



Paola Cerdá y Berta Recatalá

ENTRE LAS NOVEDADES DE ESTE AÑO SE PRESENTA LA ZONA BUSINESS ANGEL

Salón Nude: sinergias entre el diseñador y la empresa

Textos: Mónica Martínez
Correo: redaccion@economia3.info
Imágenes: Archivo

El mes de septiembre es la cita anual que presenta las tendencias más innovadoras e internacionales y las perspectivas del sector del hábitat en Valencia. Este encuentro ya no solo genera ocasiones de negocio entre las empresas consolidadas que acuden a mostrar sus productos en Feria Valencia, sino también para toda una generación de jóvenes diseñadores industriales que se reúnen en torno a Nude, el

Salón Internacional de Diseño. Este foro de encuentro nació en el año 2002, en el marco de la Feria Internacional de Mueble de Valencia, como un proyecto pensado para ser una plataforma del diseño, una herramienta de servicio al sector hábitat, foro entre los diseñadores noveles y la industria, además de difusor de los valores de la cultura del diseño del hábitat.

Son muchos los jóvenes estudios que participan en el Salón Nude de esta edición. Para algunos de ellos, consultados para elaborar este reportaje, supone la oportunidad de intervenir "en una pla-

FLUYE

Desapercibido (2010) es el proyecto que este estudio, que nació en 2009, presenta en Nude. Se trata de muebles recubiertos por azulejos de cerámica fina, que se integran en los espacios de manera que pasan inadvertidos. Para el desarrollo de Desapercibido, las diseñadoras, ambas ingenieras técnicas en Diseño Industrial y Máster en Ingeniería de Diseño, han tenido en cuenta las tendencias en los cambios de los estilos de vida. Por ejemplo, espacios habitados por personas diferentes a lo largo de su vida útil (aumento del alquiler frente a la compra). Desapercibido está pensado para espacios contract, como hoteles, franquicias, recepciones, etc., pero puede ser aplicado a cualquier tipo de vivienda. Se dirige a un mercado de gama alta, que busca diseño y utilidad.

Desapercibido ha sido galardonado por el premio Injuve de Diseño 2010.

taforma consolidada para dar a conocer nuestros productos y servicios, a priori, a empresas de nuestra Comunitat" como explican Paola Cerdá y Berta Recatalá, socias del estudio valenciano Fluye; o como dicen desde el jovencísimo estudio Martiniblanco es estar en "el escaparate para salir al mercado, conocer de primera mano la opinión de la gente y darnos a conocer a las empresas". Las expectac-



María Roig y Yago Soriano

DISEÑO CD ROIG

Creado en el año 2000, Diseño CD Roig ha proyectado para Nude, Pixels XL. Se trata de un producto, para un nuevo sistema de revestimiento removable que permite, evitando obra y escombros, cambiar la decoración de las paredes de manera rápida y sencilla; el material permite un gran abanico de acabados como aluminio, madera, vinilo, cartón... La idea, explican los socios del estudio, María Roig y Yago Soriano, parte de la necesidad de variar el aspecto de una habitación con relativa frecuencia, a esto se le unió la idea de dejar mensajes en la pared a través del propio revestimiento, y finalmente se buscó un formato cómodo para poder realizar ambas cosas: pixeles; cuadrados materializados.

