

CEd:R



Publicación sobre el diseño
y la comunicación en La Rioja
Nº 43. Diciembre 2016

Agencia de Desarrollo
Económico de La Rioja

C/ Muro de la Mata, No 13-14
26071 Logroño (La Rioja)
Tel. 941 29 15 00 - Fax. 941 29 15 44

COORDINACIÓN Y CONTENIDOS
Centro de Diseño Integral de La Rioja (CEdiR)

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
Torrents Creativos Marketing y Comunicación

DEPÓSITO LEGAL
LR-90-2007

© De los textos: CEdiR
© De las ilustraciones, sus autores
© De las fotografías, sus autores

CEdiR

EL DISEÑO Y LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

El **diseño** es uno de los elementos claves para la innovación y la diferenciación de los productos y, por tanto, un aliado imprescindible para las empresas riojanas y para la economía de la región.

Desde que se creó el **Centro de Diseño Integral de La Rioja (CEDIr)** en el año 2001, desde el Gobierno de La Rioja nos hemos esforzado en promover el uso y la buena gestión del diseño en el ámbito empresarial, aumentar la competitividad del tejido empresarial; incrementar el uso del diseño en los procesos de innovación por parte de las empresas, asesorar a empresas y colaborar con diferentes agentes del ámbito del diseño a través del Comité Asesor del CEDIr.

Ya ha pasado más de una década y podemos concluir que el diseño es uno de los aspectos presentes en los planteamientos estratégicos de las empresas riojanas, y que existe una relación entre el comportamiento de la facturación y la inclusión del diseño en la estrategia empresarial.

Parece, por tanto, que la visión que se tenía hace años sobre el diseño como elemento prescindible, de valores meramente estéticos y destinados a determinados tipos o tamaños de empresa, está afortunadamente superada por una gran mayoría de empresas riojanas. Ahora es importante que estas empresas saquen el máximo provecho de sus inversiones en diseño y los máximos beneficios empresariales mediante una correcta gestión de todos los recursos de diseño a su alcance.

Desde la ADER, a través del CEDIr ponemos a disposición del tejido empresarial riojano las herramientas necesarias para seguir avanzando en el camino de la incorporación del diseño a la estrategia empresarial.

En este sentido, queremos destacar que la 6ª Edición de los Premios CEDIr ha puesto el acento en premiar a dos empresas, GRUPO HERGAR y HOTEL IBIS STYLES LA RIOJA ARNEDO "VICTORIA", que han destacado como ejemplo de gestión del diseño aplicado a la práctica empresarial. También, se ha premiado a un gran creativo como JAVIER PEÑA IBÁÑEZ, como responsable de trasladar la creatividad a todos los proyectos en los que ha participado en su trayectoria, a los tres premiados, trasladar nuestra más sincera enhorabuena desde estas líneas.

Leonor González Menorca

*Presidenta de la ADER
Consejera de Desarrollo Económico e Innovación*





REPORTAJES

V EDICIÓN DE LOS PREMIOS CEdiR



Foto de grupo de los Premiadados con los representantes institucionales.

La **Gala de Entrega de los Premios CEdiR** se celebró el pasado mes de octubre en un marco incomparable, el antiguo “Convento de la Merced”, en la actualidad sede del **Parlamento de La Rioja**. El Parlamento abrió sus puertas al mundo del diseño a las siete de la tarde y el acto protocolario se desarrolló bajo el marco de la puerta que da entrada al claustro que da cobijo al hemiciclo parlamentario.

El presidente de la Comunidad de La Rioja, clausuró el acto de entrega de los “Premios CEdiR al Diseño en La Rioja”, que en su sexta edición han recibido **Grupo Hergar**, el arquitecto y diseñador **Javier Peña Ibáñez** y el **Hotel Ibis Styles La Rioja Arnedo Victoria**. En este acto también participaron la presidenta del Parlamento, Ana Lourdes González García; la Consejera de Desarrollo Económico e Innovación, Leonor González Menorca, y el Gerente de la ADER, Javier Ureña Larragán.

En su intervención, José Ignacio Cenicerros felicitó a los premiados y destacó el “salto cualitativo dado en los últimos ocho años en La Rioja por la cultura del diseño como elemento para promover la competitividad de las empresas y aportar valor añadido a sus productos”.

Sobre los premiados, reconoció el trabajo de la empresa Grupo Hergar, “por su estrategia continuada de investigación y evolución, para ofrecer a los clientes una experiencia única al caminar, aportándoles una vida más activa y saludable. Habiendo sabido conjugar tradición e innovación tecnológica a través de sus más de 40 años de experiencia,

convirtiéndose en una de las marcas líderes en el mundo, proporcionando productos que combinan, tecnología, artesanía y diseño”.

