

DISEÑA FORUM

"Nuevos enfoques del diseño en la empresa"
Es una iniciativa diseñamás

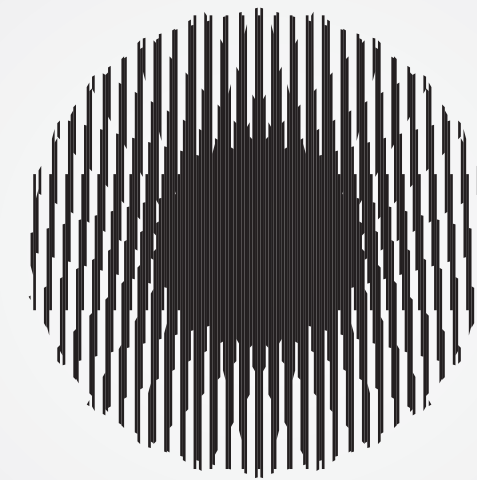
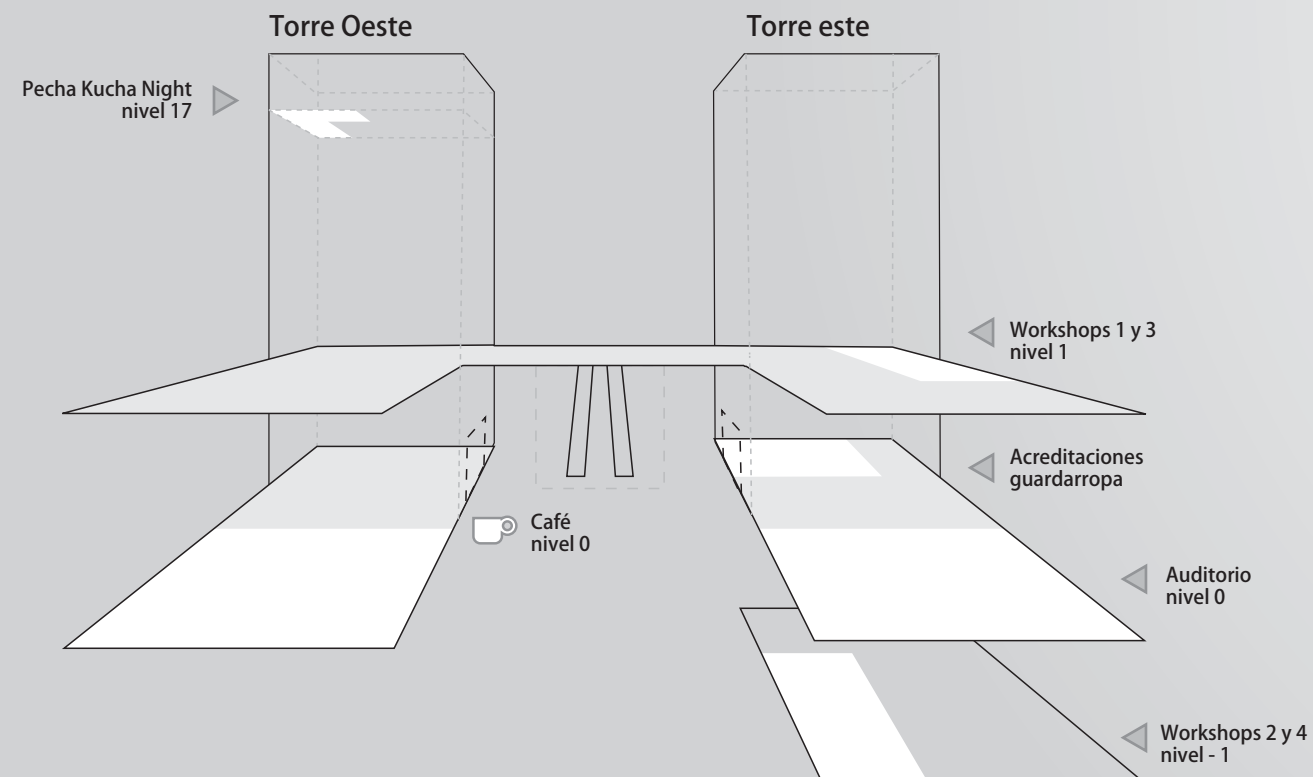
"New approaches to design in companies"
An initiative of diseñamás

Fechas: 23 y 24 de marzo 2011 // Lugar: WTC Zaragoza

Cadi

Centro Aragonés de Diseño Industrial
Monasterio de Samos, s/n. 50.013 Zaragoza
(Edificio antiguo matadero)
T. 976 79 65 81 F. 976 79 65 82
cadi@aragon.es

WORLD TRADE CENTER ZARAGOZA



2

0

1

1

Programa

Program

Introducción

Introduction

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 va a tratar de aportar un poco de luz el Diseña Forum.

The role of design is currently changing. While still restricted to the weight of its aesthetic and formal attributes, on the other hand it has a growing role in companies, as an activity to be aligned with business strategy so as to contribute decisively to their differentiation and growth.

