

DISEÑA FORUM

"Diseño en la vida real y en la virtual"

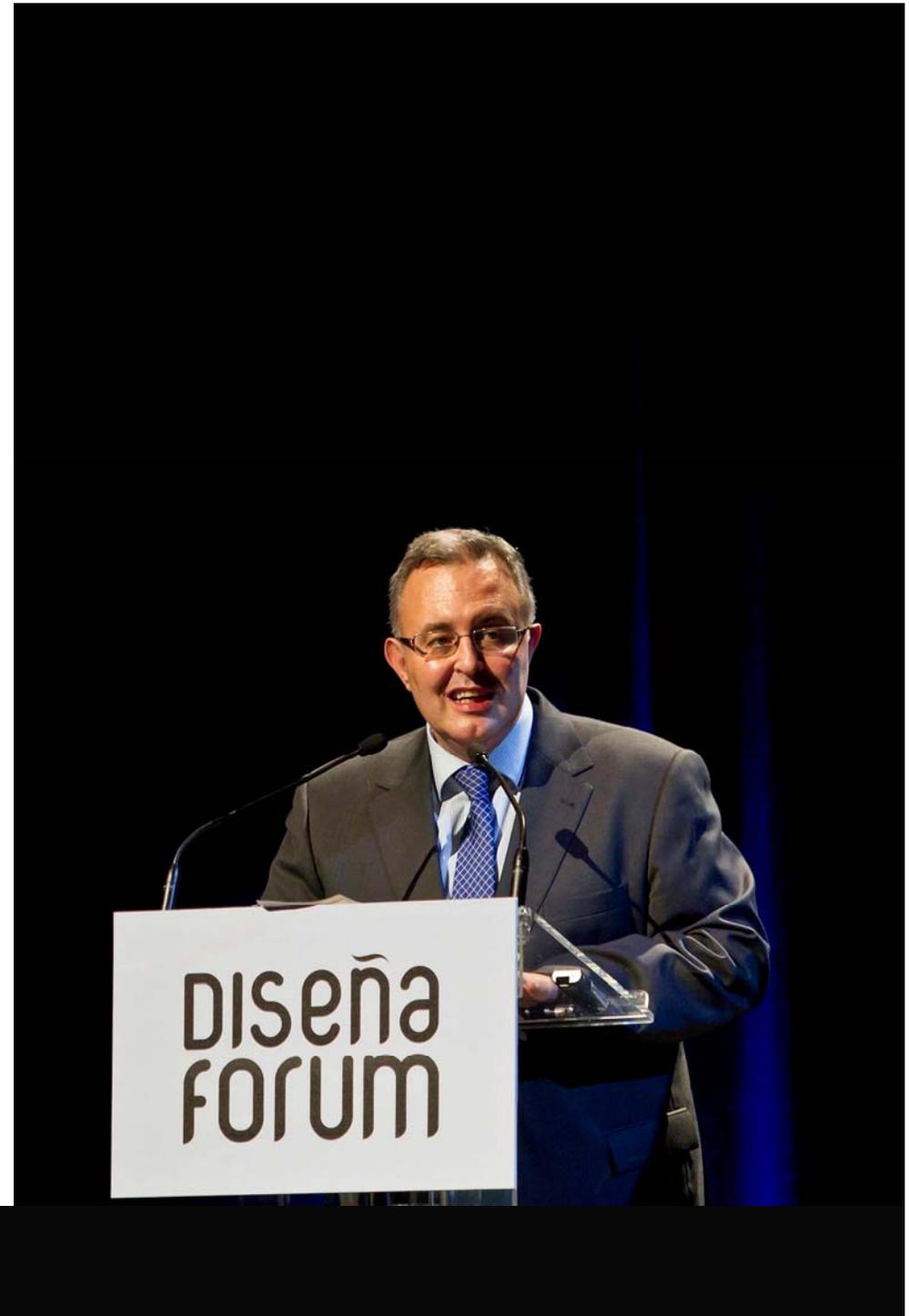
"Design in virtual and real life"



DISEÑA FORUM

Cuando interaccionamos con un smartphone o una tablet a través de una aplicación o interactuamos en una red social, estamos ejecutando actos físicos, del mundo real, pero estamos inmersos en un mundo virtual, con sus reglas, y patrones de conducta. Cada vez más, recibimos bienes y servicios que son reales, tangibles, que satisfacen necesidades, a través de un medio digital o de una herramienta desarrollada bajo su amparo.