Asimismo, valoró “el esfuerzo y dedicación del arquitecto y diseñador Javier Peña Ibáñez, su carácter multidisciplinar y su aportación significativa a la cultura del diseño en La Rioja, su apuesta por la creatividad y la experimentación, y su compromiso en la evolución de la cultura contemporánea, así como su labor como docente para difundir y promocionar el diseño”.

Finalmente, destacó la aportación del Hotel Ibis Styles La Rioja Arnedo Victoria al mundo del diseño al servicio del

turismo riojano “por haber sabido adaptar su actividad a un nuevo modelo de negocio y de turismo, que asocia la imagen del hotel a la de las principales marcas del sector del calzado de la ciudad de Arnedo, conocida internacionalmente como la “Ciudad del Calzado”, con un diseño de gran calidad conceptual y técnica en la que cada habitación recrea el universo particular de cada marca de calzado, en definitiva, un hotel que se convierte en un embajador de la marca Arnedo, Ciudad del Calzado”.

Los **Premios CEdiR**, convocados por la Agencia de Desarrollo Económico de la Rioja, reconocen trayectorias empresariales ejemplares en el campo del diseño y destacan el valor cultural del diseño y sus aportaciones



El arquitecto y diseñador Javier Peña Ibáñez recoge el Premio CEdiR en la categoría de profesional del diseño.



Iván García Morón, Director del Área de Diseño de Grupo Hergar.



Demetrio Domínguez Ruiz - Gerente del Hotel Ibis Styles La Rioja Arnedo “Victoria”.



Los premiados posan con el trofeo diseñado por el escultor Ricardo González.



Vista general del Parlamento de La Rioja.

al desarrollo social y económico de La Rioja. Además, persiguen potenciar e impulsar el diseño en La Rioja al tiempo que invitan a la sociedad riojana a **apreciar y comprender el valor del diseño**. Desde su quinta edición, los Premios CEdiR sumaron a sus dos categorías tradicionales, de *Empresa* y *Diseño*, una nueva categoría, denominada *Obra de Construcción*, que reconoce la imagen de marca de la empresa.

Entre los criterios de valoración que el Jurado tuvo en cuenta para otorgar el premio en la Categoría de Diseño están la trayectoria consolidada y reconocida, las aportaciones significativas a la cultura del diseño en La Rioja, la creatividad y experimentación, el compromiso con la cultura contemporánea y la difusión, promoción y pedagogía del diseño. Por otra parte, en la Categoría de Empresas, se valoraron aspectos como la trayectoria consolidada en el campo del diseño, la calidad en la gestión del diseño en la empresa, la coherencia y continuidad en dicha trayectoria, la utilización del diseño para la innovación o la capacidad para transmitir valores a la sociedad contribuyendo a la promoción del diseño.

Finalmente, en la Categoría de Obras de construcción se tuvieron en cuenta las aportaciones significativas realizadas a la cultura del diseño; la creatividad y experimentación; la calidad conceptual y técnica; la capacidad para transmitir valores a la sociedad contribuyendo a la promoción y valorización del diseño así como la construcción de calidad como forma de potenciación de una marca.



TALLER FORMATIVO PROGRAMA DTD

El pasado mes de mayo se celebró un Taller Formativo en relación al **Programa de Diseño de Producto (DTD)** en el Centro Tecnológico de La Rioja, que contó como ponentes con **Alfredo Martínez Lafraya** / Responsable de Unidad I+D+i y **Miguel García Armentia** / Técnico Operativo de Proyecto.

Un Taller Formativo en relación a la línea de ayudas de la ADER Programa de Diseño de Producto (DTD), a través del Programa DTD la Agencia de Desarrollo puede subvencionar proyectos de diseño de producto, incluyendo activos necesarios para la fase de prototipado, este año 2016 también existe la posibilidad de subvencionar la contratación de profesionales tecnológicos (diseñadores de producto) para la creación de un Departamento de Diseño de Producto o la potenciación de uno ya existente.

Desde la ADER hemos detectado “dificultad” a la hora de realizar las Memorias Técnicas en las que se nos aporta la

información necesaria para aprobar el proyecto. También hemos anotado las dudas que han surgido en relación a qué tipo de proyectos se pueden incluir en este Programa y cómo se debe justificar en fase de abono, en este sentido, organizamos este Taller Formativo con el que pretendimos cumplir los siguientes **objetivos**:

1 *Explicar cómo preparar una Memoria Técnica para solicitar la ayuda a través del Programa DTD.*

2 *Detallar los conceptos que se pueden subvencionar a través del Programa DTD.*

3 *Trasladar como deberá justificar la empresa en fase de abono la ejecución del proyecto de diseño de producto que se va a subvencionar por el Programa DTD.*

4 *Dado que es una ayuda que sólo se puede solicitar de manera telemática, se realizó una breve explicación que facilitase la solicitud por parte de las empresas.*

El Taller se desarrollará en posteriores ediciones coincidiendo con futuras convocatorias del Programa DTD.





