de pared multifuncional, diseñado por Christian Ghion y fabricado en su totalidad en Corian por Créa Diffusion. Con el nombre de Super Black, esta cocina incorporaba electrodomésticos de alta calidad de Gaggenau, un sistema de recarga de smartphone especial sin cables de Powermat Technologies, hardware funcional para armarios de cocina de Blum y un grifo hecho por Fir Italia.

Otro de los espacios presentados fue un baño con mobiliario y accesorios diseñados y producidos en Corian por Rexa Design, además de una pared retroiluminada con el mismo material y fabricada por Créa Diffusion, a partir de un diseño de Christian Ghion.

El tercer espacio era una sala dinámica, centrada en una nueva solución decorativa para entornos de interior: la Ambium Dynamic LEDwall de Koledo en Corian, fabricada por Gielissen y combinada con mobiliario de Moroso, que también incluye varios productos de Corian, fabricado por TechLab Italia.

Este espacio proponía al mismo tiempo un nuevo concepto de mesa de bar en Corian, diseñado por Christian Ghion y fabricado por Créa Diffusion. Con el nombre de Blackground, la mesa se caracterizaba por un esquema en negro macizo y blanco, con dispositivos Powermat para recarga inalámbrica. Funcionaba como un ordenador virtual, gracias a un sistema de Connecting Technology.

En definitiva, esta exposición pretendía mostrar cómo el Corian es una superficie que puede contribuir a cumplir las necesidades cambiantes del diseño interior en la era digital.

Fuente: diariodesign.com

<http://diariodesign.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del centro de planchado.

Un producto Made For You de ADN Design

La joven marca española Eurowave ha incorporado a su línea Life Style varios productos de cuidado de la ropa, entre ellos el centro de planchado que ilustra esta noticia. Diseñado por el estudio bilbaíno ADN Design, que atesora una gran experiencia en el diseño de minidomésticos, este producto ha sido concebido como una alternativa fresca y amigable a los centros de planchado existentes. Es un producto muy emocional en el que la plancha tiene una configuración sutilmente lúdica (apela al recuerdo de un cachorro, presto a deslizarse sobre la tarea como un juego). Ésta se aloja sobre una base de líneas puras, casi arquitectónicas, transmitiendo una sensación de seguridad y estabilidad a pesar de sus reducidas dimensiones.

Un producto muy cuidado, para una marca dinámica y desenfadada presente en los principales canales de distribución on-line y off-line.

www.eurowave.es
www.adndesign.es

[inicio] [titulares de grupo]

Segunda Piel, nueva colección de Sara González

La diseñadora Sara González, acaba de presentar su nueva colección de calzado "Segunda Piel". Colección que hace homenaje a la nobleza del material que calzamos.

Las pieles utilizadas para este proyecto son de origen nacional, pieles vacunas sin teñir que simplemente han sido curtidas al sol y que, por lo tanto, ofrecen colores naturales a veces más pálidos o a veces más tostados dependiendo del tiempo que han estado expuestas a los rayos, como la piel humana. Esto hace que cada pieza sea única y diferente.

Para representar este efecto de epidermis, capa sobre capa, se ha trabajado la piel por superficies de pieles encoladas una sobre otra y lijadas, ofreciendo así esa visión de lo que es la piel, una acumulación de estratos. Sara González, además de diseñar y fabricar calzado imparte clases en su taller, en las que se pretende introducir al alumno al oficio de zapatero. Se enseñan todos los pasos para hacer un zapato: el patronaje, costura/aparado y armado del zapato y además participar en un laboratorio donde el artesano diseña y se enfrenta a las dificultades técnicas que él mismo propone al realizar su propia idea.

Se trata de revisar el oficio de zapatero artesanal y además poder materializar el propio diseño del alumno. Así, al final del taller el alumno se puede llevar, hechos por el mismo, sus propios zapatos.

<http://www.deubieta.com>

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de algunos de los modelos de la colección.

Imágenes del proceso de fabricación.





Imágenes de usuarios probando el prototipo.



Imagen del prototipo de Google.

Google muestra un prototipo de coche que se conduce solo sin volante ni pedales

El gigante tecnológico Google ha mostrado por primera vez un modelo de vehículo autónomo, capaz de circular sin ser conducido por un humano, diseñado por la propia empresa y que carece de elementos como el volante o los pedales de freno y acelerador.

Hasta hoy, Google siempre había revelado sus avances en este tipo de coches -en los que lleva trabajando desde hace varios años- mediante modelos convencionales adaptados para el software de Google, por lo que los vehículos tenían el mismo aspecto que los coches que circulan actualmente por las carreteras y permitían a los pasajeros retomar el control si ello era necesario.

Sin embargo, el modelo presentado ahora con una entrada en el blog oficial de la compañía ha sido diseñado por Google con la única finalidad de que se conduzca solo y no permite en ningún caso el manejo convencional.

"(Los vehículos autónomos) no tendrán volante, ni acelerador, ni pedal del freno, porque no los necesitarán. Nuestro software y los sensores se encargarán de todo el trabajo", indicó el director del proyecto de vehículo autónomo de Google, Chris Urmson.

El prototipo presentado por Google es eléctrico, dispone únicamente de dos asientos, es pequeño y muy compacto y tiene una apariencia de lo más futurista.

El botón de arranque, junto a otro para realizar una parada de emergencia, son los únicos puntos de interacción física del pasajero con el coche, que se controlará a partir de una aplicación para móvil en la que el usuario seleccionará el destino final.

Google, que asegura que ha priorizado ante todo la seguridad en el diseño de estos modelos, planea construir un centenar de prototipos que empezarán a probarse este mismo verano.

Desde hace aproximadamente un año, otros vehículos de Google que se conducen solos pero aceptan que un humano pueda tomar el control sobre ellos en caso de emergencia -los Lexus RX450h equipados con sensores- han estado circulando por las calles de Mountain View (California, EE.UU.), donde el gigante tecnológico tiene su sede.

En todos los kilómetros que estos vehículos han recorrido hasta la fecha siempre ha habido un conductor humano sentado frente al volante, listo para, de salir algo mal, poder tomar las riendas del automóvil.

