



PREMIO CMD

Diseño como estrategia
de innovación

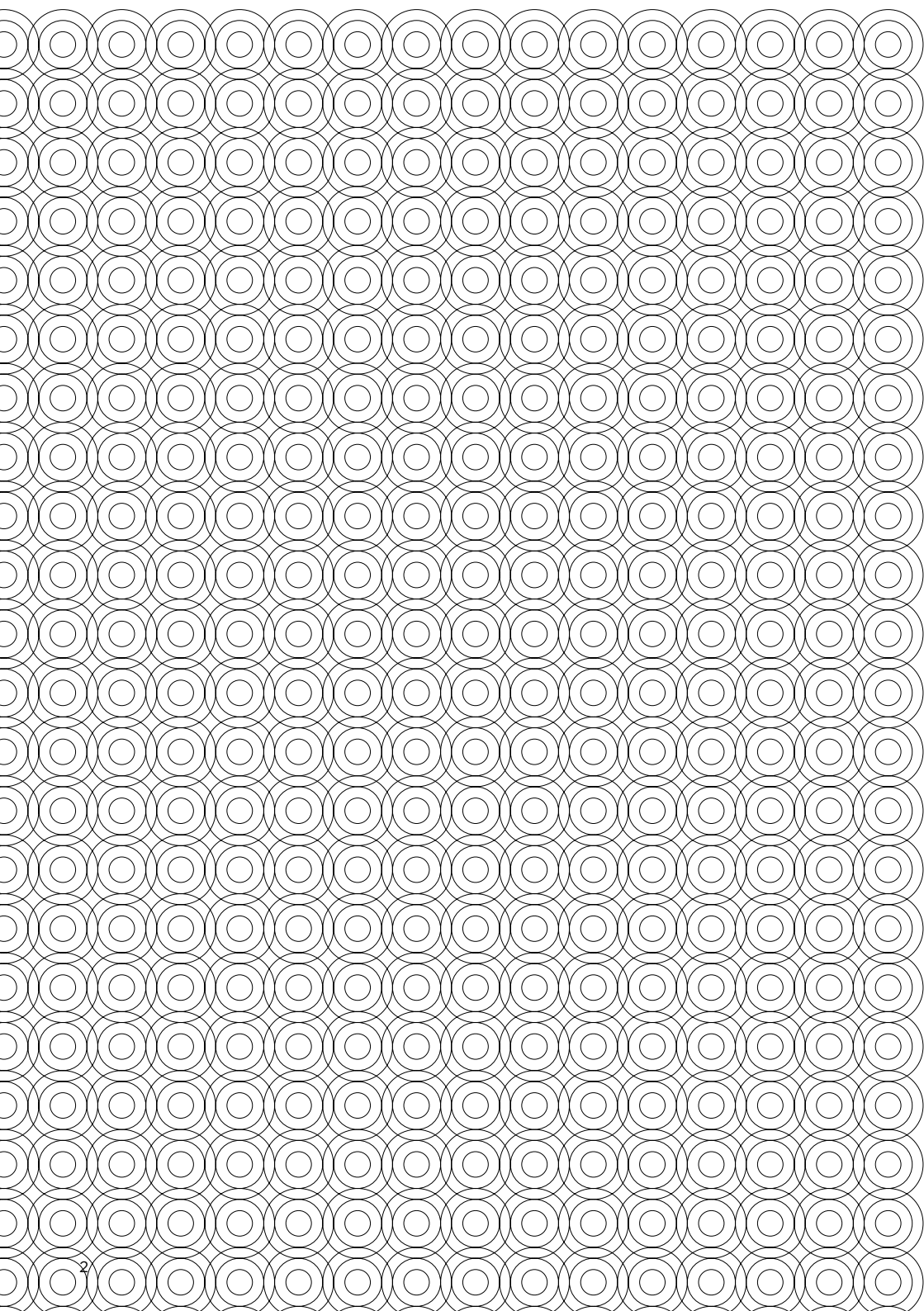
2015



Buenos Aires Ciudad



EN TODO ESTÁS VOS





PREMIO CMD

Diseño como estrategia
de innovación

2015

**GOBIERNO DE LA CIUDAD
DE BUENOS AIRES**

Jefe de Gobierno

Ing. Mauricio Macri

Vicejefa de Gobierno

Lic. María Eugenia Vidal

Jefe de Gabinete

Lic. Horacio Rodríguez Larreta

Ministro de Desarrollo Económico

Ing. Francisco Cabrera

Subsecretario de Economía Creativa

Lic. Enrique Avogadro

Directora General de Industrias Creativas

Lic. Mora Scillamá

CATÁLOGO - PREMIO CMD 2015

Idea y Dirección

Dirección General de Industrias Creativas
Centro Metropolitano de Diseño

Gerencia operativa CMD

Anabella Rondina

Coordinación General

Mariana Ferreira

Gestión de contenidos

Ignacio Dias
Julieta Vegas
Mauricio diaz

Autores

Mariana Ferreira
Gastón Maximiliano Portáles
Sebastián Esteban Ackerman
Diego Giaccone
Martín Esses
Nicolás Lin
Damián Barbieri
Guillermo Cameron Mac Lean
Ricardo Viglione
Walter Hugo Orchessi
Cristobal Papendieck
Natacha Yael Lifschitz
Lucas Fernández Lasnier
Paula Pampin
Ezequiel Juan Cafaro
Luciana Finzi
Verónica Dulitzky
Carlos Alberto Ferlise
Cristian Mohaded
María Garzón Maceda
Eduardo Aldacour
Lorenzo Reyes
Amparo Bernabé
Felipe González Biron
Sol Dellepiane
Valeria Kriletich
Susana Conforti
María Natalia Ponferrada
Gustavo Stecher
Gustavo Contreras
Nadia Percan
Clara Poli
Julián Borgo
Yael Korin

Edición

Centro Metropolitano de Diseño

Publicado por

Subsecretaría de Economía Creativa - Ministerio de Desarrollo Económico
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Catálogo Premio CMD 2015 / Mariana Ferreira ... [et.al.]. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires :
Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad Autónoma
de Buenos Aires. Centro Metropolitano de Diseño. , 2015.

75 p. : il. ; 21x15 cm.
ISBN 9789872886844

1. Diseño de Proyectos. I. Ferreira, Mariana
CDD 338.47

Fecha de catalogación: 20/07/2015

SUMARIO

Prólogos	6
Presentación	9
Jurado	13
Proyecto ganador	23
Mención a la innovación	35
Mención al impacto económico	43
Casos destacados	53
Ganadores 2014	72

EL DISEÑO, UNA DISCIPLINA QUE MARCA LA DIFERENCIA.

Cada tanto es saludable hacer el ejercicio de preguntarnos de qué hablamos cuando hablamos de diseño y, sobre todo, el de analizar las respuestas ya establecidas que andan dando vueltas por ahí. La Real Academia Española, por ejemplo, define al diseño tanto como la disciplina que se dedica a la “Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie”, como a la “Traza o delineación de un edificio o de una figura”, e incluso a la “Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas”.