Unión Europea
Fondo Social Europeo

BECAS DE DISEÑO DE PRODUCTO ADER

Favoreciendo el incremento y la consolidación del empleo en La Rioja. Anualmente, se convocan en ADER **5 Becas de Diseño de Producto**, con el objetivo de favorecer el incremento y la consolidación del empleo, complementando la formación de jóvenes diseñadores de producto que además aportarán su talento y conocimientos a las empresas en que se incorporen (las empresas de acogida se seleccionan a través de la misma convocatoria pública).

Además, se genera la posibilidad que tras el periodo de beca, el diseñador se pueda incorporar al departamento de diseño de las empresas si ambas partes lo consideran beneficioso. Actualmente un 50% de los becados formalizan un contrato laboral a la finalización de su beca con la empresa de acogida.

Los becarios reciben una dotación anual de **11.940,48 euros** y el periodo de duración de la beca es de **un año**.

Esta actuación se tiene prevista cofinanciar en un 50% por el Fondo Social Europeo a través del Programa Operativo Regional de la Comunidad Autónoma de La Rioja 2014-2020.

Los interesados en las Becas de Diseño pueden solicitar más información en ADER, llamando al teléfono **941 29 15 00** o a través del correo electrónico **ader@larioja.org**



7ª PROJECT WEEK, CON IVÁN BRAVO

La semana **del 28 de noviembre al 2 de diciembre** se celebró la 7ª Project Week con la colaboración del ilustrador Iván Bravo y su propuesta “Vida en Marte”.

Cada día el futuro está más cerca. La ciencia ficción nos muestra posibles caminos y nos alerta de las amenazas y retos del futuro. La NASA y proyectos como Mars One proyectan que el ser humano llegará a Marte en el año 2030. Un planeta que, comparado con la Tierra, tiene una gravedad más baja, mucha radiación solar, una atmósfera sin oxígeno. Un planeta que nuestra generación podría ver colonizado. Los participantes de la Project han diseñado cómo van a ser los espacios, los trajes, los objetos, los recursos gráficos que se necesitarán cuando una parte de la humanidad pueda vivir en Marte.

Los alumnos han disfrutado y aprendido de la experiencia. Para conocer más podéis visitar la página de la **ESDIR** y descargar las Project News o visualizar el Project News TV.





CICLO JUEVES DE DISEÑO

DECIMOTERCERA EDICIÓN

Los **Jueves de Diseño** están organizados por la ADER, a través del CEdiR, con la colaboración del Club de Marketing y la Esdir.

Este año el ciclo de conferencias que cumple 13 ediciones ha contado con **dos ponencias de carácter mixto**, en las que ha participado un profesional del diseño junto con la empresa con la que ha colaborado.

Jueves 24 de noviembre, “Comunicación global para una vida local”, por **Martín Azúa** y **Enric Majoral**. El estudio Martín Azúa ha rediseñado la marca, la comunicación, el packaging, las tiendas propias de Majoral y la web, teniendo en cuenta siempre la identidad mediterránea de la marca y la personalidad de Enric Majoral. Diseñar la comunicación de Majoral ha sido como contar una historia que ya estaba escrita pero escondida, de alguna manera. No se trata de una estrategia comercial, sino sencillamente de una experiencia vital y creativa.

Miércoles, 14 de diciembre, presentación del libro ‘La tortilla de patatas’ a cargo de **Javi Royo** y **David de Jorge**. ¿Es un avión? ¿Es un libro de recetas? ¿Es un cómic? ¡Sí! Pero sobre todo es el gran libro de recetas de la tortilla de patatas, ese icono fundamental de la cocina popular española que el gran cocinero David de Jorge ha reunido en 9 recetas que merecen estar en el olimpo de los dioses tortilleros. También incluye otras 9 recetas imprescindibles de acompañantes a la tortilla de patatas, un capítulo completo dedicado a las no recetas (aquellas que nunca debes cocinar) y un sinfín de anécdotas y aventuras en torno al “gran Dios Tortilla” y al mundo de la cocina, de la mano de Javi Royo, coautor e ilustrador de este libro.



NOTICIAS

Calcco obtiene el premio al Mejor Packaging de los International Wine Challenge Spain

El jurado premia la colección ‘**Grandes Vinos Desiguales de Eulogio Pomares**’ una colección de Albariños que el prestigioso gallego realiza “desde la más absoluta libertad”.

La Agencia de Comunicación riojana **Calcco** ha obtenido un nuevo galardón por su labor en el diseño de Packaging dentro del mundo del vino. En esta ocasión la agencia se ha hecho acreedora del premio al Mejor Packaging en el International Wine Challenge Merchant Awards Spain, unos galardones que después de llevar triunfando en el Reino Unido durante los últimos 25 años celebran por primera vez una edición fuera de sus fronteras tradicionales.



Raúl y Sergio, diseñador y director de Calcco, reciben el galardón International Wine Challenge Spain.



