



Felices Fiestas y Próspero Año 2005

Sumario

Editorial 02 • Reportajes 03 • Noticias 11 • Agenda CEdiR 12 • Agenda Nacional 13
• Legislación 14 • Publicaciones 15 • Web 16 • Caso Práctico 17

Diseño, una visión empresarial para aumentar el valor de la empresa.

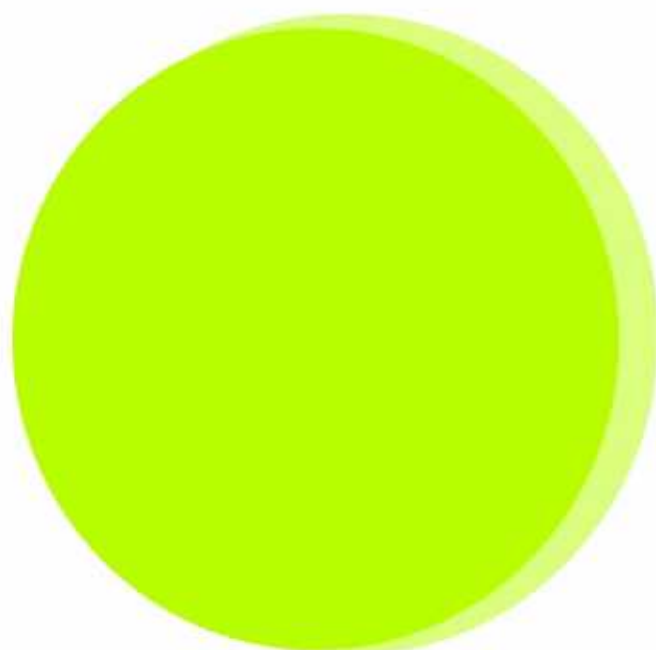
El valor de una empresa es muy superior al valor de sus activos físicos. Estén o no calculados, los activos intangibles (las marcas, los diseños, etc) son la mayor parte del valor de la organización. Al mismo tiempo se calcula que un cinco por ciento de los productos y marcas que se venden en el mundo están copiados. El piraterío se extiende a toda clase de productos y marcas, forma parte del comercio global y afecta extraordinariamente a las empresas de la Unión Europea.

Asistimos a un proceso de globalización de la economía, no es menos cierto que la actividad de las empresas riojanas se apoya cada vez más en sus activos inmateriales, medio esencial para la internacionalización de sus actividades. Si la posesión de los recursos naturales o los medios de producción marcaron en el pasado la pauta para el desarrollo económico, es la creación, posesión y explotación de activos inmateriales la que diferencia y diferenciará en el futuro a las empresas de éxito.

El diseño es una actividad que incide directamente en la creación y desarrollo de las marcas. Tanto el diseño de productos, como el diseño gráfico y el diseño de interiores son instrumentos para plasmar la identidad de la marca y, en consecuencia, son unos activos de la empresa de primer orden. Sin embargo, la protección de estos activos es amenudo relegada a un segundo término.

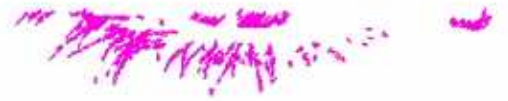
Desde la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), a través del CEdiR, queremos animar a las empresas riojanas a impulsar el valor de su bienes intangibles con el fin de lograr posiciones de liderazgo en el mercado, sin perder de vista la protección jurídica de estos bienes como una visión estratégica que aumenta el valor de los mismos.

Javier Erro Urrutia
Presidente de la ADER



Editorial

Muestra Urbana "Los Ojos del Diseño" Logroño, Noviembre de 2004



La exposición fue promovida y organizada por la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), a través del CEdiR. Colaboraron en la iniciativa el Club de Marketing de La Rioja y Barcelona Centro de Diseño BCD).

Durante el pasado mes de noviembre, la ciudad de Logroño acogió la Exposición Urbana "Los Ojos del Diseño". En concreto, 40 carteles colocados por toda la ciudad (soportes publicitarios, paradas de autobús) y en cada uno de ellos se reprodujo un diseño de un Premio Nacional de Diseño, junto al mismo aparecía un texto explicativo.



El diseño de estos carteles fue realizado por el diseñador Oscar de la Mota (Cuatromedia), fueron creados sobre una maquetación base de color naranja. Todos los carteles tuvieron este color de fondo con dos fines, dar uniformidad a la exposición y resultar llamativos. En la esquina superior izquierda de cada cartel, apareció un ojo pixelado que hace referencia a la imagen corporativa del CEdiR y al título de la exposición.

Además de los 40 carteles, se realizaron acciones complementarias para potenciar el impacto de la exposición. Se colocaron 8 banderolas en puntos estratégicos de la ciudad, concretamente en la sede de los miembros del Comité Asesor del CEdiR. También se realizó un buzoneo de 50.000 ejemplares por toda la ciudad, con un folleto indicativo de los diferentes puntos donde poder observar los 40 carteles y qué es lo que se iba encontrar el espectador.



Folleto indicativo de la Muestra Urbana.

Un doble objetivo

Con la muestra se pretendió cumplir un doble objetivo. Por un lado, transmitir la funcionalidad del diseño a la sociedad, ya que los carteles permitieron al espectador ser partícipe de la diversidad de miradas que ofrece el mundo del diseño y a su vez lanzar un mensaje sobre la utilidad del mismo. Pero, además, se realizó una acción de promoción y animación comercial, mediante la colocación en los comercios de 3000 reproducciones de diez de los carteles a tamaño A-3, con lo que se generó un recorrido por las principales zonas comerciales de la ciudad de Logroño.