From a different point of view, the option of design linked to a product has also been claimed to be overcome. In an ever more technologically advanced environment, it now takes on responsibility for the effectiveness of the basic service provided by the company.

Finally, if we consider the growing role of consumers in the market, how to integrate their expected behavior or future preferences?, can consumers eventually assume a role as designers, participating in an open process of development or co-creation?, how will companies manage these processes?

This edition of Diseña Forum will try to shed some light on some of these issues.

23 de febrero

23rd of february

Pensar desde el diseño

Design Thinking

- 15,30 h **Recepción de asistentes.**
Welcoming attendees.
- 16,00 h **Presentación Foro.**
Introduction to Forum.
D. Arturo Aliaga López,
Excmo. Consejero de Industria,
Comercio y Turismo.
Counsellor of Industry Trade and Tourism.
- 16,15 h **PREVISIÓN DE TENDENCIAS. Diseñar hoy pero vender mañana.**
TRENDS FORECASTING. Designing today but selling tomorrow.
Valerie Jacobs
LPK TRENDS
- 17,05 h **HP. Del diseño de producto al diseño de la experiencia.**
HP. From product design to experience design.
Jordi Morillo
HP LARGE FORMAT PRINTING
- 17,45 h **Café.**
Coffee break.
- 18,15 h **EL PROYECTO DE CO-CREACIÓN DEL FIAT MIO.**
THE FIAT MIO CO-CREATION PROJECT.
Peter Fassbender
FIAT LATIN AMERICA STYLE CENTER
- 19,15 h **DISEÑO EXPERIMENTAL - DISEÑO ARTE.**
EXPERIMENTAL DESIGN - DESIGN ART.
Marre Moerel
MARRE MOEREL DESIGN STUDIO
- 20,10 h **Fin Jornada.**
Session ends.
- Modera la sesión - Session Moderator:**
Anatxu Zabaldekoa.
Periodista especializada en diseño.
Journalist specializing in design.

24 de febrero

24th of february

Gestionar el diseño

Managing design

- 15,55 h **DISEÑO CON D MAYÚSCULA.**
Integrar el diseño en la cultura corporativa.
DESIGN WITH A CAPITAL D.
Driving design into corporate culture.
Ton Borsboom
PHILIPS DESIGN
- 16,50 h **INNOVALLEY. Un modelo de integración de diseño y tecnología.**
INNOVALLEY. A technology-design integrated model.
Ariadna Mateu
INNOVALLEY
- 17,30 h **GESTIONAR COMO DISEÑAR.**
MANAGING AS DESIGNING.
Iñaki Amate
FJÖRD
- 18,10 h **Café.**
Coffee break.
- 18,35 h **EXPERIENCIA McDONALD'S.**
Diseño en nuestro corazón.
McDONALD'S EXPERIENCE.
Design at our heart.
Alice Buffet / Louise Kissack
McDONALD'S EUROPE
- 19,15 h **Sesión de preguntas y respuestas.**
Q & A session.
- 19,30 h **Clausura.**
Forum Closing Session.
D. Carlos Javier Navarro Espada,
Director General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa.
General Manager of Industry and Small and Medium Enterprises.
- CONFERENCIA DE CLAUSURA:**
El lenguaje de las cosas.
CLOSING LECTURE: The language of things.
Deyan Sudjic
DESIGN MUSEUM OF LONDON
- Vino de honor.**
Cocktail.

Modera la sesión- Session Moderator:
Nicolás Espada.
Subdirector del Periódico de Aragón.
Deputy editor of the newspaper El Periódico de Aragón.

actividades paralelas

activities in parallel

23 de febrero

23rd of february

21,30 h **Pecha Kucha Night**
00,00 h

24 de febrero

24th of february

- 9,30 h **Workshop 1**
11,15 h **CO-CREACIÓN Y DESIGN THINKING.**
CO-CREATION & DESIGN THINKING.
Peter Fassbender
FIAT LATIN AMERICAN STYLE CENTER
- 9,30 h **Workshop 2**
11,15 h **DISEÑO DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO.**
THE USER EXPERIENCE DESIGN.
Jesús Gorriti
FJÖRD
- 11,15 h **Café.**
Coffee break.
- 11,30 h **Workshop 3**
14,15 h **PREVISIÓN DE TENDENCIAS. Como usar las tendencias para impactar con los diseños.**
TRENDS FORECASTING. How to use trends to impact your designs.
Valerie Jakobs
LPK TRENDS
- 11,45 h **Workshop 4**
13,30 h **DISEÑO EXPERIMENTAL.**
EXPERIMENTAL DESIGN.
Marre Moerel
MARRE MOEREL DESIGN STUDIO



Valerie Jacobs,

Vice-Presidenta, Directora de Grupo de LPK Trends, es experimentada en el pronóstico de diseños y se centra en el desarrollo de análisis de tendencias para las marcas de los clientes de LPK. El enfoque estratégico de la Sra. Jacobs combina la investigación, el análisis y la traducción de datos sobre tendencias a estrategias operativas que se relacionan con el diseño, para las iniciativas de marcas de consumo. El periódico The New York Times a menudo le solicita su punto de vista experto y ha escrito artículos para diversas revistas especializadas.

