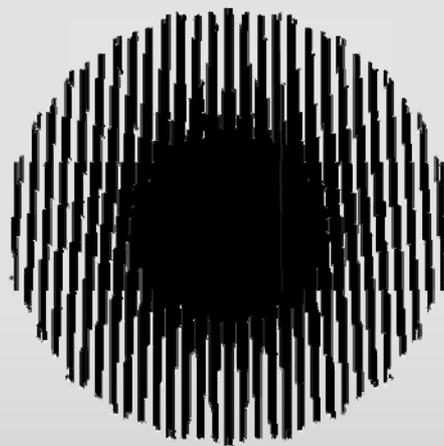


DISEÑA FORUM

"Nuevos enfoques del diseño en la empresa"

"New approaches to design in companies"



El diseño está adoptando un papel cambiante en la actualidad. Mientras por un lado se sigue circunscribiendo al peso de sus atributos estéticos y formales, por otro es creciente su papel en el seno de las empresas como actividad que ha de alinearse con la estrategia del negocio y contribuir decisivamente a la diferenciación y al crecimiento de las mismas.

Desde otro punto de vista, la opción del diseño vinculada al producto se proclama también superada, responsabilizándole, en un entorno cada vez más avanzado tecnológicamente, de la eficacia del servicio básico que presta la empresa. Por último, y si atendemos al papel creciente de los consumidores en el mercado, ¿cómo integrar la previsión de su comportamiento o preferencias futuras?, ¿pueden los consumidores llegar a adoptar un papel de diseñadores, participando en procesos abiertos de desarrollo o co-creación?, ¿cómo gestionarán estos procesos las empresas?

A algunas de estas cuestiones trató de aportar un poco de luz el Diseña Forum.





Diseña
Forum

diseña
forum
"¿Por qué el diseño en la empresa?"
"¿Por qué el diseño es negocio?"

Diseña
Forum

WT

Ponentes Speakers

Valerie Jacobs



LPK TRENDS

Jordi Morillo



HP LARGE FORMAT PRINTING

Peter Fassbender



FIAT LATIN AMERICA STYLE CENTER

Marre Moerel



MARRE MOEREL DESIGN STUDIO

Ton Borsboom



PHILIPS DESIGN

Ariadna Mateu



INNOVALLEY

Iñaki Amate



FJÖRD

A. Buffet/L. Kissack

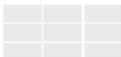


MCDONALD'S EUROPE

Deyan Sudjic



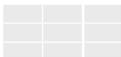
DESIGN MUSEUM OF LONDON



PREVISIÓN DE TENDENCIAS. Diseñar hoy pero vender mañana.

Al sumergirnos en las influencias globales y socio-culturales, podemos identificar las fuerzas, explorar los movimientos y descubrir las ideas que impulsan los nuevos comportamientos de los consumidores, preparándonos para un futuro que nos obligará a rehacer nuestro papel como diseñadores. Lo más importante a considerar no son los modelos de cambio en sí mismos, sino pensar en sus consecuencias y en estrategias para estos cambios inminentes.

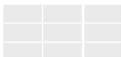




HP. Del diseño de producto al diseño de la experiencia.

En su intervención detalló la aplicación del proceso de diseño, sus fases, sus herramientas, los resultados de cada fase, y como las conclusiones de este proceso iterativo, permite a HP tomar mejores decisiones de negocio. Cómo la aplicación sistemática del diseño en la gestión empresarial mejora los resultados al aumentar las ventas al mejorar la proposición de valor, y reducir los costes al generar eficiencias en la implementación a través de la planificación. Para ilustrar estos conceptos se describió un caso concreto de desarrollo de producto, introducido con gran éxito en el mercado liderando su categoría.

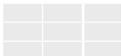




EL PROYECTO DE CO – CREACIÓN DEL FIAT MIO

"El Fiat Mio es un vehículo compacto, urbano, con convergencia de medios e infoentretenimiento, fácil de aparcar, y con cero emisiones. Estas fueron las peticiones de las más de 1,5 millones de personas que visitaron el portal en el que los consumidores ayudaron a Fiat a construir el Fiat Mio. Fiat Brasil es el primer fabricante de equipos originales que ha desarrollado un coche mediante código abierto. Forma parte de la filosofía de Fiat de mantener encendido el debate sobre el futuro del automóvil.

