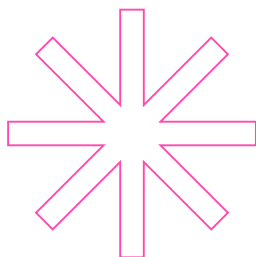


P

CH

D



-

2019







**PREMIOS  
CHILE  
DISEÑO**

-

**2019**





# ÍNDICE

— <b>Presentación</b>	<b>04</b>
— <b>Jurado</b>	<b>10</b>
— <b>Premios especiales</b>	<b>15</b>
Premio impacto al diseño	16
Premio a la trayectoria	20
— <b>Premios categoría Profesional</b>	<b>25</b>
Diseño identidad y marcas	26
Packaging	46
Diseño gráfico, editorial, impresos y tipografía	66
Diseño online y apps	84
Diseño de productos	96
Diseño de servicios y experiencia	122
Diseño de información	134
Diseño de ambientes y espacios	152
— <b>Premios categoría Impacto</b>	<b>205</b>
Impacto social	206
Impacto cultural	220
Impacto económico	232
— <b>Premios categoría Academia</b>	<b>241</b>
Estudiantes	242
Investigación	254

El Premio Chile Diseño es la máxima distinción que se entrega a los mejores proyectos de diseño nacional de los últimos dos años, además de ser la instancia de reconocimiento más importante de la industria del diseño.

Creado por la Asociación Chile Diseño en el año 2005, cuenta con 14 años de trayectoria, y este año celebra su séptima versión.

Su propósito es promover la importancia y el valor del diseño mediante el reconocimiento de proyectos de diseño nacional, los que visibilizan el impacto y la relevancia de la disciplina, capaz de cambiar realidades a nivel social, cultural y económico.

/  
 c a t e  
 g o  
 r í a s



## IMPACTO

Nueva categoría para profesionales que premia proyectos de diseño que se hayan destacado particularmente por el impacto positivo y medible generado en el ámbito social, económico, ambiental y/o cultural de nuestro país.

- IMPACTO SOCIAL
- IMPACTO CULTURAL
- IMPACTO ECONÓMICO
- IMPACTO AMBIENTAL

## PROFESIONAL

Participan todos los proyectos y trabajos de diseño ejecutados en el país por empresas nacionales o extranjeras, así como los realizados por profesionales chilenos residentes en Chile o el exterior.

### —DISEÑO DE IDENTIDAD Y MARCAS

1. Identidad visual
2. Branding

### —DISEÑO DE PACKAGING

1. Masivo
2. Selectivo

### —DISEÑO GRÁFICO, EDITORIAL, IMPRESOS Y TIPOGRAFÍA

1. Publicaciones editoriales e impresos
2. Memorias y gráficas corporativas
3. Tipografía

### —DISEÑO ONLINEY APPS

1. Web
2. Apps

### —DISEÑO DE PRODUCTOS

1. Mobiliario
2. Objetos
3. Indumentaria

### —DISEÑO DE SERVICIOS Y EXPERIENCIA

### —DISEÑO DE INFORMACIÓN

1. Señalética y sistemas de información
2. Infografía

### —DISEÑO DE AMBIENTES Y ESPACIOS

1. Retail
2. Hospitalidad
3. Espacios de Trabajo
4. Espacios institucionales
5. Exhibiciones / Museografía / Eventos
6. Iluminación

### —DISEÑO AUDIOVISUAL

1. Animación 3D
2. Motion Graphics

## ACADEMIA

Proyectos de cualquier área del diseño desarrollados entre enero de 2017 y julio de 2019.

- ESTUDIANTES
- INVESTIGACIÓN

# Roberto Concha P.

PRESIDENTE  
CHILEDISEÑO

/



Nuestra disciplina debe dejar de ser la "niña bonita" de la economía creativa, para que por fin sea considerada por toda nuestra sociedad como un catalizador de cambios y mejoras en todas las agendas que hoy son urgentes para nuestro país.



## ADIÓS A LOS PREMIOS DE BELLEZA

La séptima versión de los Premios Chile Diseño se volvió una agenda fundamental para todos quienes participamos en su desarrollo, ya que luego de una profunda revisión sobre las ediciones anteriores, nos dimos cuenta de que era tiempo de empezar a demostrar cómo y cuándo el diseño objetivamente produce impacto.

No todos tienen la posibilidad de medir cuál ha sido el aporte de nuestra disciplina —a veces ni siquiera de registrar sus procesos o resultados—, pero todo indica que, si queremos avanzar en espacios de mayor protagonismo y relevancia, debemos empezar por un estándar mínimo y Chile Diseño debe liderar ese camino. La complejidad de este desafío es muy grande, sobre todo por la gran cantidad de especialidades que hoy utilizan la denominación “diseño” (diseño de servicios, diseño editorial, diseño de identidad, diseño de productos, espacios, interacción, iluminación y un gran etcétera), además, porque es un factor casi imposible de aislar dentro de las muchas variables y diversas disciplinas que hoy se involucran e inciden en el éxito de un producto o servicio.

Entonces, ¿cómo entender el impacto del diseño? Empezando por reconocer, justamente, que no es el único protagonista, pero destacando, a su vez, que sin su participación, nada realmente se transformaría. Por eso inauguramos el desafío de premiar el impacto, creando una categoría “piloto” que abriera la posibilidad de relevar cualquier tipo de proyecto o iniciativa, pero con el foco en las agendas-país que más nos preocupan y no desde las disciplinas “aisladas” del diseño. Así surgen los premios al Impacto Económico, Social, Cultural y Medioambiental.

Además del debut de la nueva categoría vinculada al impacto, también actualizamos los premios “disciplinares”, sus bases y rúbricas de evaluación, para que también dieran cuenta de cómo el diseño es un proceso y no el resultado de una “epifanía”, ya que incorpora la visión del mandante, el entorno y medioambiente, las expectativas del usuario y, lo más complejo de todo, la interpretación del problema que se busca solucionar. Y sin ánimo de convertir esta nueva forma de evaluar en un algoritmo, nos preocupamos de no olvidar que el diseño, además de responder a factores racionales (forma y función), también es emoción, lo que se conecta a nuestra actividad con un *ethos* arraigado en la subjetividad, donde el talento y el oficio serán evaluados en función de la experiencia y apreciación de nuestros jurados. De ahí la importancia de contar con un gran panel de especialistas, que, por primera vez, fue convocado especialmente para cada categoría.

Abrazamos así el desafío de equilibrar el cociente intelectual con el emocional, algo así como pensar con los dos hemisferios, con lógica y con lenguaje, pero de forma simultánea. Sabemos que esto fue ambicioso, pero necesitábamos arriesgarnos y dar el primer paso hacia un premio más actual, pero sobre todo, más trascendente.

Esta ha sido la ruta que escogimos para sostener que un premio de diseño, que de verdad legitime a los mejores exponentes de nuestra actividad, no debe ser ni parecer un concurso de belleza. Es tarea de Chile Diseño revelar el poder transformador del diseño, por eso creemos en reconocer y publicar casos que conduzcan a nuestra disciplina hacia un nuevo estándar y aunque este siempre ha sido el espíritu del Premio, llegó la hora de desafiarlos a nosotros mismos y de demostrar cuánto podemos aportar. Por eso nuestro sector debe avanzar más rápido y salir definitivamente de la retórica. Nuestra disciplina debe dejar de ser la “niña bonita” de la economía creativa, para que por fin sea considerada por toda nuestra sociedad como un catalizador de cambios y mejoras en todas las agendas que hoy son urgentes para nuestro país.

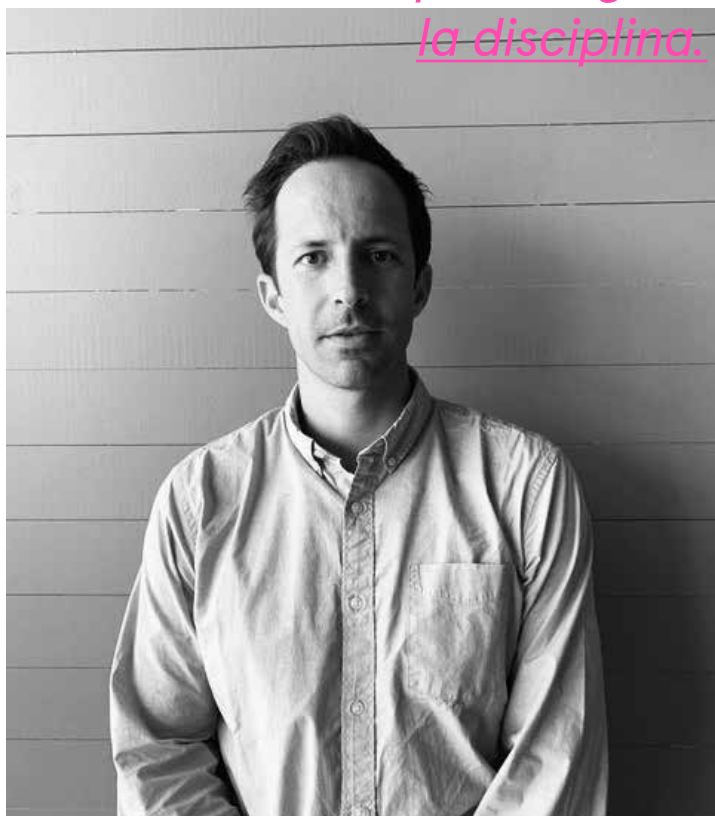
Saludos!

# Nicolás Jobet E.

SUBGERENTE DE COMUNICACIONES  
ASUNTOS CORPORATIVOS ARAUCO

/

Los Premios Chile Diseño se reafirman como una instancia que nace del diseño, pero que lo trasciende, volviéndose relevantes para todos, no solo para la gente que trabaja en la disciplina.



## DISEÑO EN LA MEDIDA DE LO IMPOSIBLE

Es posible entender la fuerza transformadora de una compañía a partir de la amplitud y la profundidad de su impacto: a cuántas personas llega y en qué medida logra transformaciones positivas en sus vidas. ARAUCO es una compañía que trabaja un recurso renovable, como es el bosque, y a partir de sus árboles, desarrolla productos renovables que buscan impactar positivamente en la vida de millones de personas en el mundo.

Y es que la madera que nos entregan los árboles está presente en la vida cotidiana de las personas, desde el diseño del mobiliario de una vivienda, en las vigas estructurales de un proyecto de arquitectura, en el papel donde aprendemos a leer y escribir, e incluso en la energía que se necesita para iluminar nuestras ciudades.

Es esta amplitud de posibilidades que ofrece la madera la que nos invita a tener también una amplia comprensión de nuestro potencial de impactar, y por eso en ARAUCO creemos que el diseño está presente en todo lo que hacemos; no solo en nuestros productos, sino en los desafíos del futuro.

Hay diseño en el cuidado del medio ambiente (“La basura es un problema de diseño”, dice Gonzalo Muñoz de TriCiclos). Qué duda cabe que muchos de los problemas que hoy estamos viviendo a raíz de la emergencia climática son consecuencia de soluciones pasadas cuyo diseño hoy no pasaría ningún estándar de sostenibilidad.

Hay diseño también en los proyectos que impulsamos para potenciar el desarrollo local de las comunidades donde llevamos adelante nuestro quehacer, desde el levantamiento de sus necesidades a partir del diálogo y la participación, hasta el diseño de la solución de infraestructura urbana que surge de dicha deliberación colectiva.

También hay una profunda sofisticación, vanguardia, ingeniería y desarrollo tecnológico en el diseño de nuestras plantas productivas, para ir permanentemente mejorando lo que hemos hecho en el pasado en materia de productividad, eficiencia medioambiental y seguridad ocupacional para nuestros trabajadores.

Tener una mirada integral del diseño supone también tener conciencia de su potencial de impacto para hacer frente a los desafíos del futuro: cómo lo haremos para vivir juntos haciendo del mundo un lugar más sostenible. Y nosotros trabajamos con ese propósito en mente, intentando afinar nuestras preguntas y mejorar nuestras respuestas, para abordar así la complejidad y generar impacto en un mundo incierto.

Por eso creemos que el enfoque de los Premios Chile Diseño, al centrarse en iniciativas que buscan generar un impacto, pone en valor al diseño como una disciplina que se hace cargo de desafíos universales a partir de dolores locales. Así se reafirman como una instancia que nace del diseño, pero que lo trasciende, haciéndose relevantes para todos, no solo para la gente que trabaja en la disciplina. El diseño como fuente de colaboración, el diseño como punto de partida hacia lo desconocido, el diseño como una forma de desafiar el *status quo*, el diseño en la medida de lo imposible.



La selección final de los proyectos estuvo a cargo de un selecto jurado compuesto por expertos del mundo del diseño, empresarial, gubernamental y académico. Cada categoría fue evaluada por un jurado técnico, presidido por un destacado miembro de este órgano, quien dirigió el proceso de jura y convocó a cuatro miembros más para dirimir entre los proyectos presentados.





## CATEGORÍA IMPACTO

### —IMPACTO SOCIAL

#### Presidenta

María José Montero

#### Miembros

Sebastián Bowen  
Carolina Carrasco  
Josefina Cardone

### —IMPACTO CULTURAL

#### Presidenta

Alejandra Wood

#### Miembros

Carmen Gloria Larenas  
Yenny Cáceres  
Bernd Haller

### —IMPACTO ECONÓMICO

#### Presidente

Gabriel Gurovich

#### Miembro

Andrés Turski

### —IMPACTO MEDIO AMBIENTAL

#### Presidenta

Josefa Monge

#### Miembros

Felipe Zegers  
Eloísa Silva

## CATEGORÍA ACADEMIA

### —ESTUDIANTES

#### Presidente

César Domínguez

#### Miembro

Manuel Figueroa  
Bernardita Figueroa

### —INVESTIGACIÓN

#### Presidenta

Úrsula Bravo

#### Miembros

Paulo Caviglia  
Sergio Araya

## CATEGORÍA PROFESIONAL

### —DISEÑO IDENTIDAD Y MARCAS

#### Presidente

Bracey Wilson

#### Miembro

José Uribe  
José Zenteno

### —DISEÑO PACKAGING

#### Presidente

Luis Piano

#### Miembro

Mauricio Camiroaga  
Roberto Rasse

### —CATEGORÍA DISEÑO GRÁFICO, EDITORIAL Y TIPOGRAFÍA

#### Presidenta

Piedad Rivadeneira

#### Miembros

Mariana Babarović  
Bastián Pérez Streuly  
Francisco Gálvez  
Tomás Dintrans

### —DISEÑO ONLINE Y APPS

#### Presidente

Leo Prieto

#### Miembro

Matías Martínez  
Ignacio Soffia  
Sergio Majluf

### —DISEÑO DE PRODUCTOS

#### Presidente

Sebastián Núñez

#### Miembro

Pablo Valenzuela Velasco  
Marcelo Rotella Macchiavello  
Rodrigo Bravo  
José Allard

### —DISEÑO DE SERVICIOS Y EXPERIENCIAS

#### Presidente

Felipe González Rojas

#### Miembros

Verena Müller  
Paula Wuth  
Elisa Briones

### —DISEÑO DE INFORMACIÓN

#### Presidente

Juan Pablo Bravo

#### Miembros

Jorge Cortés  
Manuela Garretón  
Cristóbal Avendaño

### —AMBIENTES Y ESPACIOS

#### Presidente

Orlando Gatica

#### Miembros

Luis Fernando Moro  
Pablo Romero  
Cristián Domínguez

### —AUDIOVISUAL

#### Presidente

Juan de Dios Larraín

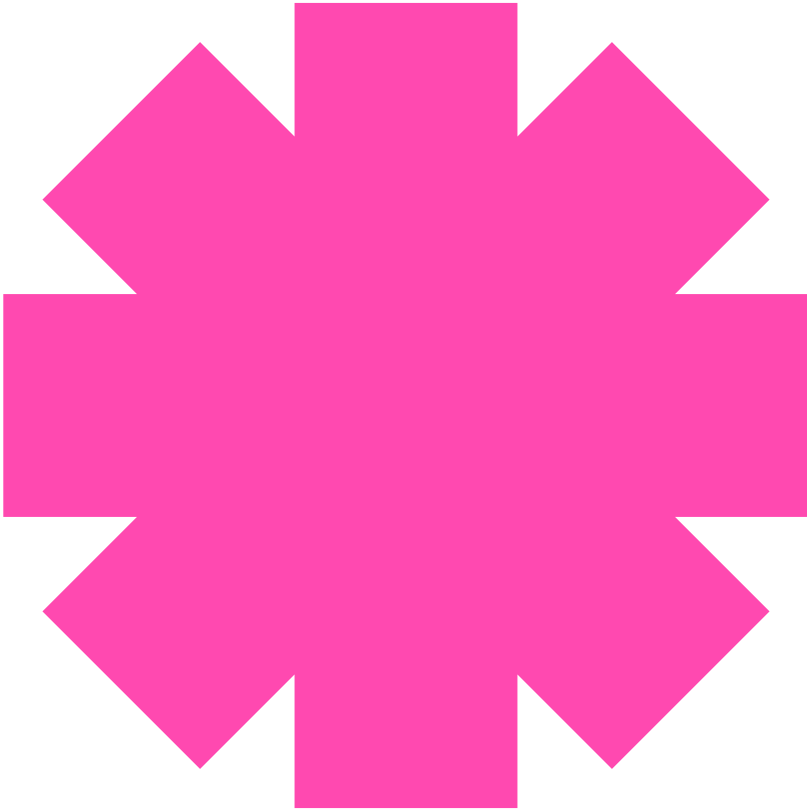
#### Miembros

Gaspar Antillo





El martes 19 de noviembre de 2019 se realizó la 7ª edición de los Premios Chile Diseño, en el Centro de las Artes 660 CorpArtes Itaú, donde se reconocieron a los principales referentes del diseño en tres categorías: Profesional, Impacto y Academia. La ceremonia contó con la presencia de más de 400 profesionales y estudiantes, junto con diversas autoridades y representantes del mundo privado, público y académico.