Según Google, sus coches sin conductor no han registrado ningún accidente mientras el vehículo se ha conducido automáticamente.

Fuente: El Periódico de Aragón

<http://www.google.es>

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del producto con usuario adulto y niña.



El arquitecto junto a la intérprete Yuja Wang.

La banqueta Bustamante para aprendices de piano

El arquitecto y diseñador catalán Antonio Bustamante ha ideado una banqueta especial para mejorar la postura de los músicos, que probó el pasado mayo en Zaragoza la intérprete Yuja Wang.

Se trata de un asiento destinado a aprendices y practicantes del piano, que puede además servir para otras actividades sedentarias, en especial para otros ejecutantes de la orquesta.

El principal problema a resolver era el de los aprendices y practicantes del piano que al tocar se ven obligados a adoptar posturas forzadas que dejan al tronco como una viga en voladizo, semi-empotrada por el coxis. A esta postura colabora la horizontalidad de la banqueta clásica, que induce un ángulo tronco-fémur igual o menor que 90° , ángulo que tiende a disminuir en cuanto la pelvis del pianista experimenta una lógica retroversión que tiene como consecuencia la pérdida de las curvas fisiológicas de la espalda y una curvatura patógena de la espina dorsal del usuario. Las malas posturas incorporadas durante el aprendizaje son de difícil eliminación en la edad adulta.

Hasta la actualidad no existía un asiento para pianistas que provoque una postura sedente con un ángulo tronco-fémur muy superior a 90° y que solicite por contacto la región sacra del pianista. Estas circunstancias de la postura inducida por la banqueta Bustamante son las que aseguran una postura de trabajo que no deforma las curvas fisiológicas del ejecutante.

El asiento tiene una superficie con un relieve que induce al usuario a mantener las piernas con una abertura fisiológicamente correcta y los pies en contacto con el suelo sin una presión excesiva, lo que facilita las acciones sobre los pedales del piano, que deben estar en el lugar oportuno para el pianista, y si no están ahí, hay que llevarlos, como en el caso de los niños.

La banqueta puede incorporar un apoyo dorsal conectado al asiento y eventualmente tapizado con una capa de material blando. Aunque casi todos los pianistas rechazan un apoyo dorsal, creemos bueno que el futuro pianista aprenda a cambiar de postura en los tiempos en que no interviene en la orquesta y sepa masajearse la espalda, que es una cosa buena.

Fuente: www.antoniobustamante.com

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

[inicio] [titulares de grupo]



Detalles de la nueva moto.

Bultaco regresa con una moto eléctrica

La mítica marca presentó oficialmente el pasado 17 de mayo una revolucionaria moto eléctrica, regresando así a la fabricación de motos. Se trata del modelo Rapitán.

El desarrollo de la Rapitán se ha hecho desde una hoja en blanco, con objeto de obtener las máximas ventajas que puede dar este sistema de propulsión. Se han utilizado elementos probados y seguros, para no comprometer la fiabilidad ni la durabilidad, en sistemas que proporcionan un rendimiento sobresaliente.

Rapitán pretende ser la moto de todos aquellos aficionados que valoren las sensaciones que sólo se pueden tener en una moto, especialmente a partir de un cierto nivel de prestaciones y también de todas aquellas personas con actitud positiva y con interés por las nuevas soluciones de movilidad y conectividad integrada del siglo XXI.

El "cerebro" de la Rapitán es la BCU (Bultaco Control Unit), que no sólo gestiona la entrega de par de su motor a la rueda trasera, sino que integra funciones adicionales tales como la carga, y la comunicación entre todos los sistemas electrónicos a bordo.

Su sistema de almacenamiento y recuperación de energía es similar a los sistemas de la Fórmula 1. Combina una batería de celdas de Litio Ion de última generación con un módulo de ultracondensadores con los que se consigue una gestión energética más eficiente. Con ello se consigue una autonomía superior especialmente en ciclos urbanos o "stop and go".

La Rapitán es la moto perfecta para los desplazamientos urbanos y periurbanos y dispone de un hueco para un casco u otros objetos en su falso depósito.

<http://www.bultaco.es>

[inicio] [titulares de grupo]

Imagen de la nueva moto.



ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnh
ñopqrstuvwxyz
1234567890



La tipografía Anna y su creadora. Foto: Heraldo de Aragón.

Anna, la tipografía con fines sociales creada por Anna Vives

Anna Vives, una chica con el Síndrome de Down, ha creado su propia tipografía de letra disponible para escribir en cualquier procesador de textos, como el Word. El objetivo de esta iniciativa de Anna, que también quiere representar a todo un colectivo, es conseguir difundirla y potenciar los valores asociados a la letra: la igualdad social y la importancia del trabajo en equipo sumando capacidades.

Anna empezó a trabajar su letra con un equipo de personas en septiembre del 2011 consiguiendo, un año más tarde, su digitalización alfabética apta para escribir en cualquier ordenador.

Los recursos económicos que se obtienen de la tipografía y de los productos con la letra Anna se destinan a fines sociales, concretamente al BOX21.

Anna es una tipografía en formato digital diseñada por Anna Vives. Anna ha dedicado un año entero a acercarse al mundo de la letra, trabajando la lectura y la escritura. A través de la observación del entorno y la investigación de diferentes publicaciones impresas ha analizado las diferentes formas que pueden adoptar las letras. La intención original de la tipografía es imitar los trazos de la escritura de Anna, una grafía muy particular ya que mezcla caracteres en mayúscula y minúscula indistintamente.

Al ser una tipografía de letra ligada es muy adecuada para utilizar en textos cortos o de carácter informal. La tipografía Anna está compuesta por 126 caracteres correspondientes al alfabeto latino, signos de puntuación, acentos y algunos caracteres especiales. Estará apta en el futuro para más idiomas.

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

[inicio] [titulares de grupo]

Proyecto de Signes para Marqués de Murrieta

La empresa Signes, especializada en la implantación de identidad corporativa y señalización, ha sido la encargada de realizar el proyecto de señalización para las Bodegas Marqués de Murrieta, en la Rioja. Acompañan a este texto algunas imágenes del resultado.