Diseño funcional y emblemático en 40 imágenes

Las 40 imágenes que integraron la exposición se mueven en los más diversos ámbitos, aunque cuentan con la funcionalidad o el carácter emblemático como elemento común. Desde la antorcha olímpica de Barcelona 92 (André Ricard) que realizaba el protagonismo de la llama, hasta la mascota Cobi (Javier Mariscal) que cambió radicalmente el concepto de mascota olímpica.

Un apartado interesante es el de mobiliario urbano. Como el banco Neoliviano (Miguel Milá), la Bancada Carlitos (Óscar Tusquets) o el Banco Aero (Alberto Lievore). También entra en este campo del uso urbano el Farol Universal (Jorge Pensi).

Los objetos de uso cotidiano tampoco escapan a la exposición. Santiago Miranda es autor del Secco Reale Deshumificador, un acondicionador portátil muy innovador, y del Position KM 9000. Otras ideas son la Jerzy Drozd Guitar Works de Josep Lluscá, un modelo de guitarra muy difundido, o el Portafolio Atzimut de Ricard Giralt-Miracle, con una cubierta de líneas artesanales digna de bibliófilos. Ramón Benedito también se mueve en este campo con tres diseños muy interesantes: la Máquina de Café Ariete, el Lavabo Kalahari y la Columna de Hidromasaje Aquakit Hotel, que combinan el diseño con la máxima funcionalidad. El Lápiz Zoom Oceanic, la Colección de Juguetes Muga (ambos de Daniel Nevot), la Silla Gorka (Jorge Pensi), la Cama Ele Bed (Alberto Lievore), la Silla Garriri (Javier Mariscal) o las Lámparas Leonardo y Nimba (Antoni Arola) son otras de las ideas originales que están presentes en nuestras vidas.

Una de las claves del diseño gráfico es la síntesis de una idea, para ser plasmada a través de un grafismo, algo que alcanza su máxima expresión en las imágenes corporativas. Esta sección cuenta con una nutrida representación en la muestra, como el logotipo del Instituto Cervantes (Enric Satué), o el Homenaje a Ricard Giralt-Miracle (Peret). Otra serie interesante es la de Alberto Corazón, autor de la primera imagen corporativa del Gobierno de La Rioja, entre sus obras está también el logo de la ONCE, el de la Red de Cercanías de RENFE o la Red Nacional de Paradores.

Destaca del mismo modo la obra de America Sanchez (con una de las famosísimas Bolsas Vinçon o el logo del Museo Picasso), de Cruz Novillo (los símbolos de Correos y RENFE), Mario Eskenazi (una Colección de Libros de Cine y el Packaging de Evax), Quim Larrea (logo de Dany Muebles y Torneados y rediseño cromático de Worker's Calzados Retrak del Grupo Hergar) o Isidro Ferrer (logo del Café del Arte y cartel de la obra Walter Negro, el Asesino Casual).

La exposición descubre también que incluso algo tan cotidiano como los billetes tiene detrás el diseño preciso que une concepto y utilidad: como el caso de los ya desaparecidos de 1.000 pesetas (Cruz Novillo) o el proyecto para los billetes del euro (Yves Zimmermann).

Homenaje a Ricard Giralt-Miracle / Peret



Imagen Corporativa del Gobierno de La Rioja / Alberto Corazón



Colección de Juguetes Muga / Daniel Nebot



Trofeo Premios Amigo / Javier Mariscal



Portafolio Atzinut, Edición de Bibliófilo / Ricard Giralt-Miracle



Columna de Hidromasaje Aquakit Hotel / Ramón Benedicto / Empresa Rocca



Cortel de la obra, Walter negro, al asesino casual / Isidro Ferrer



Lampara Leonardo / Antoni Arolo / Empresa Santa & Cole



Cobi / Javier Mariscal



Silla Garfit / Javier Mariscal / Empresa Akaba



Reportajes

Restyling de la Imagen Corporativa de la ADER

Desde el pasado mes de noviembre la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), ha comenzado a aplicar el restyling de su imagen corporativa. La necesidad del restyling del logotipo de la ADER, viene planteada a raíz de la homogeneización de toda la identidad corporativa de la Administración riojana, y de las entidades y organismos autónomos adscritos a ésta.

Basándose en los antecedentes de la marca, Grupo Deca ha creado una versión que se acoge a la normativa de dicha identidad tanto en los símbolos como en la tipografía, así como en otros elementos gráficos constantes en ésta, y que dotan de la uniformidad que se desea conseguir.

Del estudio de antecedentes, el signo gráfico actual es identificador de la ADER, su uso en integraciones y señalizadores lo convierten en pieza inexcusable para el imaginario colectivo.

Los colores corporativos de la marca tienen base en los que utiliza la identidad del Gobierno de La Rioja, manteniendo así la continuidad que se desea conseguir en toda la identificación gráfica de la Administración riojana. Estos colores son: el verde, el amarillo y el gris.

La tipografía corporativa está construida con tipos de la familia Helvética Neue. El peso elegido para la creación de los signos gráficos lingüísticos de los entes públicos del Gobierno de La Rioja es Helvética Neue Heavy.

En diferentes aplicaciones podemos encontrar elementos gráficos. Las líneas verticales y horizontales ayudan a la jerarquización y ordenación, además aportan a la imagen simbolismo y expresividad propia, estructurando la comunicación y facilitando información útil al espectador.