LPK TRENDS

LPK Trends construye marcas líderes, ayudando a transformar las marcas mediante la integración de los conocimientos e innovación y los conocimientos e ideas sobre los consumidores y el mercado, aprovechando el valor de la marca, y facilitando estrategias de tendencia para mejorar el flujo de ingresos y para mantener las marcas.

La experiencia de LPK Trends en las categorías y servicios del cuidado del cabello, cuidado de la piel, alimentación y bebidas y atención sanitaria ha tenido su impacto en algunos de los negocios con más éxito del mundo: Pantene, Herbal Essences, Oral-B, Pampers, Bounty, Hershey y Kellogg.

Ponencia

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.

Jordi Morillo,



Diseñador Industrial e Ingeniero Industrial, apasionado del diseño y la gestión, con 14 años de experiencia en HP ha dedicado los últimos ocho años a construir la función de diseño en la división de impresión en gran formato de HP con responsabilidad a nivel mundial sobre el diseño de sus productos y servicios. Desde hace 4 años coordina el Máster en Design Management en el IED de Barcelona. Diseñando el contenido, seleccionando el claustro y estableciendo la línea argumental y objetivos del mismo.

HP LARGE FORMAT PRINTING

En su empeño por convertirse en líder global del sector de la tecnología HP apuesta por una decidida implantación en los países donde lleva a cabo su actividad. Este es el caso de España, país en el que estableció hace 25 años un centro de I+D con responsabilidad mundial para el sector de artes gráficas e impresión en gran formato. En los últimos 5 años HP está haciendo una decidida apuesta por el diseño como herramienta estratégica de gestión. Por un lado el diseño consolida el valor que los clientes perciben, y por otro genera eficiencias que revierten en unos mejores resultados.

Ponencia

En su intervención detalla 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. Como 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.

Vice-President, Group Director, LPK Trends, is a seasoned design forecaster focusing on the development of trend analysis for LPK client brands. Ms. Jacobs' strategic approach melds together research, analysis and translation of trend data into actionable strategies as they relate to design, for consumer brand initiatives. She is often called upon for her expert point of view by The New York Times and has authored articles for a variety of trade journals.

LPK TRENDS

LPK Trends builds leadership brands, helping to transform brands through integrating trend knowledge and innovation with consumer and market knowledge and insights, leveraging brand equity, and providing trend strategies to improve revenue stream and to sustain brands.

LPK Trends expertise in the hair-care, skin-care, food & beverage and health-care categories and services has impacted some of the world's most successful businesses: Pantene, Herbal Essences, Oral-B, Pampers, Bounty, Hershey and Kellogg.

Talk

By immersing ourselves in global and socio-cultural influences, we can identify the forces, explore the movements and uncover the insights that drive emerging consumer behavior, preparing us for how the future will remake our roles as designers.

An Industrial Designer and Industrial Engineer, with a passion for design and management, with 14 years experience in HP, he has devoted the past eight years to build the design function in HP's large format printing division, with worldwide responsibility for the design of their products and services. He has been coordinating the Master's Course in Design Management at IED, Barcelona, by designing the contents, selecting the faculty members and setting the story line and objectives.

HP LARGE FORMAT PRINTING

In its efforts to become a global leader in the technology industry, HP is committed to a strong presence in those countries where it conducts its business. This is the case of Spain, a country where an R&D Center was set up 25 years ago, with global responsibility for the sector of graphic arts and large format printing. In the last 5 years, HP has been making a strong commitment to design as a strategic management tool. On the one hand design reinforces the value that customers perceive, and it also generates efficiencies that flow back into better results.

Talk

His lecture provides details of the implementation of the design process, its stages, its tools, the results of each stage, as well as the conclusions of this iterative process, allowing HP to make better business decisions. How the systematic application of design in business management improves results by increasing sales as it enhances the value proposition and by reducing costs as it generates efficiencies in implementation through planning.

Peter Fassbender,

Estudió Diseño Industrial en la Escuela Superior de Ciencias Aplicadas de Pforzheim en Alemania y en 1989 se fue directamente a Turín debido a su amor por el diseño italiano. Comenzó a trabajar en Fiat como Diseñador Exterior después de algunas prácticas en Audi. En 1995 fue nombrado Jefe de Diseño Exterior y trabajó en Fiat Stilo. En 2002 Fiat le pidió que abriera el Centro Fiat Style de Latinoamérica en Belo Horizonte, Brasil, primer y único centro de diseño de Fiat fuera de Italia.

FIAT LATIN AMERICA STYLE CENTER

Fundada en 2002 para fomentar el desarrollo de productos locales para Fiat en América Latina. Comenzó con cuatro diseñadores, ahora toda la estructura tiene 88 empleados.

Un producto especial es la línea "Aventura", solamente presente en Latinoamérica. Nuestro primer producto importante 100% local es el Nuevo Uno, que fue elegido "Coche del Año 2010" en Brasil. Otro proyecto destacable es el Proyecto Mio, el primer coche desarrollado 100% mediante código abierto.

