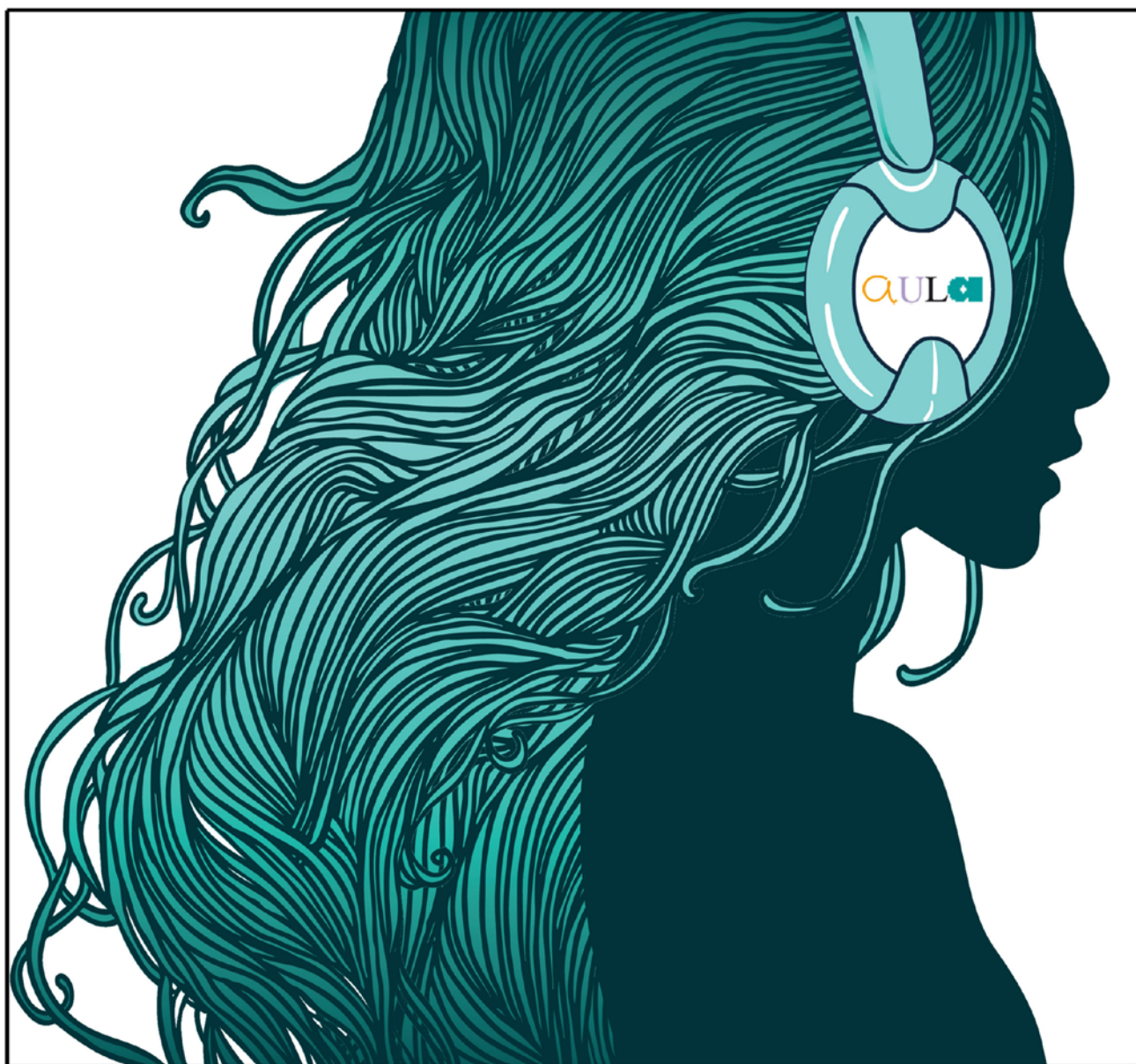


# muve

EDUCACION INTERNACIONAL



**UN MUNDO INTERCULTURAL EN AUGE Y SIN FRONTERAS**  
al servicio del estudiante, su entorno familiar y los centros de enseñanza

**EI**  
APASIONANTE  
MUNDO **del**  
**Diseño**  
**INDUSTRIAL**



*“El diseño no es necesario,  
es inevitable”.*

Ronald Shakespear

El diseño no se detiene, nosotros tampoco. Por eso te volvemos a invitar a conocerlo.