En definitiva, se trata de un proceso de adaptación gráfica en el que se ha respetado la imagen de marca de la ADER, ya que con ligeras modificaciones se ha actualizado la identidad corporativa sin perder la esencia de la imagen original que ya era fácilmente identificada por la sociedad riojana.

Logotipo anterior



Logotipo actual



Logotipo actual, con aplicación de un organismo perteneciente a la ADER



Curso sobre Diseño y Competitividad en la Universidad de La Rioja

Del 5 a 26 de noviembre de 2004

La Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), a través del CEdiR y la Universidad de La Rioja, en colaboración con el Club de Marketing de La Rioja, organizaron este curso con el objetivo de ofrecer el estado actual y las últimas tendencias en materia de diseño y su aplicación.

Se ofrecieron dos módulos: uno con un perfil de Ingeniería y otro de economía y empresariales. Los alumnos que lo desearon pudieron optar por uno u otro de los módulos o por los dos. El objetivo era acercar a lo ahora estudiantes la importancia del diseño en la gestión empresarial, ya que muchos de estos universitarios serán empresarios en un futuro cercano.

Durante estos días los asistentes al curso han tenido la oportunidad de abordar diversos temas, establecidos en cuatro bloques:

- + Diseño y estrategia empresarial.
- + Diseño y desarrollo de producto
- + Comunicación y marca.
- + Caso empresarial, Templo del Café / B'art Gallery.

Ponentes

Juan Manuel Fernández Cancelo
Graduado en Estrategias Empresariales y Marketing Estratégico.
Exdirector de Estudios y Planificación de la Presidencia del Gobierno Vasco.
Estrategia de Diseño y Posicionamiento del Parque Tecnológico de Zamudio.

Yolanda Sierra Murillo
Titular de la Escuela Universitaria de Comercialización e Investigación de Mercados / Dpto. de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja.

Agustín Ruiz vega
Catedrático de la Universidad de Comercialización e Investigación de Mercados / Dpto. de Economía y Empresa de la Universidad de La Rioja.

Félix Sanz Adán
Catedrático de la Universidad de Expresión Gráfica en Ingeniería / Dpto. de Ingeniería Mecánica de la Universidad de La Rioja.

Julio Blanco Fernández
Titular de la Universidad de Procesos de Fabricación / Dpto. de Ingeniería Mecánica de la Universidad de La Rioja.

Javier San Martín Sádaba
Ingeniero Industrial / Durante 7 años Director de Promoción de DZ Diseño (Bilbao).

Mario San Juan San Juan
Gerente ICE Comunicación.

Xavier Plantà Torralba
Ingeniero Técnico (UPC) / Director de Operaciones de la Fundación ASCAMM.

Brigitte Sauvage
Graduada en Artes Aplicadas / Socio Director ADN Design.

Rafael Ocón.
Director General F4U Franchising For You.

La valoración del curso ha sido positiva, tanto por el número de alumnos que han participado, un total de 90, como por las primeras impresiones extraídas de las encuestas de satisfacción. Por lo que en el futuro se seguirán apoyando iniciativas de este tipo.



Inauguración por del Curso por D^a. Isabel Martínez / Secretaria General de la UR, D. Florencio Nicolás / Gerente de la ADER (derecha) y Alfredo Ruiz / Secretario General del Club de Marketing (izquierda).



Ponencia de Juan Manuel Fernández Cancelo / Doctor Ingeniero Industrial



Asistentes al Curso Diseño y Competitividad.

Jornada: El Diseño como Estrategia de Diferenciación en el mercado Exterior, Textil y Calzado

Logroño, 2 de diciembre de 2004

La industria de la moda ha experimentado durante las últimas décadas un poderoso crecimiento, directamente relacionado con el nivel adquisitivo y cultural de los ciudadanos. Además, se está transformando en un negocio global, habiendo cobrado una gran importancia en la esfera internacional.

En estos momentos podemos decir que La Rioja posee una industria importante en artículos de indumentaria, que no sólo abastece el mercado nacional sino que, además, mantiene una interesante actividad exportadora.

Esta jornada fue un foro de reflexión para un sector crucial en la economía riojana, especialmente para empresarios textiles y del calzado, tan involucrados en el mundo de la moda.

La jornada contó con las ponencias del diseñador Modesto Lomba, que desarrolló su ponencia entorno al lanzamiento de una nueva línea de producto. También se contó con la presencia de Borja Escribano, Director Comercial de The Art Company, que explicó a los presentes la estrategia comercial de esta empresa, "Es fundamental seguir haciendo hincapié en que la internacionalización obliga a eliminar determinadas estrategias empresariales utilizadas tradicionalmente. En un futuro muy cercano las empresas riojanas no podrán competir

apoyándose en el factor precio porque hay países en los que la mano de obra es infinitamente más barata que la nuestra y abarcarán los mercados".

La jornada se completó con la ponencia de Florencio Nicolás Aransay, Gerente de la ADER, que aportó una visión del sector textil-calzado e hizo un repaso de los apoyos que desde la administración se están realizando a las empresas de estos sectores.

Por último, se realizó una mesa redonda donde los tres ponentes expusieron sus conclusiones sobre la situación del mundo de la moda:

"Resulta imprescindible mantener una actitud innovadora y no imitadora, que permita a las empresas adelantarse a los cambios y proporcionar al consumidor un producto diferenciado, que se ajuste exactamente a sus necesidades

"El diseño representará un papel determinante en el proceso de internacionalización de las empresas, ya que aportará un plus de calidad que lo diferencie de los productos de los países en que el principal valor del producto es su precio".