El creciente solapamiento de estos dos mundos y la generalización en el uso de las tecnologías digitales de la información y la comunicación están haciendo cambiar nuestros patrones de conducta, y están influyendo tanto en la forma en que los diseñadores han de contemplar y ejecutar su trabajo, como en la propia gestión de las empresas, a las que este desafío tecnológico puede exigir la necesidad de desarrollar nuevas estrategias de productos y servicios.



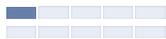


Ponentes

<p>Ricardo Marquez TELEFÓNICA DIGITAL</p> 	<p>Manuel Muñoz TUENTI</p> 	<p>Iñaki Vázquez SYMPLIO</p> 	<p>Armando Liussi Depaoli ZSHAREWORLD</p> 	<p>Anmol Madan GINGERIO</p> 
<p>Rodrigo Silva GEEKSPHONE</p> 	<p>David Santafé HMY YUDIGAR</p> 	<p>Manuel Garcés SEAT</p> 	<p>Luis Uguina BBVA</p> 	<p>Clive Grinyer CISCO</p> 

Workshops

<p>Workshop 1 DISEÑO PARA DISPOSITIVOS MÓVILES.</p>  <p>Ester Serrano DESIGNIT</p>	<p>Workshop 3 DIGITAL REBRANDING. ¿Cómo relanzar digitalmente una marca?</p>  <p>Armando Liussi Depaoli ZSHAREWORLD</p>
<p>Workshop 2 EL PROCESO DE DISEÑO EN UNA RED SOCIAL.</p>  <p>Manuel Muñoz TUENTI</p>	<p>Workshop 4 EL PUNTO DE VENTA ¿Cómo mejorar la experiencia del usuario?</p>  <p>David Santafé y Alberto Fantova HMY YUDIGAR</p>



Ricardo Marquez
TELEFÓNICA DIGITAL

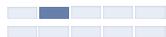


Diseño de productos y servicios digitales globales

En septiembre de 2011, el Grupo Telefónica creó una nueva división - Telefónica Digital – para encargarse de desarrollar y lanzar productos y servicios Digitales Globales. La misión de Telefónica Digital es la creación de valor y relevancia para toda Telefónica en la Era Digital.

El equipo de Experiencia de Usuario de Telefónica Digital tiene el compromiso de aprovechar las ideas y prácticas de diseño de los clientes para impulsar actividades de innovación y tomar parte en la definición y desarrollo de productos y servicios globales. El equipo de Experiencia de Usuario presta su apoyo a todas las áreas estratégicas.





Manuel Muñoz

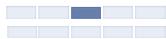
TUENTI



Diseñar para una red social

"Se expusieron las bases de la actividad de diseño en una red social. La presentación analizó cómo ha evolucionado nuestro uso de las redes sociales con la popularización de smartphones y tablets, cómo de relevante es el consumo desde el móvil para una red social y cómo han influido a la hora de diseñar. Todo esto estuvo acompañado con ejemplos del rediseño de la red social Tuenti, analizando particularidades y planes de futuro."





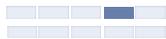
Iñaki Vázquez
SYMPLIO



Productos inteligentes

Cuando se trata de la esfera de la Internet de las Cosas, parece que cada producto conectado debe tener un enfoque puramente funcional: sensores portátiles para supervisar el rendimiento al practicar deportes, control de peso, electrodomésticos, ... Sin embargo, todavía hay mucho espacio para ideas de producto rompedoras que ofrezcan propuestas de valor innovadoras, especialmente en lo que respecta a los aspectos emocionales de la vida del usuario. La ponencia exploró la transición de lo funcional a lo emocional, y las conclusiones principales que definen la estrategia de Symplio para la creación de productos conectados a Internet.