Talk

"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.

Más en: www.fiatmio.cc

Marre Moerel,

Nacida en Breda, Holanda, en 1966. Moerel estudio diseño de moda en Rotterdam (Holanda) y se licenció en escultura en la Escuela de Bellas Artes de Exeter, Inglaterra. Se graduó en el Royal College of Art en 1991 con un Master en diseño de mobiliario.

Desarrolla su propia línea de productos (diseño de mobiliario, iluminación, producto y accesorios) combinándolo con su trabajo para empresas de diseño conocidas internacionalmente como Cappellini, Celda, Covo, Kenzo, Offect y Wilsonart Int.

MARRE MOEREL DESIGN STUDIO

Marre Moerel Design Studio se asentó en Madrid en el año 2002 con la intención de aunar su labor profesional como estudio de diseño y showroom junto con la faceta más personal del trabajo creativo con proyectos propios.

Las colecciones más personales de MMDS están habitualmente enfocadas en la cerámica artesanal. Piezas, sobre todo de iluminación y de menaje, que buscan expresar la belleza inherente en la naturaleza y sus materias primas y trasladarla a los objetos de producción y uso diario.

Ponencia

En la ponencia, Marre Moerel, directora creativa y alma Mater de MMDS tratará 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.

He studied Industrial Design in Fachhochschule Pforzheim in Germany and went 1989 directly to Turin because of the love for Italian design. He started to work in Fiat as Exterior Designer after some internships in Audi. In 1995 he became Chief Designer Exterior and worked on Fiat Stilo. In 2002 Fiat asked him to open the Fiat Style Center Latin America in Belo Horizonte, Brazil, the first and only design center Fiat abroad from Italy.

FIAT LATIN AMERICA STYLE CENTER

It was founded in 2002 to encourage the development of local products for Fiat in Latin America. It started with 4 designers, now the whole structure has 88 employees. A special product is the 'Adventure' line, only present in LA. Our first important 100% local product is the New Uno, which was chosen 'Car of the year 2010' in Brazil. Another remarkable project is the Mio Project, first 100% open source developed car.

Ponencia

"FIAT MIO is a compact, urban vehicle, with media convergence, and infotainment, easy to park, and with zero emissions. These were the requests of over 1.5 million people who had visited the portal where consumers helped Fiat build the Fiat Mio.

Fiat Brazil is the first OEM that has carried out a car in an open source development. It forms part of Fiat's philosophy to maintain kindled the discussion on the automobile's future.

More: www.fiatmio.cc



Born in Breda, the Netherlands in 1966. Moerel studied fashion design in Rotterdam (NL), and received a BA (Hons) in sculpture from Exeter, England. She graduated from the Royal College of Art in 1991 with a Masters Degree in furniture design.

She works on self-initiated projects, and has developed her own collection of objects which range from Furniture Design, Lighting, Product, and Accessories. Besides producing her own line of products, she also works for internationally acclaimed design companies such as Cappellini, Celda, Covo, Fiorucci, Offect and Wilsonart Int.

MARRE MOEREL DESIGN STUDIO

Marre Moerel Design Studio settled in Madrid in 2002 with the intention of combining their professional work as a design studio and showroom with the more personal aspect of creative work through their own projects.

MMDS's most personal collections are usually focused on craft ceramic. Pieces, especially lighting and kitchenware, that seek to express the beauty inherent in nature and its raw materials and transfer it to the production and everyday use items.

Talk

In the lecture, Marre Moerel, MMDS's creative director and inspiration will try to provide a clear picture of her creative process, concerns and her way of understanding and experiencing design. The idea of creating objects that are born with the intention of being useful and at the same time conveying or generating the emotions of artistic pieces.



Ton Borsboom,



Ton es Director Senior de Nuevos Negocios en Philips Design. Dirige las relaciones externas con clientes con las empresas que utilizan las capacidades de Philips Design para apoyar sus actividades en relación con la investigación, la marca, la creación de productos o la innovación. Muchos de sus clientes son empresas líderes mundiales.

PHILIPS DESIGN

Philips Design es una de las primeras organizaciones de diseño de su clase en el mundo y fue fundada hace 85 años. Con 7 estudios delegación en Europa, Asia y Norteamérica (Singapur, Hong Kong y Gurgoan), son tanto el grupo interno de diseño a nivel internacional para Royal Philips Electronics como una consultoría de diseño para otras empresas que quieren crecer e innovar en sus negocios por medio del pensamiento desde el diseño, crear eficiencia y eficacia mediante la gestión del diseño y mejorar su valor de marca en el mercado. Practicamos el "Alto Diseño", un proceso de diseño centrado en las personas, basado en la investigación, multidisciplinario e integrado en el negocio.

Ponencia

"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,



Ariadna Mateu es redactora creativa, titulada por la Universitat Ramon Llull y la Scuola Holden de Alessandro Baricco. Ha trabajado en departamentos creativos de varias agencias de publicidad y ha dirigido el departamento creativo de la empresa de tecnología y comunicación TMT Factory. Co-fundadora del estudio de diseño e innovación Haiku Studio y de Innovalley.