Este espacio está destinado a ti, para que saques partido y aproveches al máximo tus conocimientos lanzando al mundo esas ideas que se plasman en diseños innovadores que te apasiona crear.

Te apoyamos para que continúes informándote en el Apasionante Mundo del Diseño Industrial, ofreciéndote nuestras aportaciones en estas páginas. Creamos.

Hoy te acostarás sabiendo algo más del Diseño Industrial Made in Spain dentro y fuera de nuestras fronteras.

En estas líneas vamos a centrarnos en la situación que están atravesando las empresas españolas dedicadas al diseño industrial, estén ubicadas dentro de España o en el extranjero.

Hablaremos del crecimiento exponencial que han experimentado algunas de las empresas españolas en el sector industrial con más reconocimiento internacional.

Empezamos.

## ¿CUÁL ES LA CLAVE DEL ÉXITO EN UN DISEÑO?

Ya habrás oído alguna que otra vez esta pregunta o habrás leído unos cuantos artículos o libros referentes a como alcanzar el éxito cuando se decide apostar por un proyecto. Pues bien, en definitiva, todo se puede resumir en: aquello que ofreces debe aparecer en el momento y lugar adecuado.

En primer lugar -y lo más difícil- es ofrecer algo innovador, algo que nunca antes se haya visto, que llame la atención y cree curiosidad hasta el punto de tener que mirarlo dos veces.

Parándonos en este primer punto llegamos a la conclusión de que es muy fácil crear algo innovador y que la gente no haya visto nunca, tan sencillo como coger dos tenedores, pegarlos "de espaldas" y crear el "Nuevo binedor de 6 púas", algo que sin duda entraría en la lista de **inventos inútiles históricos**, como los que aparecen en los siguientes links y que aprovecho para dejaros ya que son bastantes divertidos y con los que os echaréis unas risas:



*Máscara para tener objetos (mandos a distancia) en tu cabeza.*



Estos inventos y otros tantos, quizás menos feos pero igual de innecesarios, que las personas compramos, nos hacen creer con sus estrategias de marketing que realmente los necesitamos para una vida más fácil y cómoda, cuando realmente lo que hacemos es pagar por algo que usaremos un par de veces y lo devolveremos a la caja de donde lo sacamos.



Porta-rollos de papel higiénico y altavoz para Ipod/Iphone.



WC para niños con fijación para Ipad

En definitiva, tan importante es la innovación en el diseño de un producto como su funcionalidad. No hay que confundir la creatividad con lo absurdo. En este segundo punto es donde se debe saber ver y escuchar, buscando las necesidades demandadas por la sociedad, y encontrando ese producto que debido a su estética, innovación y funcionalidad se haga un hueco en un mercado tan competitivo y por el cual la gente esté dispuesta a pagar para adquirirlo.

Llegados a este punto os invito a ver la muy recomendable conferencia "3 ways good design makes you happy" ("Tres maneras en que el buen diseño te hace feliz") del profesor emérito en ciencia cognitiva Donald A. Norman en el siguiente link:

[http://www.ted.com/talks/don\\_norman\\_on\\_design\\_and\\_emotion#](http://www.ted.com/talks/don_norman_on_design_and_emotion#)



Donald A. Norman

España tiene ejemplos (y muy buenos) de empresas de diseño industrial que a lo largo de su historia han logrado crear algo innovador, funcional y atractivo para la sociedad, y han tenido la capacidad de extenderse internacionalmente y poder competir en mercados extranjeros.