/

*p r e*

*m i o s*

*e s p e*

*c i a*

*l e s*

# PREMIO IMPACTO AL DISEÑO

## Puente Diseño Empresa

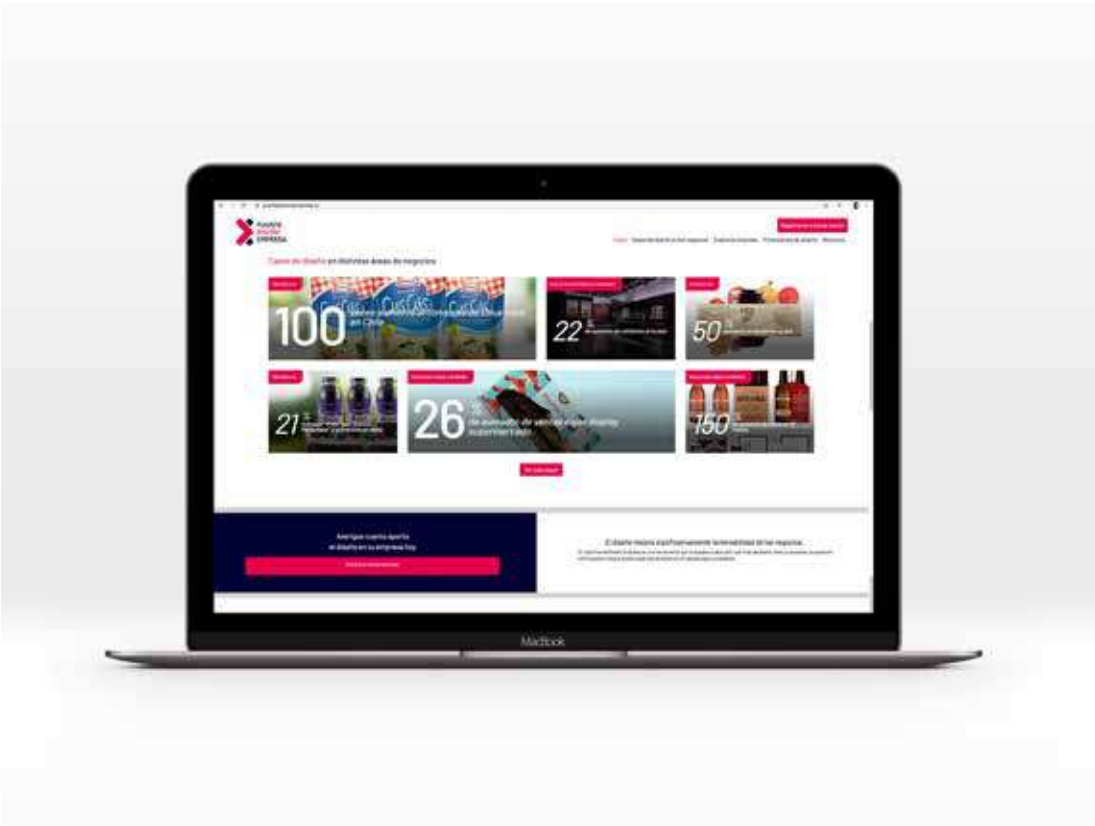
**MEJORAMOS EL DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS DE NUESTRO PAÍS A TRAVÉS DE LA INCORPORACIÓN DEL DISEÑO COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA PARA LOS NEGOCIOS.**

Puente Diseño Empresa (PDE) es una iniciativa única en Chile y que se constituye en una política pública de promoción del diseño. Ha sido impulsada por Chilecreativo, financiada por Corfo; apoyada por el Ministerio de Economía, el Ministerio de las Culturas, Sofofa, Chile Diseño y el Colegio de Diseñadores como mandantes, y ejecutada por la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Esta plataforma tiene como objetivo mejorar el desempeño de las empresas de nuestro país a través de la incorporación del diseño como herramienta estratégica para los negocios.

PDE entrega indicadores de cuánto valor puede el diseño aportar a las empresas, muestra cómo el diseño puede mejorar el negocio a través del desarrollo de nuevos productos y servicios, de la optimización de los procesos y de la generación de nuevas estrategias de negocios. También resuelve dudas e inquietudes que una empresa pueda tener al momento de requerir diseño, explicando en qué consisten las diversas asesorías de diseño que se pueden contratar.

Ya son cerca de 300 las empresas y más de 70 agencias de diseño las que se han inscrito en esta innovadora herramienta de promoción del diseño.







**PDE PROMUEVE EL ROL DEL DISEÑO EN LA CREACIÓN DE VALOR DE LA ECONOMÍA Y ACOMPAÑA EMPRESAS DE SECTORES PRODUCTIVOS A CONTRATAR SERVICIOS DE DISEÑO.**





# PREMIO A LA TRAYECTORIA

## Juan Carlos Berthelon

Juan Carlos Berthelon estudió Arquitectura en la Pontificia Universidad Católica de Chile y en la Universidad de Chile. Trabajó en varias oficinas de arquitectura hasta el año 1972, época en que se inicia profesionalmente en el campo del diseño.

Su primer trabajo en Diseño fue el desarrollo de la imagen corporativa de los Juegos Panamericanos Santiago 1975; primer intento de normalización de una identidad corporativa realizado en Chile. Este evento, finalmente, no se realizó por las circunstancias sociopolíticas de aquel período.

Durante 10 años trabajó como director de arte en agencias de publicidad, como Publiart o Matte & Méndez, y oficinas de diseño, como Walker Diseño y Diseñadores Asociados.

En 1986 cofundó la oficina de diseño THEMA, en 1990 crea Berthelon & Asociados y en 2008 funda Berthelon Diseño.

Su experiencia acumulada en diseño se relaciona con una amplia gama de proyectos, especializados en diseño de comunicación corporativa, imagen y diseño editorial.

Además de ser pionero en proyectos de identidad visual en Chile, es autor de memorables imágenes que son parte del patrimonio visual del diseño chileno, con más de 170 marcas.

Ha ganado numerosos premios y distinciones en concursos, bienales de diseño y exposiciones por sus logotipos y memorias. Sus trabajos han sido publicados en libros y revistas especializadas, tanto en Chile como en el extranjero.

El año 2012 publicó el libro de diseño "Ludogramas".

Ha dado conferencias sobre su trabajo en Buenos Aires, en noviembre de 2012; en Ciudad de México, en octubre de 2014, y en Santiago, Concepción, Valparaíso y Viña del Mar, entre 2012 y 2019.

También ha realizado seis exposiciones personales en Santiago sobre su trabajo de Logos y Ludogramas, "Berthelon, la impecable arquitectura de la Marca", UDLA, 2008; "El vino se viste de etiqueta", UDLA, 2009; exposición y lanzamiento del libro "Ludogramas", UDLA, 2012; exposición "BERTHELON, SÍNTESIS", 2016, Sala de Arte AIEP; exposición "JUAN CARLOS BERTHELON, LUDOGRAMAS", 2017, Corporación Cultural de Las Condes; exposición "La palabra se convierte en imagen", 2017, Casona de Las Condes UNAB; exposición colectiva del CNCA en el Festival Internacional de Diseño de la Ciudad de Buenos Aires, en 2012, y la exposición "JUAN CARLOS BERTHELON, Maestro del Ludograma Chileno", en la Galería ARTIS de la Universidad



# JUAN C BERTHE







LA EXPERIENCIA ACUMULADA EN DISEÑO POR JUAN CARLOS BERTHELON SE RELACIONA CON UNA AMPLIA GAMA DE PROYECTOS ESPECIALIZADOS EN DISEÑO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA, IMAGEN Y DISEÑO EDITORIAL.



## LOGOTIPOS



Autónoma Metropolitana de México DF (Ascapotzalco), en marzo de 2013.

Invitado por la Universidad Autónoma de México, UAM, y la Bienal del Cartel de México, en diciembre de 2017, a participar en una Exposición Itinerante, junto a 50 diseñadores gráficos del mundo, con un cartel en homenaje a los 50 años de la muerte del Che Guevara.

Fue curador y diseñador de las exposiciones "Hernán Garfias, Premio a la Trayectoria CNCA", "PIANO & PIANO", "Maestros del Diseño Gráfico del Siglo XX", "4 DISEÑADORAS", el año 2016 en la Sala de Arte AIEP.

Candidato a Premio a la Trayectoria y Sello de Excelencia en Diseño del CNCA los años 2012, 2013, 2014, 2015 y 2017.

Socio fundador del QVID, Asociación de Oficinas de Diseño.

Ha sido profesor de Diseño en la Universidad de Ciencias y Artes de la Comunicación UNIACC, Universidad Mayor, DuocUC. Asimismo, profesor de Taller de Diseño Gráfico en la Universidad de Las Américas y profesor de Taller de Imagen Corporativa en el Instituto AIEP.

## LLIDOGRAMAS







/

*p r e*

*m i o s*

*c a t e*

*g o r í a*

*p r o f e*

*s i o n a l*

# DISEÑO, IDENTIDAD Y MARCAS





# Bracey Wilson

PRESIDENTE DEL  
JURADO

/



*Ingeniero comercial. Director del Magíster de Dirección de Marketing en la Universidad Adolfo Ibáñez. Académico de branding, marketing estratégico y marketing metrics. Se ha desempeñado en el área de marketing de multinacionales en Brasil, Argentina, México y Estados Unidos.*

# José Uribe

JURADO

/



*Cofundador de Watson Branding. Publicista y coach estratégico, docente en ambas disciplinas. Especialista en creatividad y dirección de equipo en proyectos comunicacionales.*



# José Zenteno

JURADO

/



*Socio fundador de O.inc. Especialista en estrategias de branding e identidad, comunicación corporativa, editorial y diseño de espacios.*

# 1. BRANDING

## GANADOR\_ BRANDING & DISEÑO ESTRATÉGICO TEATRO MORI

Cliente\_ Teatro Mori

Empresa\_ Sapiens

Profesionales\_ Francisco Gutiérrez / Carla Marrazzo

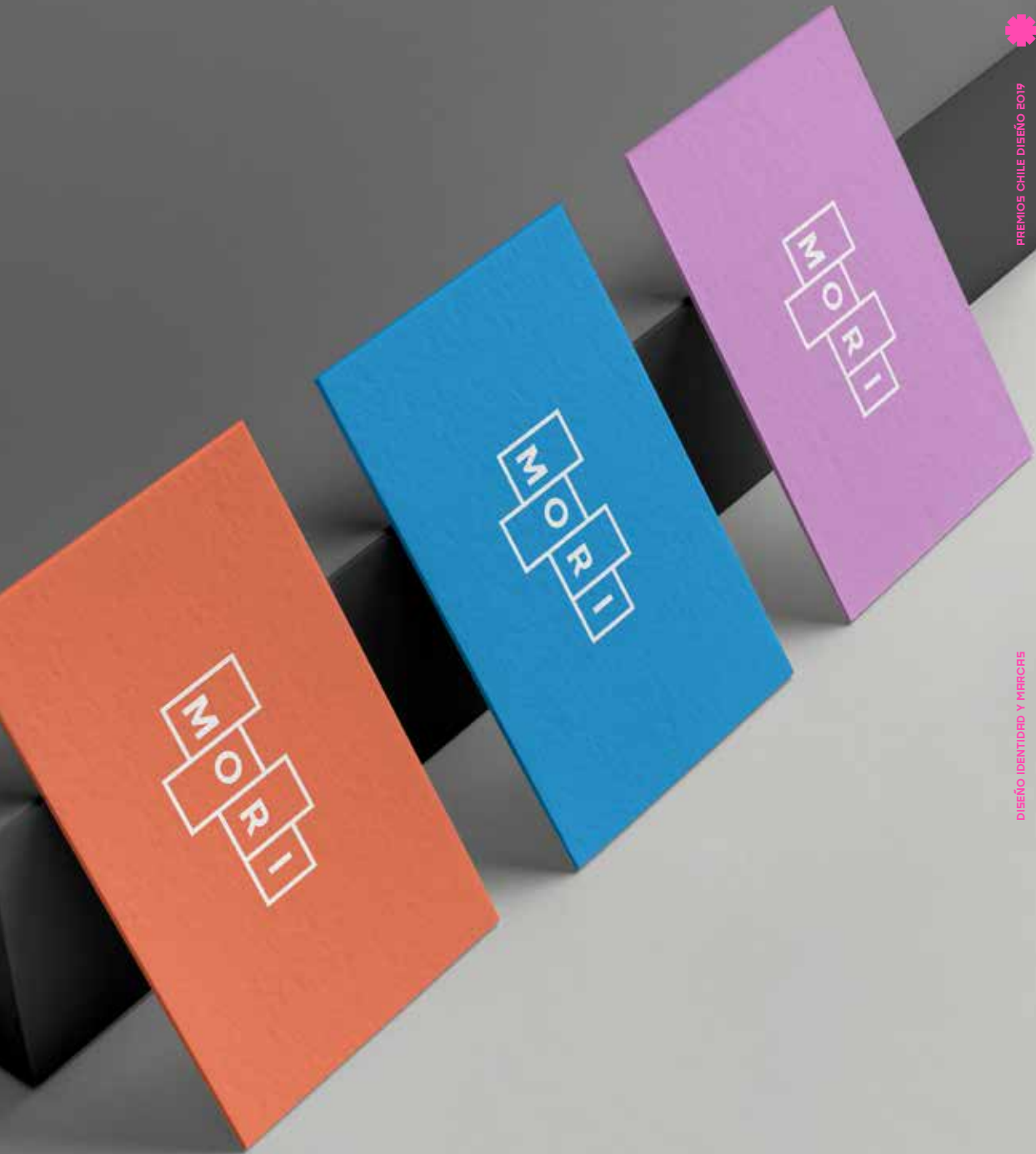
Chile, 2019 - 2020

**REDEFINICIÓN ESTRATÉGICA QUE PERMITA DAR UN SENTIDO Y PROPÓSITO COMÚN A LA ORGANIZACIÓN, DEFINIR DE MANERA NÍTIDA SU PROPUESTA DE VALOR, TRASPASAR DE MANERA COHERENTE Y CONSISTENTE SU IDENTIDAD Y DISCURSO DE MARCA Y FORMALIZAR EN UN MANUAL QUE PERMITA GESTIONAR SU APLICACIÓN E IMPLEMENTACIÓN.**

El encargo inicial fue hacer un rediseño de la identidad visual. A partir de eso hicimos ver al cliente la necesidad/oportunidad de hacer una redefinición estratégica que permita dar un sentido y propósito común a la organización, definir de manera nítida su propuesta de valor, traspasar de manera coherente y consistente a su identidad y discurso de marca y formalizar en un manual que permita gestionar su aplicación e implementación.

El proceso se dividió en cuatro etapas: Diagnóstico, Identidad, Diseño e Implementación. Se realizaron

diversos estudios, los que permitieron identificar los principales ejes de trabajo: Asumir el rol de liderazgo en la industria, potenciar su rol social y propuesta de valor, establecer un relato coherente e inspirador, valorar el atributo de "entretención" y "diversidad", generar sentido de orgullo como "pioneros" en la industria, destacar la trayectoria y el saber hacer, potenciar el concepto propio de "red de salas", crear una identidad visual moderna y sintonizada con los nuevos tiempos, potenciar la generación de nuevas audiencias (educación), estructurar la arquitectura de marcas y submarcas, rediseño del sitio web, entre otros.





LA ETAPA DE IDENTIDAD SE REALIZÓ EN CONJUNTO CON EL EQUIPO DE MORI A TRAVÉS DE TALLERES DE ADN Y FINALMENTE SE DISEÑÓ LA NUEVA IDENTIDAD PARA LUEGO IMPLEMENTARLA EN LAS SALAS, WEB Y RR.SS.







# BRANDING

## NOMINADO\_ FILANTROPÍA CORTÉS SOLARI

Cliente\_ Francisca Cortés Solari

Empresa\_ Dittborn & Unzueta

Profesionales\_ Berlin Diseño / Fernanda Palazuelos / Cristián Rojas / Héctor Barroso

Chile, 2019

## TRABAJAMOS LA IMAGEN DE FILANTROPÍA CORTÉS SOLARI, SUS FUNDACIONES (TATAMALKU, LIKANDES Y MELIMOYU) Y SU RED DE RESERVAS ELEMENTALES.

El proyecto se abordó, primero, haciendo un análisis de planificación estratégica, visitando las fundaciones y reservas, poniéndonos en contacto con las personas clave para que nos transmitieran su experiencia, sus metas, programas educativos, etc. Gracias a todo este proceso previo, el desarrollo de *branding* fue amable y fundamentado.

El potencial de este proyecto es el impacto que genera en las comunidades. Filantropía Cortés Solari fomenta el desarrollo integral y sustentable de las personas, promoviendo un modelo de bienestar integral. De esta manera, se promueve un diálogo entre los conocimientos científicos y los saberes locales, para avanzar hacia la sustentabilidad desde el respeto por los territorios y sus culturas locales.





# BRANDING

## NOMINADO\_ UNA MARCA FUERTE PARA PROYECTAR EL LIDERAZGO DE GARCES FRUIT

Cliente\_ Garces Fruit

Empresa\_ Alma Brands

Profesionales\_ Alma Brands

Chile, 2018

## UNA MARCA SÓLIDA PARA EL PRINCIPAL EXPORTADOR DE CEREZAS DEL MUNDO Y UNA IDENTIDAD CONVOCANTE PARA TODOS QUIENES TRABAJAN EN ELLA.

El proyecto comenzó con un proceso de diagnóstico integrado, a través del cual se levantó la visión del mundo interno, clientes y otros *stakeholders*, para establecer los principales desafíos de la marca. En conjunto con el equipo de Garces Fruit, se desarrollaron definiciones estratégicas de la marca, llegando a un propósito que hoy guía el trabajo de la organización.

La actualización de la identidad visual comenzó con la búsqueda de un nombre que permitiera proyectar el desarrollo de la compañía, principalmente en el extranjero. El resultado fue pasar de Agrícola Garcés y otras 10 razones sociales dispersas en la organización a Garces Fruit.

Para la identidad visual se trabajó una marca simple y fuerte, con el potencial de congregar a nivel local y global, interno y externo, a través de una línea gráfica actual y flexible a los desafíos futuros del negocio.

El proyecto logra desarrollar un propósito y una nueva identidad para Garces Fruit, que permiten a la organización seguir liderando y empujando el desarrollo de la industria de las cerezas chilenas en el mundo, y extendiéndose a otras frutas.

Garces Fruit es una marca con la cual es posible comenzar a llegar al consumidor final en un mercado en plena transformación, donde se hace necesario construir valor desde el punto de venta, con competidores de tamaño mundial.



## 2. IDENTIDAD VISUAL

### GANADOR\_ BRANDING SUSTENTABLE O EL RELATO DEL SILENCIO

Ciente\_ Antartica21, empresa naviera chilena, pionera en turismo antártico

Empresa\_ Riolab

Profesionales\_ Riolab

Antártica, 2018 - 2019

### DISEÑO DE ESTRATEGIA DE MARCA Y POSICIONAMIENTO QUE FORTALECE SU IDENTIDAD EN EL MERCADO DE TURISMO BOUTIQUE.

Se encargó a Riolab un diseño global de la marca, un sistema capaz de ser aplicado en todos sus soportes y plataformas, un lenguaje no solo gráfico, también de contenido y relato.