INNOVALLEY

Empresa fundada en Silicon Valley dedicada a la innovación en el campo del smart apparel (ropa inteligente). El objetivo de Innovalley es hacer que la tecnología sea más accesible al usuario acercándola a otros campos como por ejemplo la moda, incrementando así la usabilidad de objetos y prendas que utilizamos a diario, y creando al mismo tiempo diseños que a todos nos gustaría vestir. Este proyecto ha sido galardonado con distintos premios al emprendimiento y la innovación.

Ponencia

Innovalley es una empresa de innovación centrada en smart apparel (ropa inteligente) fundada en Silicon Valley por emprendedores españoles. Se explicará 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.

Ton is Senior Director for New Business at Philips Design. He manages external client relationships with companies that use Philips Design's capabilities to support their research-, brand-, product creation- or innovation related activities. Many clients are leading global companies.

PHILIPS DESIGN

Philips Design is one of the first design organizations of its kind in the world and was founded 85 years ago. With 7 branch studios in Europe, North America and Asia (Singapore, Hong Kong and Gurgoan), we are both the international in-house design group for Royal Philips Electronics and design consultancy for third party companies who want to grow and innovate their business through design thinking, create efficiency and effectiveness through design management and improve their brand value in the market. We practice 'High Design', a design process that is people-focused, research based, multi-disciplinary and integrated in the business.

Talk

"The role of design is changing...

To be profitable and sustainable in the long run, companies are changing and the role of design with them. It is moving from conventional design, concerning product styling and aesthetics, to being an actual differentiator for companies that want to grow through innovation and embed Design into their business processes and strategies.

Ton Borsboom: "In Philips the role and responsibility of design has changed towards what we call Design with the Capital 'D'.

Ariadna Mateu is a creative editor, graduated at the Universitat Ramon Llull and Alessandro Baricco's Scuola Holden. She has worked in creative departments of several advertising agencies and has led the creative department of technology and communications company TMT Factory. Co-founder of design and innovation studio Haiku Studio and of Innovalley.

INNOVALLEY

A company founded in Silicon Valley dedicated to innovation in the field of smart apparel (smart clothes). The aim of Innovalley is to make technology more accessible to users by bringing it closer to other fields such as fashion, thus increasing the usability of objects and items of clothing that we use every day, and while creating designs that we would all like to wear. This project has won several awards for entrepreneurship and innovation.

Talk

Innovalley is an innovation company focused on smart apparel (smart clothes), founded in Silicon Valley by Spanish entrepreneurs. We will explain the innovation management system applied in the company from the perspective of design, usability and prototype and product development through the experience gained from its main products. All of this also, within the framework of relations which are the main challenges and advantages of entrepreneurship in Silicon Valley.

Iñaki Amate,

Iñaki comenzó su carrera desarrollando productos y servicios digitales en Finlandia. Trabajó para uno de los mayores grupos consultores de Internet en Europa, Satama Interactive, encargándose de Nokia.com. Ha impulsado y diseñado servicios y experiencias para empresas como Nokia, Ericsson o Vodafone. Diseñó los primeros conceptos de votación móvil que evolucionaron para convertirse en los chats de televisión y las tiendas de Concepto Vodafone, entre otros. En 2004 se unió a Fjörd y abrió la oficina de Helsinki como Director Gerente. En 2009 abrió la oficina de Madrid. En la actualidad es Director de Grupo de Fjörd a cargo de la expansión internacional y nuevos negocios. Ayuda a los clientes a adoptar el Pensamiento desde el Diseño para transformar sus negocios. Ha dado charlas en congresos y eventos como FICOD y NOW.

FJÖRD

Fjörd es una consultoría líder en diseño de servicios digitales, actualmente considerada por Deloitte y el Sunday Times como la de más rápido crecimiento en la zona de Europa, Oriente Medio y África. Fjörd trabaja con clientes visionarios en el diseño de servicios digitales de primer nivel y se guía por un principio rector: la simplicidad elegante. Fjörd ha trabajado en proyectos emblemáticos, proporcionando orientación estratégica y diseño para grandes marcas como: Nokia, Ericsson, Telefónica, BBC, Thomson Reuters, BBVA, Foursquare, MySpace y Yahoo! Fjörd fue fundada en 2001 y está dirigida por Olof Schybergson, Presidente de la Empresa. Fjörd tiene oficinas en Berlín, Helsinki, Londres, Madrid y Nueva York.

Ponencia

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.

Jesús Gorriti,

Actualmente trabajo como Director de Diseño en la oficina de Madrid de Fjörd Spain. Soy responsable de supervisar los proyectos de diseño para nuestros principales clientes, desde la toma de requisitos hasta su entrega, garantizando la calidad creativa y las fechas de entrega.

En el día a día destaco por mi habilidad como diseñador de interacción y visual, mi adaptabilidad a nuevos entornos y herramientas de trabajo, mis capacidades de observación social, un amplio conocimiento técnico y mi constante preocupación por querer crear la mejor experiencia para los usuarios. En vidas anteriores trabajé como técnico de sistemas, programador, diseñador gráfico, diseñador web y fotógrafo.