Sorteando los detalles, acaso podría ensayarse una definición más genérica según la cual, en pocas palabras, el diseño es el primer paso y la base sobre la que se construye cualquier tipo de proyecto. Es el primer esbozo, el dibujo inicial, la forma que toma una idea. Y es también, muchas veces –la mayoría–, el factor que marca la diferencia entre lo que funciona y lo que no, lo que perdura y lo que no, lo que trasciende y lo que no. Y cuando hablamos de empresas y negocios esto es particularmente importante, porque un diseño estratégico, bien pensado y mejor aplicado es en muchos casos la clave que define el éxito o el fracaso de un emprendimiento.

Porque reconocemos esto, y porque sabemos que a nuestro alrededor abundan los ejemplos de buenas duplas de negocios y diseño, es que pensamos en un premio que reconociese a las empresas e instituciones que apuestan al diseño como estrategia para la innovación y el crecimiento.

Y, a la vez, porque entendemos la importancia crucial del diseño y el talento infinito de nuestros diseñadores locales es que en la Ciudad tenemos no sólo un premio, sino un Distrito entero en el barrio de Barracas dedicado a fomentar al diseño y la creatividad, generando a la vez desarrollo y crecimiento económico, social y urbano para Buenos Aires.

Enrique Avogadro

Subsecretario de Economía Creativa,
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

UNA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN CON RESULTADOS TANGIBLES.

Cuando en 2014 nos propusimos crear una instancia oficial en la que se reconociese de forma tangible y concreta la importancia del diseño en tanto estrategia de innovación para mejorar la competitividad de las empresas, sabíamos que ese sería el primer paso de un recorrido que se iría haciendo mejor y más fuerte a lo largo del tiempo.

Hoy, un año más tarde, es realmente un orgullo para nosotros estar presentando la segunda edición del Premio CMD, una iniciativa que destaca y reconoce a aquellos casos en los que el diálogo entre empresas y estudios de diseño permitió agregar valor en los procesos de una organización o en el desarrollo de sus productos o servicios, fomentando la innovación y generando mejores resultados económicos.

Y es también un orgullo contar con el gran equipo del Centro Metropolitano de Diseño -una institución que por su profesionalismo se ha ganado un lugar de privilegio en el fomento del diseño a nivel nacional y regional-, que junto a un destacado panel de expertos del sector se encargaron de recibir y analizar detalladamente cada una de las propuestas presentadas para el certamen.

Por eso, y honrando no sólo la trayectoria de la institución sino también el talento y la creatividad de los diseñadores, además de felicitar a los ganadores, quiero aprovechar la ocasión para renovar la promesa de seguir trabajando en la consolidación de esta propuesta puntual y de todas las políticas que desde el CMD impulsamos para promover y reconocer el trabajo de quienes apuestan al diseño como una estrategia de innovación para el desarrollo de negocios más sustentables, competitivos y sostenibles a largo plazo.

Mora Scillamá

Directora General de Industrias Creativas
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

PREMIO CMD: UNA INICIATIVA QUE DESTACA EL TRABAJO CONJUNTO ENTRE EMPRESAS Y DISEÑADORES

Premio CMD 2da Edición: seguimos construyendo un premio único en el país, que consolida y pone en valor el trabajo conjunto entre empresas y diseñadores.

Con un ojo puesto en el presente y otro atento al futuro, desde el CMD seguimos apostando a esta iniciativa que nos llena de orgullo. Vivimos en un contexto donde por lo general se hace foco sólo en ciertos objetos de diseño, en tipologías clásicas que no toman en consideración el impacto económico y donde se da poca importancia al proceso que hay por detrás del desarrollo de un producto. A través del Premio CMD queremos poner en valor el detrás de bambalinas que hace posible la construcción de un mundo material, con proyectos que abarcan una gran variedad de productos que brindan soluciones a problemas de muchas personas. No es una tarea fácil, considerar los resultados económicos y la innovación a través del diseño no es moco de pavo.

El diseño como estrategia de innovación es un concepto que construimos desde los inicios del CMD, que continuamos sosteniendo y que requiere para su validación de productos de diseño que estén en el mercado ya que, en concordancia con la definición de la Real Academia Española, innovación significa justamente “creación o modificación de un producto, y su

introducción en un mercado”.

Parece un detalle menor, pero la introducción de un producto en el mercado habla de una buena acción del equipo de diseño junto a la empresa, de su capacidad de diálogo para lograr en definitiva el objetivo de poner a disposición de las personas el resultado de su trabajo conjunto.

El Premio CMD pone en evidencia el rol del diseño en la economía, destacando su valor más allá de los aportes importantes en aspectos estéticos e involucrando activamente a empresas e instituciones en la postulación al certamen.

Para esta 2da Edición nuevamente contamos con un jurado de especialistas reconocidos en la materia, que permitió llevar a cabo un análisis profundo de los proyectos postulantes y cuyo resultado podemos recorrer en las páginas de este catálogo. Nuestro profundo agradecimiento a María Sanchez, Hugo Kogan, Vicente Donato, Daniel Wolkowicz, Enrique Longinotti y Leopoldo Colombo, que con su participación han honrado y prestigiado este Premio.

Anabella Rondina

Gerente Operativa del Centro
Metropolitano de Diseño (CMD)
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

JURADO



HUGO KOGAN

Premio Konex al Diseño 1992-2002-2012 Socio y Director de la Consultora Focus-Brand Branding Solutions. Profesor Honorario por la Universidad de Buenos Aires. Fue Profesor Titular Asociado de la Carrera de Diseño Industrial Cátedra DI Leiro. Profesor, Coordinador Académico de la Carrera de Diseño Industrial FADU/UBA. Integrante de la Comisión Académica designada para la creación de las Carreras de Diseño Industrial y Diseño Gráfico, Es Consultor del Centro Metropolitano de Diseño (CMD), Asesor y Jurado del Mincyt en su programa INNOVAR. Ha diseñado y desarrollado importantes series y familias de productos que han sido producidos a escala industrial. Sus trabajos han sido expuestos en el Museo Nacional de Bellas Artes, en el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, en Museos de Francia, Italia, Finlandia y Brasil. Es Conferencista en Latinoamérica y España. Ha sido Jurado en importantes concursos de diseño industrial nacionales e internacionales, Ha recibido un sin número de distinciones y premios.

VICENTE N. DONATO



Ph. D. en Economía Industrial, Università di Bologna, Italia (1993). Master en Desarrollo Económico y Master's Degree in Development Economics, ISVE, Italia (1987). Licenciado en Economía, Universidad de Buenos Aires, Argentina (1983). Director del Centro Interuniversitario de Investigaciones sobre Desarrollo Económico, Territorio e Instituciones (CIDETI) en la Sede de Buenos Aires de la Università di Bologna. Director del Master en Empresas de Alta Gama de la Sede de Buenos Aires de la Università di Bologna. Ha liderado gestiones de cooperación industrial entre pymes de América Latina e Italia, y en la investigación aplicada sobre desarrollo industrial de las pymes, desarrollo territorial y clusters; sobre pymes, comercio exterior y desarrollo territorial del Gobierno Italiano (ICE e DGCS); del BID (Observatorio Latinoamericano de las PyME); del Banco Mundial (sistemas de crédito cooperativo para el desarrollo territorial en Argentina); del PNUD sobre el desarrollo empresarial-territorial en Argentina, y ha trazado mapas de la Geografía Industrial Argentina para la Unión Industrial Argentina y el Instituto Nacional de Estadística y Censo de Argentina; Geografía Industrial Venezolana, para el INAPyMI de Venezuela; y Geografía Industrial Chilena, para Universidad Central de Chile.