El proceso comenzó con la investigación sobre la compañía y la industria global.

En busca de una imagen que defina la Antártica, nos encontramos con una figura recurrente del paisaje: los icebergs, que surcan las frías aguas del fin del mundo y que son vida. Imponentes, siempre en movimiento y cambiantes. Son una figura dinámica, parte esencial de la construcción poética del paisaje antártico, y representan la compleja singularidad del entorno. Así nace un símbolo simple pero potente, de líneas "concretas", con un carácter contem-

poráneo y, a su vez, atemporal, con posibilidades infinitas de aplicación en el mundo análogo y digital. Este símbolo es parte de una familia, un sistema vivo y coherente capaz de funcionar como un lenguaje estético y de comunicación, generando una identidad consistente, un ícono versátil, con la capacidad de adquirir aspecto de carácter tipográfico, formando parte del logotipo Antartica21.

El *branding* de Antartica21 ha permitido al mandante instalar como marca la visualidad de un territorio inexplorado en un mercado global. Un diseño integrado a todas las fases de sus productos y servicios, con una aplicación móvil centrada en la experiencia del pasajero en una relación uno a uno, coherente y respetuosa con el entorno.



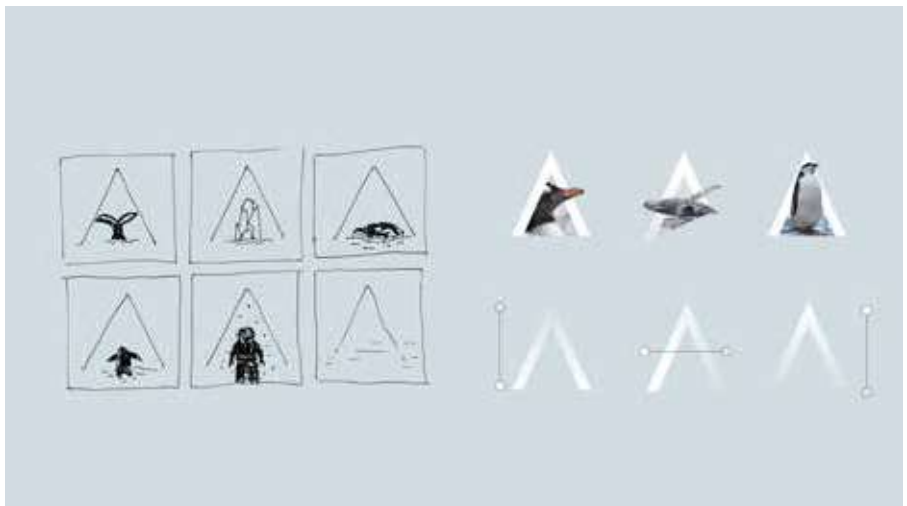




**EN BÚSCA DE UNA IMAGEN QUE DEFINA LA ANTÁRTICA, NOS ENCONTRAMOS CON UNA FIGURA RECURRENTe DEL PAISAJE: LOS ICEBERGS.**

# Λ21

## Antarctica21





# IDENTIDAD VISUAL

## NOMINADO\_ VINOLIA. CENTRO DE ENOTURISMO URBANO QUE ENTREGA UNA NUEVA EXPERIENCIA DEL VINO

Cliente\_ Hernán Passalacqua

Empresa\_ León del Monte

Profesionales\_ León del Monte

Chile, 2017

## NAMING E IDENTIDAD VISUAL PARA UN INNOVADOR PROYECTO QUE PERMITE APRENDER DEL VINO A TRAVÉS DE UNA EXPERIENCIA MULTISENSORIAL.

Nos invitaron a darle un nombre y sistema visual a esta experiencia virtual, la cual tiene como objetivo trasladar a las personas a los valles y viñedos de Chile sin la necesidad de salir de Santiago. La experiencia comienza en un salón de aromas, luego continúa en el auditorio, donde a través de videos se muestran distintas viñas y finaliza en un *wine bar*. Para esto se construyó la marca desde sus inicios, creamos un nombre que tuviera relación con el producto, pero a la vez invitará a imaginarlo como un destino. Luego diseñamos un logotipo que permita relacionar el “alma” del lugar, que

son los videos aéreos de las viñas que permiten conocer desde una distinta mirada, más geográfica las viñas chilenas. Es por eso que el logo conjuga en un elemento la botella de vino con el carrito de la cinta de cine, evocando a lo que se encontrará en el lugar.

Creemos que esto es un ejemplo concreto de un buen desarrollo gráfico, desde cómo se refleja el alma y espíritu del proyecto hasta cómo se mantiene el criterio y coherencia en todas las piezas gráficas de este. A la vez, el resultado aportó en el proyecto que este fuera más entendible, armónico, confiable, elegante y atractivo.



# IDENTIDAD VISUAL

## NOMINADO\_ SCHOOL OF GLAM

Cliente\_ Glam&Co

Empresa\_ Panda Chile

Profesionales\_ Panda Chile

Chile, 2019

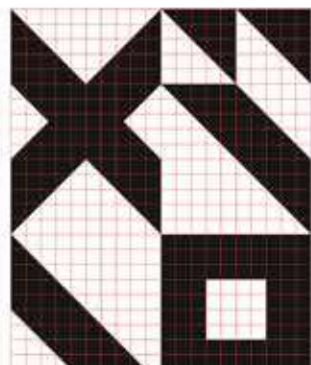
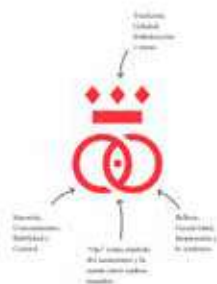
## ACADEMIA PARA GLAM&CO, CON EL PROPÓSITO DE MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA EXPERIENCIA EN TIENDA ENTREGADA POR LA MARCA.

Panda en conjunto con Glam&Co inició un proceso de inmersión consistente en entrevistas con profesionales asociados, gerencias y potenciales clientes de otras cadenas, con quienes se identificaron las oportunidades y desafíos de la nueva marca.

Inspirados en las escuelas de arte y bajo la idea de que cada profesional de la belleza es un artista de su oficio, se definió a School of Glam como el nombre bajo el que se desplegaría una estética con códigos heráldicos propios, cuyos elementos visuales tendrían expresión tanto en las comu-

nicaciones físicas y digitales como en los espacios y ambientes de la nueva academia.

Glam&Co es sin duda un caso de éxito y una marca que es reconocida como el "Wom" de la categoría de la belleza, una marca increíblemente disruptiva donde desarrollar el capital humano, mediante la capacitación permanente, para brindar experiencias de servicio sobresalientes se ha convertido en un tema crítico para esta exitosa cadena de servicios de estética con sedes en Chile y Colombia.



# DISEÑO PACKAGING



# Luis Piano

PRESIDENTE DEL  
JURADO

/



*Socio fundador  
de Piano&Piano, con  
una amplia trayectoria  
en el mundo de la  
creación de identi-  
dad corporativa y el  
packaging.*

# Mauricio Camiroaga

JURADO

/



*Director de Camiroaga Design. Diseñador experto en packaging, imagen corporativa, desarrollo de productos de arquitectura, ambientación, entre otros.*





# Roberto Rasse

JURADO

/



*Diseñador independiente, con una vasta trayectoria en diseño gráfico e industrial. En los últimos años ha diseñado para marcas como Varsoviennne, Streat Burger, Microplay, Star Wars, Michelin, FIFA, entre otras.*

# 1. MASIVO

## GANADOR\_ REDISEÑO PACKAGING LIVE GREEN

Ciente\_ Live Green Co.

Empresa\_ Otros Pérez

Profesionales\_ Otros Pérez

Chile, 2019

## UNA PAREJA DE EMPRENDEDORES DE LA INDIA NOS PIDIÓ REDISEÑAR LOS PACKAGING DE SU MARCA DE COMIDA SALUDABLE.

El equipo Live Green vino de la India porque ganaron un fondo del programa Startup de Corfo para desarrollar su emprendimiento en Chile de productos veganos saludables. Nos pidieron diseñar el sistema gráfico de su marca, especialmente de los *packaging*, porque en los testeos que hicieron tenían muy buena recepción de los productos, pero una mala evaluación de sus empaques, que eran considerados poco atractivos. Por lo que necesitaban desarrollar sus *packaging* con el objetivo añadir valor a sus productos, comunicar sus características esenciales y la filosofía detrás de la marca.

Trabajamos de la mano con ellos e hicimos un trabajo de investigación y desarrollo para mostrarles distintas opciones para el proyecto, y el resultado fue esta gráfica mucho más colorida y que muestra los distintos ingredientes naturales que tienen los productos, combinados en formas de patrones y con colores llamativos junto con mensajes cercanos, para darle un carácter simpático a la marca e instrucciones de preparación. Asimismo, la idea era que la gráfica de la marca tuviera un impacto en góndola y comunicara sus valores, y no solo en Chile, sino en todo el mundo.







**EL SUEÑO DE ESTOS EMPRENDEDORES ES LLEGAR A TODO EL MUNDO CON SUS PRODUCTOS, QUE COMBINAN LA TRADICIÓN MILENARIA DE LA INDIA CON TECNOLOGÍA PARA DESARROLLAR PRODUCTOS HECHOS A PARTIR DE PLANTAS.**



# MASIVO

## NOMINADO\_ MIEL MANU MERI

Ciente\_ Miel Manu Meri

Empresa\_ Grupo Oxígeno

Profesionales\_ Chantal Soulodre / José Luis Bayer

Isla de Pascua, Chile, 2018

## RECONCEPTUALIZACIÓN DE BRANDING, PACKAGING Y WEB PARA MIEL DE EXPORTACIÓN PRODUCIDA EN ISLA DE PASCUA Y LLAMADA MANU MERI.

Rediseñamos esta marca de miel de exportación producida en Isla de Pascua y llamada Manu Meri. Reconceptualizamos por completo el producto, la propuesta de valor, la marca, el *packaging* y su web para llevar al mundo toda la calidad y el sabor de la isla en sus tres variedades de miel *Premium*, para la cual inventamos conceptos y nombres a cada variedad: la transparente “Vai Mahina” (Agua de Luna), ámbar “Hetu’u Nene” (Estrella Dulce) y “Ra’aNui” (Gran Sol).

Tuvimos que mantener toda magia de Rapa Nui convertida en miel, pero transmitiendo también higiene y tec-

nología en la producción de esta para llevarla a mercados internacionales”.

Porque es un buen ejemplo de cómo el diseño puede tomar un producto artesanal, que es un *commodity*, transformarlo en un producto con real valor agregado y que puede llegar a mercados internacionales. Manu Meri se exporta hoy a tres países. Fue ganadora de un premio Selección Latampack 2018 en la categoría al Mejor Packaging de Alimentos y de un premio Selección Clap en la categoría Branding al mejor envase o conjunto de envases.





Hato's Nave  
Estrella Dulce



Vie Marina  
Agua de Luna



Rapa Nui  
Gran Sol



# MASIVO

## NOMINADO\_ PACKAGING CEREAL KIDS, CEREAL INFLADO, ARCOR

Cliente\_ ARCOR: Nelson Puebla, Marycarmen Ortega

Empresa\_ Doble Giro

Profesionales\_ Beatriz Sepúlveda / Luis Águila

Chile, 2018

## REDISEÑO DEL CEREAL INFLADO.

Respondiendo a la nueva Ley de Etiquetado en relación a productos de colación para niños, ARCOR vio una oportunidad en el mercado de cereales, específicamente inflados, donde la oferta disminuyó dramáticamente.

La idea fue crear una nueva línea de productos para niños cada vez más informados, a base de cereal, libre de sellos y fortificados con vitaminas y minerales, y sin azúcar añadida.

Dado que los niños están cada vez más conectados con las redes sociales, se

pensó en integrar el lenguaje de los "emojis", personificando el *packaging* y creando una interacción emocional con expresiones faciales y gestos que aluden a lo sabroso, rico y sano del producto.

Desde el punto de vista gráfico, se le asignaron colores vibrantes, tipografías de fácil lectura, en donde el personaje interactúa con la ventana del producto. Es una atractiva invitación a probar estas tres variedades de cereales inflados y libres de sellos.



## 2. SELECTIVO

### GANADOR\_ UN TROZO DE TICUL EN NUESTRAS MANOS. PACKAGING BARRAS PRODUCCIÓN LIMITADA

Cliente\_ La Fête

Empresa\_ Puerto Diseño

Profesionales\_ Puerto Diseño

Chile y Estados Unidos, 2017

### EL DESAFÍO FUE DESARROLLAR NUEVA LÍNEA DE CHOCOLATES EN BARRA PRODUCCIÓN LIMITADA, DE LA PRIMERA COSECHA DE LA FÊTE, UNA ELABORACIÓN BEAN TO BAR.

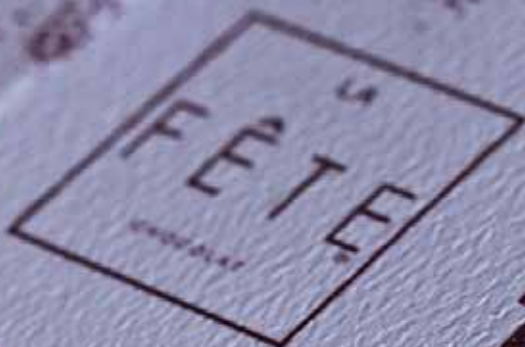
La Fête, una de las marcas líderes en la categoría de chocolates *premium*, que está en constante búsqueda de innovaciones y nuevos productos, se disponía a lanzar un nuevo concepto en su ya consolidada línea de chocolates.

A diferencia de otras líneas que se producen principalmente con materia prima externa, esta nace de una cosecha propia de cacao criollo, de su campo ubicado en la ciudad de Ticul, México.

Así fue como nos inspiramos en la magia de este lugar, su gente y su tierra rojiza para crear un *packaging* que trae un pedazo de Ticul a nuestras manos.

Esto se complementó con un papel de terminaciones especiales (Royal Sundance Warm White 104 g), un timbre y seriado uno a uno, destacando lo limitado de la fabricación. El concepto de producción limitada genera gran aceptación entre los consumidores de la marca. Y la incorporación del seriado logra transmitir la idea de escasez, propia de muchos productos “de lujo”.

El éxito de la primera edición de Ticul llevó a producir una segunda edición el año 2018, esta vez almendras bañadas en chocolate Ticul. Aun cuando cambia el tipo de producto, el *packaging* se mantiene.



**TICUL**  
CHOCOLATE BITTER  
81% CACAO  
CON NIBS DE CACAO

Este chocolate se elaboró con cacao de  
nuestra plantación propia en Ticul, México,  
y es una de las 7.000 barras que form  
n de nuestra primera colección para.



EL DESAFÍO FUE DESARROLLAR ESTA NUEVA LÍNEA DE CHOCOLATE EN BARRA, QUE LOGRARA TRANSMITIR TANTO LO ÚNICO Y CUIDADO DE LA PRODUCCIÓN, COMO LA SOFISTICACIÓN DE LA MARCA.





# SELECTIVO

## NOMINADO\_ PACKAGING WE ARE FOUR COFFEE ROASTERS: ROMPIENDO LOS PARADIGMAS DEL CONSUMO DE CAFÉ EN CHILE

Cliente\_ We Are Four Coffee Roasters

Empresa\_ Siente Cinco

Profesionales\_ Siente Cinco

Chile, 2018

## DISEÑO DE PACKAGING DE CAFÉ PARA LOS TUESTES DE GRANO DE LA MARCA WE ARE FOUR COFFEE ROASTERS, CON ENFOQUE A UN NUEVO CONSUMIDOR.

We Are Four es una tostadería de café de especialidad y comercializadora de productos relacionados a su consumo. Junto con su *rebranding* y cambio de estrategia de marca, ahora apuntada a un consumidor final más joven dentro del rubro, se rediseña uno de sus principales puntos de contacto: el *packaging* de sus cuatro tuestes.

Para personificarlos, se utilizaron colores fuertes y vibrantes, cada uno representativo del relato de cada tueste, y elegido en base a las características del sabor y personalidad de cada producto. Se decidió optar por materiales y tecnologías que permi-

tieran convertir el envase en la mejor forma de almacenamiento del café.

Como detalle se incluyó información de fácil comprensión para las características de cada producto, como su intensidad, notas de sabor y método ideal de preparación, todo para ayudar a un usuario inexperto que no conoce sobre el tema.

El *packaging* de los tuestes de We Are Four es un proyecto estratégico en sí, ya que elige romper con los lenguajes clásicos de los cafés de especialidad que tienen una preparación artesanal, tanto en la elección de materiales como en la jerarquía de información.





# SELECTIVO

## NOMINADO\_ KENOZ

Cliente\_ Acuícola Alas

Empresa\_ Berlín, Laika, Dyu

Profesionales\_ Berlin Diseño / Fernanda Palazuelos / Cristián Rojas / Trinidad Díaz

Chile, 2019

## DESARROLLO DE PACKAGING PARA PRODUCTOS DERIVADOS DE ESTURIÓN KENOZ.

Kenoz es una marca de productos derivados del esturión, un pez milenario en peligro de extinción del cual se extrae el verdadero caviar. Kenoz nace con el propósito de desarrollar el *branding* del caviar que próximamente comerá la reina Isabel II, y con ese requerimiento comenzó una ardua investigación, más que nada, en productos de gastronomía y lujo, el nuevo lujo.

A partir de este requerimiento se hizo un análisis de planificación estratégica, con el que nació el nombre "Kenoz", dios creador, organizador y civilizador de los selk'nam. Para luego llegar al eslogan de "Lo que no unió la naturaleza, lo hizo Kenoz". Una vez hecho el *branding*, desarrollamos el *packaging*, que iba de la mano. Los empaques

fueron diseñados para ser lo más ecológicos posibles, dentro de los parámetros que implica un producto congelado.

El proyecto tiene una variedad de empaques, los cuales se desarrollaron a partir de un estudio de materiales para que estos fueran lo más amigables con el medio ambiente y que sirvieran, al mismo tiempo, para llevar alimentos en bajas temperaturas. Todos los empaques se propusieron con papel reciclado con el sello de reforestación, sin folia, priorizando los cuños y la posibilidad de utilizar los menos cierres con adhesivo posible. Además, por otro lado, Kenoz promueve el uso del arte en los empaques; la idea es que a futuro estos vayan variando con obras de artistas.