Armando Liussi Depaoli

2SHAREWORLD



Branding digital: tendencias y claves

“Cuando el diálogo con nuestros clientes en los medios sociales marca la clave de los negocios, el branding debe renunciar a ser solo la mejor gestión y difusión de un mensaje para volverse la disciplina de la flexibilidad, la adaptación y la conservación del valor universal de la marca”

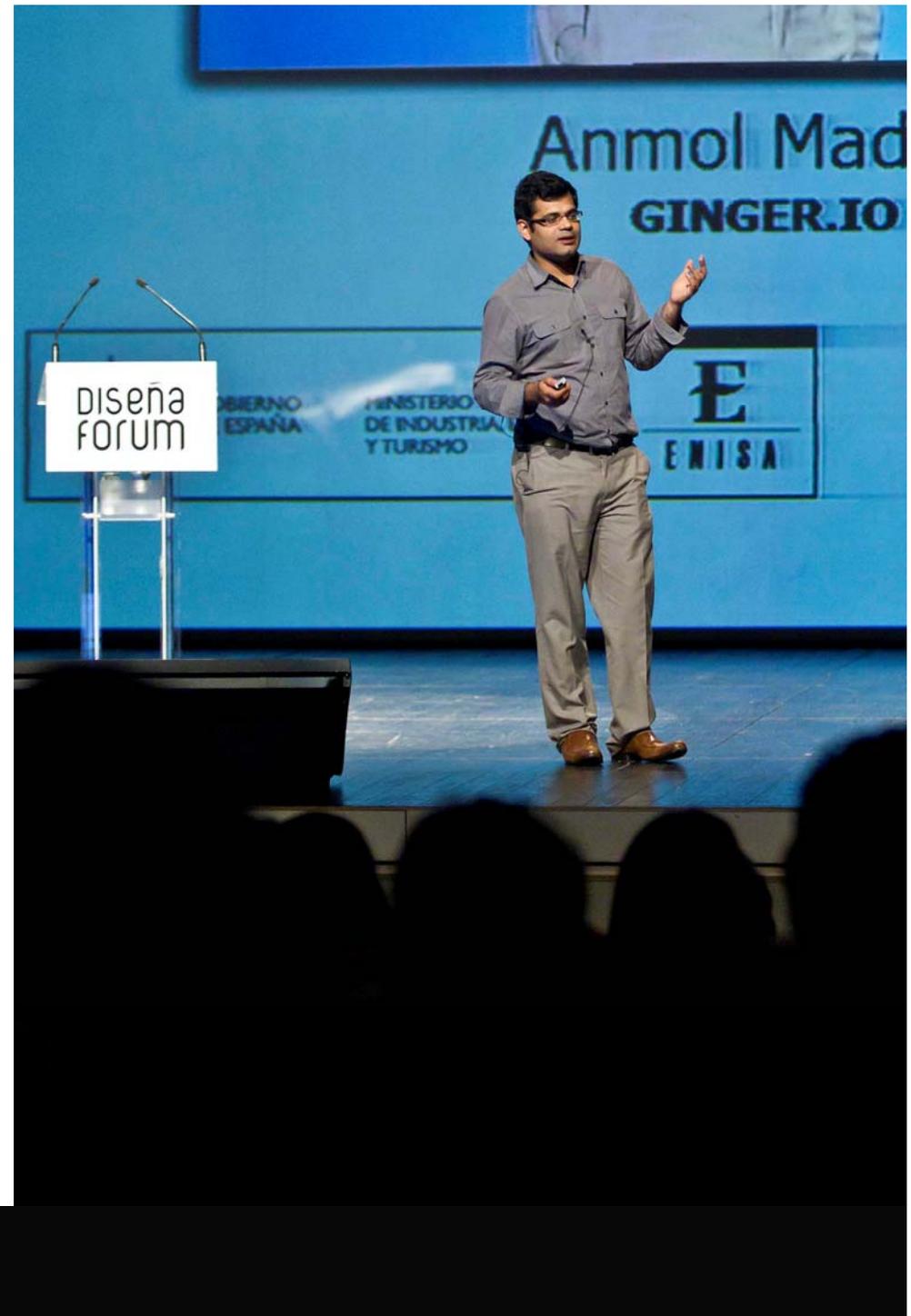


Anmol Madan
GINGER.IO



Salud 2.0

En los EE.UU., el 5% de los pacientes suponen el 50% de los costes sanitarios. Esta charla analizó la evolución de la Salud 2.0, tanto en el mundo académico como en la comunidad de empresas emergentes de alta tecnología. A partir de una visión general de los enfoques basados en la cuantificación de la salud y los sensores/datos para mantener la salud de los pacientes, esta charla se centró en el enfoque que se utiliza en Ginger.io para crear pautas del comportamiento humano y ayudar a los pacientes, cuidadores, proveedores y pagadores a gestionar mejor la atención a los enfermos crónicos.