El diseño ha sido realizado por Morera Design.

<http://www.signes.es>

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

[inicio] [titulares de grupo]



Detalle de las letras corpóreas.





Imagen del galardón "Premios Nacionales de Innovación y Diseño".



Los Reyes Felipe VI y Doña Letizia asistieron a la entrega de los Premios.

Concedidos los Premios Nacionales de Innovación y Diseño 2013

Los jurados de los Premios Nacionales de Innovación y Diseño 2012 han decidido que este año los galardonados sean Ferrovial, Inoxpa, Figueras International Seating, Joaquín Moya-Angeler, Enric Huguet, Juan Miguel Villar Mir y el Servicio Gallego de Salud. Estos premios, que otorga la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación del Ministerio de Economía y Competitividad, reconocen el desarrollo de la innovación tecnológica y la utilización del diseño como elemento innovador por parte de profesionales y empresas.

Los Premios Nacionales de Diseño iniciaron una nueva etapa hace tres años, equiparando el procedimiento de convocatoria, concurrencia y dotación económica al de otros Premios Nacionales. Concretamente, los galardonados de la modalidad profesional reciben una dotación de 30.000 euros. Se trata de un nuevo impulso a estos premios, reflejo de una renovada estrategia para que el diseño sea un importante aliado en la recuperación de la economía y, al mismo tiempo, refuerce su dimensión social y cultural.

Figueras International Seating ha obtenido el Premio Nacional de Diseño en la categoría de Empresas por su trayectoria consolidada y ampliamente reconocida en el campo del diseño. Se ha valorado especialmente la significación, dimensión y proyección de la empresa a nivel internacional. El jurado destacó especialmente la creación de cerca de 500 modelos de sillas distintas con la colaboración de cerca de 100 diseñadores y arquitectos de reconocido prestigio.

El Premio Nacional al Diseño para la categoría de Profesionales fue para Pablo Martín Badosa, en reconocimiento a su trayectoria como diseñador gráfico, en la que destaca su frescura, el uso de un lenguaje contemporáneo, su participación asociativa y su contribución a la valorización del diseño. Es, a juicio del jurado, una de las mayores influencias en el panorama del diseño gráfico contemporáneo español y se destacó su trabajo divulgativo y docente a lo largo de su carrera.

La Mención especial del Jurado ha recaído en Enric Huguet Muixí por la magnitud de los méritos de este pionero del diseño gráfico español, cuya obra ha sido resaltada por medios de comunicación de los cinco continentes. Con ello se ha querido dejar patente el reconocimiento a su enorme y significativa aportación al desarrollo de esta profesión, tanto desde su quehacer profesional como desde su activa y dilatada implicación en el ámbito del asociacionismo y de la pedagogía.

<http://premiosnacionalesdediseno.micinn.es>

<http://www.figueras.com>

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

[inicio] [titulares de grupo]



El equipo de diseño de Opel probando el interior del futuro Opel GT.



El Centro de Diseño de Rüsselsheim.



Bocetos para el desarrollo de nuevos conceptos de coche.

Opel celebra 50 años de su pionero estudio de Diseño

En junio de 1964 se inauguró en Rüsselsheim el novedoso estudio de Diseño de Opel de aspecto futurista, cerrado al público desde entonces. Las formas, colores y funciones de los coches de la marca se deciden y desarrollan allí, por lo que celebrar sus primeros 50 años supone un momento clave para la marca.

La inauguración oficial del edificio marcó un hito en la historia europea del automóvil, pues era el estudio de diseño más grande propiedad de un fabricante de coches en Europa, siendo un referente hoy en día. Hasta entonces, la mayoría de los fabricantes encargaban a expertos externos el desarrollo de sus coches de concepto. El norte de Italia, en particular el área alrededor de Turín, era considerada la meca del diseño automovilístico. Pietro Frua, Giuseppe "Nuccio" Bertone y Pininfarina tenían todos sus empresas de diseño y fabricación de carrocerías entre los Alpes y los Apeninos. Ellos han sido los responsables del diseño de muchos de los nuevos modelos y conceptos de los fabricantes de coches.

La idea de un estudio de diseño propiedad de Opel vino de la casa matriz en los Estados Unidos, G. En Warren, Michigan, cerca del cuartel general de la compañía en Detroit. GM Styling llevaba ya trabajando en el futuro del automóvil desde los años 50. El primer coche de concepto que llamó la atención había sido presentado incluso antes: tras la sección de Arte y Color establecida en 1927 y dirigida por Harley Earl, fue rebautizada como GM Styling en 1937. Justo un año después, GM presentó el Buick Y-Job, el primer auténtico coche de concepto de la historia del automóvil. El reto fue desarrollar un nuevo descapotable de gran tamaño para la marca Buick para ser presentado en público. El edificio de Warren fue entonces construido en las instalaciones de Rüsselsheim, idéntico en forma, diseño y función, sólo que a una escala menor.

Sin embargo, las tareas asignadas al Estudio de Diseño de Rüsselsheim son mucho más complejas. No solo se desarrolla el lenguaje de diseño de las nuevas líneas de modelos, sino que las mentes que ahí trabajan tienen que ver más allá de la actividad diaria e investigan el diseño de los vehículos del futuro. El diseño se ve como eje estratégico para el éxito en el futuro, no como un fin en sí mismo. Y esto es exactamente lo que marca la diferencia.

Las tareas desarrolladas por el estudio de Diseño de Opel lo han situado como modelo único en Europa. Rápidamente se convirtió en una escuela europea de diseño de automóviles que tenía una atracción mágica para lo mejor de la industria. La lista de empleados del estudio de Diseño en el pasado parece el "Quién es Quién" del mundo de diseño de automóviles: Anatole Lapine, Erhard Schnell, George Gallion, Charles M. 'Chuck' Jordan, Herbert Killmer, Chris Bangle, Murat Nasr y Hideo Kodama. Y más de unos pocos que se han ido a otros fabricantes durante su carrera antes incluso de que esas marcas establecieran sus propios estudios de diseño en los últimos años. Muchas ideas, formas y diseños de automóviles se han originado en Rüsselsheim desde la década de los 60.