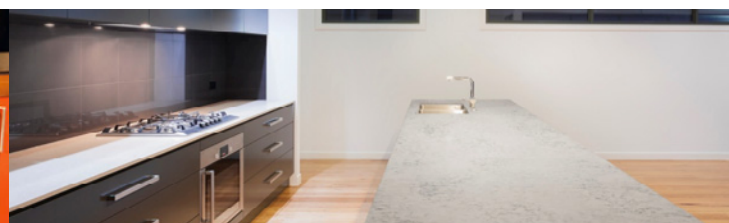
Uno de ellos es sin duda el Grupo Cosentino, fundado en 1979, de origen almeriense, que se dedica a la fabricación de soluciones arquitectónicas y de decoración. Se encarga de la producción y distribución de superficies innovadoras de alto valor para el mundo de la arquitectura y el diseño, tratando las materias primas desde la propia extracción en la cantera.



Cosentino ha conseguido proyectarse internacionalmente creando un programa innovador de investigación y desarrollo, respetando el medioambiente y la sostenibilidad. Además, debe su éxito mundial a la creación de marcas pioneras como Dekton®, Eco by Cosentino®, Sensa by Cosentino® y sobretodo Silestone®, cuya marca llegó a estar presente como patrocinador del equipo Ferrari en la Formula 1. Son marcas que han hecho posible crear nuevos ambientes y diseños únicos en las casas y espacios públicos.



Silestone®, como una de las marcas estrella de esta empresa almeriense, se dedica a la fabricación de materiales para superficies de baños y cocinas -domésticas principalmente-, aunque también pueden encontrarse en lugares de trabajo como laboratorios u hospitales. La composición de este material que trabajan se basa en un 90% de cuarzo natural, otorgando de esta manera a las superficies gran resistencia al rayado, golpes, manchas y baja absorción de líquidos además de tener propiedades bacteriostáticas añadidas en su proceso de fabricación. En esta última propiedad podemos ver el punto de innovación que ofrece la empresa al elaborar y tratar sus productos con añadidos que confieren mayor limpieza, siendo más higiénicos que otras encimeras, por ejemplo, que otras compañías del sector.



*Imágenes de encimeras y materiales de decoración de cocinas de la marca Silestone®*



En definitiva, el Grupo Cosentino, con más de dos mil empleados, la mitad en España, es un ejemplo de empresa española internacional, con seis plantas de producción, catorce canteras de piedra natural y diecinueve fábricas de elaboración repartidas por varios países.

Seguro que estáis pensando que una empresa creada hace más de 35 años como de la que acabamos de hablar ha tenido tiempo más que suficiente para abrirse camino en el mercado nacional e internacional, beneficiándose de los tiempos de bonanza donde las “vacas gordas” te permitían hacer crecer y dar estabilidad económica a tu empresa. Pues sí, tenéis razón, valorando el gran esfuerzo que el grupo almeriense tuvo que hacer en sus inicios, treinta años dan para caerse y levantarse varias veces, pero si están donde están es porque ha dado tiempo de hacer las cosas bien.

Lo difícil hubiera sido crear una empresa internacional, en España y en plena crisis económica.



BQ® - estilizado como bq -, empresa española con carácter internacional, fundada en 2010, o mejor dicho, en la crisis del 2010. Ejemplo de cómo hacer las cosas bien cuando todo lo que te rodea está mal.

Es una empresa dedicada al diseño de lectores electrónicos, tabletas, smartphones, impresoras 3D y kits de robótica.

Esta empresa empezó a gestarse en 2003, cuando seis estudiantes de la E.T.S. de Ingeniería de Telecomunicaciones de Madrid, decidieron llevar a cabo un idea, seguramente una de esas ideas que surgen en la cafetería de la universidad porque se ha suspendido la clase de las doce; la cuestión es que salieron de la cafetería se asociaron y crearon una empresa, la cual pasando por diversos nombres, acabó desembarcando en la actual bq®.