Iñaki started his career developing digital products and services in Finland. He worked for one of the largest Internet consulting groups in Europe, Satama Interactive managing Nokia.com. He has driven and designed services and experiences for companies like Nokia, Ericsson or Vodafone. He designed the first mobile voting concepts that evolved into TV chats and the Vodafone Concept stores among others. In 2004 he joined Fjord and opened the Helsinki office as Managing Director. In 2009 he opened the Madrid office. He is currently Group Director at Fjord in charge of international expansion and new business. He helps clients to adopt Design Thinking to transform their businesses. He has been speaking at conferences and events like FICOD and NOW.

FJÖRD

Fjord is a leading digital service design consultancy, currently ranked by Deloitte and the Sunday Times as the fastest growing in EMEA (Europe, the Middle East and Africa). Fjord works with visionary clients to design world-class digital services and is driven by one guiding principle: elegant simplicity. Fjord has worked on flagship projects providing strategic direction and design for major brands including: Nokia, Ericsson, Telefonica, BBC, Thomson Reuters, BBVA, Foursquare, MySpace and Yahoo! Fjord was founded in 2001 and is led by Olof Schybergson, CEO. Fjord has offices in Berlin, Helsinki, London, Madrid and New York

Talk

Designing consists of solving problems by using tools and methodologies in a systematic way. The design process is transverse since it goes from the research and development stage to product launch and sales, always keeping the user or consumer at the center of the whole process. Traditional organizations have isolated silo-like structures which limit the ability to operate horizontally. Design Thinking is emerging as an alternative to traditional company organization and management. Design Thinking provides not only methodology and processes, but a new business management philosophy.

I currently work as Design Manager at Fjörd Spain's Madrid office. I am responsible for supervising design projects for our major customers, from requirement collection to delivery, ensuring creative quality and delivery dates.

In the day to day work I would highlight my skills as a visual and interaction designer, adaptability to new work environments and tools, social observation skills, a broad technical knowledge and my constant concern to create the best experience for users. In previous lives I worked as a systems technician, programmer, graphic designer, web designer and photographer.





Alice Buffet,

Licenciada en una escuela parisisina de negocios, Alice comenzó su carrera en Marketing. Primero trabajó en Madrid, en una empresa francesa de vino y bebidas alcohólicas, como Asistente de Gerente de Marca. Se incorporó al equipo de marketing corporativo de una empresa inmobiliaria de un centro comercial en París en 2007. Hace cuatro meses, se incorporó al equipo del Estudio Europeo de Desarrollo y Diseño de Restaurantes de McDonald's como Gerente de Experiencia de Clientes y Soluciones Comerciales. Sus responsabilidades se centran en el desarrollo de nuevos servicios tecnológicos, para añadir opciones y valor para los clientes que visiten los restaurantes de la empresa y diferenciar a McDonald's como experiencia gastronómica única en el mercado de comida informal.

McDONALD'S EUROPE

La Corporación McDonald's opera en cuatro regiones del mundo, una de las cuales es Europa, donde abrió su primer restaurante en los Países Bajos en 1971. Hoy la empresa tiene alrededor de 6,800 restaurantes en 39 países de Europa, alrededor del 70% de los cuales son gestionados por franquiciados, y el resto por la empresa. La sede central de McDonald's Europa está en Ginebra, Suiza y la compañía cuenta con oficinas en las capitales de todos los principales mercados en los que opera.

Atendiendo a más de 13 millones de clientes al día en todo el continente, a finales de 2010 McDonald's Europa había renovado la imagen interior del 70% de sus restaurantes y tiene planes para la remodelación de cerca de 1.000 puntos de venta adicionales en el transcurso de 2011.

Ponencia

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 que se va a dar explicará 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.

Louise Kissack,



Licenciada en Gestión de Construcciones en el Reino Unido, Louise pasó la primera parte de su carrera trabajando para una empresa de montaje de tiendas en Inglaterra, antes de unirse a McDonald's en 2006. Inicialmente desarrolló el papel de Gerente de Proyectos en McDonald's, y jugó un papel decisivo en la renovación de la imagen de los restaurantes en todo el Reino Unido, antes de asumir un puesto a nivel europeo en 2009, en el aclamado equipo del Estudio Europeo de Desarrollo y Diseño de Restaurantes de la empresa, con sede en París. En su puesto actual, Louise tiene responsabilidades que incluyen facilitar el despliegue de conceptos de diseño interior y exterior en numerosos países europeos, así como liderar el desarrollo de soluciones novedosas para su integración en los restaurantes.

A graduate of a Parisienne Business School, Alice started her career in Marketing. Working first in Madrid, in a French wine and spirits company as an Assistant Brand Manager, she joined the corporate marketing team of a shopping centre's real estate company in Paris in 2007. Four months ago, she joined McDonald's European Restaurant Development and Design Studio's team as a Customer Experience and Business Solutions Manager. Her responsibilities are focused on the development of new technological services, to add choice and value to guests visiting the company's restaurants and set McDonald's apart as a unique dining experience within the informal eating out market.