# DISEÑO GRÁFICO, EDITORIAL, IMPRESOS Y TIPOGRAFÍA



# Piedad Rivadeneira

PRESIDENTA DEL JURADO

/



*Fundadora de la agencia Felicidad Pública. Diseñadora autodidacta y una de las referentes del mundo editorial y de la comunicación visual en Chile.*

# Mariana Babarović

JURADO

/



*Directora general del Centro de Estudios Gráficos. Diseñadora editorial de formación autodidacta, tiene 20 años de experiencia trabajando con artistas e instituciones culturales.*



# Bastián Pérez Streuly

JURADO

/



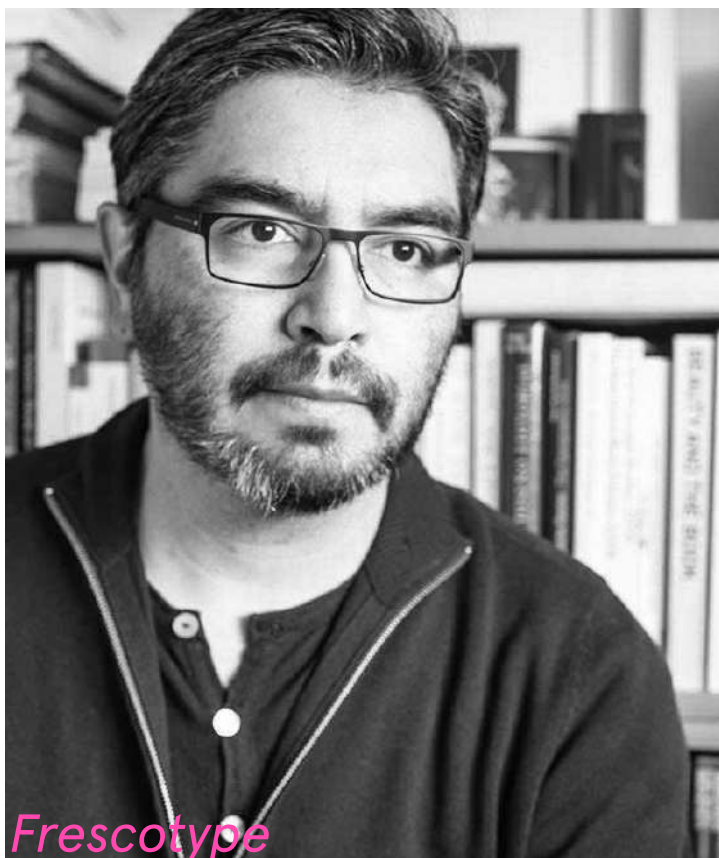
*Diseñador gráfico  
de la Universidad Die-  
go Portales, con  
inclinación a lo artís-  
tico y experimental  
desde sus inicios.*



# Francisco Gálvez

JURADO

/



*Socio de Frescotype  
y AGR Diseño.*

*Diseñador gráfico de la Uni-  
versidad Diego Portales y ex-  
perto en diseño de tipografía.  
Docente de la Pontificia Uni-  
versidad Católica de Chile.*



# Tomás Dintrans

JURADO

/



*Diseñador en el Laboratorio de Gobierno. Diseñador gráfico de la Pontificia Universidad Católica de Chile, especialista en identidad visual.*

# 1. PUBLICACIONES EDITORIALES E IMPRESOS

## GANADOR\_ 18 AÑOS LA FUENTE

Cliente\_ Fundación la Fuente

Empresa\_ Otros Pérez

Profesionales\_ Otros Pérez

Chile, 2018

## FUNDACIÓN LA FUENTE AL CUMPLIR 18 AÑOS FOMENTANDO LA EDUCACIÓN EN TORNO AL LIBRO Y LA LECTURA, NOS PIDIÓ HACER UN LIBRO PARA RECORDARLO.

El desafío estaba en cómo hacer un libro especial para una fundación dedicada a lectura. Era mucho lo que había que contar, así que revisamos referentes junto con el equipo de la Fundación, ordenamos todo lo que queríamos incluir, recopilamos material y diseñamos este que son varios libros en uno, con distintos formatos, organizados en seis capítulos, con un mismo lenguaje visual que recorre el libro, contextos, fotografías, ilustraciones y texturas. El desafío fue también encontrar una imprenta que pudiera producir este libro no tradicional, y trabajamos junto con el equipo de Ograma para llegar a la solución definitiva, y nos encanta.

Era la primera vez que la Fundación La Fuente hacía un proyecto así para difundir su trabajo, y nos pidieron que fuera un libro memorable. El trabajo consistió no solo en desarrollar el diseño gráfico del libro, sino también en organizar la estructura editorial, definir qué incluir y de qué manera. Revisamos todos los archivos de la Fundación, los datos y cifras más emblemáticos, efectuamos entrevistas a su equipo y colaboradores, ilustraciones e hicimos fotografías. El libro es el resultado de un año de trabajo, muy de la mano con el equipo de la Fundación y Claudio Aravena, su director ejecutivo. Nos parece que el resultado cumple las expectativas con creces.



THE JUDY WHILE DESIGN 2019

DISEÑO GRÁFICO, EDITORIAL, IMPRESOS Y TIPOGRAFÍA







**EL LIBRO NO PASA DESAPERCIBIDO. AL TENER DISTINTOS TAMAÑOS, ES LLAMATIVO Y TIENE UN LENGUAJE GRÁFICO AMABLE, QUE ESTÁ PENSADO PARA QUE SE PUEDA LEER COMPLETO, O SIMPLEMENTE HOJEAR.**



# PUBLICACIONES EDITORIALES E IMPRESOS

## NOMINADO\_ CONTROVERSIAS. FUNDAMENTOS, DESARROLLOS, CRÍTICAS

Cliente\_ Ediciones Abierta

Empresa\_ Tironi

Profesionales\_ Tironi

Chile, 2018

## LIBRO QUE INCLUYE EL ANÁLISIS DETALLADO Y CRÍTICO DE CASOS EN LOS QUE SE HA APLICADO EL ENFOQUE DE GESTIÓN ABIERTA DE CONTROVERSIAS.

Libro que profundiza en la gestión de controversias a partir de la experiencia de su autor —Eugenio Tironi— en el campo de la consultoría y con la contribución de diversos autores. El libro incluye el análisis detallado y crítico de casos en los que se ha aplicado tal enfoque.

Se realizó el diseño de manera atractiva y legible para todos los públicos, desde académicos a público general, interesados en la temática.

Este diseño impacta positivamente en la difusión de los contenidos del libro. Su contenido es un aporte para el estudio de las controversias, y su diseño se pone al servicio de una lectura fluida y del uso del libro como objeto de estudio. Todas las decisiones fueron tomadas en base a la legibilidad, usabilidad y maleabilidad del libro, tomando en cuenta el uso de materiales y de la impresión para tal fin.



## 2. TIPOGRAFÍA

### GANADOR\_ NOORT

Cliente\_ Type Together  
 Empresa\_ Juan Bruce  
 Profesional\_ Juan Bruce  
 Chile, 2017

**NOORT ES UNA TIPOGRAFÍA SERIF DE ESTILO ANÁLOGO COMPUESTA POR ONCE ESTILOS DISEÑADOS PARA PROSPERAR EN COMPOSICIONES EDITORIALES.**

Noort es una tipografía práctica y atractiva que extrae su carácter de la caligrafía de mapas holandeses.

La familia está compuesta por cinco pesos que van desde Regular a Extra-bold con sus respectivas itálicas, más un estilo Display Black para titulares y pósteres. Las características Open Type incluyen ligaduras, versalitas, fracciones, *swashes* y varios estilos numerales. Por último, además de un

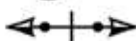
extravagante juego de íconos, las once fuentes de Noort cubren el conjunto de glifos Latin Extended-A para un uso sin fronteras de sus estilos.

Desde su lanzamiento, Noort ha obtenido diversos reconocimientos en el mundo experto de la tipografía, siendo el más destacado el Certificado de Excelencia Tipográfica otorgado por el Type Directors Club, para muchos, el premio más importante en tipografía.



27 de abril

1521



# The Wall

What is their graphic novel, war comic, Alan Moore and Dave Gibbons establish their story during the Cold War period, when a group of experimenters (with the look to Jane Austen) from a colonial world that is ruled by military and governmental powers. Managed by the intelligence of ARNOLD (1921), the war was avoided when the attack of alien forces causes the death of millions of New Yorkers that leads to a temporary world peace. The representations of the experience of the characters and Gibbons, particularly in the back, display the concept of becoming being a part of the real world, among the regular public of our society.

At the end of the chapters, the reader is invited to practical activities, meaning the military human like representations of the experimenters, the representations suggest that these experimenters have chosen to serve society for multiple reasons, such as love, power or to promote an ideology. This label is reinforced when the graphic novel presents an in-depth look at the character of each character. During an interview, Billy says: "Well, let me say this, for me, it was never a war thing, it was a series of things." Moore and Gibbons (19) say this game ultimately prizes out Billy's entire line of action of becoming a superhero. The chance to fight crime is hope of furthering her modeling career and making a fortune out of it additionally, when she becomes King in questioning whether, however, the reader is introduced to the origin of *Watchmen*. It is then revealed the story of Dr. Manhattan, a young woman who gets raped, tortured and then killed while all of her neighbors just watched, but were thinking of



"Gypsies and Travellers and local communities" was the title of a House of Commons debate on Monday. Oh no, I thought, here we go again.

Whenever politicians take an interest in my community, it is often to attack us and the nomad community. Just look at the title of the debate: the suggestion is that we are not a part of local communities. But early on in the debate the Labour MP Tony Lloyd stood up and called for balance, probably faces the biggest levels of prejudice

In their graphic novel *Watchmen*, Alan Moore & Dave Gibbons

re-created cities made this all the more powerful. The final scene begins with six very grand pages, which were drawing from back to front. Nine, on a bigger scale and with adjusted colors, the six other pages are negative. The story begins in this moment and moves on that in previous paintings. The character scene reinforces with power.

I cannot estimate the importance of this book or their opening from. This is the first 50. The presence of graphic novels and magazines a good deal of literary work. The end. Some quick notes on this page before the character comes back coloring, offset and maintains a little off, the class (1978) drawing through work more composed and rapidly drafted, the page that found after in *Watchmen*, the narrative distinct from the action takes a characteristic of *Watchmen* and Moore in general, a new literary technique that has not

"Nunca supe de ninguna otra opción más que cuestionar todo."

NOAM CHOMSKY

Diploma	Diploma
Book	Book II
Handbook	Handbook II
Book	Book II
Handbook	Handbook II
Book	Book II

«sœurs»

"FUE COMO SALIDO DE JURASSIC PARK": Lagarto *mounstroso* descuartiza a golfistas paseando por campo privado de Florida. El *cocodrilo* era tan grande que los lagareños no pudieron

fi

a

e

# TERRA MAGALLANICA AUSTRALIS INCOGNITA

miles

1.235,986 / 240,174 / 3.566,798 / 9,001 / 367

kilometros

27 de abril  
**1521**  
Fernão

DIARY OF ROBERT FALCON SCOTT, 1912. Volume 1, f.247, pp. 8 & 9.  
Wednesday, November 15. — Camp 22. Found our Over-Ten Coast without any difficulty  
[150 geographical miles from Cape Evans]. About 7 or 8 miles. After 5½ miles to lunch camp,  
Chinaman was pretty tired, but went on again in good form after the rest. A note from  
Evans dated the 9th, stating his party has gone on to 82° 30', carrying four boxes of biscuits.  
He has done something over 30 miles (90h.) in 2½ days — exceedingly good going. I only hope



0 100 200 300 400 500 600 700 800

# Sovkhoz

Regular	<i>Italic</i>
Book (i)	<i>Book It. (i)</i>
Semibold (i)	<i>Semibold It. (i)</i>
Bold (i)	<i>Bold It. (i)</i>
Extrabold	<i>Extrabold It.</i>
Black Display	

(i) = Instance

NOORT POSEE DESTREZAS QUE LE PERMITEN SORTEAR ÓPTIMAMENTE AMBIENTES TIPOGRÁFICOS COMPLEJOS, TALES COMO EL DISEÑO DE INFORMACIÓN, LA EJECUCIÓN DE JERARQUÍAS EN EL DISEÑO EDITORIAL, O LA CREACIÓN MISMA DE MAPAS CONTEMPORÁNEOS.

14/37 PT (SEMIBOLD ITALIC, SPANISH)

**ORIGEN Y MIGRACIÓN** — Durante mucho tiempo el origen del pueblo gitano, de los ROM, fue un misterio. Sin embargo, actualmente la mayoría de los investigadores coinciden en que provienen del norte de la India; esta teoría se elaboró a través del estudio de su lengua. Hasta el siglo XVIII se había planteado, que los gitanos utilizaban una jerga de ladrones, pero actualmente se reconoce que los gitanos hablan una lengua antigua, denominada *romanó*, *romaní*, que tiene varios dialectos y que parece proceder de una forma lingüística del Sánscrito Nublense (es uno

12/14 PT (SEMIBOLD, 550I)

a a – The dinosaur-like gator looked even bigger when another man came into the frame to take a picture — but apparently he is

12/14 PT (SEMIBOLD ITALIC, ALL SMALL CAPS)

**'HE DOESN'T BOTHER ANYBODY AND THEY DON'T BOTHER HIM, HE'S LIKE A MASCOT FOR THE COURSE, OWNED BY MANATEE COUNTY.'**

12/14 PT (SEMIBOLD ITALIC, 5W5H)

*Read more- It was like it came out of Jurassic Park!': Monster alligator stuns golfers by casually strolling across Florida golf course.*

CONTEXTUAL ALTERNATES

*fã* → *fã*

*fë* → *fë*

*Qg* → *Qg*

*Qj* → *Qj*

*Qp* → *Qp*

*Qy* → *Qy*

FIGURES: OLD STYLE &amp; LINING, PROPORTIONAL &amp; TABULAR

1234567890

1234567890

1234567890

1234567890



# TIPOGRAFÍA

## NOMNADO\_ RECOLETA

Cliente\_ Latinotype

Empresa\_ Latinotype

Profesional\_ Jorge Cisterna

USA, 2018

## RECOLETA ES UNA FUENTE DIGITAL INSPIRADA EN TIPOGRAFÍAS POPULARES EN LOS AÑOS 70, DISEÑADA PARA SER USADA EN TITULARES.

El pedido de Latinotype fue desarrollar una fuente digital de títulos para su catálogo comercial *retail*, que rememorara tipografías populares usadas en la década de 1970, con características morfológicas que otorgan personalidad, pero que pudiera ser usada con versatilidad en distintos proyectos de diseño gráfico, tanto digitales como análogos.

La cantidad de variables de pesos y la altura de minúsculas fueron decididos principalmente para dar versatilidad en su uso *display* o de títulos. Se lanzaron dos familias: una básica y otra con caracteres alternativos, ambas con la

misma cantidad de caracteres para los usuarios que no utilizaran tecnología *opentype*.

Desde el momento de lanzamiento hasta ahora, la fuente digital ha sido descargada más 10.000 veces en distintos sitios de *retail* tipográfico. Asimismo, el impacto para Latinotype se ha visto principalmente en la presencia de marca en el sitio de mayores ventas *retail* de fuentes digitales en el mundo: Myfonts, donde fue la fuente más vendida durante el 2018, a su vez, ha estado en *best seller* durante la mitad del 2018 y todo 2019.



A A B C D E F G G H I J K K L M M N N O  
 P Q Q R R S T U U V W W X Y Z a a b c d  
 e e f g g h i j k k l m n o p q r s t u  
 v u w w x y y z & & 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Recoleta - Medium

Alternativas - Recoleta

Recoleta

a a a a a a a

Thin  
 Light  
 Regular  
 Medium  
 Semibold  
 Bold  
 Black  
 —



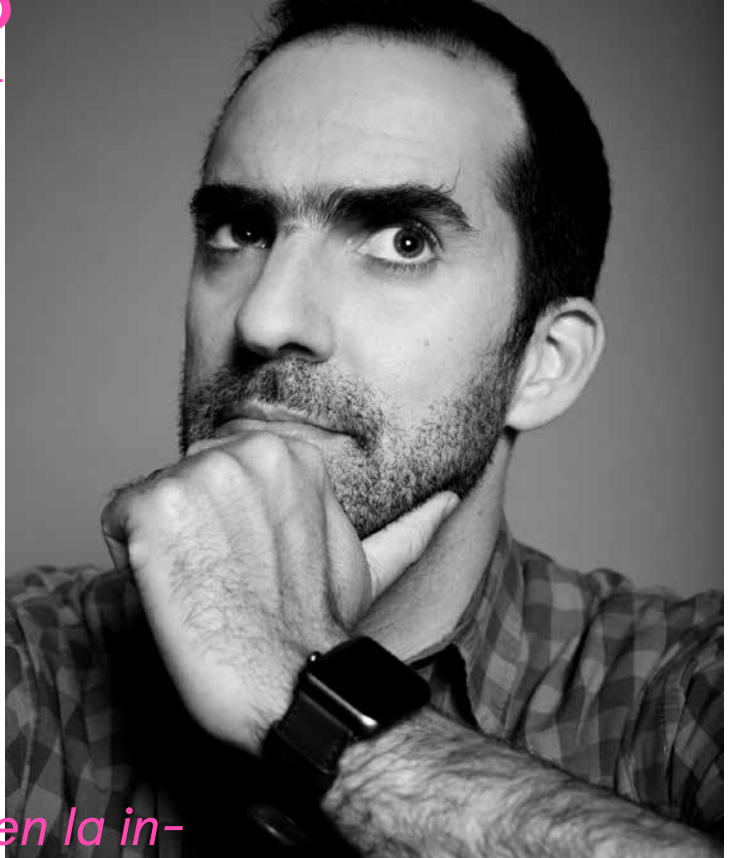
# DISEÑO ONLINE Y APPS



# Leo Prieto

PRESIDENTE DEL JURADO

/



*Pionero en la industria de internet en América Latina. Fundador de FayerWayer, Betazeta y ODD Industries.*

# Matías Martínez

JURADO

/



*Desarrollador y diseñador de 25 años, amante de las apps y las paltas. Trabaja en Cornershop, donde se desempeña como desarrollador de la app de iOS y como jefe de Diseño y Productos.*



# Ignacio Soffia

JURADO

/



*Emprendedor.  
Hoy se desempeña  
como jefe de Diseño  
en Fintual. Diseñador  
de la Pontificia Uni-  
versidad Católica de  
Chile.*

# Sergio Majluf

JURADO

/



*Director de Innovación, Emprendimiento y Empleabilidad en la Universidad San Sebastián. Diseñador de la Pontificia Universidad Católica de Chile, máster en Interactive Telecommunications en New York University, EE.UU., con foco profesional y académico en la intersección entre educación, tecnología y diseño.*





# 1. WEB

## GANADOR\_ SINTONIZA CON LA MEMORIA

Cliente\_ Museo de la Memoria y los Derechos Humanos

Empresa\_ Wolf BCPP

Profesionales\_ Wolf BCPP

Chile, 2019

## SINTONIZA CON LA MEMORIA ES UNA WEB RADIO QUE PERMITIÓ RECREAR AUDITIVAMENTE EL 11 DE SEPTIEMBRE DE 1973.

“Sintoniza con la memoria” es una web radio que se implementó el 11 de septiembre de 2018, en el marco de la conmemoración de los 45 años del golpe militar en Chile. Una galería auditiva que replicó, en tiempo real, ese 11 de septiembre de 1973 tal como ocurrió, rescatando, restaurando y organizando en orden cronológico más de 557 audios desde el primer anuncio del Presidente de la República, para hacer vivir a todo Chile lo que pasó ese histórico día. El encargo del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos fue utilizar esa fecha histórica como el contexto para generar una acción que permitiera masificar el propósito del museo y estimular el interés de las personas por su contenido.