Colección Grandes Vinos Desiguales de Eulogio Pomares.

Calcco ha obtenido el premio por el diseño de la colección Grandes Vinos Desiguales de Eulogio Pomares, compuesta en la actualidad por tres vinos diferentes que el enólogo gallego elabora huyendo de los métodos más habituales de Galicia, pero recuperando hábitos enológicos y vinícolas de sus antepasados.

“El diseño de Calcco huye igualmente de lo establecido, creando para la ocasión bellas ilustraciones de seres casi mitológicos que contribuyen a resaltar lo diferente. Pero más allá de su extravagancia inicial fomentan la atracción hacia lo desconocido. Un diseño original, diferente. Desigual”, explica la empresa en una nota.

Calcco cuenta que ‘Grandes Vinos Desiguales de Eulogio Pomares’ es una colección de Albariños que el prestigioso enólogo gallego realiza desde la más absoluta libertad. Cada uno de ellos es irrepitible, de cortas tiradas y completamente al margen de las elaboraciones clásicas gallegas.

“IGLUP” el trago fresco de uva, por Moruba



El estudio de diseño **Moruba**, con la colaboración del ilustrador **Alex Ferreiro**, ha sido el responsable de crear la imagen de un producto singular, tan difícil de clasificar como fácil de tomar. De su forma de consumo surge la idea sobre la que pivota la imagen e incluso el naming de este refresco de vino, que se toma “requetefrío” y de un par de “glups”.



Grandes Vinos, Bodega líder de la D.O.P. Cariñena, lleva varios años lanzando novedosos productos y ha lanzado una nueva marca **IGLUP**, con la que espera sorprender a los jóvenes consumidores.

IGLUP, se lanza con dos referencias, **White y Rosé**, elaboradas en base a uvas macabeo y garnacha respectivamente, de gran concentración e intensidad de fruta que se diluyen con agua de manantial carbonatada hasta la graduación de 4,8%.



A CREAR inicia una nueva etapa con la renovación de su Junta Directiva



Foto de grupo de la nueva junta directiva. Fotografía de Fernando Díaz.

Entre sus objetivos, A CREAR impulsará la **profesionalización** de las áreas de comunicación, publicidad y marketing de las empresas.

Lola Zuazo (Código Zeta) ha resultado elegida nueva presidenta de la Asociación de Agencias de Comunicación y Publicidad de La Rioja (A CREAR), integrada en la FER, tras la celebración de su asamblea general en esta nueva etapa que ahora inicia la Organización Empresarial.

Además, la renovada Junta Directiva de A CREAR está formada por los siguientes miembros:

Como vicepresidente, **Ángel Sánchez** (Voxcom). La Junta Directiva se completa con **Gabriel Santolaya** (Global LLes), **Borja García** (Pepitas de Grafeno), **Juan Bernabé** (Torrents Creativos), **Eliseo Sastre-Estévez** (Mayaya Publicidad) y **Jorge Martínez** (Hola Jorge).

La Organización Empresarial se propone un buen número de **nuevos retos** en esta recién iniciada etapa. Uno de los más importantes es fomentar la progresiva profesionalización de las áreas de comunicación, publicidad y marketing de las empresas riojanas, con la finalidad de mantener y potenciar su rentabilidad.

Durante la crisis económica de los últimos años y coincidiendo con los intensos cambios que se han producido en las empresas, han surgido **nuevos perfiles profesionales** que deben tenerse en cuenta e integrarse en la Asociación.

A Crear considera que es clave estimular la implantación de estas áreas profesionales en organizaciones y empresas, mostrando el beneficio de sus resultados y generando así nueva actividad para el sector empresarial.

La Asociación también se plantea como desafío la defensa y la obligación ética de ser eficientes en el aprovechamiento de los recursos privados y, sobre todo, públicos destinados a la comunicación y la publicidad que se gestionan desde los servicios externos profesionales.

TSMGO, renueva marca y packaging de Bodegas Tritium



Bodegas Tritium se encuentra en La Rioja Alta, donde sus viñedos albergan cepas centenarias de gran calidad. Los vinos de la bodega han ido creciendo y desarrollándose para adaptarse a nuevos perfiles de consumo, con el objetivo de conseguir una reorganización más coherente y directa de sus productos para reforzar comercialmente la marca.

Bodegas Tritium ha llevado a cabo una reconfiguración de su portfolio y de su marca de la mano de the show must go on (**TSMGO**), con el objetivo de conseguir dar consistencia a la imagen de sus vinos.

La nueva imagen de Tritium hace homenaje al excepcional valor de su terruño, que halla su riqueza en cada detalle de su orografía, en cada cepa centenaria que crece en ella y en sus variedades; en su exacta situación y altitud; en su ecosistema y el caprichoso cincel de su climatología.