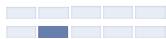
Rodrigo Silva
GEEKSPHONE



El diseño del Smartphone español

Durante la ponencia se expuso como la compañía desarrolla una actividad innovadora desde España en el competitivo mundo de la telefonía y como una pequeña start up española es capaz de adelantarse a todos los fabricantes europeos y ser la primera en lanzar un smartphone con el sistema operativo Android.





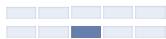
David Santafé
HMY YUDIGAR



EL DISEÑO GLOBAL DEL PUNTO DE VENTA. La evolución del retail.

La continua evolución de la tecnología y la irrupción de nuevos dispositivos y de las redes sociales en nuestras vidas ha hecho que cambiemos muchos de los hábitos, costumbres y comportamientos de nuestro día a día, lo que ha generado un cambio en nosotros mismos como individuos y como colectivo. Nuestro entorno se ha visto obligado a cambiar para seguir funcionando y el mundo del retail está siendo uno de los primeros en hacerlo. ¿Cómo está cambiando el diseño de los puntos de venta? ¿Qué cambios en gestiones y actos de compra, hasta ahora inamovibles, están sufriendo una revolución total? El diseño del punto de venta se ve afectado en gran medida y en esta ponencia se dieron una serie de pistas sobre cómo se está transformando y cual podría ser la evolución futura del Retail.





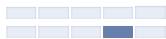
Manuel Garcés
SEAT



Proceso de diseño y tecnología digital

Se abordó la integración de la tecnología digital, por parte de SEAT, en cada una de las fases del proceso de diseño de un coche, y de qué manera, las nuevas herramientas, han ido sustituyendo las técnicas ancestrales de diseño, ganando espacio para la creatividad y reduciendo pasos repetitivos. También se vio, como interactúa la tecnología digital y la realidad virtual con el modelo físico, para proporcionar el mejor soporte posible para la toma de decisiones estratégicas de producto.