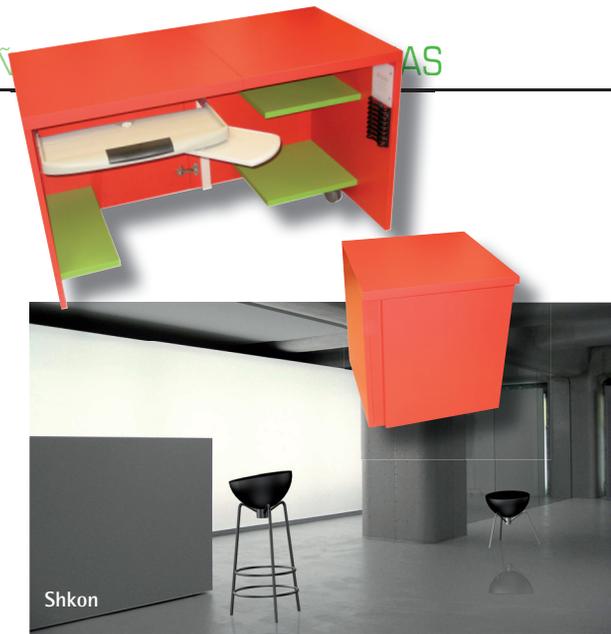


DICREIN ESTUDIO DE DISEÑO

Para la presente edición Nude, Dicrein presenta varios diseños innovadores que poseen un valor diferencial con respecto a otros productos del mercado. Entre ellos, el taburete Shkon con el que moverse o simplemente descansar en la posición deseada. Su mecanismo interno, consigue que el asiento oscile ligeramente hasta el asentamiento de las patas, que limitan el grado de giro y permiten que el asiento quede en una posición estática hasta que el usuario decida moverlo de nuevo. Las patas están formadas por perfiles de acero inoxidable curvado soldados a un eje central. El estudio está desarrollando en colaboración con Hisamon Muebles la línea de mobiliario modular, Cub, que consiste en tres piezas de almacenamiento.



Eduardo Tapiador, Leticia Rodríguez y Lucía Mateo



tivas que genera el Salón Nude entre los futuros diseñadores industriales hace que el foro esté abierto tanto a diseñadores, como a estudiantes y escuelas de diseño.

BUSINESS ANGELS

Entre las novedades de este año del Salón Nude destaca la zona Business Angel, donde los expositores podrán conocer de primera mano la opinión acerca de sus trabajos de los empresarios y directores creativos de primeras marcas. El formato para estos contactos será la entrevista. Los jóvenes diseñadores aplauden

la iniciativa, "válida siempre que sirva para aumentar la confianza de las empresas en los diseñadores" como apunta María Roig, socia junto a Yago Soriano de Diseño CD Roig. De similar opinión son Eduardo Tapiador, Leticia Rodríguez y Lucía Mateo, socios de Dicrein Estudio de Diseño, para quienes estas actuaciones facilitan la relación empresa-diseñador, que de otro modo resultan más complejas. "Son iniciativas -señalan- necesarias para comenzar a introducir el diseño en la empresa y deben de servir de ejemplo para posteriores actuaciones".

Para todos estos estudios que participen por primera vez en Nude, el evento es una muestra más "de la importancia que se le está dando al diseño por parte de la organización y creemos que son este tipo de acciones las que ayudan a la promoción de la disciplina en un escenario apropiado" como explican las diseñadoras de Fluye. Desde Martiniblanco también se apuntan a estas opiniones y destacan que es "una manera de conocer de primera mano la opinión que tienen productores y editores sobre tu pieza. Estos encuentros sirven para poner sobre la mesa la importante función del diseñador en la empresa".

El reto de apostar por el diseño industrial como elemento de diferenciación no siempre se ha contemplado por parte de las empresas fabricantes, y menos en momentos de crisis y recesión económica. Introducir esta nueva cultura, aumentar la relación diseñador-empresa, es un proceso lento que aún requiere de estímulos constantes. "Con más apoyo y confianza, los diseños de empresas valencianas serían referencia de calidad y exclusividad; la creatividad existe y las ganas de salirse de la norma, también..." sostiene María Roig.

Para el equipo de Dicrein Estudio de Diseño, la coyuntura actual propicia que las empresas realicen serios recortes tanto en innovación como en diseño. "Al ser éstos dos factores que aún no están ▶▶



Raúl Blanco y Carlos Martín

MARTINIBLANCO

Para el salón Nude, ambos alumnos del Máster de Diseño de Mobiliario e Iluminación de la Universidad Cardenal Herrera-CEU que estudian tras concluir sus estudios de Ingeniería Técnica en Diseño Industrial, proponen un producto protagonista y otro más pequeño y especial. El principal será una butaca, de pequeñas proporciones, contemporánea, que "suponga una revisión del momento de relax en el hogar. No nos plantemos una revolución estética del producto sino un análisis alrededor del uso de éste" explican. Martiniblanco fueron los elegidos para diseñar la imagen de Nude 2010 (a la derecha).