La lista de iconos de diseño creado por el estudio de Diseño Avanzado de Opel en estos 50 años es parte del ADN del futuro de la marca. El Opel Experimental GT fue la primera obra maestra del joven y comprometido equipo presentado tan sólo un año después de la apertura del nuevo Estudio de Diseño. El



Maquetas realizadas en clay para el diseño del Opel GT.

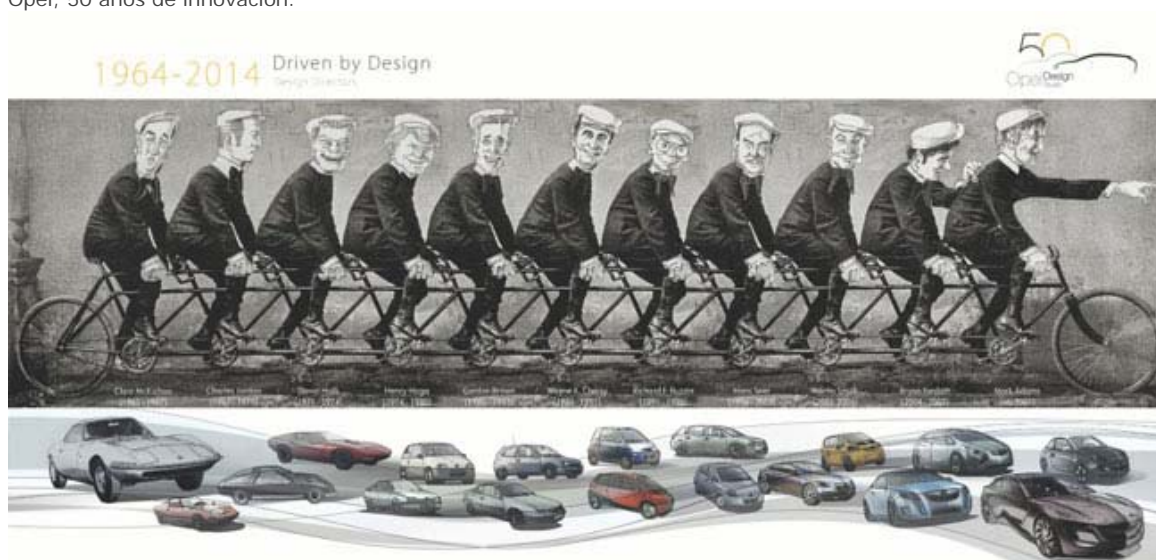
rotundo coche deportivo hizo su debut en el Salón Internacional del Automóvil de Frankfurt (IAA) de 1965. A partir de entonces, le siguieron en 1969 el Opel CD, un aerodinámico coupé con motor V8, el GT2 con puertas correderas en 1975 y el Tech1 extremadamente mejorado aerodinámicamente, cuyo coeficiente aerodinámico Cx de 0,235 fue una sensación absoluta a principios de la década de 1980.

El equipo del estudio de Diseño Avanzado ha presentado su último trabajo en el último Salón de Frankfurt, el Opel Monza Concept, que muestra las soluciones de diseño y criterios técnicos que aparecerán en líneas de modelos de la marca en los próximos años. Y en el estudio de diseño ya se está trabajando para seguir siendo referentes, a la vanguardia, sorprendiendo como desde el primer día.

<http://media.opel.es>

[inicio] [titulares de grupo]

Opel, 50 años de innovación.





Cartel del evento.

Barcelona Design Week 2014

Barcelona ha acogido del pasado 2 al 14 de junio la Barcelona Design Week. Este evento internacional, organizado por BCD Barcelona Centro de Diseño, ha convocado una vez más a empresas, diseñadores, emprendedores y otros agentes del ámbito empresarial, la innovación y las industrias creativas.

Bajo el eslogan ¡El Diseño está aquí!, la 9ª edición de la BDW ha contado con un programa que incluye más de 70 actividades centradas en el diseño y la emprendeduría, como conferencias, exposiciones, talleres, presentaciones, circuitos y actividades de networking. Entre otras actividades, han destacado la conferencia "La emprendeduría creativa según Ron Arad", el smart ebike design tour, la exposición "Out of the Box - Design made in Israel", el Design Services Market, el Foro de Inversión de las Industrias Creativas, la Hackathon for Social Good o el estreno del documental "We Pop Up".

El programa se ha completado con el OFF BDW, que ha incluido más de 40 actividades paralelas organizadas por entidades, empresas y establecimientos que han abierto la BDW a la ciudad.

Uno de los mayores atractivos de la Barcelona Design Week 2014 ha sido la participación especial de Israel como país invitado, una gran oportunidad para mostrar el potencial creativo e innovador de este país, y de facilitar sinergias y oportunidades de negocio con profesionales y empresas de Barcelona.

La Barcelona Design Week se ha consolidado como la cita de referencia del sector en Barcelona, y como una de las Design Weeks más importantes en el ámbito internacional.

www.barcelonadesignweek.com
www.bcd.es

[inicio] [titulares de grupo]



Logotipo y símbolo del evento.



Eugeni Quitllet, uno de los conferenciantes.

Se celebró el Fad fest 2014 en Barcelona

El FADfest es el festival del diseño industrial, del diseño gráfico y la comunicación audiovisual, de la arquitectura y el interiorismo, de la moda, del arte y la artesanía. Organizado por ADI-FAD es el festival que celebra la excelencia creativa, que reconoce el trabajo de profesionales y empresas y acerca el diseño a la ciudadanía.

Un escaparate para descubrir las mejores propuestas del año en arquitectura, interiorismo, diseño gráfico, publicidad, diseño industrial, artesanía, arte y moda que se celebró en Barcelona entre el 25 de junio y el 10 de julio.

El Programa completo del Fad Fest fue intenso, y entre las actividades propuestas destacaron las siguientes:

- Preestreno de «Design is One». Lella & Massimo Vignelli. A lo largo de su carrera, la máxima de los Vignelli ha sido: «Si no lo encuentras, diseñalo». Su trabajo abarca un espectro tan amplio que se podría decir que los Vignelli son conocidos por todo el mundo, incluso por aquellos que no saben sus nombres.