El propósito del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos es mantener viva la memoria, y es precisamente este propósito el que se ve afectado año a año, y que se hace más evidente al vivir cada 11 de septiembre como un 11 más, que se aleja y pierde conexión con las personas.

SintonizaConLaMemoria.cl se implementó el 11 de septiembre de 2018 como una galería auditiva que permitió revivir, en tiempo real, lo que se vivió ese día en 1973. La experiencia logró generar un verdadero hito para el Museo: ese día el museo obtuvo 21 veces la cantidad de visitas que tienen en un año.



**EL DISEÑO Y DESARROLLO INTEGRARON TANTO EL TRABAJO DE ARCHIVOS DE AUDIO COMO EL DE LA WEB, ASEGURANDO UNA EXPERIENCIA SIMPLE Y EN TIEMPO REAL PARA LOGRAR RECREAR FIELMENTE ESE DÍA.**







# WEB

## NOMINADO\_ IBT - PLATAFORMA INDICADOR DE BIENESTAR TERRITORIAL

Cliente\_ Centro de Inteligencia Territorial Universidad Adolfo Ibáñez

Empresa\_ Magia Liquid

Profesionales\_ Magia Liquid

Chile, 2019

**DISEÑAMOS UNA PLATAFORMA QUE TRADUCE LA INFORMACIÓN COMPLEJA A UN LENGUAJE SENCILLO, SIMPLIFICANDO LA FORMA DE COMPRENDER LOS DATOS.**

El Indicador de Bienestar Territorial (IBT) es una plataforma cuya información fue desarrollada por la Universidad Adolfo Ibáñez y que busca acercar información de avanzada en el territorio para impactar en el bienestar de las personas positivamente. Desarrolla una nueva forma de ver y hacer sentido de la ciudad al alcance de todos. Los indicadores permiten evaluar la calidad de los espacios que habitas y su potencial, también visibilizan las oportunidades para mejorar la calidad de vida en relación al territorio, y hace manifiestas las brechas que son necesarias de superar.

El Indicador de Bienestar Territorial busca acercar información de avanzada en el territorio para impactar en el bienestar de las personas positivamente.

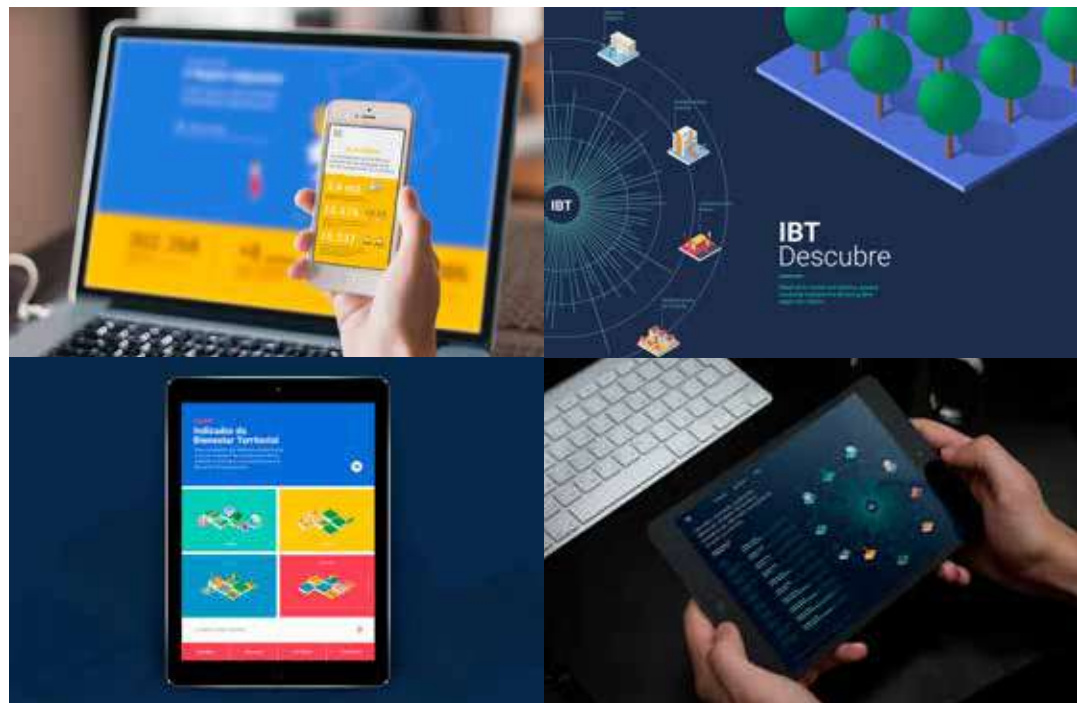
El diseño visual para IBT fue desarrollado pensando en los conceptos de consistencia, modernidad, tecnología, solidez, simpleza y visión de futuro.

Es un espacio que te maravilla con la información y donde las personas son los actores principales que interactúan con la data, a través de un diseño moderno, amigable y transparente. El objetivo fue crear un espacio único capaz de simplificar y acercar la información a las personas.

IBT es un proyecto que permite acercar información compleja a las personas, de una manera simple y amigable. A través de una plataforma web, su alcance es aún mayor, ya que permite que personas alrededor de todo el país tengan acceso a información que antes no era accesible y menos aún, fácil de comprender para cualquier usuario.

Como plataforma, ha llegado a tener 8.081 visitas a la página durante su primer mes de lanzamiento, 1.499 usuarios de visita en un día *peak* y un aumento de 126 a 346 descargas desde su lanzamiento al segundo mes en línea.





# DISEÑO DE PRODUCTOS



# Sebastián Núñez

PRESIDENTE DEL  
JURADO

/



*Gerente general de Interdesign, agrónomo de profesión y con más de 15 años ligado a la selección de productos y al diseño de mobiliario.*

# Pablo Valenzuela

JURADO

/



*Socio fundador de Acero. Arquitecto de la Pontificia Universidad Católica de Chile con más de 15 años ligado a la arquitectura y mobiliario.*



# Marcelo Rotella

JURADO

/



*Gerente de Olika Scandinavian Design. Ingeniero comercial de la Universidad de Chile que ha trabajado principalmente en el estudio y puesta en marcha de nuevos negocios.*

# Rodrigo Bravo

JURADO

/



*Socio director de  
Bravo. Diseñador in-  
dustrial que se ha de-  
dicado a proyectos de  
arquitectura interior,  
mobiliario y diseño de  
productos.*



# José Allard

JURADO

/



*Socio fundador de  
Wayfinding. Diseñador que  
se ha desempeñado como  
director y académico de  
la Escuela de Diseño de la  
Pontificia Universidad Ca-  
tólica de Chile.*



# 1. MOBILIARIO

## GANADOR\_ PERCHERO TRIWU

Cliente\_ Medular

Empresa\_ Medular

Profesional\_ Álvaro Lagos

Chile, 2017

## PERCHERO DESARMABLE QUE BASA SU FORMA EN EL CRUCE DE TRES "WAYKIS" O LANZAS DE MADERA AGUZADAS EN LOS EXTREMOS, UTILIZADA POR LOS MAPUCHE.

Es un perchero cuyo encargo fue la generación de un soporte desarmable que se pudiera entregar en un "flat pack", como son la mayoría de los productos del mandante. El proyecto se abordó buscando elementos planos o de bajo volumen que permitieran, en pocos pasos, generar un elemento volumétrico tridimensional, cuidando que el montaje fuese simple, intuitivo y que no requiriese herramientas adicionales en el proceso de armado. Para ello se investigaron diversos sistemas de unión y la repetición de elementos idénticos que generaran un lenguaje de armado.

Formalmente se conformó una trenza de 3 barras de madera, fijadas por dos elementos metálicos idénticos, que generan la inclinación y el movimiento.

El mandante ha generado ya 3 producciones masivas de este perchero

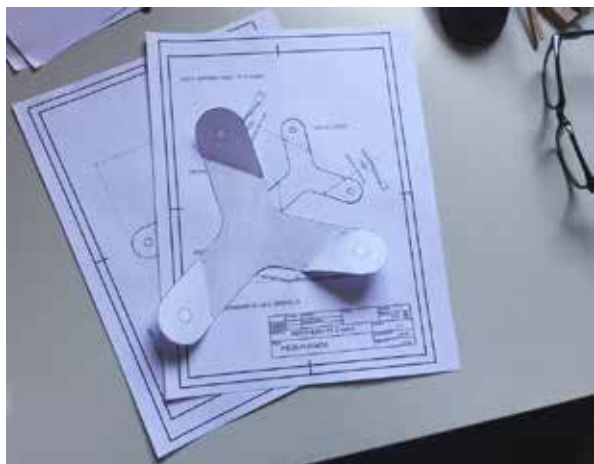
con una excelente recepción y ventas, diversificando también su *mix* de productos.

En aspectos productivos, la combinación de elementos simples y con procesos controlados hacen que este producto sea altamente replicable. Su producción se realiza con maderas que no están en riesgo y con artesanos locales.

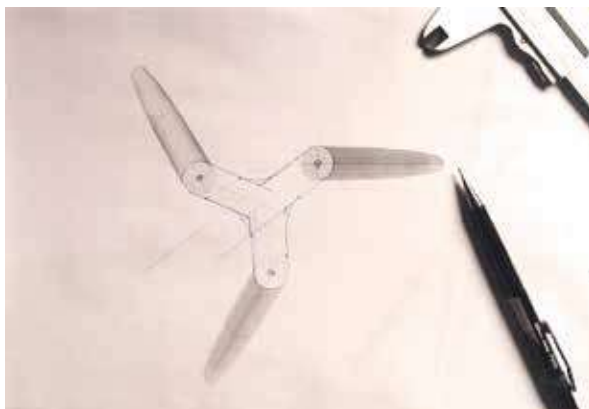
En los procesos de montaje, por parte del usuario, se logró un acto fácil e intuitivo, que no requiere elementos adicionales.

En aspectos emocionales se logró un producto original, con una marcada identidad nacional, el cual ha sido presentado en versiones en cobre y lenga, para ferias internacionales, como Wanted Design New York.





**SE BUSCARON COMPONENTES QUE PUDIESEN SER GENERADOS POR CORTE LÁSER Y CNC, PARA MINIMIZAR LOS MÁRGENES DE ERROR Y ASEGURAR LA CALIDAD Y BAJA POSVENTA.**





# MOBILIARIO

## NOMINADO\_ MESA DE PÍCNIC

Cliente\_ Roda Corp SpA

Empresa\_ Roda

Profesionales\_ Garance Echazarreta / Felipe Pommerenke

Diseñado en Chile y producido en China, 2019

**LA "MESA DE PÍCNIC RODA" ES UN MUEBLE QUE INVITA A LOS NIÑOS A SENTARSE Y COMPARTIR EN TORNO A UNA CUBIERTA MULTIPROPÓSITO Y A SU MEDIDA.**

En RODA creemos que el buen diseño significa mejor calidad de vida. Por eso, nos gusta tomar elementos cotidianos y reinterpretarlos con nuestros fundamentos de diseño (funcional, simple, esencial, atractivo, deseable). Así nació la idea de hacer nuestra propia mesa de pícnic RODA. Producto básico, clásico y existente, pero que con un nuevo diseño realizamos su uso e inteligente estructura.

En el mundo actual, cada vez más vinculado a la tecnología, dispositivos móviles e impersonal, vemos que existe una necesidad creciente de tener más y mejores momentos para compartir, relacionarse, hacer con las manos y disfrutar la naturaleza. Esto fue lo que nos motivó comercialmente a desarrollar el producto. Vemos también que es una necesidad mundial, por lo que ya estamos en negociaciones para poder exportar este producto.



# MOBILIARIO

## NOMINADO\_ MESA DE CENTRO MC30

Cliente\_ Autoencargo

Empresa\_ 1 A 10 Design

Profesionales\_ Felipe Arriagada / 1 a 10 Design

Hotel Tierra Chiloé, Chile, 2017

**LA MESA DE CENTRO MC30 ES UN MOBILIARIO INSPIRADO EN EL JUEGO YENGA Y SE COMPONE DE 78 LISTONES, DE LOS CUALES 52 SON MÓVILES.**

El objetivo fue crear una mesa de centro que mantuviera las características del juego Yenga, pero que además fuera funcional, logrando así un diseño personalizable, que varía según cómo se use.

Está fabricada por completo en madera nativa de lenga chilena y se compone de 78 listones, de los cuales 52 son móviles, y hecha a mano con técnicas de carpintería tradicional. Esto permite que la mesa tenga múltiples configuraciones, según la función que se le quiera dar. La movilidad de las piezas se logra mediante su amplia-

ción y con el calce preciso para que puedan deslizarse unas sobre otras.

Las mesas de centro siempre las hemos considerado como piezas interesantes en cuanto su diseño y al protagonismo que poseen dentro de los espacios de viviendas y lugares públicos. Por lo general, uno espera como principal función de la mesa que esta posea una superficie horizontal para poder apoyar objetos sobre ella. La mesa de centro MC30 propone mantener esta funcionalidad, pero con un valor agregado clave, la personalización.





## 2. OBJETOS

### GANADOR\_ LIBRO INTERMINABLE

Ciente\_ Museo de la Memoria y los Derechos Humanos

Empresa\_ Wolf BCPP

Profesionales\_ Wolf BCPP

Chile, 2019

**EL LIBRO INTERMINABLE ES UN RELATO CUYO CONCEPTO Y DISEÑO, EN SÍ MISMO, ES UNA RESPUESTA CONCRETA A QUIENES PIDEN "DAR VUELTA LA PÁGINA".**

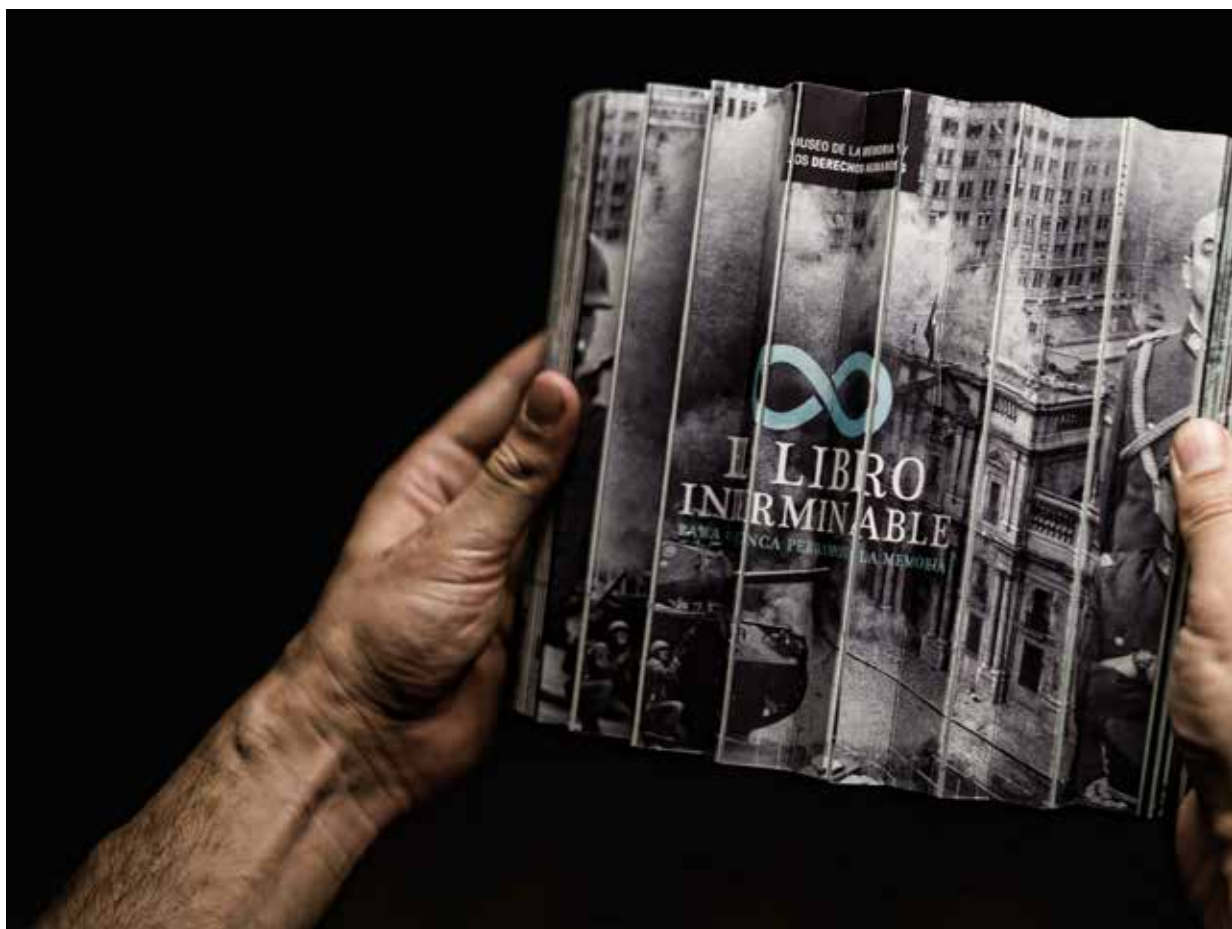
El libro interminable del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos se lanzó el 11 de septiembre de 2019 como un objeto y un relato que se proyectó como una respuesta directa a quienes piden "dar vuelta la página" y así olvidar las violaciones a los derechos humanos cometidas en dictadura. Un libro circular, que no tiene inicio ni fin, y cuyo contenido de 58 páginas contiene 29 historias que no queremos repetir. El diseño permite doblar y guardar el libro desde cualquier página, y para esto, todas las páginas enfrentadas se diseñaron como contenido y, a la vez, como portada y contraportada.