OBJETOS PARA REVISAR

Los jóvenes diseñadores son conscientes del cambio en los modos de habitar, de forma que cualquier objeto es susceptible de ser revisado. "Pensamos que tiene que haber un feedback entre objeto y usuario, y cualquiera que no cumpla esto necesita ser revisado" señalan desde Martiniblanco. Tampoco Dicrein se centra en un producto determinado ya que "a nuestro entender todo producto es susceptible de mejora. El diseño de los productos debe evolucionar en paralelo a los cambios sociales".

Las chicas de Fluye, aunque de similar opinión, se decantan por revisar los ordenadores portátiles "podrían mejorarse algunos caracteres ergonómicos", mientras que en CD Roig, eligen un machaca-ajos.

suficientemente integrados en la empresa son los primeros de los que se prescinde. Habría que reeducar al empresario para que considere el diseño como un elemento importante de diferenciación y apuesta realmente por su integración en la empresa".

Por su parte, desde Fluye consideran que las empresas sí empiezan a reaccionar ante la importancia de la diferenciación y posicionamiento a escala internacional y, ya que no se puede competir en precio, deben diferenciarse en otros aspectos. Uno de ellos, –señalan– el diseño, "ayudaría al posicionamiento de estas marcas en nichos de mercado cuya oferta y diferenciación se enmarca en la calidad e innovación de productos y servicios. Las empresas valencianas tienen la oportunidad y los medios, ya que existe un gran grupo de grandes creativos y buenas escuelas donde se está formando el futuro de nuestra disciplina. Pensamos que, poco a poco, se están realizando cambios en este sentido y se está valorando más la repercusión y el trabajo del diseño".

En opinión de Raúl Blanco y Carlos Martín, integrantes del estudio Martiniblanco, "cada vez hay más confianza en el diseño. Aunque desde nuestra poca experiencia, siempre hemos visto que el concepto 'diseño' no llega con toda claridad a las empresas, y que en ocasiones cuesta establecer el proceso de comunicación con éstas. No obstante, la situación parece que está cambiando. La crisis está obligando a que cualquier tipo de empresa utilice la creatividad para mejorar, y eso implica la contratación de diseñadores. Pensamos que el diseño es la herramienta económica del futuro". **E3**

Feria Hábitat se convierte en el escaparate de las últimas tendencias del sector

Además de difundir el trabajo de los nuevos talentos del diseño, Feria Hábitat Valencia tiene mucho que mostrar en esta edición de 2010. Por un lado, arranca por primera vez la jornada *Première*, donde los clientes más importantes, seleccionados por los propios expositores, pueden acceder a la feria el lunes 27 de septiembre para realizar su primer contacto con la oferta un día antes de la inauguración oficial del certamen, que se celebra del 28 de septiembre al 2 de octubre en Feria Valencia.

muestra de carácter itinerante organizada por la Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación (ddi), y el Círculo de Bellas Artes de Madrid (CBA). También se han organizado unos talleres en los que se desarrollarán la teoría y los principios del *Feng Shui*, arte milenario chino, para armonizar la decoración y conseguir una distribución ideal.

Además, Feria Hábitat acoge la primera edición del Congreso Iberoamericano de Profesionales de Arquitectura Interior (Cipai), que se convertirá en puen-



Hábitat Valencia apuesta por la concentración del escaparate para obtener la mayor rentabilidad de los pabellones en los que se mostrará la oferta

Otra novedad del certamen es el espacio destinado a la experimentación que tendrá cabida en los Talleres de Cocina I+D+i en los que colabora el instituto tecnológico, Aidima. Fabricantes de mobiliario y equipamiento de cocina presentarán avanzados prototipos concebidos tras escuchar las propuestas de chefs del prestigio de Quique Dacosta y Pedro Subijana sobre la cocina del futuro. Las empresas de vanguardia que están trabajando ya en los prototipos son Xoane, Gamadecor-Porcelanosa, Cuindec, Dona, Nuva, Dinámica, Mobleiberica, Vimens, Ondarreta, Compac, Daake- Blanco, Gutman y Viking

El espacio reservado para Talleres I+D+i de cocina contará con la exposición "A la mesa! Diseño y comida",

te de unión para acercar la cultura y el modo de entender la práctica profesional entre arquitectos de interior europeos e iberoamericanos.