- Entrega del City to City Barcelona FAD Award 2014. Acto de entrega del premio en la ciudad de Bombay por el proyecto Gorai Dumpsite Closure. Recogió el premio el Sr. Sunil Prabhu, alcalde de Bombay.

- Conferencia de Eugeni Quitllet, miembro del jurado de los Premios Delta 2014, es uno de los diseñadores catalanes más internacionales. Formado en Barcelona, Quitllet ha desarrollado la mayor parte de su carrera en París, trabajando codo a codo y firmando proyectos con Philippe Starck.

- Inauguración de la exposición "Artjects". Una colección de objetos especiales que establecen relaciones poco convencionales con los usuarios. Objetos que cuentan y generan historias. Los rituales cotidianos como escenario para explorar aspectos desconocidos de los objetos que no nos dejarán indiferentes. Piezas únicas o ediciones numeradas producidas por Martín Azúa en colaboración con diferentes artesanos.

- "Taller Pavimentos Técnicos Decorativos". El Arte del Diseño. Basf, empresa líder en materiales para la construcción y promotora oficial del FAD, ofreció un taller de benchmarking en la elección de pavimentos.

Además, dentro de la misma programación se hizo la Entrega de los Premios Delta y las Medallas ADI de Diseño Industrial el pasado 10 de Julio. Es la 37ª edición de la entrega de los Premios Delta, los prestigiosos premios internacionales del diseño industrial que organiza la ADI-FAD (Asociación de Diseño Industrial del FAD). Los Premios Delta son un trampolín para las empresas nacionales hacia el mercado global y una referencia clave para las empresas extranjeras que comercializan sus productos en nuestro país.

<http://fadfest.cat/website/>

[inicio] [titulares de grupo]

PREMIOS DELTA '14

Logotipo y símbolo del evento.



Lámpara Trick de Dean Skira, proyecto galardonado con el Delta de Oro.



Jib Ster de Adrià Pedrosa, proyecto galardonado con el Premio Medalla ADI de Oro para estudiantes de diseño.



BruumRuum, proyecto ganador de un Grand Laus.

Se entregan los Premios Delta y Laus 2014

El pasado jueves 10 de julio se celebró la entrega de los Premios Delta 2014 organizados por ADI-FAD y creados con el objetivo de destacar la relevancia del diseño en la economía y la sociedad. Con esta celebración, que se complementa también con la ceremonia de las Medallas ADI 2014 destinadas a estudiantes de diseño industrial, quedó clausurado el FADfest. Como cada año, las piezas galardonadas con los premios Delta de Oro y Delta de Plata pasan a formar parte de las colecciones del Museu del Disseny de Barcelona (Museo del Diseño de Barcelona.)

Con la intención de reconocer públicamente diseños, tanto en el ámbito profesional como en el académico, que ofrezcan innovaciones en el sector social, medioambiental o tecnológico, un jurado internacional de expertos formado por Chris Lefteris, Inga Sempé o Joaquín Ruíz Millet, entre otros, ha otorgado premios en las siguientes categorías: Delta de Oro, 5 Deltas de Plata y finalmente un Premio de Opinión.

La lámpara Trick, ideada por Dean Skira y producida por iGuzzini, fue el proyecto galardonado con el Delta de Oro. Un pequeño diseño técnico que genera una luz perimetral dentro del espacio que lo contiene y que, como un pequeño truco de magia, permite que la misma arquitectura se convierta en un elemento de iluminación. En cuanto al Premio Medalla ADI de Oro para estudiantes de diseño, el proyecto galardonado ha sido el Jib Ster, una mesa de snowboard creada por Adrià Pedrosa de la Escuela Elisava.

Todos los productos finalistas de los premios se incorporarán al catálogo de los Premios Delta 2014 y formarán parte de la exposición "El mejor diseño del año", que recoge los proyectos finalistas y ganadores en diferentes premios organizados por las asociaciones del FAD y que se podrá visitar hasta el 22 de octubre en el Disseny Hub Barcelona.

Por otro lado, el pasado 26 de Junio se entregaron los Premios Laus de Diseño Gráfico y Comunicación Visual. El Disseny Hub acogió la entrega de los galardones que reconocen los mejores proyectos realizados tanto por profesionales como por estudiantes de diseño gráfico, publicidad y comunicación visual y que este año celebraban 50 años desde su primera edición.

A los Premios Laus, que nacieron en 1964, se han presentado cerca de 1.300 proyectos, de los cuales han resultado ganadores 373 en siete categorías diferentes: diseño gráfico, web y medios digitales, creatividad publicitaria, audiovisuales, entidades, empresas y estudiantes. Además también se han entregado el Laus Honorífico y el nuevo premio Laus Aporta, un premio que pretende hacer visible la contribución del diseño a la sociedad con proyectos que mediante la comunicación visual han conseguido tener un impacto positivo. Desde proyectos que dan voz a fenómenos sociales, hasta la introducción del diseño en un nuevo sector, hasta aquellos que contribuyen a un cambio cultural desde la comunicación visual. El Laus Aporta 2014 ha sido para el Hospital Sant Joan de Déu.

Siguiendo criterios de calidad conceptual, calidad formal, funcionalidad, aportación y excelencia, se han entregado los siguientes premios Grand Laus 2014:

1. Diseño Gráfico – Subcategoría: Gráfica aplicada a espacios. BruumRuum, proyecto de David Torrents para el Ayuntamiento de Barcelona.



Discover Satanism, otro de los proyectos premiados.

2. Web y Medios Digitales – Subcategoría: Instalaciones interactivas. Makeawish, proyecto de Espadadaysantacruz Studio para la Fundación Especial Caja Madrid.

3. Creatividad Publicitaria – Subcategoría: Campaña integrada. Discover Satanism, proyecto de la agencia CHINA para SITGES, Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya.

4. Audiovisuales – Subcategoría: Audiovisuales. Magma, proyecto de Dvein para Adobe.

5. Estudiantes – Subcategoría: Proyecto final de estudios / Diseño Gráfico. SónarZines, proyecto de Gal·la Pascual Ràfols, de ESDI.