El proceso partió investigando la desconexión social y cultural hasta lograr un hallazgo que inspiró la solución. El desarrollo, además de imprimir los libros, implicó también generar su versión digital, para llegar al máximo de personas en una acción que duraría un día.

El propósito del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos es precisamente mantener viva la memoria, y es este propósito el que se ve afectado año a año y que se hace más evidente al vivir cada 11 de septiembre como uno más, alejándose y perdiendo conexión con las personas.

El desafío fue generar una acción que sensibilizara a todos respecto del valor de la memoria. La inspiración de la solución surge al investigar lo que opinaban los principales detractores del museo. El hallazgo: una frase repetidamente usada para invitar a olvidar, y esta era "Dar vuelta la página". Desde esta frase surge el concepto de la solución, un libro interminable. La solución se desarrolló investigando y ensayando posibilidades para concretar este concepto, que terminó finalmente en un libro circular.





**“DAR VUELTA LA PÁGINA”.  
DESDE ESTA FRASE SURGE EL  
CONCEPTO DE LA SOLUCIÓN,  
UN LIBRO INTERMINABLE.**



# OBJETOS

## NOMINADO\_ ESTADIÓMETRO DIGITAL INDIRECTO

Cliente\_ Escuela de Nutrición Universidad Mayor

Empresa\_ Universidad Mayor

Profesionales\_ Jhonatan Romero / John Valdés / María Paz Quintana / Germán Espinoza

Chile, 2018

## DISEÑO DE ESTADIÓMETRO DIGITAL INDIRECTO PARA EVALUACIÓN DE PESO Y TALLA EN PACIENTES ADULTOS MAYORES CON DISCAPACIDAD FUNCIONAL MOTORA.

La medicina ha determinado que el conocer el peso y altura de comunidades con situaciones de riesgo latentes o explícitas en su salud es vital para realizar diagnósticos diferenciales, objetivar el estado nutricional, conocer el estado de salud general, IMC, establecer pronósticos adecuados y desarrollar planes de intervención y de seguimiento oportuno, calcular la función pulmonar y renal y otros problemas de atención al paciente.

Sin embargo, desde la ergonomía, la medición precisa de la altura y peso puede ser difícil para las personas en situación de postración, o que no se pueden mantener en pie por diversas anomalías físicas o nerviosas, puesto que, como se comprenderá, la propia afección impide la aplicación de los métodos tradicionales de medición.

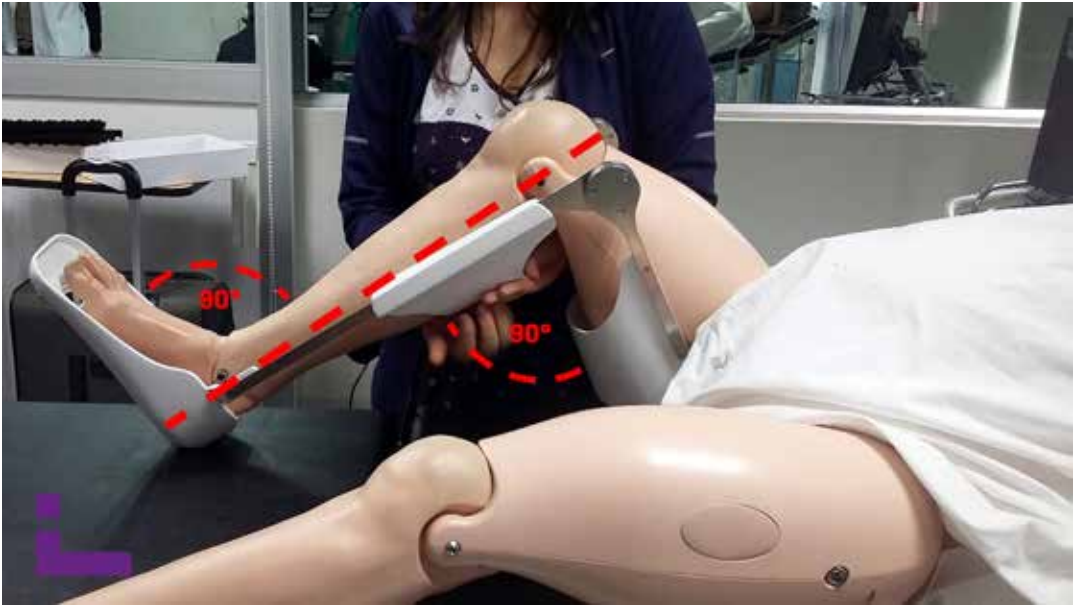
La innovación responde al diseño de un estadiómetro digital indirecto y que

otorga una mayor precisión y fiabilidad de la información en la evaluación indirecta del peso y estatura de pacientes en estado de postración, con grados de eficiencia mucho mayores en lo que refiere a tiempo y costos en relación al estado del arte actual.

Además de dar solución a la indisponibilidad de productos de esta índole en el mercado, principalmente nacional, facilita la labor del profesional y mejora con creces la atención y experiencia del paciente, transformándose en un producto que aporta al diseño de experiencias intrahospitalarias.

En definitiva, este es un producto de diseño de impacto social y económico, que mejora la técnica antropométrica, logra mayor confort para los pacientes y mayor precisión en la toma de datos antropométricos para los profesionales de la salud.







# OBJETOS

## NOMINADO\_ SCOOTER RODA

Cliente\_ Roda Corp SpA

Empresa\_ Roda Corp Spa

Profesionales\_ Garance Echazarreta / Felipe Pommerenke

Chile, 2019

**"SCOOTER RODA" ES UN MONOPATÍN DISEÑADO ESPECIALMENTE PARA NIÑOS DESDE LOS 18 MESES HASTA LOS 5 AÑOS, QUE SE AJUSTA EN 3 ALTURAS.**

A nivel mundial, los *scooters* se han convertido en el objeto básico de movilidad sobre ruedas para niños en edad preescolar. Lo liviano, simple y estable (al tener 3 ruedas) lo hacen muy maniobrable y fácil de aprender a utilizarlo.

Con este *scooter*, nos plantemos el desafío de atrevernos a hacer algo diferente a lo existente, simple pero atractivo y de excelente calidad, sin

dejar de lado llegar a un bajo precio respecto de la competencia.

El *scooter* como producto es masivo y es un fenómeno mundial que no vemos que tenga límite. En ese sentido, estamos convencidos de que al diseñar nuestro *scooter* bajo fundamentos de diseño RODA (funcional, simple, esencial, atractivo, deseable), lo hace una alternativa muy atractiva para comercializar en todo el mundo.



# 3. INDUMENTARIA

## GANADOR\_ BOSS SECURITY SHOES

Cliente\_ PepsiCo

Empresa\_ Danko Domínguez

Profesionales\_ Danko Domínguez / Paula Cancino

Chile, 2019

## DISEÑO Y FABRICACIÓN DE CALZADO DE SEGURIDAD ESPECIAL (SASTRERÍA DE CALZADO INSTITUCIONAL) PARA LA EMPRESA PEPISCO Y SU DIVISIÓN DE VENTAS.

DS7 es un calzado muy especial, ya que recoge el *brief* de una empresa agotada de acceder todos los años a las mismas posibilidades de zapatos importados. Este *brief* requería diseñar y fabricar un zapato que pudiese ir en conjunto con los requerimientos de seguridad y de vestimenta de los *Front-liner* (fuerza de venta) de la compañía, dotación de alrededor de 1.500 empleados. El encargo en específico fue diseñar un calzado que luciera elegante como botín de vestir y además se hiciese cargo de los requerimientos de seguridad que los vendedores necesitan al manejar y estar dentro de la planta.

DS7 es un calzado que logra recoger las necesidades de una empresa y de sus empleados.

El mandante Pepsico se ve altamente beneficiado, ya que logra entregar a sus empleados algo por lo cual buscaban hace años. Asimismo, hay que destacar la satisfacción de la compañía de poder encontrar un proveedor local que pudiese dar solución al resurtido de productos y no esperar los tiempos de importación.

La problemática fue muy bien resuelta, además de mencionar que se diferenciaron los materiales para las distintas zonas, esto debido a que el alcance de este proyecto fue de distribución nacional, lo que nos exigió diferenciar las capelladas de los calzados para la zona sur y centro-norte.





**UNA DE LOS DESAFÍOS MÁS GRANDES Y ENTRETENIDOS DE SOLUCIONAR FUE PROPONER UN ZAPATO QUE NO PARECIERA ZAPATO DE SEGURIDAD Y QUE ADEMÁS PUDIESE MANTENER LOS CÓDIGOS Y NORMAS REQUERIDAS.**





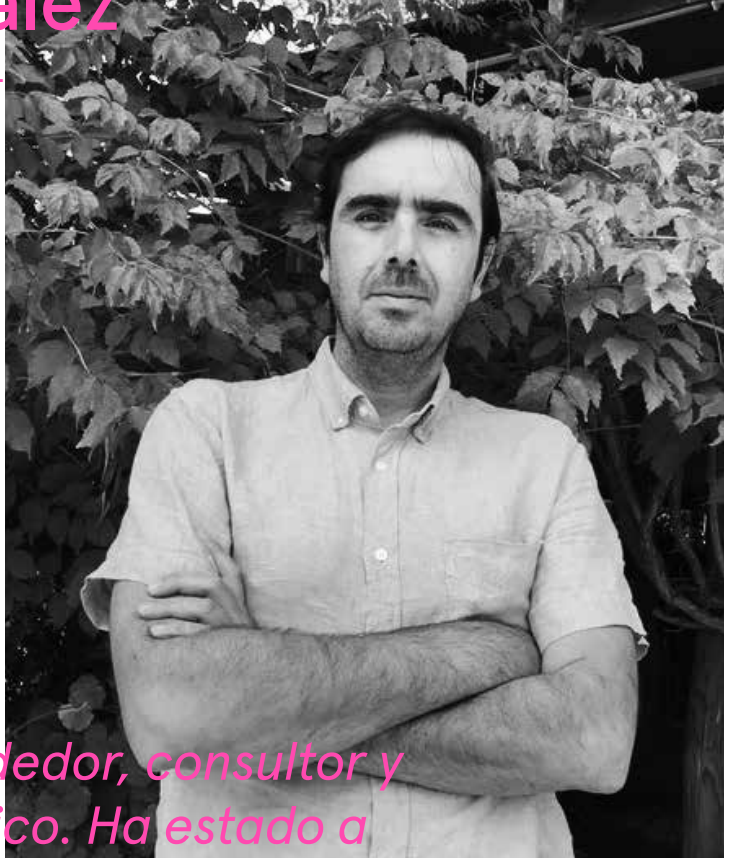
# DISEÑO DE SERVICIOS Y EXPERIENCIA



# Felipe González

PRESIDENTE DEL  
JURADO

/



*Emprendedor, consultor y académico. Ha estado a cargo de los programas e iniciativas de emprendimiento del Centro de Innovación UC y de los servicios corporativos de la Dirección de Emprendimiento.*

# Verena Müller

JURADO

/



*Gerente de Proyectos en Aukan y Gestión de Innovación de DICTUC. Ha dirigido proyectos de Gestión de Innovación para Cristalerías de Chile, Agental, ANWO, Laboratorio Dukay, Colbún S.A., entre otros.*



# Paula Wuth

JURADO

/



*Subdirectora de Investigación, Desarrollo y Transferencia de la Escuela de Diseño UC. Su ejercicio profesional y académico se centra en diseño de servicios, Design-Driven Innovation y diseño para la interdisciplina.*





# Elisa Briones

JURADO

/



*Diseñadora de experiencias y servicios. Trabaja en Service Design Lead en Accenture. Docente y jefa del diplomado de Diseño de Servicios de la Pontificia Universidad Católica de Chile.*

# DISEÑO DE SERVICIOS Y EXPERIENCIA

## GANADOR\_ PROYECTO EXPERIENCIA CAJA LOS ANDES

Cliente\_ Caja los Andes

Empresa\_ Diseño UC + Brandbook

Profesionales\_ Diseño UC + Brandbook

Chile, 2018-2019

## PROYECTO EXPERIENCIA CAJA LOS ANDES: TRANSFORMANDO LA VIVENCIA DE AFILIADOS A TRAVÉS DEL DISEÑO DE SERVICIOS.

Para el año 2018, Caja Los Andes definió 4 líneas de acción estratégicas; entre ellas, la experiencia de servicio. En este pilar es donde se enmarca el desafío planteado, donde se estableció el objetivo de mejorar la experiencia de los afiliados con foco en la omnicanalidad, rediseñando los servicios y la atención que se les brinda, creando valor en cada interacción con ellos. Se definió poner al afiliado al centro, redefiniendo los criterios de las decisiones con atención en su mayor bienestar, valoración y facilidad de acceso a los beneficios entregados por la compañía.

En primer lugar, se trata de un caso de una transformación de una gran

empresa de nuestro país, en la cual la metodología principal fue el diseño de servicio, el cual orientó el quehacer de un grupo interdisciplinario de profesionales. Además, es buen ejemplo de alianza privado-académica para la resolución de problemas complejos y sistémicos. En segundo lugar, es un proyecto con resultados concretos y profundo impacto a la organización y sus clientes.

Finalmente, este proyecto ha tenido impacto disciplinar a nivel mundial, ya que acaba de ser galardonado con el Service Design Award 2019 en la categoría profesional. Este premio vela por reconocer la excelencia y es el más prestigioso en diseño de servicio.





## Contexto del Proyecto



La Caja de Compensación debe proporcionar un servicio eficiente y rápido, con un proceso claro y sin fricciones de fondo. Los objetivos son: mejorar la experiencia y procesos, mejorar a los afiliados, personalizar y ser flexible.

BOLETO CENTRAL EN EL USUARIO

**El Desafío:** Mejorar la experiencia de los afiliados con foco en centralización, pasando al usuario en el centro.

## Metodología

### ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA

- Entrevistas
- Observación
- Mapas de proceso
- Mapa de Identidad
- Percepción emocional
- Mapa de funcionalidades

### DISEÑO DE LA EXPERIENCIA

- Mapas de experiencia
- Mapas de servicio
- Mapa de roles
- Mapa de canales
- Mapa de tiempos
- Mapa de recursos

### IMPLEMENTACIÓN

- Definición de roles
- Definición de canales
- Definición de tiempos
- Definición de recursos
- Definición de procesos
- Definición de KPIs
- Definición de métricas de éxito
- Definición de indicadores
- Definición de acciones

## Impacto Diseño del Servicio



Gerente General en la cuenta pública anual de la organización presentando el proceso y los resultados del proyecto

### INDICADORES DE SERVICIO

Para medir la experiencia del Cliente y al proceso de soporte se diseñaron tres niveles de indicadores:

- NIVEL 1: KPIs de procesos con impacto en la experiencia
- NIVEL 2: KPIs de eficiencia
- NIVEL 3: Percepción de experiencia del afiliado (Basado en encuesta)



A PARTIR DE UNA CONSULTORÍA INTERDISCIPLINARIA SE ESTABLECIERON ATRIBUTOS, VIAJES, ESTRATEGIA DE CANALES E INTERACCIONES QUE DEFINEN LA EXPERIENCIA DE CLIENTE.



## Levantamiento en Terreno

50  
entrevistas a  
afiliados

7  
observaciones  
en sucursal

33  
estudios de  
casos

10  
usuarios  
incógnita

13  
canales  
estudiados

45  
entrevistas a  
personal interno

14  
Testeos de  
usabilidad

7  
viajes  
estudiados

ARGENTINA

CHILE



# DISEÑO DE SERVICIOS Y EXPERIENCIA

## NOMINADO\_ WORK CAFÉ BANCO SANTANDER

Cliente\_ Banco Santander

Empresa\_ Banco Santander

Profesionales\_ Banco Santander

Chile, 2016

## WORK CAFÉ, EL DISEÑO DE SUCURSAL QUE LOGRÓ TRANSFORMAR LA EXPERIENCIA DE IR A UN BANCO Y ABORDAR NECESIDADES NO SATISFECHAS EN LA CATEGORÍA.

Por años, la banca desarrolló productos y servicios incorporando nuevas plataformas digitales en pro de simplificar la vida de los clientes. Sin embargo, no innovó en el modelo de atención en sucursales, lo que provocó la insatisfacción de las personas e hizo que se alejaran de estas, generando una percepción de que "a nadie le gusta ir al banco". Desde su propósito: "Contribuir al progreso de las personas y empresas", Santander se planteó un gran desafío estratégico: Un modelo de negocio basado en la experiencia para lograr revertir ese paradigma.

Work Café es una combinación de alta rentabilidad con una experiencia relevante para clientes y no clientes.

Un nuevo diseño de sucursal de experiencia, que combina *cowork*, cafetería y banco, logró transformar la manera de relacionar al banco con las personas.

Work Café busca mejorar permanentemente la experiencia con las personas, lo que ha conllevado a un modelo de negocio eficiente, rentable y de alto nivel.

Work Café de Banco Santander ha logrado romper paradigmas de la categoría, acercando las sucursales del banco a la gente, utilizando un diseño en términos de espacio que entrega una experiencia diferenciadora, innovadora, y que existe para potenciar el progreso y desarrollo de todas las personas.





# DISEÑO DE INFORMACIÓN



# José Soto

PRESIDENTE DEL JURADO

/



*Magíster en Diseño Estratégico, diseñador, infógrafo, tipógrafo, carpintero y docente de la Universidad Diego Portales. Socio director del estudio de diseño Negro.*



# Juan Pablo Bravo

JURADO

/



*Diseñador Gráfico licenciado en Diseño especializado en Infografía y Diseño de Información. Infografista y Diseñador Periodístico del diario El Mercurio y docente de la Pontificia Universidad Católica de Chile.*



# Jorge Cortés

JURADO

/



*Comunicador especializado en infografía periodística y diseño editorial. Ha colaborado en medios de Venezuela, Chile, Hong Kong y Omán. Es el director del diplomado de Infografía de la Pontificia Universidad Católica de Chile.*

# Manuela Garretón

JURADO

/



*Diseñadora y académica de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC). Máster en Telecomunicaciones Interactivas en New York University, y actualmente cursa un doctorado en Ciencia de la Computación en Ingeniería PUC.*



# Cristóbal Avendaño

JURADO

/



*Diseñador y magíster en  
Diseño Avanzado y docen-  
te de la Escuela de Diseño  
de la Pontificia Univer-  
sidad Católica de Chile  
(PUC). Socio fundador de  
Visualógica.*

# 1. SEÑALÉTICA

## GANADOR\_ SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN PARA MEGACENTRO ENEA

Cliente\_ Red Megacentro

Empresa\_ Wayfinding Consultores

Profesionales\_ Daniela Brandi / Camila González / Pamela Sthandier

Chile, 2017

## SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN PARA CENTRO DE DISTRIBUCIÓN INDUSTRIAL, CUYO PRINCIPAL USUARIO SON VEHÍCULOS DE GRAN ENVERGADURA.