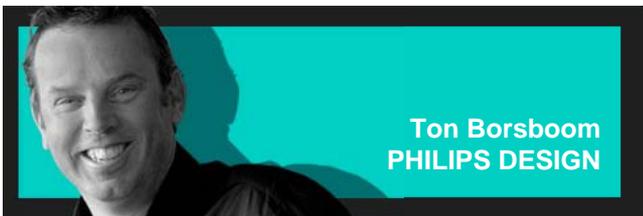
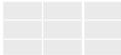




DISEÑO EXPERIMENTAL – DISEÑO ARTE.

En la ponencia, Marre Moerel, directora creativa y alma Mater de MMDS trató de ofrecer una visión lo más clara posible de su proceso creativo, inquietudes y su forma de entender y vivir el diseño. La idea de crear objetos que nacen con la intención de ser útiles y al mismo tiempo vehicular o generar emociones propias de las piezas artísticas. Otra de las ideas centrales de la filosofía de trabajo es el difícil equilibrio entre los encargos profesionales y los proyectos personales.



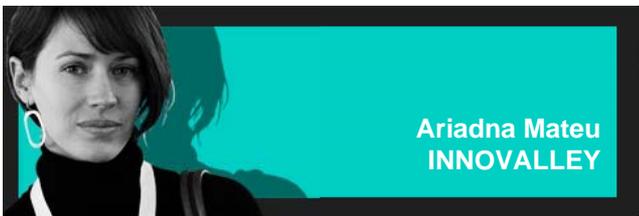
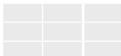


DISEÑO CON D MAYÚSCULA. Integrar el diseño en la cultura corporativa.

"El papel del diseño está cambiando... Para ser rentables y sostenibles a largo plazo, las empresas están cambiando y con ellas el papel del diseño. Se está moviendo desde el diseño convencional, que afecta al estilo y la estética del producto, hasta convertirse en un diferenciador real para las empresas que quieren crecer a través de la innovación e integrar el diseño en sus procesos y estrategias de negocio.

Ton Borsboom: "En Philips el papel y la responsabilidad del diseño han cambiado hacia lo que llamamos Diseño con 'D' mayúscula".



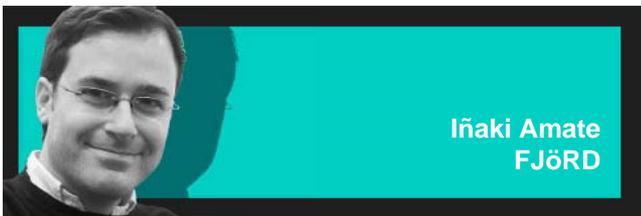
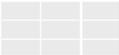


Ariadna Mateu
INNOVALLEY

INNOVALLEY. Un modelo de integración de diseño y tecnología.

Innovalley es una empresa de innovación centrada en smart apparel (ropa inteligente) fundada en Silicon Valley por emprendedores españoles. Se explicó el sistema de gestión de la innovación aplicado en la compañía desde la perspectiva del diseño, usabilidad y desarrollo de prototipos y producto a través de la experiencia conseguida mediante sus principales productos. Todo ello además, en el marco de relación que suponen los principales retos y ventajas del emprendimiento en Silicon Valley.



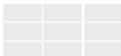


Iñaki Amate
FJÖRD

GESTIONAR COMO DISEÑAR.

Diseñar consiste en resolver problemas utilizando herramientas y metodologías de una manera sistemática. El proceso de diseño es transversal al ir desde las fases de investigación y desarrollo hasta la de lanzamiento del producto y venta, teniendo siempre al usuario o consumidor en el centro de todo el proceso. Las organizaciones tradicionales siguen estructuras de silos aislados que limitan la capacidad de operar horizontalmente. Design Thinking esta emergiendo como una alternativa a la gestión y organización tradicional de empresas. Design Thinking no solo aporta metodología y procesos sino una nueva filosofía de dirección de empresa.