El patio



Asier Lozano y **Valentín Quintana** acaban de inaugurar un establecimiento en Logroño que antes fue la cafetería Menta (2001) y que ahora se ha convertido, a partir del mediodía, en un bar de tapas y copas, como así lo han subrayado. Se ha realizado una profunda remodelación, sacándole provecho al patio, antes obsoleto, para darle actividad. El diseño de interiores ha sido realizado por **perspectiva moma** y la imagen gráfica es obra de **estudio 8 comunicación**.

El presidente del Gobierno riojano visitó en Madrid a las 16 empresas riojanas que han participado en MOMAD Shoes

El presidente del Gobierno de La Rioja, **José Ignacio Cenicerros**, visitó a las 16 empresas riojanas que han participado en MOMAD Shoes, para trasladarles el apoyo del Ejecutivo regional y destacó que el sector del calzado riojano “ha sabido transformarse a lo largo de los años y apostar por la innovación, la tecnología, los nuevos materiales y la I+D+I hasta convertirse en un motor de la economía riojana”.

Un sector con empresas, muchas de ellas familiares, que “han demostrado que se puede competir en el mercado mundial por la vía de la **innovación** y la **internacionalización**”, resaltó José Ignacio Cenicerros. “Los datos están ahí: en 2015 las exportaciones de calzado batieron un nuevo récord acercándose a los 190 millones de euros y en el primer semestre de 2016, hemos aumentado un 5% esas cifras”.

Por último, reiteró que el sector del calzado riojano ha contado y contará con el apoyo del Gobierno de La Rioja a través de la **ADER** y del centro **Tecnológico del Calzado de La Rioja**, un respaldo que es una de las claves que “explica la pujanza del sector”.

Las 16 empresas riojanas que han participado en MOMAD Shoes son: Aedo Espadrilles, D'Chicas-Viguera, Gaimo, La Cadena, María León, Nature Shoes, Calzados Victoria, Calzados Cosdam S.L, Flossy Style, El Naturalista, José Sáenz, Gas Footwear, Spartum, Suyute, Vidorreta y Zanda Shoes.





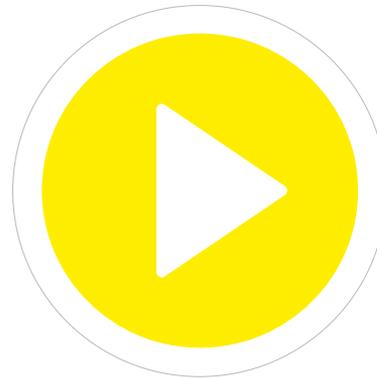
El documental ‘Función y Forma’ pone el punto de mira en el diseño y la innovación en España

‘Función y Forma. Una mirada al diseño y la innovación en España’, se trata de un documental no solo dirigido a profesionales del sector, sino que está ideado para que el público en general pueda descubrir **cómo es el mundo del diseño y de la creatividad en España** y cómo ha sido su historia y evolución hasta el día de hoy.

Este documental, dirigido por **Benet Román**, ha sido realizado en un formato de entrevistas que hace un recorrido cronológico y explicativo del diseño en España desde los años 60 hasta la actualidad a través de las opiniones de empresas y profesionales galardonados con los Premios Nacionales de Innovación y de Diseño.

‘Función y Forma. Una mirada al diseño y la innovación en España’ es un filme - producido por La Chula Productions y TVE, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, y patrocinado por BCD (Barcelona Centro de Diseño) - que permitirá a la audiencia valorar la importancia del diseño en sus vidas.

En ‘Función y Forma. Una mirada al diseño y la innovación en España’ **participan en el documental:** Javier Mariscal, Miguel Milá, Oscar Mariné, André Ricard, Pepe Cruz Novillo, Oscar Tusquets (BD Barcelona Design), Alberto Corazón, Alberto Lievore, Pati Núñez, Pablo Martín, Juli Capella, Josep Llusà, Ramon Benedito, Vicent Martínez (Punt Mobles), Miquel Fluxà (Camper), Javier Nieto y Nina Masó (Santa & Cole), Quim Larrea, Dani Freixes, Josep Congost (Roca), Isidro Ferrer, José Luis López (Patentes Talgo), Nani Marquina (nanimarquina), Jesús Gasca y Joan Gasca (Stua), Alex Alorda (Kettal), Ferran Figuerola (Cricursa), Xavier Costa (Lékué), Federico Flórez (Ferrovial), Javier Marset y Joan Gaspar (Marset), Jaime Moreno, Mario Ruiz y Carlos Moro.