Fue en 2011, cuando bq® comenzó a diseñar y fabricar los primeros lectores electrónicos para Telefónica – Movistar ebook bq -, para Fnac – Fnacbook – y la Casa del

Libro – bq Tagus. En el segundo trimestre de 2011, y con el tiempo justo de asimilación de la velocidad de desarrollo de la empresa, expanden su negocio a Sudamérica, abriendo sede en Montevideo y aumentan su presencia en Portugal.

EN 2012, bq® se convierte en el diseñador y fabricante oficial de tabletas y lectores-e de Fnac, además de comenzar con la comercialización de los productos estrellas como los lectores Cervantes Touch y Cervantes Touch Light.



*Modelo lector-e Cervantes Touch Light, desarrollado por bq®*

Pero fue en el año 2013 cuando lanzan su primer smartphone, Aquaris 4.5, y desde este momento y pasando por los actuales diseños

de smartphones Aquaris E, fabricados 100% en España, se han situado firmemente en el mercado de la telefonía móvil, aunque también están presentes en el campo de las impresoras 3D con Witbox: la primera impresora 3D fabricada en España.



*Impresora 3D bq Witbox*



*Modelo Smartphone bq AQUARIS E6*





Para la siguiente empresa española que me gustaría hablaros, cambiamos de tercio, y nos adentramos en el mercado textil, en particular en el deportivo. Seguro que alguna vez a los largo de vuestra vida la habéis vestido, o utilizados en vuestras pachangas de futbol, hablamos de Joma®.

Marca deportiva española por excelencia, tercera en el ranking de marcas deportivas en España, solo por detrás de la multinacional alemana adidas, y la estadounidense nike.

De origen toledano, Joma® fue fundada en 1965, caracterizándose desde sus primeros diseños por la calidad de sus calzados y ropa deportiva. Siempre tuvo claro el sector del mercado al que se quería dirigir, obteniendo un gran éxito a nivel nacional, aunque compitiendo a nivel internacional con los dos grandes imperios del deporte – adidas y nike -.

Tras unos años de existencia se especializó en el fútbol, consagrándose como líder de ventas del mercado español en el 1992, 1994 y 1998, llevando el color a las botas de futbol en la década de los 90. En un momento donde predominaba el negro, Joma® con su lema "El color en el futbol" vistió a jugadores como Fernando Morientes o Alfonso Pérez con sus deportivas





Más adelante se decidieron por la fabricación de equipaciones de fútbol, llegando a patrocinar algunos de los principales equipos de las primeras ligas en diferentes países, incluyendo selecciones y siendo al menos hasta 2020 patrocinador del atletismo olímpico español.

Os dejo un link bastante interesante y explicado de manera muy visual y amena la historia de Joma:

<https://www.youtube.com/watch?v=hfRUoLU0lkw>

Joma® ha conseguido llevar la tecnología al mundo textil, no solo en los materiales de las equipaciones, sino que se ha hecho fuerte en el mundo del calzado deportivo, siendo una marca de renombre en el fútbol, running, trekking, tenis-padel. Ha logrado incorporar materiales más ligeros y resistentes, reduciendo el peso del calzado haciéndolos mucho más ágiles. Adaptando sistemas de amortiguación dependiendo de la superficie de uso, con cámaras de aire y sistema waterproofing para evitar aumentar el peso del calzado en superficies húmedas. Las suelas de las zapatillas de fútbol sala poseen carriles de flexión lo que favorece la maleabilidad del calzado y por tanto una mayor comodidad y sensibilidad en el pie en contacto con la pelota.

Zapatilla de fútbol sala  
Joma® modelo Top Flex.  
Suela con guías de flexión  
que le otorga mayor  
comodidad y ligereza.