MODESTO LOMBA

Devota y Lomba se concibió como una empresa para diseñar vestidos. La primera idea era crear no producir, pero el tiempo nos enseñó que no se puede crear sin conexión industrial.

En los años 80, los industriales querían resultados inmediatos tras la firma de un acuerdo con un diseñador. En los 90, los primeros en dar pasos certeros, – el sector cosmético y de perfumería–, empezaron a trabajar con la vista puesta en el futuro, buscando resultados a medio plazo. Otro paso importante fue la apertura de El Corte Inglés a los diseñadores españoles.

Tras la consolidación en el mercado, nos llegó la primera licencia para trajes de novia. Después, la industria se da cuenta de que el consumidor reclama productos con firma de diseñador. Ahora, D&L es una empresa de ideas y creación, no de producción, por esta razón firmamos acuerdos de colaboración con diversos industriales.





Empresa: Muebles Alba Rubio
 Diseñador: Lledó Asociados y Grupo "mañana no trabajo"
 Diseño: Tay

Tay es un programa de dormitorio juvenil pensado para espacios reducidos donde el orden es imprescindible; con diferentes opciones de módulos y acabados de color o naturales.



Empresa: Angulano Poliuretanos
 Diseñador: Pablo Pérez Mateo
 Diseño: Alco Surf

Alco Surf es el resultado final de un proceso de diseño con el objetivo de explorar las posibilidades conceptuales y formales del poliuretano y su tecnología de la producción.



Empresa: Bacalco
 Diseñador: Silvio Argudo y Eli Gutiérrez
 Diseño: Mar

"Mar" habla de olas, de movimiento, de aparecer y desaparecer, de abrirse y cerrarse; una ola nos da la pista de dónde llevar la mano para, así, poder asirla, utilizarla. "Mar" es una puerta.

Domus Mediterránea

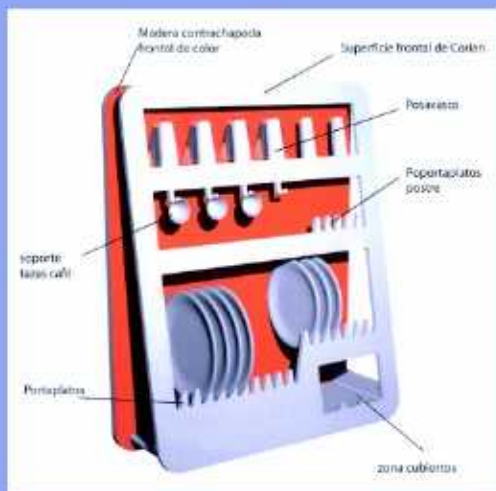
Es un proyecto incluido dentro del Plan Pyme del Ministerio de Economía y financiado por los fondos europeos FEDER y cuyo promotor es la Federación Española del Mueble, FEDERMUEBLE, en colaboración con Feria de Valencia. El objetivo del proyecto es incorporar nuevos diseñadores al sector del mueble y lanzar la imagen de la nueva "casa mediterránea", como integración de conceptos, creaciones innovadoras y objetos de diseño, promoviendo el diseño como un factor clave para fomentar la competitividad en las pequeñas y medianas empresas del sector. Una vez finalizada la edición de este año, la valoración global que puede hacerse es satisfactoria. El primer resultado obtenido ha sido la creación de un conjunto de productos que destacan por su originalidad, que son comercializables y de buena calidad. No sólo se ha conseguido el objetivo de realizar un conjunto de productos para "amueblar la casa del mediterráneo" sino que, además, el trabajo conjunto de empresas y diseñadores ha traído como consecuencia, en algunos casos, que se haya desarrollado la colección de los productos o que se le hayan encargado al diseñador productos nuevos, es decir, se ha logrado el objetivo principal del proyecto: incorporar el diseño y los nuevos diseñadores a la industria del mueble.

En esta ocasión, siete empresas riojanas han participado en esta iniciativa, demostrando el alto grado de sensibilidad que hay en el sector del mueble en La Rioja, con respecto a la utilización del diseño como herramienta de competitividad.



Empresa: Muebles de Cocina Ruhs
 Diseñador: Ernest Perera
 Diseño: Contenedor y mesa comedor

Mueble con líneas limpias con una doble función: contenedor y mesa comedor. Esta última se integra perfectamente en el aparador y, con un simple gesto, funciona como elemento autónomo.



Empresa: Cocinas Ruhs
 Diseñador: Ernest Perera
 Diseño: "Mueble" de cocina

¿Por qué esconder los utensilios que necesitamos todos los días? Por su utilidad tendrían que estar visibles y en un lugar de fácil alcance. Con estas dos premisas nace este "mueble" de cocina.



Empresa: Muebles Finepa
 Diseñadoras: Bárbara Ribes, Pilar Guerrero y Diana Santana
 Diseño: Dormitorio

Partiendo de la funcionalidad, como objetivo principal, este dormitorio es un espacio sencillo pero con aspectos diferenciadores. Líneas puras, combinación de materiales y volúmenes, movilidad e integración del concepto de luz.



Empresa: Muebles Odín
 Diseñador: Innovadis
 Diseño: Mesa extensible

Actual, moderna, diseñada para adaptarse a todas las situaciones cotidianas y a todos los ambientes.



Empresa: Dany
 Diseñador: Paco Caballer
 Diseño: Lámpara

Lámpara realizada única y exclusivamente en madera de haya tomeada.