McDONALD'S EUROPE

McDonald's Corporation operates in 4 areas of the world, one of which is Europe, where they opened their first restaurant in the Netherlands in 1971. Today the company has circa 6800 restaurants, across 39 European countries, around 70% of which are operated by franchisees, with the remainder being operated by the company. The headquarters of McDonald's Europe is seated in Geneva, Switzerland and the company has offices in the capital cities of all the major markets it serves.

Serving more than 13 million customers a day across the continent, McDonald's Europe had, at the end of 2010, reimaged the interior of 70% of its restaurants and plans to remodel close to 1000 further outlets during the course of 2011.

Talk

"Design at our heart"
As the clear leader in the quick service restaurant market, McDonalds has, over the past 5 years been pursuing an initiative to reimage its restaurants across Europe and in so doing, create a new experience for its customers.

A key part of that initiative has been the engagement and leveraging of external design expertise and this has seen the company break new ground in re-defining the established norms of the quick service restaurant sector.

The presentation that will be given will explain the role of design at McDonald's, the approach the company takes in the development of new concepts and solutions and why the overall approach is considered of such importance to the organisation.

A graduate of Construction Management in the UK, Louise spent the early part of her career working for a shop-fitting company in England, before joining McDonald's in 2006. Employed initially in the role of Project Manager at McDonald's, she played an instrumental role in the reimagining of restaurant outlets across the UK, prior to taking up a European post in 2009, with the company's acclaimed European Restaurant Development and Design Studio team, based in Paris. In her current position, Louise has responsibilities which include facilitating the roll-out of interior and exterior design concepts in numerous European countries, as well as leading the development of new play solutions for integration into the restaurants.

Deyan Sudjic,

Deyan Sudjic es director del Museo del Diseño de Londres. Su carrera ha abarcado el periodismo, la enseñanza y la escritura. Antes de incorporarse al Museo del Diseño en agosto de 2006, Deyan fue Decano de la Facultad de Arte, Arquitectura y Diseño de la Universidad de Kingston, profesor invitado en el Royal College of Art, y escritor sobre diseño y arquitectura del periódico The Observer. Deyan fue director de Glasgow, Reino Unido, Ciudad de la Arquitectura 1999 y en 2002 fue Director de la Bial de la Arquitectura de Venecia. De 2000 a 2004 Deyan fue Director de la revista Domus y fue Director Fundador de la revista Blueprint.

Deyan ha publicado muchos libros sobre diseño y arquitectura y se le nombró OBE (Oficial de la Orden del Imperio Británico) en 2000.

DESIGN MUSEUM OF LONDON

El Museo del Diseño es el museo líder en el mundo dedicado al diseño contemporáneo en todas sus formas, desde el mobiliario a los gráficos, y desde la arquitectura al diseño industrial. Trabaja para situar al diseño en el centro de la cultura contemporánea. Demuestra tanto la riqueza de la creatividad que se encuentra en todas las formas de diseño como su importancia. El diseño es un campo sumamente fértil lleno de nuevos trabajos con inventiva, así como un puntal fundamental de la economía moderna. Proporciona un medio para comprender el mundo contemporáneo y, potencialmente, hacerlo un lugar mejor. La misión del Museo del Diseño es celebrar, entretener e informar.

El Museo del Diseño ha creado un considerable público nuevo para el tema, con un programa de exposiciones populares sobre las disciplinas del diseño que van desde el diseño de coches a la moda y desde la arquitectura a los gráficos, llevadas a cabo junto con las muestras de su colección permanente de ejemplos de diseño icónico.

Conferencia de clausura

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.

Deyan Sudjic is Director of the Design Museum in London. His career has spanned journalism, teaching and writing. Before joining the Design Museum in August 2006, Deyan was Dean of the Faculty of Art, Architecture and Design at Kingston University, visiting professor at the Royal College of Art, and the Observer newspaper's design and architecture writer. Deyan was director of Glasgow UK City of Architecture 1999 and in 2002 he was Director of the Venice Architecture Biennale. From 2000 to 2004 Deyan was Editor of Domus Magazine and was Founding Editor of Blueprint Magazine.

Deyan has published many books on design and architecture and he was made an OBE (Officer of the Order of the British Empire) in 2000.

DESIGN MUSEUM OF LONDON

The Design Museum is the world's leading museum devoted to contemporary design in every form from furniture to graphics, and architecture to industrial design. It is working to place design at the centre of contemporary culture. It demonstrates both the richness of the creativity to be found in all forms of design, and its importance. Design is a hugely fertile field of inventive new work, as well as a key component underpinning the modern economy. It provides a means for understanding the contemporary world, and, potentially, for making it a better place. The Design Museum's mission is to celebrate, entertain, and inform.

The Design Museum has created a substantial new audience for the subject, with a programme of popular exhibitions on design disciplines ranging from car design to fashion, and architecture to graphics, run in conjunction with displays of its permanent collection of examples of iconic design.