Luis Uguina

BBVA



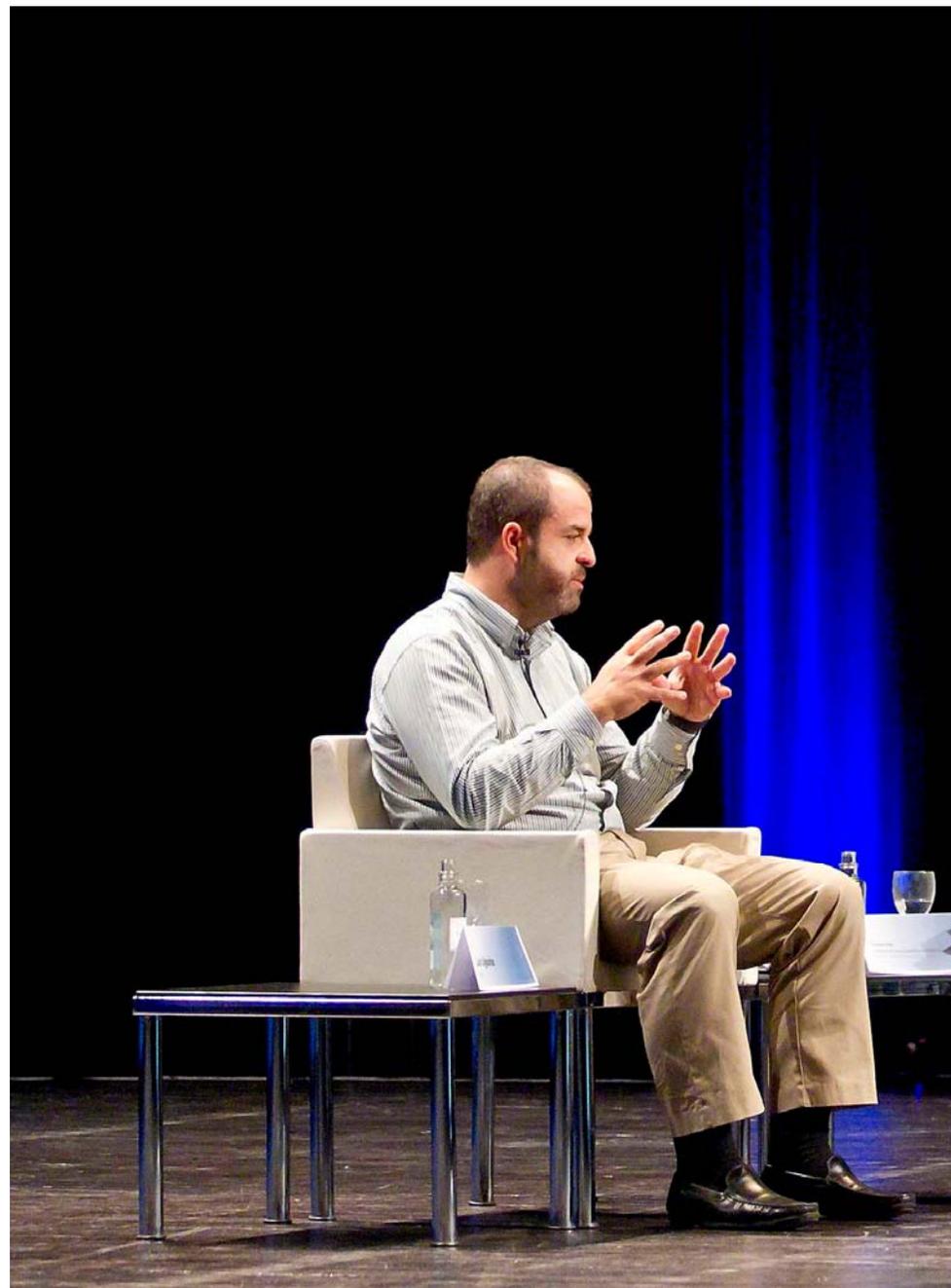
Negocio financiero y entorno digital

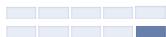
El área de Nuevas Tecnologías de BBVA lidera el desarrollo de productos y servicios basados en tecnologías móviles y de Internet y las principales áreas de desarrollo son:

Big Data

Plataformas abiertas

Innovación en Seguridad y Tecnología





Clive Grinyer
CISCO



Los retos y oportunidades para diseñar nuestros futuros digitales

El diseño y la tecnología deben integrarse entre sí, si queremos aprovechar el poder de los rápidos avances tecnológicos en beneficio de la sociedad y del comercio. Esta charla abordó cómo estamos diseñando nuestro futuro digital y las herramientas de diseño que son fundamentales para un futuro centrado en el ser humano.







Workshops

Workshop 1

DISEÑO PARA DISPOSITIVOS MÓVILES

Ester Serrano DESIGNIT



El diseño para móviles y tabletas hoy en día no es una opción sino una necesidad para todas las empresas. Tener presencia en internet ya no es suficiente, ahora además hay que proporcionar a los usuarios una experiencia óptima en sus dispositivos. Alta movilidad, pantalla reducida, usos cortos, poca atención,...son algunos de los supuestos que rodean el uso de estos dispositivos. Sin embargo, ¿es eso siempre cierto? ¿hay más información que deberíamos tener en cuenta? Y además... ¿aplicación, Web móvil o diseño responsive? En este taller se discutieron los motivos por los que esto es importante.

Workshops

Workshop 2

EL PROCESO DE DISEÑO EN UNA RED SOCIAL

Manuel Muñoz TUENTI



Como funciona el proceso de diseño dentro de una red social? y ¿cómo se planifica, ejecuta y abre un proyecto que tiene que funcionar en web y móvil?. Se evaluaron las distintas técnicas que usamos en nuestro día a día para facilitar la toma de decisiones, cuales son los procesos que seguimos en cada fase, en qué punto intervienen los usuarios. También vimos cómo ha influenciado en todo este trabajo la construcción y uso de una librería de patrones y cuáles son las ventajas y problemas que ha generado su puesta en marcha y posterior aplicación.