LEOPOLDO COLOMBO



Ingeniero Químico, graduado de la Universidad Nacional del Litoral, Argentina, es Director Ejecutivo del Grupo Quara, desarrolló investigaciones en el área siderúrgica durante más de diez años tendientes a mejorar los costos de las materias primas. Becado por OEA y UN desarrolló su carrera en Argentina, Canadá, Francia y Suiza. Vicepresidente 1998-2005 de la International Certification Network, con sede Berna, impulsó el reconocimiento internacional de las evaluaciones de conformidad realizadas en Argentina. Director de certificación del IRAM y Coordinador de los comités de normalización en el área de calidad a nivel nacional, regional y americano durante los años 1997-2006. Miembro de los Comités de Gestión de la Calidad y Gestión de la Innovación de la International Organization for Standardization. Lidera actualmente el grupo de trabajo que está redactando la norma internacional sobre sistema de gestión de la innovación. Leopoldo es Ingeniero de la calidad, Auditor de la calidad y Gerente de la Calidad certificado por la American Society of Quality y es disertante y docente internacional en temas de innovación.

MARÍA SANCHEZ



Es Investigadora y Profesora Regular Titular de Taller 1 y Taller 5/ Tesis, en la carrera Diseño Industrial de la Universidad Nacional de Misiones, de la que fue directora durante los 5 primeros años. Además dirige allí el Programa de Innovación para el desarrollo de las cadenas de valor del nordeste y es autora del proyecto del Instituto INN, Diseño para la Innovación Participativa y el Desarrollo sostenible. Especializada en Diseño Estratégico, viene dando cursos de Posgrado en 7 universidades nacionales y extranjeras. Es Miembro permanente del Consejo Consultivo Internacional de la facultad de Arquitectura, Construcción y Diseño de la Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, México. Durante 7 años fue Coordinadora de las Áreas Diseño Estratégico y Producto del Centro Metropolitano de Diseño (CMD) de Buenos Aires. Trabajó 15 años en Italia y USA para innumerables empresas reconocidas globalmente además de ser asistente durante 7 años del destacado arq. Ettore Sottsass. Fue integrante del grupo Memphis y también miembro fundador de O2 International (primer grupo de diseño ecológico del mundo). Fue Directora de Diseño y de Compras -área Europea de un conocido grupo norteamericano.

ENRIQUE LONGINOTTI



Enrique Longinotti es arquitecto y desde 1994, Profesor Titular Regular de las asignaturas Morfología y Tipografía de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU) de la Universidad de Buenos Aires. Entre 1998 y 2005 fue director de dicha Carrera. Es doctorando de la Universidad de Buenos Aires. Actualmente es Director de la Maestría en Diseño Comunicacional (DiCom) de la FADU/UBA. Dirige trabajos de Especialización y Tesis de Maestría en Argentina, Colombia y Ecuador. Es miembro del Comité Académico de la Maestría en Lógica y Técnica de la Forma (UBA) y de la Maestría en Open Design (U. Humboldt/UBA). Prolonga su actividad académica a través de diversos seminarios, workshops y conferencias dictados en universidades de España, Austria, Alemania, Ecuador, Colombia y Argentina, sobre experimentación tipográfica y editorial, la comunicación en el espacio público, la organización visual de información y la investigación morfológica. En 2012 fue invitado como experto en Kosmos 2012 -Mobility, en el Institut für Kulturwissenschaft de la Universidad Humboldt, Berlín. Desde 2014 es profesor invitado en el Instituto europeo del Design (IED) en Barcelona, España.



DANIEL WOLKOWICZ

Profesor Titular Diseño 1,2 y 3 FADU UBA. Profesor Titular Proyecto Visual Carrera de Artes Multimediales IUNA. Profesor Titular Diseño aplicado Carrera de Multimedia Universidad Maimónides. Fue en dos oportunidades Director de la Carrera de Diseño Gráfico FADU UBA 1990/1994 2006/2010. Fue Vice Decano de la Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. Secretario de Desarrollo y Vinculación Institucional del IUNA Instituto Universitario Nacional del Arte. Profesor invitado en la Universidad ORT del Uruguay. Profesor invitado en la Carrera de Diseño Gráfico FADU UNL. Investigador Categorizado. Dirige la Colección de Diseño de la Editorial Argonauta. Dirige la editorial Wolkowicz Editores. Ha dictado numerosas conferencias en el país y el exterior y desarrolla desde hace 30 años la actividad de Diseñador Gráfico.

ANABELLA RONDINA



Egresada de la Carrera de Diseño Industrial en la Universidad de Buenos Aires; pos-graduada en Gestión Estratégica de Diseño en la misma universidad junto al Politécnico de Milán. Desarrolla su actividad profesional en el Centro Metropolitano de Diseño de Buenos Aires desde 2002, siendo desde 2011 Gerente de la institución, cargo al que accede por concurso público de antecedentes. Fue parte del equipo que logró la nominación de Buenos Aires como Primera Ciudad de Diseño de UNESCO en el marco del programa de Ciudades Creativas de dicha institución, líder de proyecto del 1er Festival Internacional de Diseño de Bs. As. y responsable de la estrategia e implementación del Programa de Incorporación de Diseño del CMD. Es profesora en la Universidad de Buenos Aires desde 1994 donde dicta la materia Diseño Industrial, cátedra que ha obtenido el Premio UBA en la categoría blogs universitarios en 2012, 2013 y 2014.

PROYECTO GANADOR

GESTIÓN INTEGRAL DE DISEÑO

Rustikas & Pirka Stone, estrategia de innovación en procesos productivos para revestimiento en piedra artificial







EMPRESA / CLIENTE

Rustikas.com es una empresa joven que se dedica al diseño y fabricación de moldes plásticos para la producción de pisos y revestimientos símil piedra y de otros recursos naturales. Comercializa sus productos en todo el país. Rustikas.com posee una fábrica propia de revestimientos. La misma es utilizada como modelo y showroom para la venta en su modelo de negocios bajo la marca PirkaS-tone.com.

ESTUDIO / DISEÑADOR

Ackompany, emprendimientos sustentables es una consultora especializada en Diseño Estratégico. Sebastián Esteban Ackerman, Director de Ackompany, coordinó el equipo de diseño del presente proyecto.





En el 2013, Gastón Maximiliano Portález identifica su limitación para desarrollar una estrategia de posicionamiento y crecimiento de su empresa en nuevos mercados. Decide convocar a Sebastián Ackerman como profesional externo para desarrollar una estrategia de crecimiento a través de la profesionalización de todas las áreas de la empresa, utilizando el diseño como herramienta de diferenciación y factor de innovación.