Tecnología aplicada en las suelas de zapatillas deportivas Joma®



La innovación tecnológica aplicada en los pequeños detalles del material deportivo, especialmente en el calzado, ha llevado a Joma® a lo más alto del mercado competitivo. La firma española es otro ejemplo de reinención de una marca nacional, demostrando que cada



Detalle en el acabado del calzado deportivo Joma®. Se aprecia su innovación en las formas y texturas utilizadas.

Despiece de las capas compuestas en las zapatillas running de Joma®



**INDITEX****ZARA**

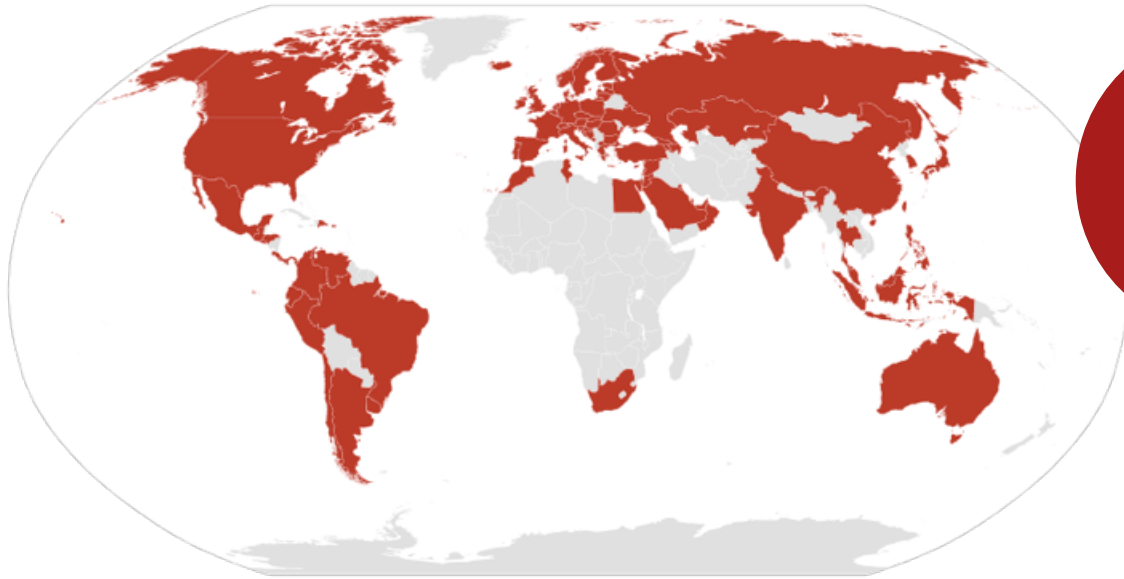
ZARA HOME

**Bershka**

oysho

**Pull and Bear****Massimo Dutti****Kiddy's Class**

UTERQÜE



Mapa de  
presencia del  
Grupo Inditex  
en el mundo en  
el año 2012.

Una vez que hemos entrado en el sector textil del diseño industrial, no podemos dejar sin mencionar la empresa líder por excelencia en España y muy altamente reconocida a nivel internacional, el Grupo "Industria de Diseño Textil, Sociedad Anónima" — Inditex S.A.

Inditex gestiona 6.249 tiendas bajo las marcas Zara, Zara Home, Massimo Dutti, Pull & Bear, Bershka, Oysho, Kiddy's Class, Uterqüe o Stradivarius, entre otras.

Fue en 1963, Amancio Ortega funda una empresa dedicada a la fabricación de prendas de vestir, y desde que el 1975 abre la primera tienda bajo el nombre de Zara, el crecimiento que ha experimentado la empresa ha sido tan exitoso como para haber situado a su propietario Amancio en el cuarto hombre más rico del mundo en 2014. La expansión mundial del grupo es sin duda asombrosa. Poco más hay que decir del tan conocido grupo.



Por último me gustaría hablaros de dos empresas, que dentro del sector del diseño industrial, ofrecen productos en el mismo campo. Ambas empresas fueron fundadas en España, una de ellas continua siendo Marca España, la otra fue comprada por una multinacional alemana.