Reportajes

Curso sobre Creatividad y Tecnología como Herramientas Publicitarias

La Asociación Riojana de Agencias de Publicidad (ARAP), en colaboración con la Federación de Empresarios de La Rioja (FER), organizó este curso destinado a los profesionales del sector, que se desarrolló los días 18, 22 y 26 de octubre.

El curso centró sus esfuerzos en acercar a los asistentes conocimientos vanguardistas y debatir sobre las nuevas herramientas y conceptos que se están utilizando en la actualidad en la profesión.

El curso se estructuró en tres seminarios de 8 horas lectivas presenciales cada uno y se desarrolló en la sede de la FER.

"Técnicas de Creatividad"

Pedro Vidal / Profesor Titular de Creatividad Publicitaria en la Universidad Complutense de Madrid

"Marketing Directo"

Santiago Rodríguez / Presidente y fundador de la agencia Directa & Mente

"Internet aplicado a la Publicidad"

Marta Martínez / Gerente de publicidad Wanadoo España y D^a Beatriz Pérez / Directora de Trade Marketing



Sesión de trabajo

IX Edición Premios Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial

Los Premios Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial han presentado ya su lista de galardonados de este año en las distintas categorías. Esta novena entrega de los premios es la primera edición que los otorga un único ministerio: el de Industria, Turismo y Comercio. Las ediciones pasadas fueron entregados por los Ministerios de Economía, Ciencia y Tecnología.

Estos premios de carácter honorífico cuenta con dos modalidades. La primera recae en empresas que hayan destacado en aspectos concretos, como Dragados Offshore, AC Hoteles, Panda Software y Amena. Este año, el premio a las energías renovables ha quedado desierto.

La segunda modalidad del premio que se otorga tras haber valorado de forma global a las empresas, ha recaído en la pyme Natura Bissé y en el laboratorio Almirall Prodesfarma.

En la categoría de diseño el galardón ha sido para la empresa Signes, Imatge i Comunicació, especializada en fabricación e instalación de sistemas y elementos de señalización. Finalistas: Indo Internacional, San Patrick, Santa & Cole, Stua y Vilagrassa.

La ceremonia de entrega de estos premios tuvo lugar el pasado día 18 de noviembre y estuvo presidida por el Príncipe de Asturias.

Empresas galardonadas:

Calidad Industrial Dragados Offshore
Diseño Signes, Imatge i Comunicació
Innovación Tecnológica Grupo Antolín Irausa
Internacionalización Panda Software
Empresa Turística AC Hoteles
Sociedad de la Información y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Amena
Gestión de Marca Renombrada Bodega Miguel Torres
Competitividad Gran Empresa Almirall Prodesfarma
Competitividad Pyme Natura Bissé

Meeting & Select, punto de encuentro de la Comunicación Visual y el Diseño Gráfico español



Sign España estuvo acompañada por varios actos paralelos de gran relevancia para el sector de la comunicación visual y el diseño gráfico. El salón celebró por tercer año consecutivo Meeting & Select, la iniciativa que fomenta el diálogo y el debate entre los profesionales del sector.

La relevancia de Meeting & Select se debe a la participación en las conferencias de importantes diseñadores españoles, y a la edición del libro, *Select Graphic Design from Spain*, que recoge las obras finalistas del concurso que la editorial Index Book organiza para detectar las jóvenes promesas del diseño español. 830 obras de jóvenes diseñadores han optado este año a ocupar alguna de las páginas del próximo volumen de la colección.

En Sign España 2004, el Encuentro del Diseño Gráfico Español tuvo lugar el viernes 8 de octubre. Nombres que ocupan la primera fila de la profesión en España participaron en el Meeting, dónde presentaron casos prácticos para dar paso a posteriores debates y reflexiones.

www.reediberia.com

Anna Bou, representante española, mención especial del Jurado del Mónaco Luxe Pack Design Award 2004

La diseñadora Anna Bou, representante española en la final del Mónaco Luxe Pack Design Award 2004, fue premiada por el jurado, por la originalidad de su propuesta.

La final de este prestigioso concurso internacional tuvo lugar el pasado 22 de octubre en Montecarlo, en el marco del salón internacional Luxe Pack, dedicado al packaging de productos de lujo. En la edición de este año, el salón contó con la participación de 320 expositores y más de 5.300 visitantes profesionales.

Esta segunda edición del concurso ha contado con la participación de más de 400 diseñadores de ocho países: Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Brasil, Estados Unidos, Japón y España. Cada país seleccionó un candidato que le representó en la final de Montecarlo. El tema del concurso fue el diseño de un estuche de polvos compactos y un pintalabios.

El vencedor de esta edición fue el equipo representante de Japón, formado por Tatsuyuki Gytoku y Naoe Kanestsuki, dos jóvenes diseñadores que se inspiraron para el desarrollo de su proyecto en la técnica del origami.

Además de premiar al equipo de Japón, con una aportación económica de 10.000 €, el Jurado decidió por unanimidad y de forma excepcional, otorgar a la representante española un segundo premio.



El proyecto de esta joven diseñadora de Barcelona era muy original en su concepción, ya que convertía el estuche de polvos compactos y el pintalabios en sendos colgantes, a caballo entre el packaging de lujo y las joyas.

Noticias

Noticias

El Templo del Café ha sido galardonada con un premio a la web de franquicias más innovadora

La franquicia El Templo del Café, del grupo empresarial riojano F4U-Franchising For You, ha sido galardonada en los premios Tormo.com, con el premio a la Web de Franquicias Más Innovadora.