El objetivo principal fue redefinir quién era el cliente, determinar cuál sería el mercado de referencia y orientar toda la estrategia hacia ese sector. Así, se determinó que los principales clientes serían los emprendedores que desean comenzar con un nuevo negocio económicamente probado, rentable y en pleno auge en el rubro de la construcción. Se fijó como objetivo “construir la propia comunidad

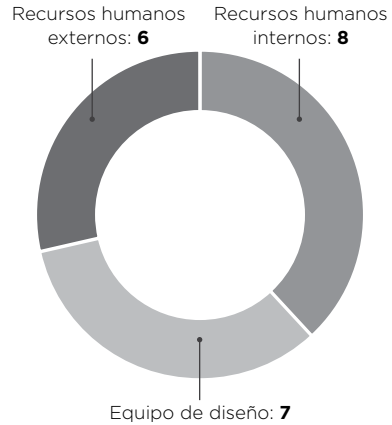
de empresarios Rustikas” a quienes se les brinden las herramientas de gestión necesarias para que puedan evolucionar en el negocio de acuerdo a sus capacidades y a las oportunidades del mercado. De esta manera, se crea una comunidad que irá intercambiando las mejores prácticas del negocio y se creará un círculo virtuoso en el que los empresarios devuelvan la información sobre la evolución de su negocio a través de Rustikas, brindando información relevante para el desarrollo de nuevas herramientas.

El proyecto comenzó a partir de tres oportunidades detectadas. La primera fue en torno a los moldes que desarrollaba la empresa: hasta ese momento estaban diseñados en base al resultado del producto final pero no estaban pensados para optimizar los recursos del cliente emprendedor durante su rol

como fabricante (recursos económicos, de espacio y tiempos de producción). Como segunda oportunidad, se descubrió que antes del presente proyecto, la empresa desarrollaba sus productos inspirándose en diseños de las empresas líderes en revestimientos, imitación similar piedra de otros países. A partir del proyecto se puso el foco en innovar a partir de los propios recursos de la empresa, con el fin de marcar tendencia y ser un referente del sector. Por último, la identidad visual y lenguaje de comunicación de la empresa, inicialmente fueron desarrollados con recursos propios y ayudaron en el posicionamiento de la empresa y en su mercado local de referencia. Se descubrió que la empresa necesitaba rediseñar su identidad poniendo el foco en el target definido y a través del desarrollo con un profesional experto para poder diferenciarse de la competencia local y regional. La empresa contaba con muchas piezas gráficas que no tenían un lenguaje común ni eran aprovechadas para comunicar en forma clara y contundente los objetivos redefinidos y perseguidos por la empresa.

En otra etapa, el equipo se propuso una estrategia de diferenciación utilizando el diseño como motor de innovación para crecer en el mercado de referencia. Siguiendo la matriz de Michael Porter, se decide comenzar con un análisis interno de la empresa, de la competencia local, de los productos sustitutos, de los clientes y del mercado de referencia.

La implementación comienza con el trabajo del equipo interno, determinando



Duración y estado del Proyecto

El proyecto se encuentra actualmente	En curso
Año de inicio	2013
Año de fin	Actualidad
Duración total desde inicio hasta su finalización (en años)	1



Incremento en los ingresos desde start up de proyecto hasta el año de medición



Incremento en ventas



objetivos y delimitando las áreas de desarrollo e implementación. La gestión de diseño como estrategia de innovación ya es un hecho como proyecto implementado en todas las áreas de la empresa: experiencia del usuario hasta el diseño de la identidad corporativa, el diseño de productos (líneas, familias y sistema), diseño tecnológico para mejorar los procesos productivos, diseño sustentable, diseño digital, diseño editorial, diseño de software y multimedial y diseño arquitectónico. Gracias a ellos, la empresa puede diferenciarse de la competencia y ganar nuevos mercados nacionales y regionales, como así también mejorar los resultados cualitativos y cuantitativos en todas las áreas y niveles de la empresa. El diseño ya forma parte de la cultura de la empresa. Los resultados obtenidos no solo agregan valor económico a la empresa, sino también valor social y cultu-

ral a través de los aspectos ecológicos y de generación de emprendimientos desarrollados.

El diseño del nuevo sistema de moldes plásticos apilables y del nuevo sistema de moldes dual (combinación de moldes flexibles con contra moldes rígidos), se desarrolló durante 2013. Durante el 2014 se desarrolló el nuevo sistema de moldes intercambiables de siliconas de los diferentes modelos sobre un mismo contra molde rígido. Durante el mismo período se desarrollaron por un lado, dos nuevos modelos de revestimientos; por el otro, la identidad corporativa de las marcas Rustikas y Pirka Stone, creando diferentes elementos de comunicación y el diseño del video de presentación. Actualmente se está trabajando sobre otras áreas, como el diseño de la experiencia de usuario y la arquitectura comercial en



los puntos de venta (a consumidor final a través de la marca Pirka Stone) y en el diseño editorial de la guía para los emprendedores “Rustikas”.

A nivel cuantitativo, el diseño de los moldes permitió que pudieran estibarse reduciendo la superficie necesaria para la producción hasta en cinco veces y aprovechando al máximo la superficie destinada para la producción. A nivel cualitativo, los moldes de siliconas permitieron obtener piezas con ángulo de desmolde negativo, que al agruparse al efectuar el revestimiento lograran perder la noción de ser piezas premoldeadas, dando una apariencia natural y permitiendo tener mayores posibilidades para producir nuevos modelos.

Se realizó un trabajo conjunto con reuniones periódicas entre los responsables

de cada área: la dirección del proyecto, el responsable de producción, el diseñador de la identidad y elementos de comunicación corporativa, los programadores del software de gestión y sitio web y los diseñadores del video de presentación. Rustikas ya era líder y referente del sector local a través de sus diseños antes del presente proyecto. A partir de este hito, se incorporaron al organigrama de la empresa profesionales externos de distintas áreas de diseño que definieron las estrategias que permitieron despegarse aún más tanto de los competidores locales como regionales y preparar a la empresa para competir en el mercado global.

Durante el lapso de la duración del proyecto, la empresa fue seleccionada para aplicar a distintos programas que promueven la incorporación de pro-

fesionales externos como: “Pymes D”, el Programa de Apoyo al Crédito y la Competitividad (PACC) de la Sepyme y del programa Diseñar del Instituto de la Propiedad Industrial, todos del Ministerio de Industria de la Nación. A través de estos programas pudo alcanzar la contratación de los profesionales para el proyecto.

El principal impacto cualitativo fue haber logrado iniciar un cambio de cultura en la empresa que apunta a la profesionalización de todas las áreas utilizando el diseño estratégico como factor de innovación continua, de cara a mejorar en forma permanente la experiencia de los usuarios y socios estratégicos. A nivel cuantitativo, a partir del diseño del nuevo sistema de moldes apilables y del nuevo sistema de moldes dual (combinación de moldes flexibles con contra moldes rígidos) se triplicaron los clientes y la empresa dio un giro de 180° pasando a ser los revestimientos de pared los productos más importantes de la empresa en vez de los productos de pisos.

Se utilizó la “Matriz de Innovación Proyectual”, elaborada por el IMDI del Centro Metropolitano de Diseño publicada en el libro “Aportes del Diseño” 2011, para identificar y alcanzar el máximo nivel posible en cada una de las siguientes variables:

Tecnológico productivo: Se trabajó en lograr una excelente apariencia natural del producto final tanto a través de los ferrites utilizados -que imitan la coloración de las diferentes oxidaciones de

la piedra natural-, como así también las terminaciones superficiales naturales. A nivel productivo el sistema fue diseñado para reducir al máximo los costos energéticos, de esfuerzo, tiempos y espacios necesarios de fabricación.