Workshops

Workshop 3

DIGITAL REBRANDING. ¿Cómo relanzar digitalmente una marca?

Armando Liussi Depaoli 2SHAREWORLD



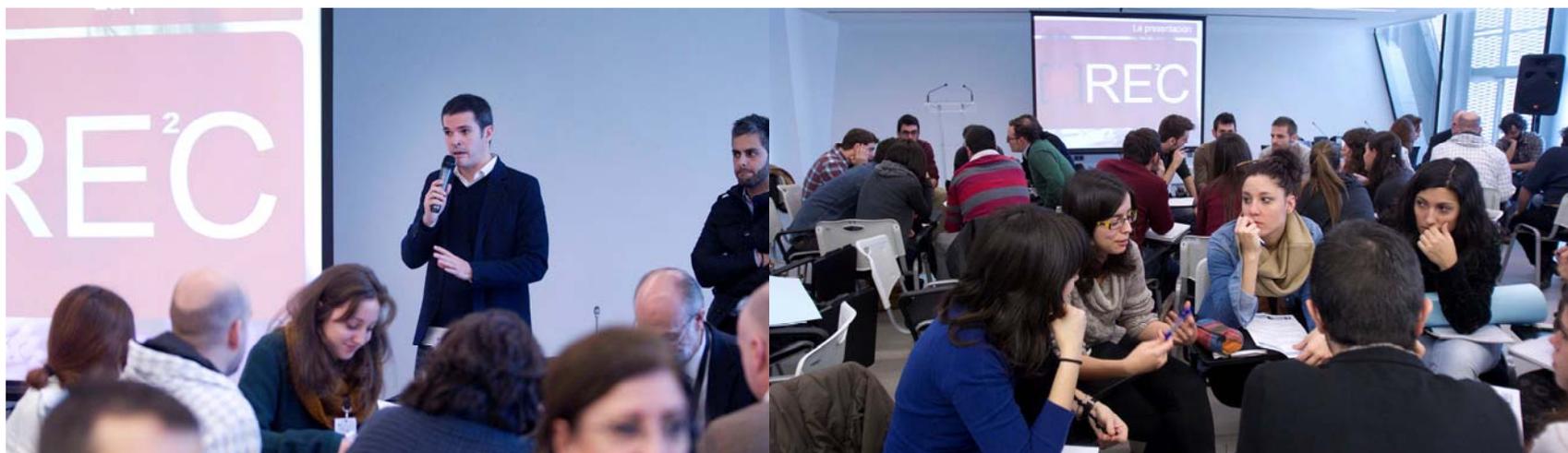
En este workshop se trató de cómo transformar la difusión del cambio en una conversación sobre el reposicionamiento, usando plataformas digitales para el diálogo y en tres fases poder reposicionar una marca cuidada y defendida por sus comunidades principales.