Os diré cuáles son, y tras hablaros un poco de ellas, os diré quién es quién.



Son las empresas internacionales dedicadas al diseño y fabricación de electrodomésticos Fagor y Balay, ambas muy conocidas en España.

Fagor se funda en el 1974, su sede principal se encuentre en Oñátil, en el País Vasco. En una primera etapa se inició a comercializar otras marcas, más tarde empezaron a fabricar sus propias cocinas industriales, hasta llegar al diseño, fabricación y comercialización de cualquier tipo de electrodoméstico que necesites a nivel particular o como usuario colectivo.



Máquina de café Fagor.



Microondas con diseño innovador Fagor.



Campana extractora Fagor.

Fagor ha logrado romper fronteras a lo largo de su existencia, pudiendo internacionalizarse y expandirse no solo con sus 8 sedes en España, sino con filiales en Estados Unidos, México, Colombia, Reino Unido, Francia, Alemania, Polonia, Italia, Turquía, China y Australia.

Por otro lado, fue en 1947 cuando fue fundada Balay. Iniciándose en fabricar transformadores y reactancias para iluminación, fue en el 1951 cuando empezó a fabricar aparatos eléctricos. Desde este momento Balay se caracterizó por crear su propia tecnología, ampliando sus diseños con nuevos electrodomésticos.

En la década de los 80, Balay logra establecerse como empresa líder del sector en España, pero la grave crisis posterior que se produce en el país provoca grandes pérdidas en el grupo, afectando al despido de gran parte de sus empleados.

Pese a la inyección de capital que le proporcionó la administración, fue en el 1989 cuando Balay, es vendida a la multinacional alemana BSH. Actualmente, BSH ha conservado Balay como marca regional, orientada al mercado español y portugués, aunque siempre perteneciendo a la empresa alemana.

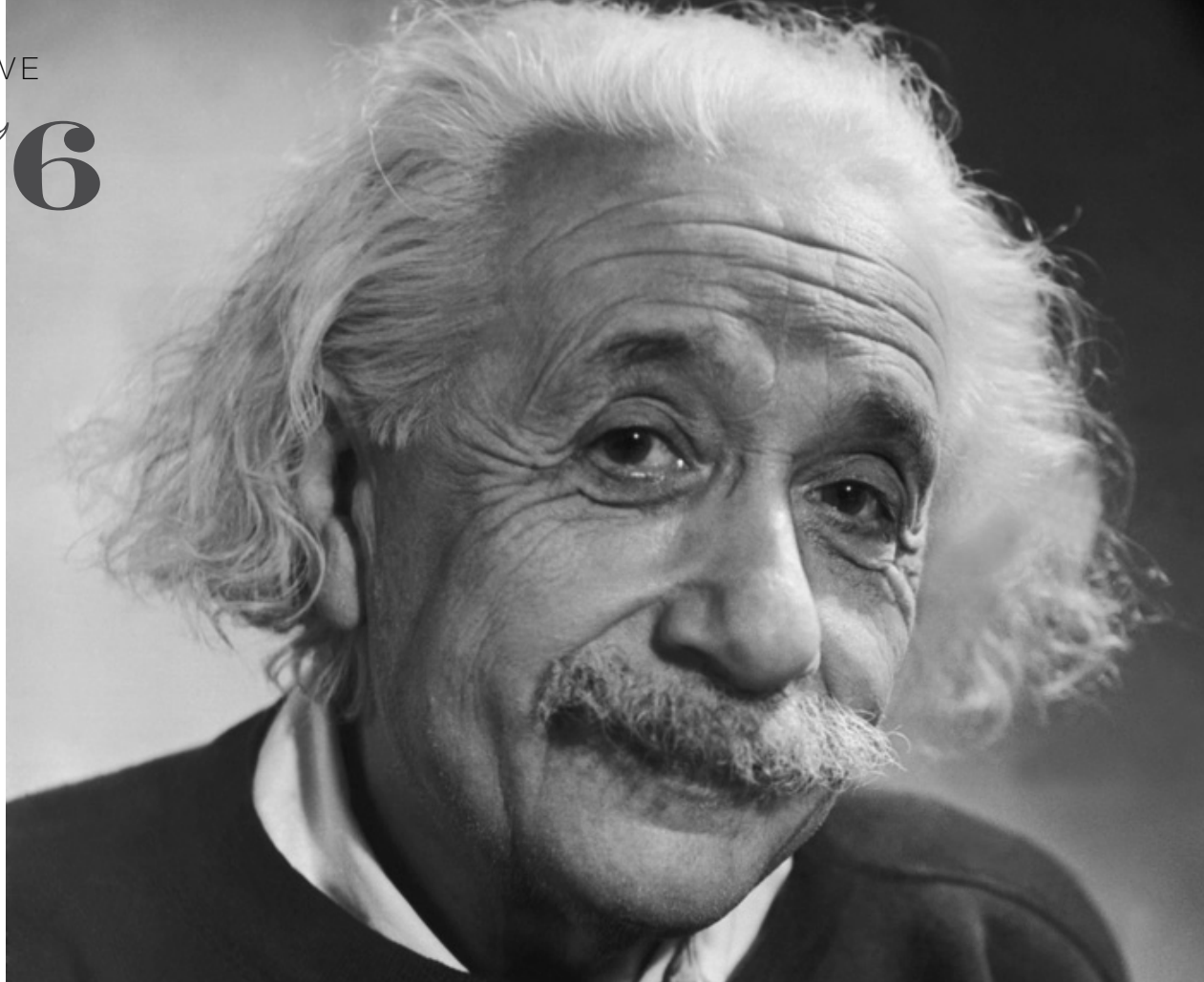
Hemos hablado de empresas españolas que pertenecen a campos totalmente distintos del mercado y a generaciones muy diferentes, pero a las que les une el diseño y la innovación.