Usabilidad: Los moldes de siliconas reducen al máximo los esfuerzos de desmolde de las piezas durante el proceso de producción de las mismas.

Identidad: La nueva identidad permitió lograr comunicar en forma más clara y sintética la propuesta de valor tanto para los “emprendedores” como a los consumidores finales.

Ambiental: Las piezas de todo el sistema están desarrolladas individualmente con un mismo material permitiendo su fácil reciclado. A su vez, el producto terminado se fabrica con materiales estándar del rubro de la construcción que evitan el dinamitado de canteras y la contaminación que provoca su transporte. La producción se realiza en la misma zona donde serán utilizados.

Social: Los productos destinados a los consumidores finales se fabrican con los materiales más comunes que se utilizan en construcción, permitiendo que un mayor porcentaje de la población pueda acceder a tener un revestimiento con apariencia natural. En otro nivel, la creación de un modelo de negocio económicamente rentable y escalable permite desarrollar numerosas fuentes de trabajo. Además, se desarrolló una comunidad de usuarios emprendedores

en la que el sistema desarrollado les permite compartir la información para una mejora continua del negocio a través del trabajo colaborativo y no compiten entre sí, ya que cada uno se emplaza en zonas específicas.

Comercial: Se desarrolló un modelo de negocio probado, con todos los procedimientos documentados de manera de facilitar su implementación comercial.

Logístico Organizativo: La necesidad de documentar los procedimientos de fabricación para poder brindarle a los emprendedores las mejores prácticas productivas y comerciales hizo que todos los procesos fueran también diseñados de manera de optimizar y maximizar los resultados. El desarrollo del packaging permitió no solo el mejor acopio y traslado de los productos sino también una herramienta de comunicación de los atributos profesionales que hoy tiene la marca.

En el presente proyecto participaron: Gastón Maximiliano Portález y Sebastián Ackerman, en la Dirección del proyecto y Diseño de productos.

Diego Giaccone, en el desarrollo de la Identidad Corporativa, imagen del sitio web y elementos de comunicación.

Martín Esses y Nicolás Lin, en el desarrollo del software de gestión y programación del sitio web. Damián Barbieri, responsable de producción.



MENCIÓN A LA INNOVACIÓN



ESTEPA / LUMINARIAS

Diseño, desarrollo y producción de luminarias sustentables de cartón corrugado





EMPRESA / CLIENTE

TREINTA S.R.L. es un estudio de arquitectura comercial y diseño que desarrolla espacios corporativos y particulares de forma integral. El equipo conformado por arquitectos, diseñadores y artistas brinda servicios de diseño, construcción de mobiliario, equipamiento y cartelería. Se especializan en el desarrollo y coordinación de proyectos de expansión de franquicias en Argentina y Sudamérica.

ESTUDIO / DISEÑADOR

Guillermo Cameron Mac Lean, arquitecto, posgrado en Diseño de Mobiliario (DIMO, Fadu 2011), Curso de Especialización en: Cooperación Para el Desarrollo de Asentamientos Humanos en el Tercer Mundo - ICHaB - Instituto de cooperación en Habitabilidad Básica - Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid Con honores. Fundador de Estepa, a cargo del diseño de la línea de luminarias y desarrollador inicial del emprendimiento.



Estepa es un emprendimiento que se dedica a realizar productos de diseño con énfasis en el ámbito social -porque pretende formar e involucrar a personas de sectores vulnerables de la sociedad- y ambiental -porque recicla material de descarte.

El proyecto comienza en el año 2011, a partir de una primera alianza con una cooperativa de recuperadores urbanos y con una Fundación en Villa Soldati, con la intención de trabajar con las personas del barrio. El proyecto sufrió dificultades en su implementación debido a la falta de recursos técnicos, por lo que se decide incorporar a la empresa Treinta S.R.L. con la que previamente se había trabajado obteniendo resultados satisfactorios. A fuerza de prueba y error, se diseñaron máquinas y herramientas para el cortado y doblado del cartón, ya que no existe en el sector maquinaria específica para realizar los trabajos de preparación de la materia prima del pro-

ducto. Una vez realizado el cortado y el doblado del cartón, se envía el material necesario para el armado de las pantallas de las lámparas a distintos talleres sociales. Para llevar adelante esta tarea, el proyecto plantea la necesidad de una mínima capacitación que brinda nuestra organización, dando la oportunidad de formar parte del emprendimiento o utilizar sus nuevas habilidades para buscar trabajo.

La simpleza del concepto de diseño permite una gran flexibilidad en cuanto al lugar, el horario y los tiempos a utilizar para la realización de las pantallas. En los comienzos de Estepa, la producción se realizaba según pedido puntual del cliente.

Recientemente, las organizaciones Red Activos y Cosiendo Redes se contactaron para tratar de lograr una conexión con distintos talleres artesanales y así poder ampliar la producción del armado





de las pantallas. Una vez terminadas las pantallas, vuelven a Treinta SRL donde siguen el proceso productivo. El paso siguiente es el control de calidad donde se verifica que las pantallas cumplan con los requisitos necesarios, tanto de diseño como de producción.

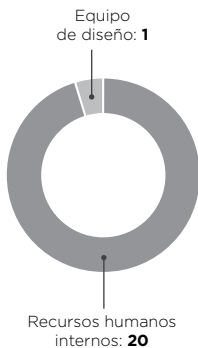
En la empresa se realizan diferentes etapas del proceso: el baño ignífugo, la instalación eléctrica y el corte de las piezas adicionales. Una vez terminadas estas actividades, se produce el armado y control de calidad final. Luego se emba-

lan y almacenan los productos terminados para su posterior comercialización.

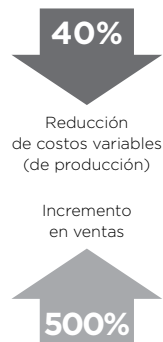
El emprendimiento tiene principal interés en generar un impacto positivo sobre el medioambiente, haciendo hincapié en la reutilización de materiales de descarte y en los procesos de producción.

Cabe resaltar que este emprendimiento pretende entablar una relación laboral con las distintas organizaciones para lograr un vínculo y afianzar alianzas con los proveedores de servicios.

Duración y estado del Proyecto



El proyecto se encuentra actualmente	En curso
Año de inicio	2011
Año de fin	Actualidad
Duración total desde inicio hasta su finalización (en años)	4



MENCIÓN AL IMPACTO ECONÓMICO

OXÍMETRO DE PULSO BPO 250

Desarrollo de producto, experiencia de uso,
identidad de marca y comunicación del producto







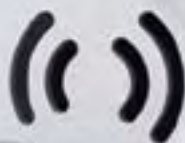
EMPRESA / CLIENTE

Biotrend es una marca argentina de productos de alta tecnología en electromedicina que pertenece a la empresa Apexar Technologies SA. Biotrend se dedica al desarrollo de productos y sistemas integrados, con diseño de hardware y software. Realiza desarrollos propios y para terceros, utilizando todos los recursos y soluciones que brinda la tecnología actual.