Workshops

Workshop 4

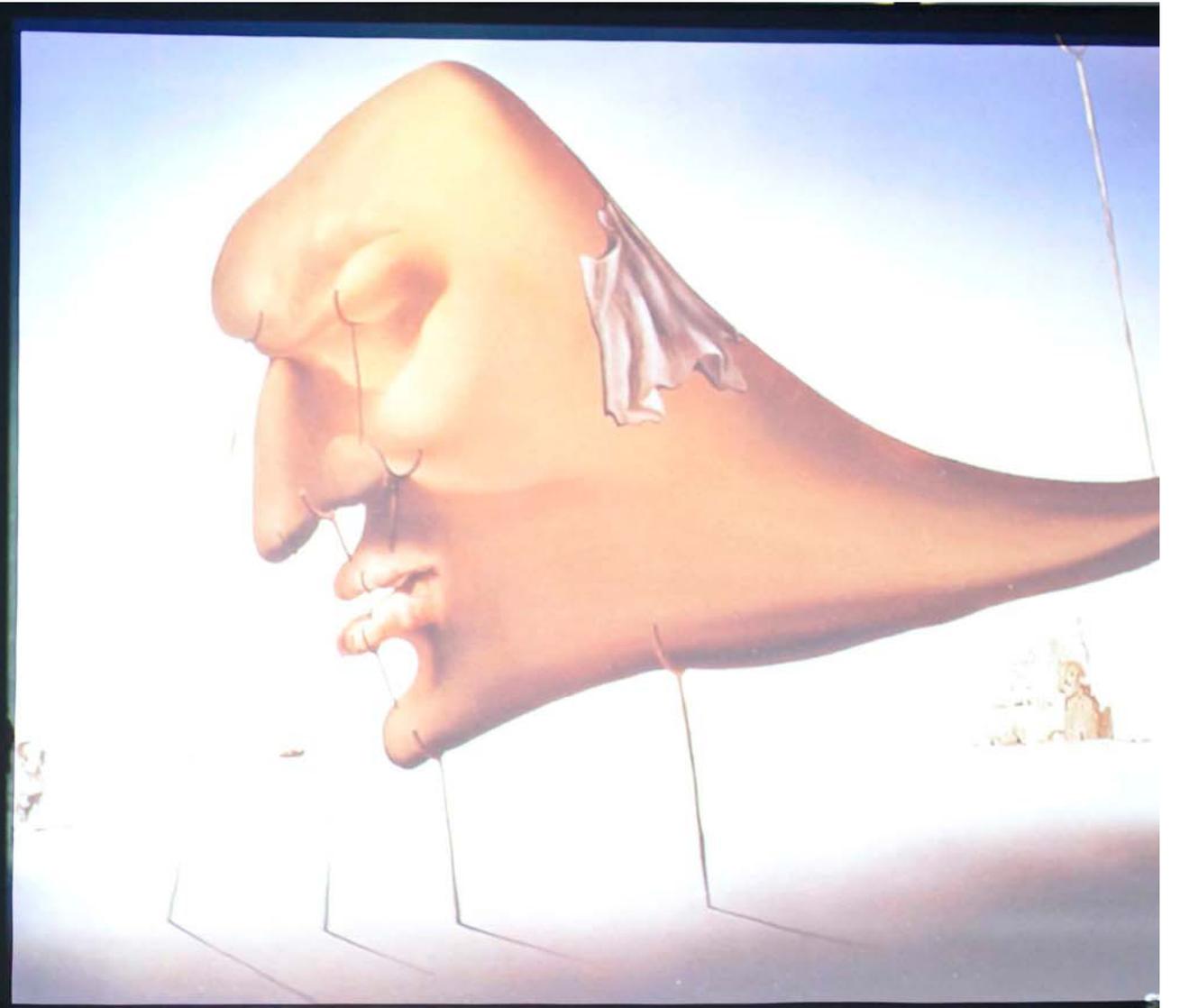
EL PUNTO DE VENTA ¿Cómo mejorar la experiencia del usuario?

David Santafé y Alberto Fantova HMY YUDIGAR



La innovación tecnológica ha generado que las marcas deban sincronizar y tratar apropiadamente la oferta Off-line y On-line. ¿En qué se convertirá el punto de venta del mañana?
Se conocieron las claves del diseño en el punto de venta actual, se revisaron casos de conceptos de diferentes marcas y se realizó un caso práctico, con la vista puesta en el futuro, de cómo conceptualizar un punto de venta para una enseña cualquiera con unas pequeñas pautas como guía y mediante la creatividad de cada uno.





diseña
FORUM

PechaKucha

Cadi

PechaKucha Night



Se trata de un formato rápido de presentación de ideas, proyectos, diseños... La idea fundamental de Pecha Kucha es permitir compartir las ideas de diversos presentadores durante una noche, manteniendo un nivel de interés y atención alto mediante presentaciones muy concisas, a través de 20 imágenes y 20 segundos por cada imagen (6 minutos y 40 segundos por presentación) Al finalizar las presentaciones el evento se transforma en un espacio de encuentro entre los participantes.



DISEÑA FORUM

"Diseño en la vida real y en la virtual"

"Design in virtual and real life"