Se desarrolló una propuesta sencilla pero llamativa, mediante el uso de un patrón basado en franjas de color. Se le entrega identidad a este espacio industrial y se destacan las zonas de información, como andenes, administración y casino. La complejidad del entorno radica en que es un espacio donde conviven una multiplicidad de usuarios: peatones, automovilistas y vehículos de gran envergadura.

Tanto funcionarios como proveedores anexos deben orientarse para no interferir en la logística del recinto, por lo cual la efectividad del sistema resulta crucial para garantizar la seguridad de los usuarios.

Por otra parte, se desarrollaron tótems que se convirtieron en la propuesta idónea para articular el sistema de navegación. Al ser resistentes y

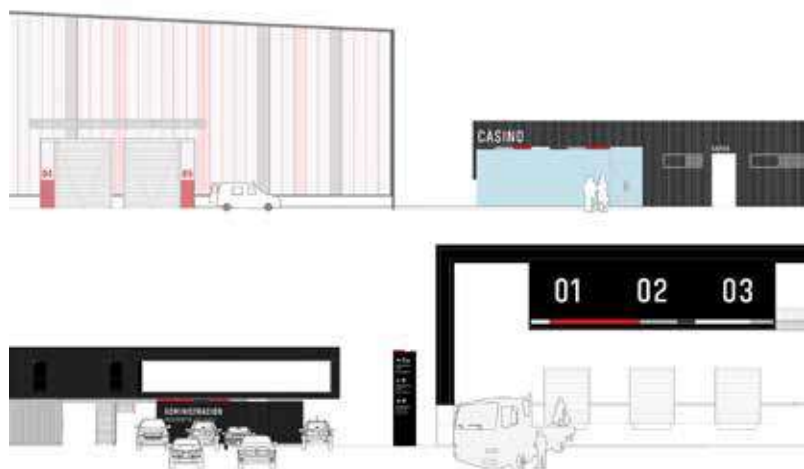
lograr cierta presencia en este vasto lugar, se convirtieron en el elemento ideal para que los transportistas lograran orientarse.

Su potencial radica en articular un sistema de gran escala, que logra con un presupuesto reducido, insertarse en un espacio enorme, sin interferir con la arquitectura y, al mismo tiempo, comunicar de manera eficaz en un recinto inhóspito y limitado en sus intervenciones.

Todo esto se traduce en generar una propuesta atractiva y resistente a estas particularidades. Estos desafíos fueron dominados, generando no solo un sistema de comunicación eficiente, sino también una propuesta que potencia la arquitectura, la escala, el espacio y la operación de Red Megacentro.









**PARA LOGRAR UN SISTEMA RESISTENTE, EL RCM TROQUELADO CON TEXTOS DE GRAN ESCALA Y ADOSADO DIRECTO A LA FACHADA SE VOLVIÓ EL EJE FUNDAMENTAL.**



# SEÑALÉTICA

## NOMINADO\_ NÚCLEO OCHAGAVÍA

Cliente\_ Red Megacentro

Empresa\_ CQ Estudio

Profesionales\_ CQ Estudio

Chile, 2019

## DISEÑO DE SEÑALÉTICA PARA UN HISTÓRICO EDIFICIO INDUSTRIAL, RESTAURADO Y CONVERTIDO EN UN COMPLEJO DE USO MIXTO.

Red Megacentro es una empresa de gestión inmobiliaria perteneciente al sistema B; entrega soluciones de infraestructura arrendando bodegas, oficinas y grandes centros de distribución. Cuenta con 46 complejos de operación logística en Chile, Perú y Estados Unidos. Inaugurado en 2016, Núcleo Ochagavía se ubica donde hace 40 años se construyó el ex Hospital Ochagavía, más conocido como el "Elefante Blanco".

El encargo consistió en redefinir un sistema de señalética ya implementado en un edificio de uso mixto y en funcionamiento de 90.000 m<sup>2</sup> y 12 niveles divididos en dos secciones, en el cual coexisten 9 programas. El sistema de navegación que diseñamos corrigió problemas de percepción, reconocimiento y navegación; brindó confort para todos los usuarios, unificó las señales bajo una sola línea gráfica y distinguió 1.235 puntos de señalética

divididos en: identificación, dirección, regulatorios, *branding*, información y orientación.

El sistema de orientación y señalética incide directamente en la mejora del desplazamiento e interacción de los usuarios con el edificio; apela a la cognición e interacción del transeúnte con un medio físico, definiendo de inmediato su experiencia con este.

Red Megacentro obtuvo un proyecto óptimo y funcional, que cumple con su misión y objetivo de potenciar zonas urbanas olvidadas y convertirlas en centros fundamentales y activos.

Brindar un sistema de señalética eficiente y en sintonía con su arquitectura le agregó valor al edificio, Red Megacentro obtuvo un proyecto óptimo y funcional, que cumple con su misión y objetivo de potenciar zonas urbanas olvidadas y convertirlas en centros fundamentales y activos.



# SEÑALÉTICA

## NOMINADO\_ SEÑALÉTICA UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN (SEDE LOS LEONES)

Cliente\_ Universidad San Sebastián

Empresa\_ Grupo Oxígeno

Profesionales\_ Domingo Kong / Tomás Gottlieb / Carla Hernández / Rodrigo Stierling / José Luis Bayer  
Chile, 2019

## WAYFINDING PARA LA BIBLIOTECA Y LABORATORIOS DE LA UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN (SEDE LOS LEONES).

El proyecto de *wayfinding* para la biblioteca de la Universidad San Sebastián (sede Los Leones) se diseñó pensando en un sistema de comunicación simple, claro, elegante y neutro, que no generara ruido visual sobre el espacio arquitectónico y que constituyera también un aporte a este ambiente. La comunicación visual se realizó con soportes en metal con fondos de color gris oscuro y tipografías Montserrat y

Avenir en color blanco. Los mapas de ubicación se simplificaron, buscando comunicar la comprensión del espacio total donde se encuentra este recinto.

El proyecto, además de ser efectivo, funcional y claro, cumple con un aporte estético, aportando diseño, sobriedad y elegancia a un espacio arquitectónico que lo amerita.





## 2. INFOGRAFÍA

### GANADOR\_ DISEÑO DE INFORMACIÓN EN INFORME ANUAL DE LOS DERECHOS HUMANOS EN CHILE 2017-2018

Cliente\_ Instituto Nacional de Derechos Humanos (INDH)

Empresa\_ Jenny Abud

Profesional\_ Jenny Abud

Chile, 2017-2018

### DISEÑO DE INFORMACIÓN PARA EL INFORME ANUAL DE LOS DERECHOS HUMANOS EN CHILE EN LOS AÑOS 2017 Y 2018.

Durante 10 años, el Instituto Nacional de Derechos Humanos (INDH) realiza en Chile un informe anual, el cual describe las diferentes problemáticas contingentes. Desde el año 2017, el INDH decidió cambiar comunicacionalmente este contenido, que hasta esa fecha se expuso en formato de investigación, complejo y sin mayor producción en el diseño, creando una cierta indiferencia ciudadana, al no lograr la comprensión ni el interés sobre los derechos humanos.

A partir de este diagnóstico, el diseño de este informe se elabora a partir de los conceptos de inclusión, información y cercanía ciudadana. El resultado es atractivo en su diseño editorial, incorporando diseño de información en toda la estructura del informe, además de tener lecturas con destacados claves y fotografías complementarias.

Bajo este nuevo diseño, el INDH configuró un equipo especial para levantar datos complementarios al texto central, dando la señal clara de la importancia que este informe tiene hoy en relación con la visualización de estos datos y cómo el diseño resulta ser un aporte para esta institución y para toda la ciudadanía. El aporte que hoy entrega este proyecto se diversifica no solo en los interesados en derechos humanos, ya que estas infografías son utilizadas por profesores de enseñanza media, fundaciones, grupos sociales que son expuestos en los datos, entre otros.

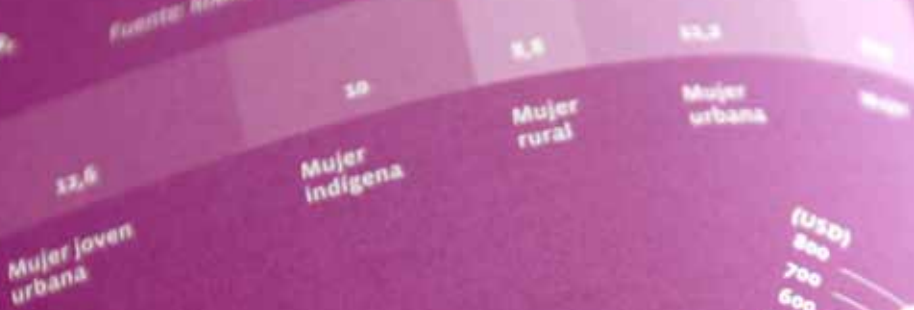
Este contenido impreso se entrega de manera gratuita en la inauguración y en la solicitud de cualquier ciudadano/a en las 15 sedes del INDH a lo largo del país.



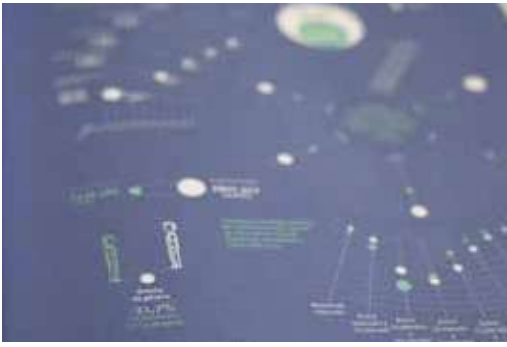
... PROMEDIO  
... TERRITORIO,  
... (2018)

Fuente: INMSP, 2018

... MENSUAL  
... PACIÓN  
... OMBRES Y  
... TERRITORIO,  
... ETARIO (2015)







**EL DISEÑO SE ELABORA A PARTIR DE LOS CONCEPTOS DE INCLUSIÓN, INFORMACIÓN Y CERCANÍA CIUDADANA.**



# DISEÑO DE AMBIENTES Y ESPACIOS



# Orlando Gatica

PRESIDENTE DEL  
JURADO

/



*Director general de Orlando Gatica Studio. Se ha dedicado más de 17 años a imponer un estilo de trabajo, donde la innovación constante y mejora sostenida en el diseño y la calidad del producto son fundamentales.*



# Luis Fernando Moro

JURADO

/



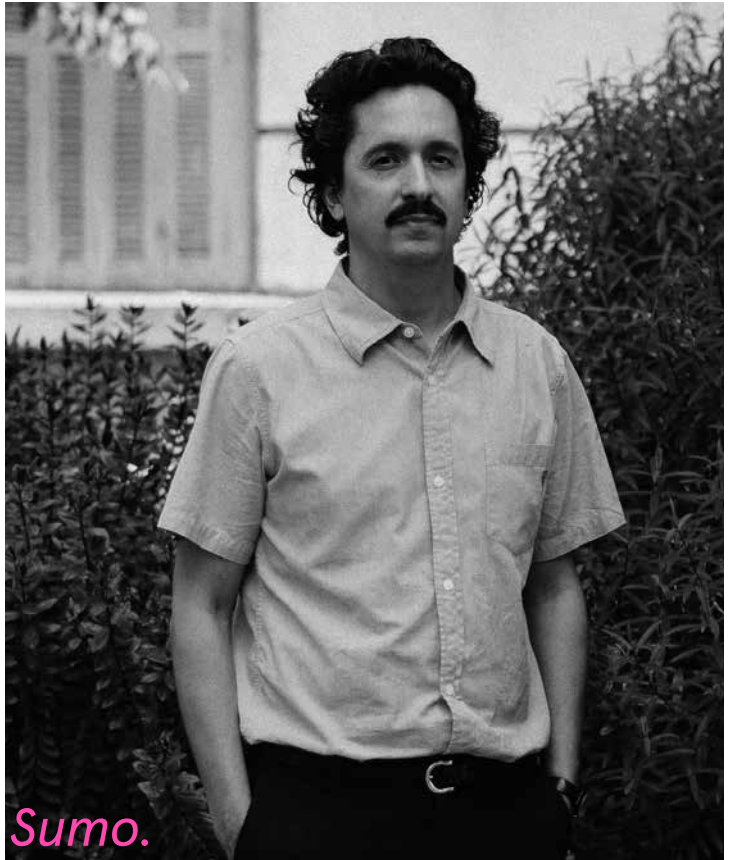
*Socio director de Moro Arquitectura Interior. Tiene más de 48 años de experiencia diseñando muebles, ha decorado toda clase de proyectos de oficinas, hoteles, entre otros.*



# Pablo Romero

JURADO

/



*Socio de Sumo.  
Diseñador gráfico  
de la Universidad  
Finis Terrae, espe-  
cialista en diseño de  
ambientes y espa-  
cios.*

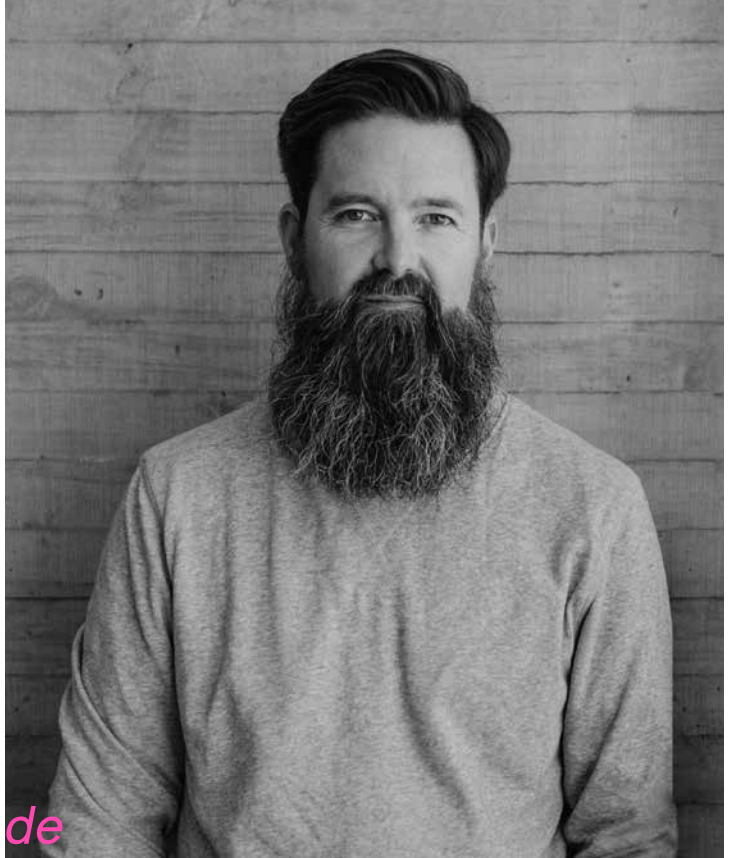




# Cristián Domínguez

JURADO

/



*Director de The Andes House. Arquitecto, sus diseños son destacados a nivel internacional y comercializados en Santiago, Nueva York, Londres y Suecia.*

# 1. RETAIL

## GANADOR\_ CAMPOSORNO

Cliente\_ Camposorno

Empresa\_ Elton Léniz

Profesionales\_ Mirene Elton / Mauricio Léniz / Amanda Videla

Chile, 2016

## CAMPOSORNO APUESTA POR EL DISEÑO PARA SU LOCAL EN UNA ANTIGUA CASA REMODELADA, PONIENDO EN VALOR EL PASO DEL TIEMPO Y LA HISTORIA.

Camposorno, marca pionera en venta de carne *premium* en Chile, necesitaba rediseñar su marca en el contexto de un mercado que estaba creciendo con nuevos competidores en la escena. El reto fue diseñar una nueva imagen y experiencia de compra, sin perder el valor de su historia.

La sala de procesos fue incorporada a la sala de venta, separada solamente por un vidrio, de manera de hacer literalmente transparentes los procesos de Camposorno, comunicando y revalorizando las buenas prácticas de la marca.

Por último, se habilitaron oficinas y salas de reuniones, que mejoraron las condiciones de trabajo de las personas y, además, transformaron la tienda en el centro de operaciones de la marca.

Este proyecto permite a Camposorno construir una marca clara y consistente para sus clientes, reposicionándolo como un referente en el mercado de carne *premium*.

Mejora la experiencia del cliente cerrando brechas e implementando servicios alineados con sus necesidades. Y, por último, comunica y revaloriza las buenas prácticas medioambientales de la marca.











**EL LOCAL FUE EMPLAZADO EN UNA ANTIGUA CASA DE VITACURA, QUE SE REMODELÓ CUIDADOSAMENTE MANTENIENDO SU ESTRUCTURA ORIGINAL.**

# RETAIL

## NOMINADO\_ WORKCENTER VOLCÁN

Cliente\_ Volcán

Empresa\_ Elton Léniz

Profesionales\_ Mirene Elton / Mauricio Léniz

Chile, 2017

## LA MARCA SE MUESTRA A TRAVÉS DE UNA ATMÓSFERA CONSTRUIDA ÍNTEGRAMENTE CON VOLCANITA, SU PRODUCTO ESTRELLA, DE UNA MANERA NUEVA Y SENSUAL.

Este espacio es la primera sala de venta y exhibición propia para los productos de esta icónica marca, que hasta este momento se distribuían solo a través del *retail*.

El interior se desarrolló como un espacio de encuentro dedicado principalmente al mundo de la construcción y sus distintos actores: arquitectos, constructores y especialistas. Una sensual atmósfera en este interior transmite la esencia e historia de la empresa a través de los materiales y una manera de usarlos, que renueva su imagen y establece nuevas relaciones constructivas y ambientales (certificación del espacio).

Se desarrolló una distribución que fuese acorde a la profundidad del espacio y los distintos actos de reunión y encuentro entre las personas que atienden y los usuarios o clientes.