ESTUDIO / DISEÑADOR

Didimo Healthcare Design es una compañía de diseño industrial especializada en el desarrollo de Productos para la salud. Busca mejorar la calidad de vida de las personas, potenciar la competitividad y los negocios de sus clientes. Conecta personas con organizaciones, integrando estrategias y experiencias para el diseño de productos, servicios y marcas.

biotrend



BPO250



Un oxímetro de pulso es un dispositivo médico hospitalario que mide la saturación de oxígeno de la sangre de un paciente, sin necesidad de obtener una muestra de sangre (no invasivo). Su principal aplicación es en áreas de terapia intensiva para monitorear y diagnosticar el estado de un paciente.

En el año 2015, Biotrend lanza su primer oxímetro de pulso al mercado, utilizando tecnología de adquisición de oximetría de una empresa de Estados Unidos. En 2007 había iniciado un proceso para desarrollar su propia tecnología de oximetría, sustituyendo la incorporación de componentes importados, en la busca de contar con independencia tecnológica y mejorar su posicionamiento en el mercado como referente en el rubro. En el año 2009 finaliza el desarrollo de la placa OEM BAT-100, convirtiéndose en una de las 19 empresas en el mundo que cuenta con la tecnología para sensar los niveles de oxígeno en sangre (no invasivo). Para finales de ese mismo año contacta a Didimo Healthcare Design para realizar el rediseño de su producto, buscando mejorar la percepción de calidad y generar el contexto productivo



para responder a un mercado masivo. Lo que parecía un simple rediseño de una carcasa plástica, a partir de un análisis estratégico y una profundización en los objetivos de la empresa y su planificación a largo plazo, se convirtió en un proyecto mucho más abarcativo y desafiante.

Luego de realizar una investigación de mercado y llevar adelante un FODA sobre la situación de la empresa en general, se estructuró un proyecto que buscaba mejorar todas las facetas de la marca. El alcance contempló el rediseño de la identidad de la marca, el desarrollo de una nueva experiencia de uso para el producto integrando interfaces interactivas y ergonomía, diseño de producto y todo el desarrollo vinculado a la comunicación y embalaje del producto.

Entendiendo que la identidad de la marca iba a conducir las decisiones sobre el resto del alcance, se focalizó el desarrollo de la estrategia de posicionamiento en una primera instancia. El resultado fue contar un mensaje positivo, mostrando preocupación por el bienestar de todos los usuarios involucrados, brin-

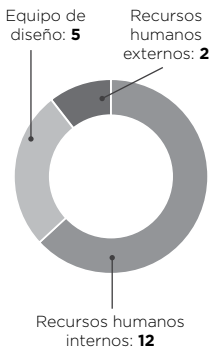
dándoles tranquilidad y confianza, ya que la tecnología responde en un 100% avalando su calidad. El concepto general fue humanizar la experiencia de las personas con la marca.

En el proceso de diseño se tuvo en cuenta que el producto respondiera a los requisitos de la norma CE para responder a un mercado global y, por consecuencia, a las normas aplicables al mercado local. En el año 2013 se lanzó finalmente el producto al mercado, contando con las certificaciones de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica. El desarrollo resultó ser un fuerte relanzamiento de la marca, un nuevo posicionamiento en el mercado y una experiencia que englobaba producto, interfases y comunicación bajo un concepto unificado, claro y fuerte. Con el rediseño del producto se logró

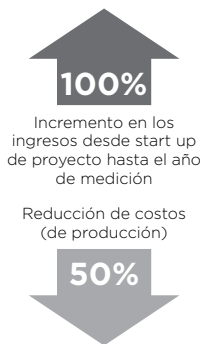
reducir un 50% el costo industrial del mismo, considerando procesos de producción más eficientes, tecnología de adquisición propia y una optimización en los tiempos de ensamble del equipo.

La respuesta del mercado en el primer año superó expectativas, logrando insertar en el mercado local más de 600 equipos, posicionándose como el principal referente nacional en equipos de oximetría. La empresa logró cerrar acuerdos con distribuidores e inició el proceso de desarrollo comercial de mercados externos, participando en ferias internacionales y rondas de negocios en Europa y Asia. Actualmente ya lleva vendidos más de 1000 equipos y cuenta con distribuidores en Argentina y Latinoamérica consolidados, cerrando acuerdos con un distribuidor clave en Asia para la distribución en la región Oriental.

Duración y estado del Proyecto



El proyecto se encuentra actualmente	Finalizado
Año de inicio	2009
Año de fin	2013
Duración total desde inicio hasta su finalización (en años)	4



CASOS DESTACADOS

VUENOZ

Rebranding, rediseño y actualización de
plataforma digital.



EMPRESA / CLIENTE

VUENOZ es una plataforma digital cultural, especializada en listar todo tipo de propuestas en materia de salidas como conciertos, muestras de arte, carteleras de teatro, etc. Se dirige al joven urbano interesado en las nuevas tendencias. Brindan herramientas de interacción a sus usuarios para mantenerlos siempre informados. Sus clientes principales son las marcas y centrales de medios. Además, posee su propia plataforma de e-commerce.

ESTUDIO / DISEÑADOR

Menos es más. Gustavo Stecher: Diseñador gráfico y Director general del proyecto. Gustavo Contreras: Diseñador gráfico y Director de arte. Desarrollo y presentación de arquitectura de marca, diseño de material promocional y piezas publicitarias. Nadia Percan: Diseñadora gráfica. Diseño de la guía de estilos, pantallas Web, piezas de papelería, manifiesto de marca y pantallas responsive. Clara Poli: Líder de Proyecto. Redacción de manifiesto de marca.

Durante el año 2014, de la mano de Menos es Más, Vuenoz se dio cuenta de que estaba frente a la necesidad de dar un salto a nivel imagen e identidad de marca. El objetivo fue posicionarse como un medio líder y sólido ante sus clientes y ante potenciales inversores.

Se descubrieron las carencias de la imagen y el modo en que eso estaba impactando negativamente en la marca, y se decidió trabajar en un plan de rebranding general, partiendo de la creación de una nueva marca que incluyó el retoque del nombre y llegó hasta el cambio de todas sus plataformas.

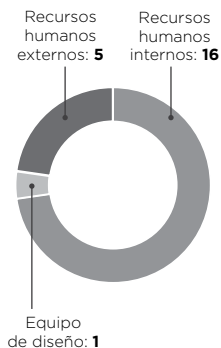
El desarrollo duró casi un año. Se comenzó con una evaluación extensa de la historia del emprendimiento. Una vez resuelto lo conceptual, se pasó a la fase de diseño concreto de la marca, guías de estilo y las pantallas web madre que son el punto de partida para poder ampliar toda la plataforma. Esta etapa duró 6 meses. La última fue la de implementación tecnológica que culminó con la presentación del nuevo diseño e imagen al público a través de una campaña



de publicidad y prensa, incorporando a profesionales de marketing para llegar a los medios.

A menos de seis meses de haber incorporado el nuevo diseño, se ha duplicado casi el porcentaje de clientes. Hoy Vuenoz es elegido por clientes para desarrollar campañas publicitarias como socios y no como un medio. Este logro se atribuye en gran parte al crecimiento de la imagen. La nueva identidad abre un ciclo y es el primer paso para crecer.