La creación de la Web, www.eltemplodelcafe.com/franquicia fue posible gracias a los proyectos de ayuda económica auspiciados por la ADER, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja, y al trabajo efectuado por la agencia de comunicación VirtualCom, autora del desarrollo de la Web.

El Templo del Café, ha sido finalista con compañías de renombre internacional con las que comparte galardón en estos premios del sector de la franquicia en otras categorías Lizarrán Tabernas Selectas, Roberto Verino, Franquicias Don Piso, entre otras.

El Templo del Café ha conseguido este premio gracias a los más de 20.000 votos emitidos a través del portal de Tormo.com y a la votación de un jurado de expertos compuesto por especialistas de Internet y el mundo de la franquicia.

Información: 941 286 880
franquicia@eltemplodelcafe.com



Reunión de la Federación Española de Entidades de Promoción del Diseño (FEEPD)

3 de noviembre de 2004, Madrid

El pasado mes de noviembre se celebró una reunión de la FEEPD, en la Sede de la Sociedad Estatal para el desarrollo del Diseño y la Innovación (DDI), en dicha reunión se procedió al nombramiento del cargo de Presidente de la Federación, en la persona de Doña Xénia Viladás Jené, que a su vez ocupa el cargo de Consejera Delegada del DDI.

También se analizó la situación del Estudio sobre Rentabilidad del Diseño que se está realizando por la FEEPD.

La próxima reunión se celebrará en el mes de enero de 2005 y será monografía para tratar el Plan Estratégico de la FEEPD.

VII Concurso de Diseño del Mueble

Convocado por la Asociación el Mueble de Nájera, con la colaboración de la Agencia de Desarrollo Económico de la Rioja (ADER) a través del CEdiR y el Colegio Oficial de Arquitectos de La Rioja (COAR).

Bases www.mueblenajera.com
(sección actividades)

+ información / Santiago Alegría & Asociados Tel. 941253644
comunicacion@santiagoalegria.com



Concursos

4ª Edición del Concurso de Copas de Cocktail Bombay Sapphire.

En el mes de noviembre, la *Fundación Bombay Sapphire* y ADI-FAD convocaron una nueva edición del Concurso de Diseño Copas de Cocktail Bombay Sapphire, cita anual para los estudiantes de diseño desde hace cuatro años.

El concurso pretende incentivar la imaginación de los estudiantes de diseño, ingeniería y otras disciplinas vinculadas a esta área, a las que la *Bombay Sapphire Foundation* ha apoyado desde sus inicios, mediante la creación de copas de cocktail en vidrio totalmente innovadoras y originales.

Aprovechando esta ocasión, se organizaron dos exposiciones, en Barcelona y Madrid, en las que se mostraron proyectos finalistas y copas premiadas de anteriores ediciones.

La convocatoria está abierta exclusivamente a alumnos de Ciclos Formativos de Grado Superior o Estudios Superiores de escuelas de diseño, arquitectura e ingeniería de ámbito nacional. Los participantes deberán entregar sus bocetos antes del 13 de diciembre, fecha a partir de la cual un jurado compuesto por personas relacionadas con el mundo del diseño seleccionará 10 proyectos finalistas. En

una segunda ronda de deliberaciones, el jurado escogerá a los tres premiados, que se darán a conocer en un acto que tendrá lugar el próximo mes de febrero de 2005.

El ganador o ganadora del concurso obtendrá un premio de 3.000 euros y la oportunidad de competir en la gran final del concurso internacional de Bombay Sapphire, que se realizará en abril de 2005 en la Feria Interni Design Show, de Milán.

Además del premio al ganador, la organización ha previsto un segundo y un tercer premio, dotados con 1.500 y 600 euros respectivamente.

Además, cabe resaltar que en la final internacional, el diseñador ganador podrá conseguir un premio de 10.000 dólares.

Las bases estarán colgadas en la web www.adired.net a partir del 2 de noviembre. Este año la inscripción se realizará solamente on line a través de la misma web. Y los proyectos se entregarán en formato digital.

Para visionar copas ganadoras de anteriores ediciones: www.equiposingular.es




Domus e illycaffé

Primer concurso internacional de ideas "Espresso-espacio/tiempo del café", dirigido a estudiantes y jóvenes artistas, arquitectos y diseñadores de todo el mundo menores de 35 años. El premio se concederá a la idea más innovadora o al proyecto capaz de expresar el mejor modelo de cafetería, basándose en todos los aspectos sociales que se desarrollan durante el ritual del café. El plazo de inscripción de los trabajos se cierra el 31 de enero.

Ferias

GRAPHINTRO 2005 Salón Internacional de las Soluciones Gráficas Febrero 2005

El sector gráfico es un sector cambiante, lleno de nuevas oportunidades. Y Graphintro un salón que responde a esa transformación ofreciendo una plataforma de negocios innovadora y actual donde se recogerán las principales tendencias del mercado y se darán a conocer nuevas soluciones. Nuevas ideas. Nuevos sectores que harán de este sector la plataforma de I+D+I del mundo gráfico.

Desde la creación hasta el tratamiento de la imagen, pasando por la composición, la calibración de colores, la maquetación y todos aquellos elementos que intervienen en el proceso de impresión. Todos tendrán su lugar en Graphintro 2005.  **Graphintro**

8 MAY 16.00
10.00
12.00

Agotamiento del derecho de distribución en propiedad intelectual.



En el texto del artículo 19 de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996, de 12 de abril) se plasma la más reciente jurisprudencia sobre el agotamiento del derecho de distribución en relación con la libre circulación de mercancías amparadas por el derecho de autor, según la cual el artículo 30 del Tratado de la CEE no exige un agotamiento o extinción total del derecho de distribución después de la primera enajenación del original o copia de una obra.