<https://www.youtube.com/watch?v=gDdecWi3Cqo>



PUBLICACIONES



Periódicos y revistas / Medios
impresos y digitales

**Cath Caldwell, Yolanda
Zappaterra**

19 x 23 cm

240 páginas

ISBN: 9788425227202

Rústica

2016 (2ª edición, 2ª tirada)

Nueva edición actualizada y ampliada

Diseño editorial

La controversia que enfrentaba a las publicaciones en papel y las publicaciones digitales ha terminado. Ahora formamos parte de una nueva edad de oro del diseño editorial, un ecosistema de medios híbrido, integrado con las redes sociales, las campañas promocionales, los actos presenciales y los productos diseñados para dispositivos móviles. En este nuevo contexto es más necesario que nunca conocer bien los fundamentos del diseño editorial, los principios básicos de la tipografía, la dirección de arte y la maquetación.

Este libro es un manual básico sobre diseño editorial en la era digital. Te ofrece la orientación teórica y los consejos prácticos fundamentales para trasladar las necesidades del periodismo actual a la composición de la página impresa o digital. Con esta nueva edición, totalmente revisada y actualizada, aprenderás a integrar tus conocimientos de tipografía y creación de imágenes con los diversos canales que ofrecen tanto las técnicas de impresión modernas como las publicaciones digitales. Y además encontrarás información detallada sobre los distintos formatos editoriales, una historia del diseño editorial y numerosos recursos y ejemplos de periodismo visual. En definitiva, la guía básica de referencia del nuevo diseño editorial.



Bruno Munari

16 x 23.5 cm

296 páginas

ISBN: 9788425228650

Rústica

2016

Nueva edición revisada

¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual

¿Cómo nacen los objetos? analiza el trayecto que un diseñador recorre desde que se enfrenta a un problema funcional hasta que logra la proyección y configuración de su solución material.

A partir de su experiencia como pedagogo y valiéndose de un rico repertorio de ejemplos e ilustraciones, Bruno Munari plantea a modo de apuntes algunas de las cuestiones clave que entran en juego en el proceso de diseño, al tiempo que proporciona iluminadoras reflexiones sobre diferentes aspectos del desarrollo de un proyecto, desde su planteamiento como problema-solución o la realización de bocetos, hasta el uso de maquetas o fichas de análisis.



Harriet Posner
 Colección GGmoda
 19 x 25,7 cm
 240 páginas
 ISBN: 9788425228872
 Rústica
 2016
 Segunda edición actualizada

Marketing de moda

El marketing de moda origina gran parte de las decisiones estratégicas y creativas que afectan al diseño y al desarrollo del producto, y constituye asimismo el puente que salva el vacío entre lo intangible de la moda y la realidad concreta de los negocios. Este doble papel esencial lo convierte en una de las especialidades clave tanto en los programas académicos de la enseñanza de la moda como en la industria del sector.

Marketing de moda, es un manual básico sobre los principios teóricos y las aplicaciones prácticas del marketing y el branding en el sector de la moda. Mediante un amplio repertorio de ejemplos y casos prácticos tomados de empresas de la moda, el mundo textil y el comercio minorista, Harriet Posner introduce al estudiante en los conceptos teóricos clave y lo conduce a lo largo de todo el proceso de trabajo, desde la investigación de mercado y la detección de las necesidades del consumidor hasta la creación de campañas de marketing atractivas y eficaces.



Huw Heywood
 12 x 18 cm
 240 páginas
 ISBN: 9788425228452
 Rústica
 2016 (1ª edición, 2ª tirada)

101 reglas básicas para una arquitectura de bajo consumo energético

Para evitar el calor en el interior, no debe permitirse que el sol penetre en él. Los colores del exterior afectan al consumo energético. Una ventana alta deja que la luz natural entre hasta mayor profundidad. Los edificios pesados se calientan y se enfrían lentamente. Los edificios ligeros se calientan y se enfrían rápidamente. El agua almacena más calor que el hormigón. La masa térmica es lo opuesto al aislamiento...Entender cómo responden los edificios a sus entornos puede ayudarnos a reducir de forma significativa el consumo de calefacción, iluminación y refrigeración artificiales.