Duración y estado del Proyecto



El proyecto se encuentra actualmente	Finalizado
Año de inicio	2013
Año de fin	2014
Duración total desde inicio hasta su finalización (en años)	1



ARGENTINA NOS INSPIRA: COLECCIÓN SIMBOL

Proyecto de diseño



EMPRESA / CLIENTE

VOILÀ BUENOS AIRES está dedicada a la intervención, valorización de técnicas y costumbres populares con una mirada contemporánea. El objetivo de VOILÀ es reinsertar en el mercado costumbres populares olvidadas con el aporte de tecnología y pensamiento de propuestas por un diseñador.

ESTUDIO / DISEÑADOR

COLECCIÓN SIMBOL. Proyecto de Diseño: Voilà Buenos Aires. Diseño de Producto: Cristian Mohaded - Diseñador Industrial. Producción y Gestión: María Garzón Maceda - Arquitecta. Proyecto y Dirección Argentina nos Inspira: Eduardo Aldacour - Consultor de Diseño. El equipo lleva los proyectos de diseño en base al proyecto en acción. Incorpora diseñadores externos o personas afín al contenido con un único objetivo: potenciar el diseño argentino.



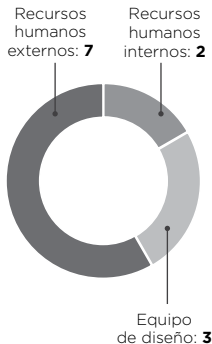
Todo se cifra en un yuyo. Una planta grácil, callada y austera como el paisaje de donde proviene, condensa todo el proyecto: Colección Simbol, el último emprendimiento de Voilà. El Simbol es una especie vegetal nativa del noroeste argentino, específicamente de la estepa precordillerana catamarqueña. A su encuentro fueron Eduardo Aldacour y María Garzón Maceda para reconfirmar su norte: hacer diseño bajo el lema Argentina nos inspira. Como todo proceso de diseño, Simbol implicó una investigación. De ella resultó la elección de esta planta como materia prima.

Un segundo paso fue convocar al reconocido diseñador Cristian Mohaded -oriundo de Catamarca- para que aportara su mirada. Hacia sus propios pagos

viajó el diseñador, en lo que fue una exploración científica y sensible del material. Allí dio con algunos de los pocos artesanos que dominan la técnica de tejido milenaria que trabaja con el yuyo y conoció a Lorenzo Reyes, un referente regional en la materia. Empapado de las posibilidades que ofrece el material, Mohaded dio al tejido de simbol configuraciones inéditas.

El proyecto tiene un fuerte espíritu de comunidad. En palabras de Eduardo Aldacour, “uno de los hallazgos más importantes en este proceso ha sido que el diseño teje: teje vínculos, teje tradiciones, teje lazos”. En efecto, Simbol trasciende el diseño e incluye contenido social.

Duración y estado del Proyecto



El proyecto se encuentra actualmente	Finalizado
Año de inicio	2014
Año de fin	2015
Duración total desde inicio hasta su finalización (en años)	1

**OBRAS COMPLETAS DE ARTURO
JAURETCHE EN VERSIÓN DE
BOLSILLO**

Desarrollo de identidad para relanzamiento



EMPRESA / CLIENTE

Ediciones Corregidor es una editorial independiente argentina con más de cuatro décadas de trayectoria, dedicada a publicar y distribuir un catálogo especializado en cultura latinoamericana y argentina. Las obras completas de Macedonio Fernández, Arturo Jauretche, traducciones latinas de Clarice Lispector, las colecciones de literatura latinoamericana: Vereda Brasil, Vía México, Archipiélago Caribe y Letras al Sur del Río Bravo destacan en un amplio catálogo.

ESTUDIO / DISEÑADOR

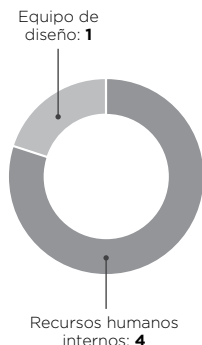
Ezequiel Juan Cafaro. Diseñador gráfico independiente, egresado de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, en 1999. Especializado en diseño editorial y desarrollos para web. Cuenta con más de 17 años de docencia en diseño gráfico editorial y tipografía en la Universidad de Buenos Aires. Actualmente se dedica al diseño editorial y web en su estudio y a la docencia en FADU, donde es Jefe de Trabajos Prácticos en la materia Diseño Gráfico Editorial, cátedra Manela.



A principios de 2014, a partir de demandas del mercado, se planteó la necesidad de reformular la Obra Completa de Arturo Jauretche en formato de bolsillo pensando en un rediseño que permitiera una mayor exposición en los puntos de venta y un impacto en el público lector. Así es como se buscó el formato ideal para un mejor aprovechamiento en el uso del papel, como también un diseño interior y tipografías que permitieran una lectura confortable. Al mismo tiempo, se buscó la optimización de los recursos en el conjunto de la producción del libro. El formato bolsillo permite una reducción de costos que logra disminuir el precio de venta al público. En el caso

de Jauretche, además, la característica fragmentaria de sus textos es ideal porque permite una lectura con intervalos. Es un formato de precio menor de venta, por lo tanto la inversión también será menor. Se inició un trabajo conjunto para crear una identidad visual contemporánea que generara impacto. La colección consta de quince volúmenes y se trabaja en el diseño integral de los tomos en paralelo. Tras la primera publicación de cuatro volúmenes emblemáticos del autor se concluye que el impacto ha sido altamente positivo. Los libros han ganado exhibición ya que son muy atractivos en su conjunto, lo que aumenta las posibilidades de venta.

Duración y estado del Proyecto



El proyecto se encuentra actualmente	En curso
Año de inicio	2014
Año de fin	2016 (estimado)
Duración total desde inicio hasta su finalización (en años)	2 (estimado)



BOMBEROS DE LA ARGENTINA

Desarrollo del Sistema Gráfico para el Consejo de Bomberos Voluntarios de la República Argentina



EMPRESA / CLIENTE

El **Consejo Nacional de Federaciones de Bomberos Voluntarios** está organizado en 19 Federaciones Provinciales y 5 Delegaciones de otras provincias. Representan a más de 900 Cuerpos de Bomberos y 20 escuelas de Capacitación. Desarrollan un sistema de bomberos para agrupar a todos sus integrantes, intercambian saberes con otras instituciones y buscan aumentar sus recursos financieros y humanos en áreas de comunicación, capacitación y acción.

ESTUDIO / DISEÑADOR

FinxDuvey es un estudio de diseño y comunicación visual creado y dirigido por Luciana Finzi y Verónica Dulitzky, profesionales egresadas de la Universidad de Buenos Aires. Desde 2001 desarrolla proyectos de imagen y diseño gráfico para laboratorios, empresas de seguridad y tecnología, organizaciones públicas y privadas entre otros clientes. FinxDuvey se destaca por su servicio personalizado, el detalle en el diseño y el asesoramiento continuo.

Desde hace cinco años se trabaja en el desarrollo de la comunicación para los Bomberos de la Argentina, interviniendo la identidad base-icónica y rediseñando los logos más representativos.