Han sabido sacar partido a sus productos, venderlos y ampliar su radio de mercado.



NUVE

76



Ya lo dijo Einstein:

*“En los momentos de crisis, solo la imaginación es más importante que el conocimiento”*

*“La crisis es necesaria para que la humanidad avance. Solo en momentos de crisis, surgen las grandes mentes.”*

Albert Einstein





## LA NECESIDAD AMPLÍA MENTES Y ATRAVIESA FRONTERAS.

Ampliar el radio de acción de las empresas españolas ha sido y es una de las principales armas de contraataque a la crisis; la cual ha ocasionado la expansión a otros mercados más rápidamente que si estuviéramos en otras circunstancias. En definitiva, nos hemos tenido que espabilar rápido si queríamos salir adelante.

Aunque, como para toda cara A, siempre hay una cara B, y es que para la gran mayoría de las empresas españolas dedicadas al diseño industrial, el camino hacía el éxito sigue estando muy cuesta arriba. Ya sea porque resulte difícil crecer, expandirse a otros países o simplemente porque ha desaparecido la empresa, complica el desarrollo español en el campo del diseño industrial. Por ello hay que reinventarse. Apostando siempre por lo que te gusta, que es crear.

Parfraseando de nuevo a Albert, *“Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”* –

Albert Einstein-

En España a lo largo de su historia siempre se ha caracterizado por tener esa ambición y ganas de crear. Grandes inventos españoles se han convertido en grandes aportaciones a la humanidad; empezando por la fregona, y siguiendo por chupachups, subamrino, fútbolín, navaja, guitarra española, autogiro (precursor de los actuales y modernos helicópteros) hasta el teleférico son algunas de las creaciones de grandes mentes creativas españolas.

Desde este post te animamos a seguir tu camino como creador. Como hemos podido ver, existen empresas en nuestro país que no solo están superando la crisis, sino que han nacido y crecido en ella. Tomamos nota de ellas.



Te esperamos en el próximo post de AMDI.  
Diseña. Innova. Reinventa.  
Ahora es tu turno.