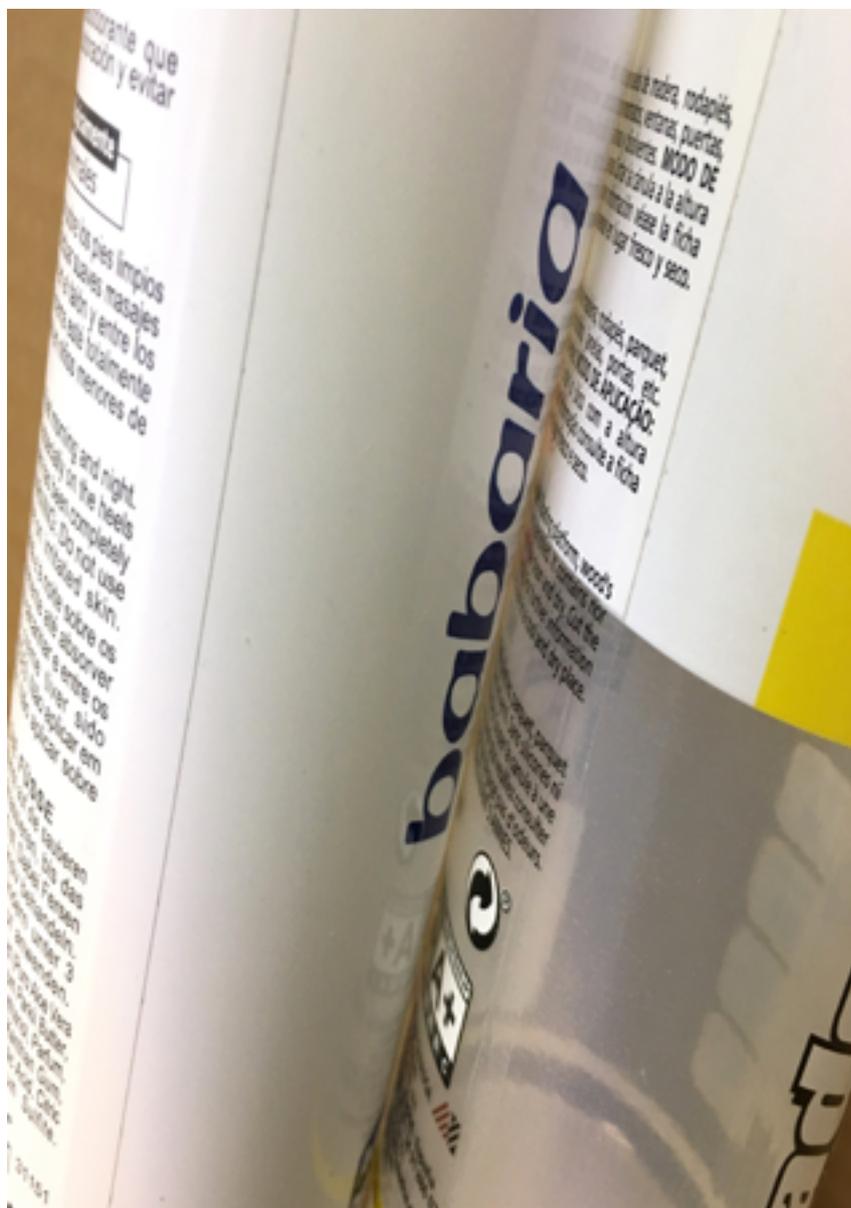
Este libro reúne 101 reglas básicas para optimizar el uso de la energía natural en arquitectura y proyectar de un modo directo e intuitivo de acuerdo con los principios del bajo consumo energético. Esta guía fundamental y de fácil uso está repleta de buenos consejos y reveladoras ilustraciones que nos permiten apostar por la reducción del consumo energético desde los principios más básicos.



EXPOSICIONES



DISEÑO Y EMPRESA



PETROPLAST, NUEVA ETIQUETA ENVOLVENTE

Empresa familiar fundada en 1990 y establecida en Logroño.

Desde su constitución Petroplast se distingue por su **alta calidad en la fabricación de tubos de plástico flexibles**. Ubicados estratégicamente para atender las necesidades de un mercado nacional e internacional exigente y con la ayuda de la tecnología más avanzada produce una gran variedad de tubos y tapones capaces de satisfacer al cliente.

Se dirige principalmente a fabricantes y envasadores de los sectores de cosmética, dermofarmacia, perfumería, amenities, bricolaje, lubricantes, y otras aplicaciones diversas como cremas de zapatos, detergentes para lavavajillas, alimentos para gatos o cualquier otro producto que se pueda envasar.

Dentro de su esfuerzo por ofrecer a los clientes nuevas opciones comerciales, han finalizado con éxito varios proyectos de **etiqueta envolvente 360°** sobre tubo, que mejora los desarrollos que habitualmente existen en el mercado para este tipo de presentaciones.

Con esta nueva opción es posible que la etiqueta cubra la totalidad de la circunferencia del tubo, evitándose así que resulte visible el cierre lateral, lo que restaba vistosidad a la presentación comercial del producto de cara al consumidor final.

Se trata de una demanda creciente de sus clientes, que además es especialmente interesante para tubos que contengan una gran complejidad gráfica. De esta forma también es posible ejecutar imágenes de calidad fotográfica sobre etiquetas opacas o aprovechar la transparencia del tubo de base para que el producto del interior resulte visible por el consumidor.

Esta opción puede aplicarse a todos los formatos que fabrican. Varios clientes de marcas muy consolidadas en el mercado como **Babaria** (Cosmética de Gran Consumo) o **Quiadsa** (Bricolaje) han confiado en Petroplast para relanzar sus gamas con esta mejora comercial.

[+info] <http://www.petroplast.es>



VISTOSA Y TÉCNICA, LA COLECCIÓN DE BOTAS DE TREKKING DE CABALLERO DE CHIRUCA

Chiruca ha vuelto a llenar las tiendas de **color y tecnicidad** con su colección de botas de trekking para este invierno. Y es que, ¿quién no conoce Chiruca como la marca de referencia en calzado de montaña y actividades outdoor?