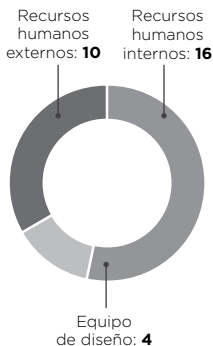
Cuando Finxduvey comenzó a trabajar con el Consejo de Bomberos, se editaba el diario bimensual Bomberos de Argentina, impreso en imprenta rotativa de 20 páginas en un tamaño tabloide cerrado y llegaba a pocos cuarteles provinciales. Hoy el diario es una Revista de 70 páginas sin publicidad, con un diseño moderno y una impresión de calidad excelente. Esto fue logrado gracias al aporte de FinxDuvey y su investigación buscando modelos internacionales de organizaciones de bomberos que reflejaran otros modos de comunicar. Posee una tirada de 7000 ejemplares que llega a dependencias estatales de todo el país y a todos los países de América Latina que integran la Organización de Bomberos Americanos.

FinxDuvey sigue trabajando y acompañando el crecimiento sostenido de la institución extendiéndose a todo el territorio nacional. Para cada campaña se



desarrollan piezas de comunicación que impulsan acciones para el intercambio, la actualización y el crecimiento de los Bomberos en todos sus aspectos. Por otra parte, la incorporación de mujeres a la institución -gracias a la comunicación de Encuentros de Género- ha crecido gracias a la comunicación interna un 38%.

Duración y estado del Proyecto



El proyecto se encuentra actualmente	En curso
Año de inicio	2005
Año de fin	Actualidad
Duración total desde inicio hasta su finalización (en años)	10

CUADERNOS MUCHO + KID GAUCHO

Colección de estampas Kid Gaucho
para Cuadernos Mucho



EMPRESA / CLIENTE

Cuadernos Mucho crea colecciones de papelería que incluyen cuadernos, portapapeles, planificadores semanales, recetarios, libros de viaje y mucho más. Realizan productos de alta calidad, colocando al cuidado ambiental en primer plano. Las hojas de sus productos son producidas por empresas con certificación FSC y cartón - otro de los insumos básicos - que contiene un alto porcentaje de material reciclado entre sus fibras.

ESTUDIO / DISEÑADOR

Kid Gaucho basándose en una modalidad creativa de fusión entre el diseño gráfico - bajo expresiones como la identidad de marca, la ilustración y la animación - y el arte de autor ofrece resultados integradores, multidisciplinarios y creativos. Desde 2002 apuesta a condensar en sus trabajos diversos lenguajes, soportes y herramientas para definir un acercamiento dinámico y a medida, que atienda las diversas necesidades comunicacionales.

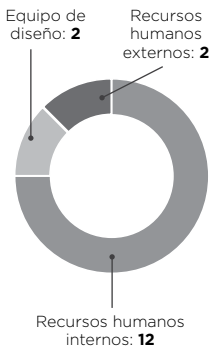
En el año 2015, junto con Lucas Fernández Lasnier, director de Kid Gaucho y responsable artístico, Cuaderno Mucho lanza tres diseños en el marco de la presentación del Catálogo 2015. Esta incorporación se ha realizado por un plazo mínimo de 36 meses, tiempo promedio de permanencia de las colecciones en Cuadernos Mucho. La modalidad de trabajo es por series limitadas, y al cumplirse dichos plazos se borra la matricería y la colección deja de reproducirse. Esta acción posibilita las nuevas incorporaciones y la rotación de estampas aún dentro del mismo estudio de diseño.



La alianza entre Cuadernos Mucho y Kid Gaucho tiene su base en conocimientos académicos, sensibilidad artística e infraestructura informática. Se utilizaron todos estos recursos para la creación de las estampas y posteriormente, de la matricería que dio lugar a la confección de los productos realizados en el marco de la mencionada alianza, como cuadernos, anotadores, carpetas y demás artículos. Con el fin de llevar el producto a

la mayor cantidad de puntos de venta posible, se ha convenido en la industrialización de una parte del proceso con maquinaria pesada (dobladoras, cosedoras, encoladoras y guillotina) y la realización de forma artesanal de la otra parte del desarrollo. Se busca lograr la masividad deseada, manteniendo la calidad y el costo correcto para lograr el objetivo.

Duración y estado del Proyecto



El proyecto se encuentra actualmente	En curso
Año de inicio	2015
Año de fin	2017 (estimado)
Duración total desde inicio hasta su finalización (en años)	2 (estimado)





Ganador **2014**

CEGENS HT-109 / VENTILADOR DE CUIDADOS INTENSIVOS

Diseño y desarrollo de producto e identidad
sector salud

Empresa/cliente: Cegens

Estudio/diseñador: Didimo Healthcare Design

Casos destacados 2014



LA BESTIA EQUILÁTERA

Desarrollo de identidad y diseño editorial
Empresa/cliente: La bestia equilátera
Estudio/diseñador: Juan Pablo Cambariere



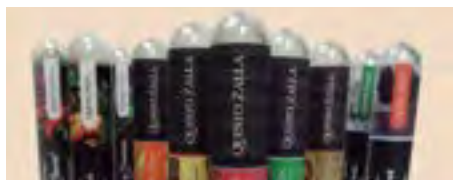
IDEAL SANITARIOS LÍNEA SUMA

Desarrollo de nueva línea de productos
y reposicionamiento de marca
Empresa/cliente: Ideal Sanitarios
Estudio/diseñador: CohanDesignGroup



SIGLO XXI EDITORES

Desarrollo de identidad
Empresa/cliente: Siglo XXI Editores
Estudio/diseñador: Tholón Kunst



QUINTO ZALLA ESPECIES

Diseño de identidad y envases para
posicionamiento de nuevo producto
Empresa/cliente: Marambá S.R.L.
Estudio/diseñador: Gorricho Diseño



INGENIERÍA SIN FRONTERAS ARGENTINA

Estrategia de comunicación e identidad visual
Empresa/cliente: Ingeniería sin Fronteras
Argentina
Estudio/diseñador: Mariano Cerrella



EXPERIENCIA CAMPING

Concepto y estrategia de comunicación;
diseño de identidad, productos,
experiencias y activaciones
Empresa/cliente: Saporì
Estudio/diseñador: Remolino



AURICULARES INTRA AURALES PARA MONITOREO

Diseño de producto
Empresa/cliente: Vio
Estudio/diseñador: Euforia

STAFF

Subsecretario de Economía Creativa

Enrique Avogadro

Directora General de Industrias Creativas

Mora Scillamá

Gerente Operativa del Centro Metropolitano de Diseño

Anabella Rondina

Premio CMD: El diseño como estrategia de innovación 2015

GESTIÓN DE DISEÑO

Coordinación general Premio CMD

Coordinadora Gestión de Diseño

Mariana Ferreira

Equipo

Ignacio Días

Julieta Vegas

Mauricio Díaz

Centro Metropolitano de Diseño/Comité Asesor Premio CMD

Omar Grandoso

Valeria Coronel Andrada

Maximiliano Iriart Crespo

Patricia Jablonka

Guadalupe Bracuto Verona

María Andrea Buján

Lucía Campos

Federico Tabares

Comunicación

Celeste Buosi

Eliana Suárez

Rolón Alejandra

Julieta Cuneo

Elena Rodríguez Loredo

Impresión

Akian Gráfica

AGOSTO 2015

Todos los contenidos publicados en este número fueron elaborados por los referentes de las empresas, organizaciones y estudios de diseño postulantes al certamen, y compilados y editados por el Centro Metropolitano de Diseño.

Contacto

gestiondedisenio_cmd@buenosaires.gob.ar/+54 11 4126 2954 / 2979 / 2992