<http://fadfest.cat/website/>

<http://www.laus.cat/>

[inicio] [titulares de grupo]



**Máster Propio en
Gestión del Diseño**
Universidad Zaragoza



Eventos

Formación

Master en Gestión del Diseño

Próximo curso 2014/2015.

Organiza: Universidad de Zaragoza

Duración: noviembre 2014- octubre 2015 (60 ECTS)

Horario: lunes a jueves de 16:00 a 20:00 horas

Preinscripción: 30 junio - 11 julio. 8 de septiembre - 3 de octubre

El Master se dirige tanto a egresados universitarios de diferentes especialidades como a profesionales, técnicos de empresa y emprendedores con experiencia en alguna de las áreas objeto de estudio. Y pretende dar una visión actual, profesional y avanzada de la problemática que entraña el despliegue y gestión de la actividad de diseño en la empresa.

<http://ow.ly/yGREp>

[inicio]

Máster en Smart Cities. Designing with Citizens

Próximo curso 2014/2015.

Organiza: Design for all foundation

Duración: Del 22 de Octubre de 2014 al 20 de Mayo de 2015

Horario: De lunes a jueves de 19h a 22h

Plazo matriculación: Cuando se completen las plazas disponibles o a finales del mes de octubre.

El máster plantea que la competitividad, el desarrollo económico y la mejora de la eficiencia de las ciudades no deben constituir un fin en sí mismo, si no que deben ser la consecuencia natural de la implicación activa de los ciudadanos en la evolución de las sociedades urbanas para hacerlas más sostenibles, pues sólo a partir de la voluntad y empoderamiento de unos ciudadanos más sanos, creativos y socialmente implicados se consigue que la ciudad se desarrolle de forma armónica.

Por estos motivos se estructura en dos grandes bloques que se entrelazan. Por un lado, el conocimiento de las estructuras, actividades, servicios, usos, retos y oportunidades de las ciudades; y, por otra, el desarrollo de un proyecto final que, más allá de su valor académico, tenga como objetivo la puesta en práctica con los ciudadanos de una actividad innovadora en la ciudad que le aporte valor.

<http://www.baued.es>

[inicio]

Concursos



James Dyson Award 2014

Fecha tope de presentación de trabajos: 07/08/2014

Un año más, el ingeniero británico James Dyson reta a los jóvenes estudiantes de ingeniería y diseño a "diseñar algo que resuelva un problema".

El prestigioso concurso de diseño internacional, que este año cumple su décimo aniversario, otorga un premio final de 40.000 libras (50.000 euros); 30.000 libras para el alumno o grupo de alumnos y 10.000 libras adicionales para su universidad.

El objetivo del James DysonAward (JDA) es premiar el ingenio y la creatividad de los jóvenes ingenieros y diseñadores que sean estudiantes o lo hayan sido hace no más de 4 años en alguno de los 18 países participantes.

<http://www.jamesdysonaward.org/es/>

[inicio]

Design Management Europe Award 2014/15.

Fecha tope de presentación de trabajos: 29/09/2014.

El DME Award es el primero de su tipo que premia la gestión exitosa del diseño. Durante los últimos siete años, el premio ha atraído a empresas altamente innovadoras y vanguardistas de toda Europa y otros países.

A los DME Awards pueden presentarse empresas y organizaciones, mediante la presentación de un póster digital a través de la página web de DME, para ilustrar cómo el diseño se integra en su organización para lograr beneficios estratégicos. Las categorías de los premios cubren todas las empresas y organizaciones; desde las microempresas a las multinacionales, los sectores de fabricación y de servicios, administración y organizaciones sin ánimo de lucro.

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

[inicio]

I Concurso Nacional de Diseño de Sellos "Disello" de Correos

Fecha tope de presentación de trabajos: 30/09/2014.

I Concurso Nacional de Diseño de Sellos, "Disello", con el que Correos pretende aumentar su relación con el público cercano al sello, y a la vez, establecer nuevos lazos con los que aún no conocen este tipo de coleccionismo al no pertenecer al ámbito filatélico.

Correos, propone participar en "Disello" a través de dos categorías diferenciadas: la categoría general, para mayores de 18 años (de temática libre); y la categoría juvenil, entre 12



y 17 años, cuya temática versará sobre la celebración del "Año Internacional de la Luz" declarado por la ONU para 2015.

www.disello.com
www.correos.com

[Inicio]

Concurso IDEA'2014

Fecha tope de presentación de proyectos: 30/09/2014

El Concurso IDEA es una iniciativa de la Fundación Emprender en Aragón y que se organiza desde CEEIARAGON. Pretende premiar, reconocer y dar visibilidad a proyectos de empresa de carácter innovador que contribuyan al desarrollo económico y social de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Se establecen dos categorías de participación:

- PREMIO IDEA - EMPRESA: para empresas jóvenes que destaquen por su innovación tecnológica, su potencial de crecimiento, su cooperación con otras empresas y su grado de internacionalización.
- PREMIO IDEA - PRODUCTO: para proyectos de desarrollo de un producto o servicio innovador susceptible de explotación económica a través de una nueva empresa.

Para ambas categorías se establecen una serie de premios que pretenden reforzar la visión de negocio de los proyectos presentados; así a los ganadores se les ofrece la posibilidad de realizar de forma gratuita un módulo formativo de desarrollo de negocio en el MIT (Massachusetts Institute of Technology), participar en un programa de mentorización por parte de reconocidos empresarios aragoneses y la posibilidad de ubicación en el recinto industrial de CEEIARAGON.

Además, los proyectos finalistas se exhibirán en el Disseny Hub Barcelona, en una exposición que se inaugurará el 4 de noviembre.

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

[Inicio]

MID Mercado de Ideas Diseño 2014

Fecha tope de presentación de proyectos: 08/09/2014

Dirigido a creativos que quieran presentar sus productos a empresas de diversos clústers empresariales.

Pueden inscribirse personas de cualquier edad con un proyecto creativo e innovador con encaje en alguna de las siguientes categorías:

- Infantil
- Deporte
- Hábitat
- Motos

Los proyectos finalistas tendrán la oportunidad de presentarse ante empresas de INDESCAT Catalan Sports Cluster, KID'S



Cluster, RED y Cluster Moto en el Foro de Innovación del próximo 30 de octubre con el objetivo de acercar el proyecto al mercado y crear oportunidades de negocio.