Han renovado su línea destinada al trekking ligero para caballero con unos modelos muy actuales y modernos que van a dar respuesta a las necesidades de los hombres amantes del excursionismo en terrenos irregulares de montaña.

Dynamic, Gredos Supra, Somontano y Cares, son modelos que llenan de color su colección de botas de trekking y los lineales de las tiendas. Y es que la tecnicidad no está reñida con el diseño, como puede apreciarse en esta colección que presentan para el invierno.

Botas de trekking para caballero, muy llamativas, con detalles de color que le dan un toque de modernidad pero a la vez con la tecnicidad necesaria para poder disfrutar de la naturaleza con total seguridad. Sus suelas, todas ellas de caucho de la marca **Vibram®**, son unas suelas muy técnicas y específicas para la práctica del trekking ligero.

Los modelos **Cares** y **Somontano** incorporan una suela construida en base a un patín de caucho **Vibram®** y que a su vez incorporan una entresuela de poliuretano expandido que otorga ligereza y amortiguación al conjunto de la bota. El patín exterior **Vibram® Stone** posee unas altas prestaciones de agarre en roca y de tracción en terrenos irregulares, así como una excelente respuesta en seco y mojado. Por su parte los modelos **Dynamic** y **Gredos Supra** incorporan la suela de caucho **Vibram® Fusion CNR**, una suela monodensidad de excelente grip y tracción.

El corte de las botas está compuesto por pieles de primera calidad, serraje y nobuck, corduras, y como no, todas ellas incorporan el forro interior impermeable y transpirable **Gore-Tex®**. Y es que en invierno, la práctica de actividades al aire libre puede verse acompañada de lluvia y frío, por lo que la incorporación de la membrana **Gore-Tex®** hará de las botas **Chiruca®** el calzado idóneo para ese trekking, proporcionando al pie la impermeabilidad y transpirabilidad necesarias y por tanto el óptimo confort climático.

[+info] <http://www.chiruca.com>

GLOSSA COMUNICACIÓN Y CREATIVIDAD DESARROLLA LA NUEVA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE FIORA

**FIORA
Skin Panels**
Texturas increíbles
que visten tus
paredes

INSTALACIÓN
CON UN CLIC

PEGADO SOBRE
BALDOSA

MEDIDAS DE
GRAN TAMAÑO
1240 mm
1200 mm

10 TEXTURAS.
COLORES
NATURE Y
SÓLIDOS

fiora | TOUCH YOUR BATHROOM
www.fiora.es

FIORA
MAKING
Texturas infinitas
para tu baño

DISEÑO FIORA:
ELEGANCIA,
SENCILLEZ Y
TEXTURA

UNA COLECCIÓN
ADAPTABLE
A CUALQUIER
ESPACIO

VERSATILIDAD
EN LAS
COMPOSICIONES

3 TEXTURAS,
MÁS DE 20
COLORES

fiora | TOUCH YOUR BATHROOM
www.fiora.es

FIORA
VULCANO
ELECTRIC
La textura
del calor

SIN NECESIDAD
DE INSTALACIÓN
DE AGUA

CONTROL DE
TEMPERATURA
PROGRAMABLE

POSIBILIDAD
DE TOALLERO

6 TEXTURAS Y
70 COLORES

fiora | TOUCH YOUR BATHROOM
www.fiora.es

Desde **Glossa** han trabajado en un planteamiento revolucionario que parte de la seña de identidad de FIORA: **las texturas**. Meses de trabajo en los que han explorado el mundo de las escalas y la posibilidad de crear un universo propio de texturas, ya que es el valor diferencial de la marca. Para ello han contado con el prestigioso artista multidisciplinar **Carlos Rosales** (Haro 1964) que también aportó su potencial creativo y su experiencia manejando escalas. Con su apoyo se ha logrado crear un universo en torno a las texturas, ingenuidad fina y elegante, con guiños al **Pop Art**. El reto también consistía en parar al espectador ante una imagen inesperada, alejada de la línea de comunicación publicitaria del resto de marcas del

sector. Es una campaña que narra las texturas de Fiora de forma artística, sugerente y diferencial. En la que cada producto Fiora tiene su particular universo de texturas.

Esta campaña se lanzó en el mes de junio y ahora mismo está presente en publicaciones del sector tanto nacionales como internacionales. En España también en revistas de decoración como *Arquitectura y Diseño* y en suplementos y dominicales como *El País Semanal* y *Yo Dona*.





Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja

C/ Muro de la Mata, No 13-14

26071 Logroño (La Rioja)

Tel. 941 29 15 00 - Fax. 941 29 15 44

*Publicación sobre el diseño
y la comunicación en La Rioja*

Nº 43, Diciembre 2016