La celebración de Cipai se verá enriquecida con las ponencias que pronunciarán: Patricia Urquiola; Mathias Klotz; Bruno Ericpuc; Palomba & Serafini; Jean Marie Massaud; Isay Weinfeld; Studio Arthur Casas; King & Miranda; o Isabel López entre otros. Ya han confirmado su presencia cerca de un centenar de prescriptores procedentes de 12 países.

Con más de 900 empresas expositores de 15 países, Feria Hábitat Valencia contará con la participación de las primeras marcas tanto españolas como europeas. Empresas punteras en tendencias y creatividad conformarán un escaparate único, variado y de calidad en la oferta. Para ello, el arquitecto Héctor Ruiz ha diseñado un concepto nuevo del espacio que convierte a Feria Hábitat Valencia en un entramado urbano, en el que los stands se convierten en escaparates. **E3**

Textos: Mónica Martínez
 Correo: redaccion@economia3.info
 Imágenes: Archivo 



A lo largo de estos diez años de Nude, sus objetivos se han ido cumpliendo y además de ser foro de encuentro de los jóvenes diseñadores acercándolos a la industria, ha abierto a los nuevos creadores valencianos numerosas puertas de entrada a la industria del mueble. Son muchos los que proyectaron sus diseños en el salón y convencieron a la industria, que ahora produce muchos de sus productos. Hay 'nude' exitosos como Cul de Sac, Juanico, Estudi Hac (José Manuel Ferrero), Nadadora, Emiliana, Héctor Serrano, Marcelo Alegre, La otra Cristina Serrano, DisCoh, Odosdesign,...

DisCoh y Odosdesign ejemplifican en estas páginas ese paso por Nude y su evolución posterior como estudio. Ambos estudios recuerdan su participación en el salón como "muy positiva", "como una escuela de verdad donde se aprendió muchísimo". Valoran también los contactos con la industria que fomenta el certamen, que "hay que trabajar para que se conviertan en resultados a largo plazo" dicen Kiko Gaspar y Miguel Abarca, socios de DisCoh (Diseño Coherente). En su caso, ese 'trabajo', gracias a Nude, se ha materializado con empresas como VH Aplicaciones o un4verde.

También OdosDesign tuvo "la suerte de acertar con un producto" que les abrió las puertas de algunas empresas como Gandía Blasco. El equipo de diseño formado por Luis Calabuig, María Mengual y Ana Segovia, que participó en Nude tras terminar la carrera, se convirtió poco después en una pequeña empresa. En esa evolución profesional del estudio, sus socios destacan que "básicamente, el cambio está en intentar sacar más rentabilidad a los proyectos, organizarnos mejor y seguir haciendo lo que nos gusta". Odosdesign ha sido reconocido, en-

Colección de mesas auxiliares Yohsi
 Diseño: Discoh 2009
 Produce: Kendo Mobiliario
www.kendomobiliario.com



DISCOH Y ODOSDESIGN

Y después de Nude, el mercado



Mesas de centro YAL
 Diseño: Discoh 2009
 Produce: VF Aplicaciones
www.vfaplicaciones.es

tre otros, con el Grand Design Award en Londres (2007), Selección Delta 2007, premio Gioia Casa 2007 y medalla de plata ADCV.

Durante los últimos años se ha querido potenciar entre el tejido empresarial una suerte de cultura que incorporara a sus estrategias recursos diferenciadores como el diseño industrial, para desarrollarse con éxito en la complejidad del mercado actual. Para el equipo de OdosDesign sí hay un interés creciente entre las empresas en general en incorporar el diseño como elemento diferenciador, aunque especifican que para ellos, "lo realmente importante es que se introduzca el diseño como estrategia, no como una acción puntual".