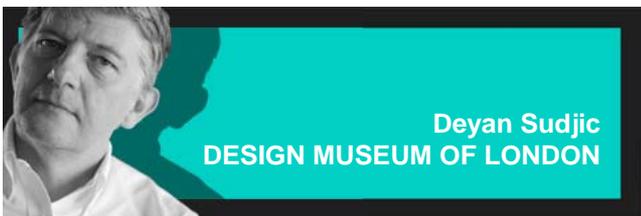
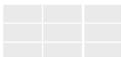
EXPERIENCIA McDONALD'S. Diseño en nuestro corazón.

Como líder indiscutible en el mercado de restaurantes de servicio rápido, durante los últimos cinco años McDonald's ha llevado a cabo una iniciativa para renovar la imagen de sus restaurantes en toda Europa y, de este modo, crear una nueva experiencia para sus clientes.

Una parte clave de dicha iniciativa ha sido el compromiso y el aprovechamiento de la experiencia en diseño exterior, lo que ha supuesto que la empresa abra nuevos caminos en la redefinición de las normas establecidas en el sector de restaurantes de servicio rápido.

La presentación explicó el papel del diseño en McDonald's, el enfoque de la empresa en el desarrollo de nuevos conceptos y soluciones y por qué el enfoque general se considera de tal importancia para la organización.





CONFERENCIA DE CLAUSURA: El lenguaje de las cosas.

El diseño está en todas partes. Nos seduce, complace e inspira. Nos hace separarnos de nuestro dinero. Define quién pensamos que somos. Y comprenderlo nos ofrece una forma completamente nueva de ver el mundo.

Un iPhone, un flexo Anglepoise, un Picasso, un billete de banco, un traje de Armani, un tejido de William Morris, un paquete de Lucky Strike, una nave espacial - cada objeto cuenta una historia.

Aquí Deyan Sudjic, director del Museo del Diseño, decodifica las cosas que nos rodean: sus significados ocultos, nuestra relación con ellos, cómo conforman nuestras vidas y por qué las deseamos.





Zaragoza World

Auditorio

Workshops

Workshop 1

CO-CREACIÓN Y DESIGN THINKING.

CO-CREATION & DESIGN THINKING.

Peter Fassbender. FIAT LATIN AMERICAN STYLE CENTER.



Se analizaron las posibilidades de mezclar la filosofía de pensar desde el diseño y los principios de diseño de código abierto en un proceso de diseño integrado. Se hizo una simulación de cómo podría ser este proceso, y se experimentó con ella (creando trabajos en equipo, desarrollando un caso...). Para valorar los resultados que cabría esperar de un proceso de este tipo".

Workshops

Workshop 2

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO.

THE USER EXPERIENCE DESIGN.

Iñaki Amate. FJÖRD



Hoy en día la experiencia de usuario ha pasado a estar en boca de consumidores y empresas. Es gracias a la ejecución de productos simples y atractivos que los usuarios han empezado a entender el valor de un buen diseño. Hoy en día ya no basta con diseñar un producto, hay que diseñarlo como un servicio, con sus extensiones y más allá diseñar su ecosistema. En el taller se abordaron las primeras fases del proceso de diseño de un servicio, con herramientas, métodos y ejemplos prácticos.

Workshops

Workshop 3

PREVISIÓN DE TENDENCIAS. Como usar las tendencias para impactar con los diseños.

TRENDS FORECASTING. How to use trends to impact your designs.

Valerie Jacobs. LPK TRENDS



¿Cómo podemos diseñar para los comportamientos, actitudes, valores y preferencias del mañana, cuando estamos anclados en el aquí y ahora de hoy? Nuestro trabajo como diseñadores debe ser lo bastante futurista como para tener relevancia cuando llegue al mercado en los años siguientes a su conceptualización y suficiente resonancia como para seguir siendo atractivo a partir de su lanzamiento. Se trabajó un enfoque para la identificación de tendencias y la manera de traducir la información sobre tendencias al diseño.

Workshops

Workshop 4

DISEÑO EXPERIMENTAL.
EXPERIMENTAL DESIGN.

Marre Moerel. MARRE MOEREL DESIGN STUDIO



El taller fue ágil con el fin de que fuera una posibilidad fácil y rápida de experimentar la forma y la función de los objetos y a partir de ahí indagar en el significado del mismo y la posibilidad del cambio de funcionalidad con una manipulación básica.

Se crearon piezas nuevas a través de la unión y metamorfosis de útiles y objetos de uso diario, posibilitando un nuevo lenguaje personal.



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.