Los títulos o negocios jurídicos a través de los cuales se puede ejercer el derecho de distribución, o sea, distribuir el original o copias de una obra, pueden ser muy diversos.

Se menciona expresamente en la Ley de Propiedad Intelectual, la venta, el préstamo y el alquiler, por ser sin duda las vías más ordinarias y frecuentes de distribución, cuyos límites o excepciones que con carácter general vienen establecidas en los artículos 33, 34 y 35, son predicables en general en cualquier derecho de Propiedad Intelectual.

La circulación de una obra es libre en el mercado una vez que se ha producido la primera venta del original o sus copias, con el consentimiento del autor o titular del derecho. El adquirente de una obra puede revender el ejemplar adquirido sin tener que pedir consentimiento al autor ni remunerarle, protección del adquirente para no vulnerar el principio de seguridad jurídica que deben tener los ejemplares puestos en circulación.

El agotamiento sólo se produce en el supuesto de compraventa, la enajenación por otro título distinto de la venta no va a determinar el agotamiento del derecho de distribución, ya sea gratuita u onerosa.

El titular de venta no puede alquilar ni prestar sin autorización del primer titular el ejemplar adquirido porque tales formas de distribución no se han extinguido con la primera venta.

La venta de ejemplares que realiza el editor al librero sin respetar las condiciones bajo las cuales el autor prestó su consentimiento, agota el derecho de distribución sobre los mismos. No obstante, se reconoce una excepción cuando no se respete el ámbito territorial establecido inicialmente para su difusión, en este caso no opera el agotamiento, por lo que el titular puede impedir la circulación de los ejemplares en ese ámbito territorial.

En el ámbito de la Unión Europea, las leyes no gozan de extraterritorialidad, por tanto sólo producen efectos dentro del territorio del Estado en que se aprueban, sin embargo si tenemos en cuenta el origen del precepto que analizamos (Directiva 92/100/CEE) y el efecto unificador que producen las Directivas entre los ordenamientos de los distintos Estados miembros, el agotamiento del derecho de marca encuentra su explicación.

La venta que origina el agotamiento ha de haber tenido lugar en cualquiera de los territorios de los Estados de la Unión Europea. En consecuencia la primera venta de ejemplares, realizada por el titular de un derecho o con su consentimiento en cualquier Estado miembro, agota el derecho de distribución que sobre el citado ejemplar le confiere el Derecho Español, por lo que el titular no puede oponerse a que los ejemplares vendidos en otro Estado miembro por él mismo o por otro con su consentimiento sean comercializados en el Estado en el que es nacional, porque su derecho de distribución ya se agotó.

Información cortesía de HENSON & CO.



Around Europe Logos

Por. Andrés Fredes
 Páginas. 427
 Idioma. Inglés
 Formato. 24 x 17,5 cm
 Edita. INDEX BOOK
www.indexbook.com

Around Europe Logos es un divertido y exhausto tour a través de los logotipos diseñados en 16 países europeos. En sus más de 400 páginas que contienen unos 600 logotipos los diseñadores gráficos y profesionales de la comunicación visual podrán encontrar trabajos de 122 estudios gráficos europeos, muchos de los cuales por primera vez publicados en un libro.



Enric Aguilera. Secretos...

Por. Enric Aguilera
 Páginas. 140
 Idioma. Español-Inglés
 Formato. 22 x 16 cm
 Edita. INDEX BOOK
www.indexbook.com

Uno de los más sólidos diseñadores españoles. Más de 130 premios en todo el mundo, jurado de los más importantes premios de diseño y fotografía, director de arte respetado por todas las agencias españolas, diseñador gráfico con estilo propio y personalidad. Y muchos secretos por contar.

Repertorios 2, del diseño considerado como una de las Bellas Artes

Por. Paco Bascuñán
 Páginas. 296
 Idioma. Español-Inglés
 Formato. 20,7 x 25 cm
 Edita. LA IMPRENTA www.indexbook.com

La vista puede llegar a ser uno de los sentidos más mentirosos del ser humano. Nos limitamos a quedarnos con una visión superficial de las cosas y eso es precisamente lo que Paco Bascuñán quiere cuestionar. Bascuñán intenta que el lector se interroge sobre algo más, que extienda su visión hacia algo más profundo. Para ello, se ha rodeado de algunos profesionales, como Raquel Pelta o Jorge García, que le han apoyado en la elaboración de los textos del libro. El resultado es una introspección en el mundo del diseño.



Diseño e Historia. Invariantes

Por. José Baltanás
 Páginas. 208
 Idioma. Español
 Formato. 22,5 x 28 cm
 Edita. GUSTAVO GILI www.ggili.com

Como es sabido, el diseño surge como consecuencia lógica del desarrollo industrial de las sociedades tecnológicamente más avanzadas y puede explicarse, por tanto, en función de esa relación causa-efecto. Sin negar su obvia dependencia de tiempo y lugar, las razones del diseño, sus lecturas e interpretaciones, no se agotan en el exclusivo ejercicio metonímico, desde fuera, sino que invitan a ser entendidas también desde dentro, a partir de su propia realidad física y la reflexión que en ellas palpita.



RSVP Diseño de Invitaciones

Por. Sara Manuelli
 Páginas. 160
 Idioma. Español
 Formato. 26 x 23 cm
 Edita. GUSTAVO GILI
www.ggili.com

Una recopilación de los mejores diseños internacionales de invitaciones. Las 120 invitaciones que aparecen en este libro proporcionan ideas básicas y creativas para cualquier diseñador que se encuentre con el encargo de diseñar una invitación para un acontecimiento, ya sea de promoción, público o particular.