Frente a ellos, tanto Kiko Gaspar como Miguel Abarca, de DisCoh creen que "aún queda bastante hasta que las empresas caigan en la cuenta de que el diseño es una parte más del desarrollo de la empresa, como la comercial, administrativa, marketing... El problema, supo-



Kiko Gaspar y Miguel Abarca

DISCOH-DISEÑO COHERENTE

- Fecha de creación: 2008 (Discoh) 2006 (Abarca y Gaspar)
- Socios: Kiko Gaspar y Miguel Abarca
- Formación: Ingeniería Técnica en Diseño Industrial.
- Especialización del estudio: Diseño de producto y mobiliario, desarrollo técnico y gestión de la producción.
www.discoh.com

nemos, está en que sin el diseño, las empresas creen que también se puede progresar. Es similar a lo que pasaba antes con internet, hasta hace pocos años, las empresas pensaban, ¿para qué lo voy a utilizar si me cuesta dinero, y sin él también puedo trabajar?"

Este déficit de mentalidad proactiva a usar recursos, que aporten más valor añadido a los productos o servicios que prestan las empresas, se evidencia más si cabe en una coyuntura como la actual. En opinión de los socios de DisCoh, la situación actual "ha hecho que las empresas sean aún más reacias a invertir y desarrollar nuevos productos, por lo que nos está resultando muy difícil dar salida a nuestras creaciones. Muchos dise-



Colección de butacas Pio Pio
Diseño: Odosdesign. 2010
Produce Sancal
www.sancal.com

Luis Calabuig, María Mengual,
Ana Segovia

Parasol Ensombra. Diseño: Odosdesing. 2007
(1er premio Grand Design Award, 1er Premio Gioia Casa, Selección Delta 07)
Produce: Gandia Blasco
www.gandiablasco.com



ñadores están recurriendo a la auto edición (desarrollar sus productos y subcontratar y gestionar la fabricación y distribución de los mismos). Nosotros en concreto, hemos participado en la creación de la empresa un4verde, que pretende ser una plataforma de agrupación de estos diseñadores".

En cuanto a cómo está influyendo la recesión económica, desde Odosdesign, que entre sus clientes se encuentran Gandia Blasco, Sancal, Mobernia, do+ce, Babidu y Koo-International, opinan que influye como al resto de sectores, "todo es más comedido y los excesos ya no son tan frecuentes".

EL AGENTE DE DISEÑADORES

Pero a pesar de la situación coyuntural que vive la economía, el diseño español cada vez está más extendido y reconocido. Desde el punto de vista de DisCoh, "desde Miguel Milá, André Ricard, o Rafael Marquina, se ha caracterizado por la innovación en el concepto en sí del objeto, potenciando la idea más que la forma, pero sin dejar esta de lado".

Sin embargo, aún quedan flecos que promocionen la relación diseñador-industria. Por ejemplo, ambos estudios pro-

URGEN CAMBIOS EN...

- El packaging de productos alimenticios (paquete de sal, azúcar, pasta). "No hay forma de abrirlos sin que se caiga algo. Además del tipo de cierre, el espacio extra que ocupan en las cocinas pequeñas". OdosDesign.
- Más que un objeto del día a día, un elemento de muchos objetos: los cables y conexiones!... "En la era del wifi y el bluetooth todavía es necesario una gran cantidad de cables para tener funcionando un par de ordenadores y una impresora". DisCoh.

fesionales echan en falta figuras u organismos, que enlacen los diseños que proyectan con las empresas que necesitan



ODOSDESIGN

- Fecha de creación: 2005.
- Socios: Luis Calabuig, María Mengual, Ana Segovia.
- Formación: Ingeniería Técnica en Diseño Industrial.
- Especialización del estudio: Diseño de producto y comunicación.
www.odosdesign.com

estos diseños. Porque la realidad de los diseñadores, explican desde DisCoh es que "dedicamos más tiempo a promocionar nuestros diseños e intentar darles salida, que a diseñar nuevos productos". Odosdesign pone como ejemplo la figura de los agentes de diseñadores que existe en países como Italia, Japón o Francia, que "hacen la labor tanto de conectar a diseñadores con empresas, como también de ayudarlas a seleccionar al diseñador más idóneo para su necesidad".