Closing lecture

Design is everywhere. It seduces, pleases and inspires us. It makes us part with our money. It defines who we think we are. And understanding it offers us a whole new way of seeing the world. An iPhone, an anglepoise lamp, a Picasso, a banknote, an Armani suit, a William Morris textile, a Lucky Strike packet, a spacecraft - every object tells a story. Here Deyan Sudjic, Director of the Design Museum, decodes the things around us: their hidden meanings, our relationship with them, how they shape our lives and why we desire them.



Workshops

Workshop 1

CO-CREACIÓN Y DESIGN THINKING.

CO-CREATION & DESIGN THINKING.

Peter Fassbender

FIAT LATIN AMERICAN STYLE CENTER.

"Analizaremos 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. Haremos una simulación de cómo podría ser este proceso, y experimentaremos con ella (creando trabajos en equipo, desarrollando un caso...). Para valorar los resultados que cabría esperar de un proceso de este tipo".

Workshop 2

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO.

THE USER EXPERIENCE DESIGN.

Jesús Gorriti

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 abordarán las primeras fases del proceso de diseño de un servicio, con herramientas, métodos y ejemplos prácticos.

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 aprenderá un enfoque para la identificación de tendencias y la manera de traducir la información sobre tendencias al diseño.

Workshop 4

DISEÑO EXPERIMENTAL.

EXPERIMENTAL DESIGN.

Marre Moerel

MARRE MOEREL DESIGN STUDIO

El taller será ágil con el fin de que sea 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 crearán piezas nuevas a través de la unión y metamorfosis de útiles y objetos de uso diario, posibilitando un nuevo lenguaje personal.

"We will analyze the possibilities to mix design thinking philosophy and the principles of open source design in an integrated design process. We will simulate how this process could be, and experiment with it (creating team works, developing a case...). In order to value what results could be expected from a process of this kind".

Today user experience has come to be on consumers and businesses' lips. It is thanks to the implementation of simple and attractive products that users have begun to understand the value of good design. Today designing a product is no longer enough, it needs to be designed as a service, with its extensions and even beyond the ecosystem that makes this possible must be designed. The workshop will address the early stages of the design process of a service, with tools, methods and practical examples.

How can we design for the behaviors, attitudes, values and preferences of tomorrow when we are stuck in the here and now of today? Our work as designers must be future forward enough to be relevant when it hits the market in the years following its conceptualization and resonant enough to remain compelling following its launch. Attendants will learn an approach to identifying trends (both social, cultural and aesthetics) and how to translate trend information into design.

The workshop will be streamlined in order to make it a quick and easy opportunity to experience the shape and function of objects and from there to inquire into their meanings and the possibility of a change in functionality with basic manipulation. New pieces will be created through the union and metamorphosis of everyday utensils and items, thus enabling a new personal language.



KLEIN DYTHAM

PechaKuchaNight™

Pecha kucha fue ideado por Astrid Klein y Mark Dytham de la firma Klein Dytham Architecture (KDA Tokyo), se inicio en 2003 en Tokio, Japón como una plataforma para jóvenes diseñadores donde conocerse, encontrar colaboraciones y mostrar su trabajo en publico.

Pecha Kucha (pronunciase peh-chak-cha) una expresión que en japonés define el sonido de muchas personas hablando a la vez en un mismo espacio; el sonido de los cafés o los bares.

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

En otras ciudades se ha logrado una gran acogida por parte del público. Por su escenario han pasado personajes tan variados como dibujantes de Disney, sociólogos, diseñadores, cardiólogos, físicos nucleares, peluqueros, arquitectos, creadores de moda, artistas y un largo etcétera. Será una noche cargada de sorpresas y, como no, de innovadoras ideas contadas en formato rápido

Pecha Kucha was devised by Astrid Klein and Mark Dytham of Klein Dytham Architecture (KDA Tokyo). It started in 2003 in Tokyo, Japan as a platform where young designers could meet, find collaborations and showcase their work in public.

Pecha Kucha (pronounced as peh-chak-cha) is a Japanese expression that defines the sound of many people talking at once in one space, the sound of cafes or bars.

It is a fast presentation format for ideas, projects, designs... The fundamental idea of Pecha Kucha is to allow sharing the ideas of various presenters along one evening, while maintaining a high level of interest and attention thanks to very concise presentations consisting of 20 images and 20 seconds per image (6 minutes and 40 seconds per presentation). Upon completion of the presentations, the event becomes a meeting place for the participants.

In other cities it has been warmly welcomed by the public. Disney artists, sociologists, designers, cardiologists, nuclear physicists, hairdressers, architects, fashion designers, artists and many others have all taken the stage. It will be a night full of surprises and, of course, innovative ideas in a quick format.

Ponentes Speakers

Ernesto Casasín e Ignacio Ferrando.

Gabriel Jiménez Andréu

Francisco Javier Marco

Chema López

Ernesto Sarasa

Alberto Gamón

José M^a Blasco & Lucio Cruces

Teresa Blanco

Ildefonso Rubia

Eduardo Manchado