Además, los proyectos finalistas se exhibirán en el Disseny Hub Barcelona, en una exposición que se inaugurará el 4 de noviembre.

<http://www.bcd.es/es/mid.asp>

[inicio]

Libros y publicaciones

Malofiej 20

Autor: SNDE

Editorial: SNDE

Malofiej 20 está dedicado al mundo importante y detallado de la infografía. Cada año, se dan cita en Pamplona la mejor cosecha de infográficos y los mejores infografistas del mundo. Este libro celebra los ganadores del 20º Premio Internacional Malofiej. Esta recopilación muestra no solo el mejor trabajo actual en este ámbito sino también ofrece un análisis más detallado del mundo de la infografía.

<http://www.indexbook.com>

[inicio]

Diccionario visual de tipografía

Autor: Gavin Ambrose y Paul Harris

Editorial: Index Book

El presente libro constituye una guía que incluye los términos más utilizados en el campo de la tipografía. Con términos como Acentos, Altura de x o Modulación entre otros, esta obra se convierte en un recurso de valor incalculable para cualquier persona interesada en la tipografía y el diseño gráfico. Cada término se presenta con una explicación y una contextualización, lo cual ayuda al lector a conocer y comprender mejor la terminología tipográfica. Se han incluido más de 250 términos de tipografía. Con términos prácticos, como Acomplamiento, Línea base o Remate, y movimientos y estilos, como Arte moderno, Constructivismo o Reduccionismo, este libro contiene toda la terminología moderna, además de los términos tradicionales cuyo uso sigue vigente hoy en día. Todos los términos tienen además su traducción al inglés.

<http://www.indexbook.com>

[inicio]



Festivals Graphics

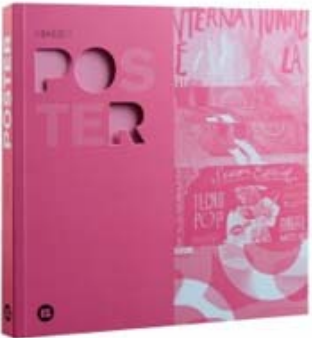
Autor: Index Book

Editorial: Index Book

Festivals Graphics explora el uso de las artes gráficas en festivales dedicados a la música, el diseño, la danza, el teatro, el cine y las artes. Se incluyen 32 festivales de todo el mundo, con una sección especial dedicada a la celebración del 20 aniversario del Sónar, el famoso festival de música avanzada y new media art de Barcelona. Esta sección examinará cómo ha ido cambiando la gráfica a lo largo de los 20 años de historia del festival, mostrando la evolución de éste mediante su representación gráfica. A través de este libro, podemos ver las relaciones entre las modalidades artísticas que se celebran en cada festival y la técnica utilizada para representarlas.

<http://www.indexbook.com>

[inicio]



Basic Poster

Autor: Varios Autores

Editorial: Index Book

Basic Poster es el nuevo libro de la serie Basic. Basic es una serie de libros sobre todas las disciplinas básicas del diseño gráfico como Logos, Packaging, Identidad Corporativa, etc... Basic Poster recoge trabajos nuevos e innovadores en el campo del diseño de carteles. Una recopilación de proyectos que es, a su vez, una mirada a la escena actual y una posible fuente de inspiración.

<http://www.indexbook.com>

[inicio]



Setting the Scene - Exploring Set Design

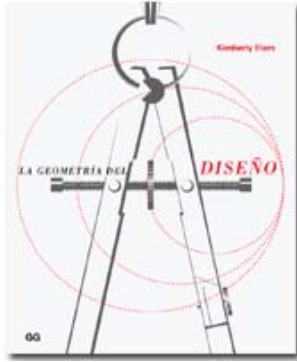
Autor: Varios autores

Editorial: Index Book

Setting the Scene recopila diseños de set frescos, innovadores y sorprendentes para resaltar la importancia que tiene en la fotografía moderna. El libro está dividido en 3 capítulos: fotografía de moda, fotografía de producto y proyectos personales. Esta publicación muestra cómo la composición de elementos es fundamental para la creación de una escenografía.

<http://www.indexbook.com>

[inicio]



La geometría del Diseño

Autor: Kimberly Elam

Editorial: Gustavo Gili

Algunas ideas excelentes fracasan en su ejecución porque el diseñador no comprende adecuadamente los principios visuales de la composición geométrica. Este libro pretende explicar dichos principios de manera visual a través de un esclarecedor repaso de los sistemas de proporción clásicos (como la sección áurea y la secuencia Fibonacci, los rectángulos raíz, las ratios, la interrelación de las formas o las líneas reguladoras), y por medio del análisis pormenorizado de 40 diseños de carteles, objetos y edificios cuyo agudo sentido de la proporción ha legitimado el paso del tiempo.

<http://www.amlibros.com>

[inicio]

One Show Design 7

Autor: One Show Club

Editorial: Rockport

Este nuevo anual cuenta con categorías, incluyendo la marca y la identidad corporativa, packaging, diseño ambiental y difusión de marcas icónicas, lo mejor del diseño de todo el mundo. Los trabajos destacados en estas páginas reflejan la fusión de la publicidad y comunicaciones de marketing con el diseño y el impacto que el diseñar juega en nuestra cultura cotidiana. Con imágenes a todo color, este libro también incluye texto animado de los creativos explicando la inspiración detrás de cada pieza.

<http://www.amlibros.com>

[inicio]

Red Dot Design Concept Yearbook 2013-14

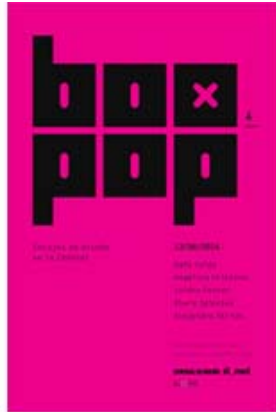
Autor: Ken Koo

Editorial: Red Dot

En última instancia, el buen diseño está en constante cambio. Está influenciado por los cambios sociales, técnicos e incluso políticos, y al final del día el diseño del producto siempre tiene que ajustarse a las necesidades de su tiempo. Como resultado, se caracteriza por un cambio generalizado y continuo. Sin embargo, no es del todo imposible predecir las tendencias de la escena internacional, y esta colección da un adelanto de las tendencias interesantes en el mundo del diseño de producto.