¡Contra!

Por. José Antonio Millán
 Páginas. 374
 Idioma. Español-Inglés-Portugués
 Formato. 14,5 x 14,5 cm
 Edita. GUSTAVO GILI
www.ggili.com

Este libro explora la oposición formulada exclusivamente mediante imágenes. A través de los 150 pictogramas recopilados vemos cómo todo tipo de colectivos expresan su disconformidad ante abusos o comportamientos que consideran dañinos.

¡No!

Por. José Antonio Millán
 Páginas. 368
 Idioma. Español-Inglés-Portugués
 Formato. 14,5 x 14,5 cm
 Edita. GUSTAVO GILI
www.ggili.com

Este libro explora la negación formulada exclusivamente mediante imágenes. A través de los 150 pictogramas recopilados vemos cómo se recomienda que no se hagan cosas muy variadas.



Domus '04 Mediterránea, amueblando la casa del siglo XXI.

Coordinación Técnica. AC&G
 Páginas. 128
 Idioma. Español-Inglés
 Formato. 16,5 x 36,5 cm
 Edita. FEDERMUEBLE

Esta publicación recoge los trabajos resultantes del Proyecto Domus Mediterránea, en el cual, nuevos diseñadores se incorporan al sector del mueble para lanzar la imagen de la nueva "casa mediterránea".



Logotipos trazados

Uno de los problemas con los que se encuentran los profesionales del diseño en su labor diaria, es la falta de una logoteca de logotipos trazados que le faciliten su labor. En este boletín os proponemos la visita de una serie de logotecas que os pueden ahorrar unas cuantas horas de trabajo. Además, os pueden servir de inspiración a hora de crear u organizar vuestra propia logoteca.



www.visual.gi/logoteca

Es la más veterana y completa de las páginas de logotipos trazados en castellano.

www.portalpublicitario.com/logos/Logos.asp

La sección de logotipos de este portal argentino nos sirve como apoyo en castellano a la completa logoteca de Álvaro Sobrino (Visual).



www.lalogotheque.com

Un completo portal de descarga de logotipos en francés e inglés con un enorme fondo de ficheros.



www.logoed.fsnet.co.uk

Logotipos en mapa de bits, sin trazar.

www.lineaire.com/logos

Linéaire es una empresa canadiense que contiene un portal de logotipos de multitud de marcas internacionales.



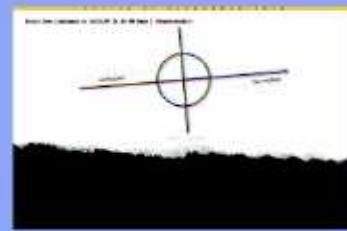
www.brandsoftheworld.com

El desaparecido portal ruso Logotype Free ha dado lugar a este otro portal donde encontrar marcas internacionales.



www.logotypes.ru

Un portal ruso con 4.999 logotipos para visualizar y descargar.



www.hqfi.dk

Escudos de clubs de fútbol de todo el mundo.



Webs



*art, internacionalización y diseño, clave del éxito empresarial.

The Art Company es una empresa riojana dedicada al diseño y la distribución de calzado joven y vanguardista de gama alta.

Desde su nacimiento, en 1995, ha experimentado un crecimiento anual medio del 15%, situándose -al cierre del ejercicio 2003- en el puesto nº 25 del ranking mundial del sector. ¿Su fórmula

para el éxito? espontaneidad, audacia y creatividad.

En la actualidad, exportan a toda Europa y a EEUU el 90% del calzado que comercializan y cuentan con tiendas propias en Berlín y Londres, principales capitales europeas de la moda de vanguardia y las nuevas tendencias.

Sus diseños son vanguardistas porque están ideados partiendo de un argumento diferente: "crear el calzado que deseáramos usar". Con un equipo propio de diseñadores cuya media de edad no supera los 28 años.

*art tiene una filosofía enmarcada por el concepto "Creative Footwear", que vincula los dos pilares básicos de la empresa: el producto y su valor como marca. Una idea que, si bien se asienta sobre los principales fundamentos de la identidad visual, da un giro profundo a su comunicación corporativa buscando nuevos soportes y plataformas, desde donde hacer llegar sus proyectos a la sociedad. Como su página web www.the-art-company.com, que más allá de una web comercial, es una comunidad de artistas en internet.

Sus modelos se inspiran en los deportes de riesgo o en las tribus urbanas y se transforman en zapatos de moda con una marcada personalidad. De la misma manera, los personajes de la creatividad fresca y original de su campaña publicitaria se re-inventan a sí mismos al tiempo que nos presentan su línea favorita.

*art colabora con el Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV) para unir comodidad y flexibilidad a un diseño de vanguardia; el resultado de esta colaboración son unos diseños ergonómicos y funcionales.

Desde la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), a través del CEdiR, queremos felicitar y animar a The Art Company por su esfuerzo en dos facetas básicas para el desarrollo empresarial, como son el diseño y la internacionalización.

The Art Company
Polígono Moreta s/n
26570 Quel / La Rioja / España
Tel. 941403367
Fax. 941392362
www.the-art-company.com



Caso Práctico

Sabíamos que ibas a mirar





www.cedir.es

C/ Muro de la Mata 13/14 26071 Logroño - La Rioja - España Tel.: 941 291 500 Fax: 941 291 544

JOKES SANTOS
Marketing & Publicidad