<http://www.amlibros.com>





[inicio]

Eventos

Box_pop 4

Lugar: Central de Diseño de Matadero Madrid

El objetivo es poder disfrutar del diseño más reciente y estimular la visibilidad y la colaboración entre nuestros asociados. Creemos que mucho de lo que se está cocinando en nuestra ciudad apenas se difunde y se queda sin la publicidad ni el reconocimiento que merece. BOX_POP nace para conseguir que los trabajos salgan de los estudios de los diseñadores, para lograr que rebasen los ámbitos de lo privado, de lo exclusivamente profesional y para tratar de que la comunidad de diseñadores se haga más visible.

13/06/2014-03/09/2014

<http://dimad.org/>

[inicio]

Producto Fresco Diseño recién hecho en Madrid

Lugar: Central de Diseño Matadero (Madrid)

Este proyecto, nacido en 2012, comienza en torno al día internacional del Diseño Industrial (29 de junio). Una muestra que pretende dar a conocer anualmente lo mejor del diseño de producto realizado en ese periodo por los diseñadores madrileños, o que vivan o se sientan de Madrid, o comercializado por empresas de nuestra región.

26/06/2014-31/08/2014

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

[inicio]

Modalena 2014

Lugar: Centro de Historias de Zaragoza

Un espacio para la moda alternativa y el comercio de proximidad. Organizado por el colectivo Modalena, un colectivo dispuesto a colaborar y participar tejiendo hilos en la sociedad cultural de la ciudad.

Septiembre 2014

<https://es-es.facebook.com/modalena>



[inicio]

L'Emoi de la mode

Una exposición sobre la moda actual de Francia, focalizada en el prêt à porter, a través de algunos de sus máximos exponentes, como Haider Ackermann, Nicolas Ghesquière, Hedi Slimane, Maxime Simoens... La exposición se complementa con la proyección de algunos de los documentales que Loic Prigent, realizador de documentales sobre el mundo de la moda, ha filmado, en particular para la serie de Canal + Habillé(e)s pour... o L'hiver avec Mademoiselle Agnès.

15/09/2014-30/10/2014

<http://www.mataderomadrid.org>

[inicio]

Typo_MAD 2014 Y TDC 60

Una muestra de trabajos tipográficos de carácter amateur y experimental que convive con la exposición TDC60, exhibición itinerante que reúne los mejores trabajos tipográficos de todo el mundo realizados en el último año y seleccionados por Type Directors Club Exhibition de Nueva York. Si la expo typo_mad 2014 reúne diseño de fuentes (tipos, caligrafía, dingbats, lettering...), aplicaciones en formato digital (títulos de crédito, sitios web, cortinillas TV, spots...) proyectos de identidad y proyectos emergentes y de fin de carrera no producidos, el TDC, muestra las últimas tendencias y los mejores diseñadores y tipógrafos.

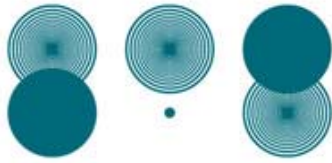
25/09/2014-15/11/2014

<http://www.mataderomadrid.org>

[inicio]

4ª Bienal Iberoamericana de diseño, BID14

La Bienal Iberoamericana de Diseño (BID) es la mayor muestra de Diseño Iberoamericano que se celebra cada dos años en Madrid, convocada y organizada por DIMAD.



Los grandes nombres del diseño iberoamericano comparten espacio y experiencias. Diversas instituciones y profesionales participan del evento que se transforma en un espacio de gestión de ideas e intercambio para profesionales consagrados y emergentes del sector.

Su sede principal es la Central de Diseño de Matadero Madrid a la que se suman distintas instituciones de Madrid como el Museo Nacional de Artes Decorativas, la Casa de América, el Instituto Cervantes y escuelas y universidades de diseño colaboradoras de DIMAD.

Charlas, talleres, debates, zonas de encuentro, exposiciones y mucho más, para dar a conocer y potenciar las propuestas más representativas, destacadas e innovadoras del diseño de América Latina, Portugal y España.

26/11/2014-28/11/2014

<http://www.mataderomadrid.org>

[inicio]

Smart Flexibility

Lugar: Edificio Disseny Hub Barcelona (Pl. de les Glòries, 37-38)

Una exposición que nos descubre estructuras y materiales capaces de sensibilizarse y adaptar su forma al entorno. La exposición reúne proyectos de todo el mundo que permiten imaginar las funcionalidades que pueden proporcionar las estructuras inteligentes y flexibles en cualquier ámbito de aplicación. Percepción de las condiciones climáticas, acústicas y luminosas del entorno y su adaptación a las mismas; detección del usuario y la modificación del espacio en relación con su cuerpo, sus movimientos o incluso sus emociones; captación de energía eólica y solar; o la generación de energía eléctrica son algunas de las posibilidades que nos abren estos materiales y tecnologías.

25/06/2014 – 16/11/2014

<http://fadfest.cat/website/smart-flexibility-exhibition/?lang=es>

[inicio]

El mejor diseño del año

Lugar: Edificio Disseny Hub Barcelona (Pl. de les Glòries, 37-38)

La muestra que agrupa más de 500 proyectos finalistas y ganadores de los premios que otorgan el FAD y sus asociaciones. "El mejor diseño del año" se reúne en esta gran exposición del FADfest. Una puesta en escena de lo que ha dado de sí, en este último año, el esfuerzo de los profesionales y empresas en todas las disciplinas y prácticas del diseño. Un termómetro imprescindible del ahora y aquí. El paisaje de nuestra creatividad.



25/06/2014 – 22/10/2014

<http://fadfest.cat/website/exhibition-2/?lang=es>

[\[inicio\]](#)

CENTRO ARAGONÉS DE DISEÑO INDUSTRIAL

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

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