El primer aporte de nuestro equipo hacia el proyecto se generó en el proceso de diseño. Nuestra recomendación se basó en definir la vocación del lugar como un espacio destinado al encuentro con los profesionales del área y no entenderlo tradicionalmente como un *showroom* de venta de productos al cliente final. El segundo aporte ha sido reinventar la manera en que se presenta la Volcanita como un material de terminación que puede desarrollar texturas y volumetrías potenciando su capacidad expresiva.





# RETAIL

## NOMINADO\_ BORN CONCEPT STORE

Cliente\_ Born

Empresa\_ CQ Estudio

Profesionales\_ CQ Estudio

Chile, 2019

## DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN PARA TIENDA DE BORN CONCEPT STORE, MARCA DE ARTÍCULOS PARA BEBÉS Y NIÑOS PENSADA PARA UNA NUEVA GENERACIÓN DE PADRES.

Born nace como una *concept store* de artículos para recién nacidos y niños, enfocada en la experiencia de compra de padres actuales, quienes vienen en búsqueda de elementos con un diseño diferenciador y funcional que, a la vez, transmita confianza, comodidad y seguridad para sus hijos.

A través de las estrategias de diseño, logramos construir un espacio joven y urbano que se diferenciara del código establecido de tiendas para niños. Creamos una visualidad que desde la fachada invitara a descubrir este nuevo mundo Born, flexible y dinámico en su funcionalidad, creando a la vez

un ambiente acogedor que vincule al usuario con la idea de hogar.

La imagen espacial de Born nació de interpretar y saber entender su personalidad, logrando representarla en un espacio determinado. El establecimiento del primer local comercial permite armar y crear una marca que no tenía identidad física, transformándose en un hito de referencia, es decir, significa una apuesta por lo nuevo, donde el diseño agrega valor por medio de un lenguaje espacial y visual, estableciendo un concepto único en el mercado.





## 2. ESPACIOS DE TRABAJO

### GANADOR\_ WORK CAFÉ BANCO SANTANDER

Cliente\_ Banco Santander

Empresa\_ Banco Santander

Profesionales\_ Banco Santander

Chile y Latinoamérica, 2016

## WORK CAFÉ, EL DISEÑO DE SUCURSAL QUE LOGRÓ TRANSFORMAR LA EXPERIENCIA DE IR A UN BANCO Y ABORDAR NECESIDADES NO SATISFECHAS EN LA CATEGORÍA.

Por años, la banca desarrolló productos y servicios incorporando nuevas plataformas digitales en pro de simplificar la vida de los clientes. Sin embargo, no innovó en el modelo de atención en sucursales, lo que provocó la insatisfacción de las personas e hizo que se alejaran de estas, generando una percepción de que “a nadie le gusta ir al banco”. Desde su propósito: “Contribuir al progreso de las personas y empresas”, Santander se planteó un gran desafío estratégico: Un modelo de negocio basado en la experiencia para lograr revertir ese paradigma.

Un nuevo diseño de sucursal de experiencia, que combina *cowork*,

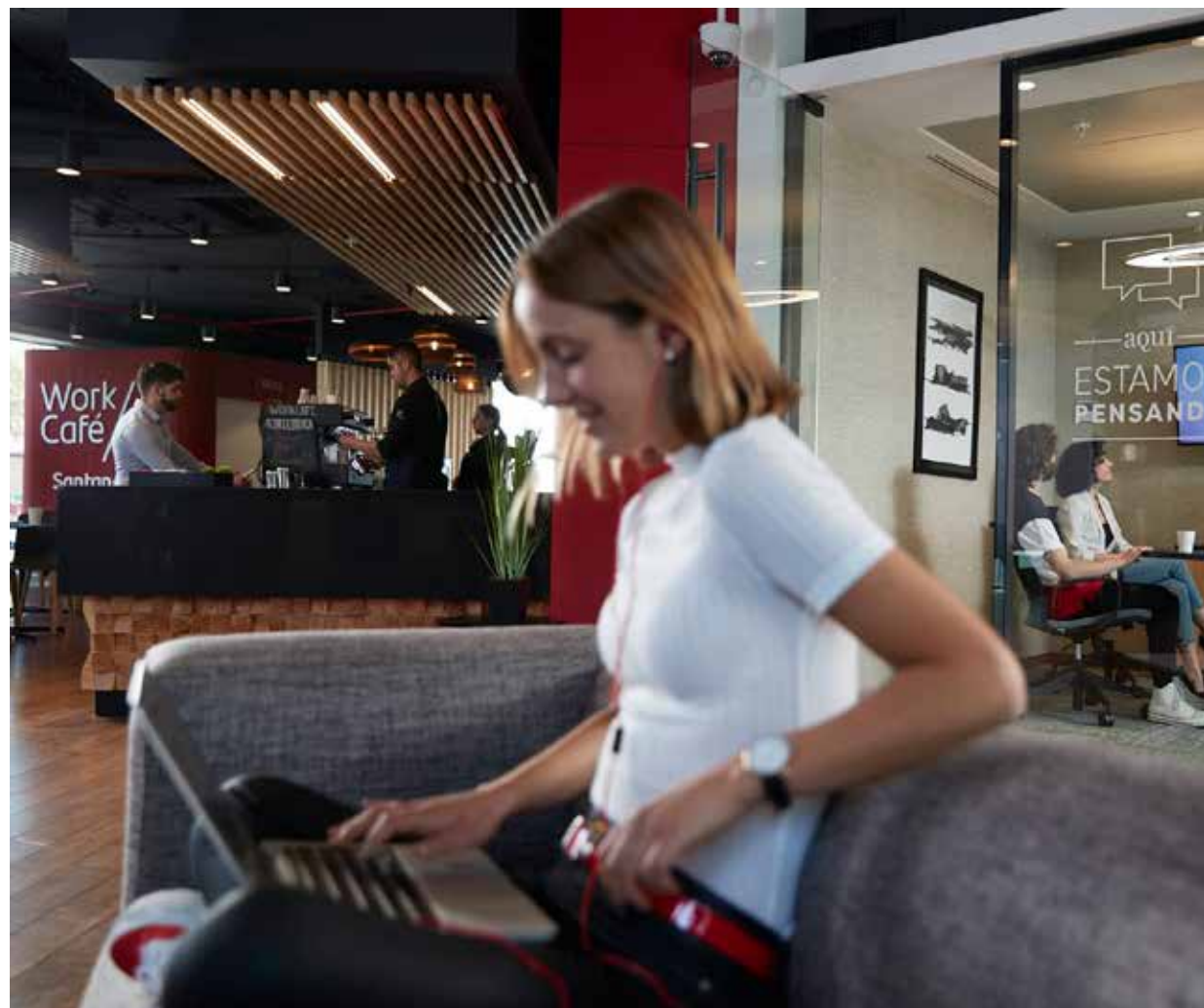
cafetería y banco, logró transformar la manera de relacionar al banco con las personas.

Work Café busca mejorar permanentemente la experiencia con las personas, lo que ha conllevado a un modelo de negocio eficiente, rentable y de alto nivel.

Work Café de Banco Santander ha logrado romper paradigmas de la categoría, acercando las sucursales del banco a la gente, utilizando un diseño en términos de espacio que entrega una experiencia diferenciadora, innovadora, y que existe para potenciar el progreso y desarrollo de todas las personas.



**WORK CAFÉ ES UNA  
COMBINACIÓN DE ALTA  
RENTABILIDAD CON UNA  
EXPERIENCIA RELEVANTE PARA  
CLIENTES Y NO CLIENTES.**







# ESPACIOS DE TRABAJO

## NOMINADO\_ NUEVO ESPACIO DE TRABAJO DE BANCO ESTADO

Cliente\_ Banco Estado

Empresa\_ Contract Workplaces

Profesionales\_ Contract Workplaces

Chile, 2016

## REDISEÑO DE LAS OFICINAS DE BANCO ESTADO PARA FACILITAR LA INTEGRACIÓN Y LA COLABORACIÓN CON UNA PROPUESTA INNOVADORA.

Con más de 160 años de trayectoria, Banco Estado decidió iniciar un importante cambio en sus espacios de trabajo en sintonía con los nuevos estándares de la industria, pero respetando sus necesidades particulares y sus tradicionales valores corporativos.

El diseño de las nuevas oficinas debía facilitar la integración y la colaboración con una propuesta innovadora, dentro de una nueva ubicación destinada a potenciar la sinergia de los diferentes equipos que antes estaban separados.

El proyecto para esta nueva sede se encaró como una oportunidad única para refundar los valores y principios del banco frente a la sociedad, a los

clientes y a los colaboradores, poniendo especial énfasis en los espacios colaborativos, el confort y la experiencia del usuario.

El nuevo edificio de oficinas de Banco Estado, Santo Domingo, fue un proyecto que se pensó como un soporte espacial basado en su cultura y valores que se adaptará a las necesidades de la empresa, independiente del área que la utilizara o el proyecto comercial que emprendieran.

Para resolver este desafío pensamos en un diseño basado en las actividades donde existieran espacios de trabajo individual o colaborativos, privados o informales, independiente de la posición o cargo que se tuviera.





# ESPACIOS DE TRABAJO

## NOMINADO\_ WOLF BCPP

Cliente\_ Wolf BCPP

Empresa\_ Wolf BCPP

Profesionales\_ Wolf BCPP

Chile, 2016

## WOLF.PACK HQ ES UNA OFICINA PENSADA E IMPLEMENTADA PARA FOMENTAR EL TRABAJO INTEGRADO CON FORMA DE BAR.

WOLF.PACK Office es un proyecto de diseño de espacio para una oficina en la que cohabitan distintas empresas creativas de un mismo grupo: WolfBCPP (agencia de publicidad), Rabbit (agencia de comunicaciones y PR), 25:17 (estudio de diseño), Flow (productora audiovisual) y V3GA (tecnología y desarrollo).

El encargo fue generar una solución que permitiera dar orgánica al trabajo integrado entre personas de las distintas empresas, estimulando el pensamiento creativo en un clima relajado y horizontal.

Este proyecto se inspira en la manera en que las personas viven los bares y restaurantes. Espacios integradores, horizontales y relajados, pensados para dar valor al diálogo.

El desafío fue traspasar esta experiencia a una oficina que integra a

diversas empresas de creatividad de un mismo grupo, pero con distintas especialidades. Un proyecto que se diseñó poniendo en el centro a dos usuarios, los trabajadores del grupo y los clientes.

La oficina se conceptualizó como un bar-restaurante, y la experiencia se diseñó con un relato de 4 espacios estratégicos: La fachada: que simula la vitrina de un bar inglés, donde se exponen rotativamente elementos que simbolizan algún hito de la oficina (premios, iconos, etc.), y un pasillo a la vista que da acceso al bar; Bar: espacio con diversas opciones de espacios para trabajar individual o grupalmente; Privados: Salas de reuniones que simulan las salas privadas de restaurantes, y Cocina: Una clásica puerta batiente doble da acceso a la "cocina", donde los puestos de trabajo individuales se ubican en los lados para dejar en el medio un espacio central integrado.



# 3. ESPACIOS INSTITUCIONALES

## GANADOR\_ DISEÑO INTERIOR CAMPUS BELLAVISTA

Cliente\_ Universidad San Sebastián

Empresa\_ CQ Estudio

Profesionales\_ CQ Estudio

Chile, 2017

## EL CAMPUS ACTIVA ESCENARIOS OPTIMIZANDO SUS ESPACIOS CON INTERVENCIONES QUE FOMENTAN LA DIVERSIDAD E INTERACCIÓN, MOTIVANDO EL APRENDIZAJE.

El proyecto nace de la necesidad de utilizar el edificio durante la noche, debido a las clases vespertinas iniciadas a partir de 2017. El mismo año se proyectaba la llegada de 1.223 alumnos más a la sede Bellavista, además de 1.170 entre Vespertino y Advance.

El proyecto definió como estrategia principal activar zonas del campus que son de transición u ocupación espontánea, brindando un soporte de diseño que facilitara estudiar, trabajar en grupo, o simplemente conversar y descansar. Se generaron espacios más versátiles, como livings, cabinas de estudio y una terraza con áreas verdes y sombreado; se buscó que la universidad se convirtiera en un lugar acogedor, una segunda casa.

El proceso de aprendizaje se va adaptando a las nuevas tendencias y dinámicas propias de nuestro tiempo, volviéndose más colaborativo y creando nuevas necesidades espaciales o tipológicas que surgen de los mismos usuarios.

Fueron los mismos integrantes de la universidad los que revelaron las necesidades estructurales, tomándose espacios de manera espontánea.

El impacto fue instantáneo, la ocupación del espacio fue desde un principio total, lo que demuestra el éxito de la intervención, reflejado en el desenvolvimiento de toda la comunidad universitaria.









**EL CAMPUS BELLAVISTA DE LA  
UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN  
PROFUNDIZÓ EN SU PROYECTO  
EDUCATIVO GENERANDO NUEVOS  
ESPACIOS PARA LA ENSEÑANZA Y LA  
INTERACCIÓN SOCIAL.**





# 4. EXHIBICIONES

## GANADOR\_ LABERINTO DE TRANSPARENCIAS

Cliente\_ Elige Vidrio / Organika

Empresa\_ Mar Design Estudio

Profesionales\_ María Jesús Fernández / Alberto Fouilloux / Magdalena Costa

Chile, 2018

**ES UN RECORRIDO DE LUZ Y COLOR DONDE EL VISITANTE  
DESCUBRE LAS CUALIDADES DEL VIDRIO COMO MATERIAL  
AMIGABLE CON EL MEDIO AMBIENTE.**

Elige Vidrio es una causa ciudadana que busca promover los beneficios que tiene este material y resaltar el impacto positivo que este tiene en la calidad de vida de las personas.

Es invitado a participar en la Aldea Verde de Lollapalooza como material amigable con el medio ambiente, es 100% reciclable y reutilizable.

Se propuso un laberinto construido con 5.000 botellas de vidrio transparente montadas en una estructura de fierro. Cada botella se llenó con líquido de distintos colores, que evocaban el océano o la ciudad, efecto de color reforzado con iluminación durante la noche. El resultado fue una exitosa

campaña de difusión de la causa Elige Vidrio, ya que los visitantes comenzaron a fotografiarse y compartir su experiencia en redes sociales.

El objetivo de la campaña era promover el uso del vidrio como envase reciclable y reutilizable. Nuestra propuesta fue usar estos envases no como un elemento de exposición, sino como material de construcción del stand.

Se generó un punto de gran atractivo dentro de un evento festivo como Lollapalooza, donde los visitantes espontáneamente se acercaron para recorrer el laberinto, jugar con los reflejos en su interior y hacer fotos.









**PROPUSIMOS UNA  
INSTALACIÓN DONDE LOS  
VISITANTES PUDIERAN  
INTERACTUAR Y TENER UNA  
EXPERIENCIA SENSORIAL  
QUE RESALTARA LAS  
CARACTERÍSTICAS DEL  
MATERIAL: NOBLEZA,  
TRANSPARENCIA,  
RESISTENCIA Y VERSATILIDAD.**



# EXHIBICIONES

## NOMINADO\_ MEDIAGUA LOLLAPALOOZA TECHO

Cliente\_ Fundación Techo

Empresa\_ Fan

Profesionales\_ Titi Santos / Leo Farfán. Ilustración: Camilo Huinca (Onlyjoke)

Parque O'Higgins, Lollapalooza, 2018

## CREACIÓN E INSTALACIÓN DE MEDIAGUA ARTÍSTICA EN LOLLAPALOOZA PARA LA FUNDACIÓN TECHO.

Un *target* importante de Techo son los jóvenes. Era fundamental llegar a ellos, convocarlos, crear conciencia social y reencantarlos con la Fundación.

Este festival nos ofreció un sector dedicado a las Fundaciones, carpas blancas —una al lado de otra— que se encuentran en un lugar alejado del público, pero esa solución no era efectiva para el propósito. Ante este desafío, convocamos a Camilo Huinca (Onlyyoke) —artista muy conocido dentro de los jóvenes— para ilustrar y pintar una mediagua que ubicamos en medio del parque. El proceso de pintura duró los 3 días del festival y estaba abierto para que el público

participara pintándola. Sin duda, creamos una instalación de arte muy atractiva para la gente.

Un gran valor de este proyecto tiene relación con crear conciencia y sorprender con lo que el público espera encontrar en un festival como Lollapalooza.

En esta instalación queda en evidencia que el arte y el diseño son un punto de encuentro infalible y es un canal mediante el cual se logra cuestionar, convocar y crear conciencia. En definitiva, resultó ser un punto *selfie* muy atractivo dentro del parque.







# 5. MUSEOGRAFÍA

## GANADOR\_ THEO JANSEN, ALGORITMOS DEL VIENTO

Cliente\_ Fundación Mar Adentro

Empresa\_ Deo / Sumo

Profesionales\_ Deo / Sumo

Chile, 2018

## DISEÑO DE IDENTIDAD GRÁFICA Y ESPACIOS PARA LA EXHIBICIÓN EN CHILE DE "ALGORITMOS DEL VIENTO", DEL ARTISTA CINÉTICO THEO JANSEN.

Theo Jansen es un artista holandés famoso por las Strandbeest, animales formados por estructuras de tubos plásticos, botellas y otros desechos. A partir de 13 algoritmos, el artista ha logrado calcular las proporciones de brazos y piernas de sus animales para que puedan moverse, resistir ventoleras y sobrevivir en las playas de La Haya. Su exhibición en Chile presentó 8 animales, junto con material de archivo complementario.

El objetivo fue crear una identidad coherente con la propuesta del artista y el espíritu de su obra, que refleje la mezcla de ingeniería con el arte. Otra de las características rescatadas en la gráfica de la exhibición es el carácter análogo de sus creaciones: todos los sistemas de los Strandbeest carecen de elementos tecnológicos sofisticados; están hechos de tubos PVC, botellas, cables y cinta adhesiva.

Por esto, la visualidad y materialidad del sistema de gráficas de sala consistía en paneles, cédulas y fotos más pequeñas que iban ensamblándose en una suerte de tablero agujereado, inspirándose en la estética de una sala de herramientas.

Uno de nuestros desafíos fue traducir la investigación y trayectoria de este artista a un diseño de información atractivo, coherente con la propuesta visual del artista y fácil de comprender, en aproximadamente 1.000 m<sup>2</sup> que componen el Centro Nacional de Arte Contemporáneo Cerrillos (CNACC).

En definitiva, el proyecto logra conjugar exitosamente las particularidades del artista, la complejidad de la información y las necesidades del usuario, generando un impacto positivo a nivel cultural.



# Strandbeests

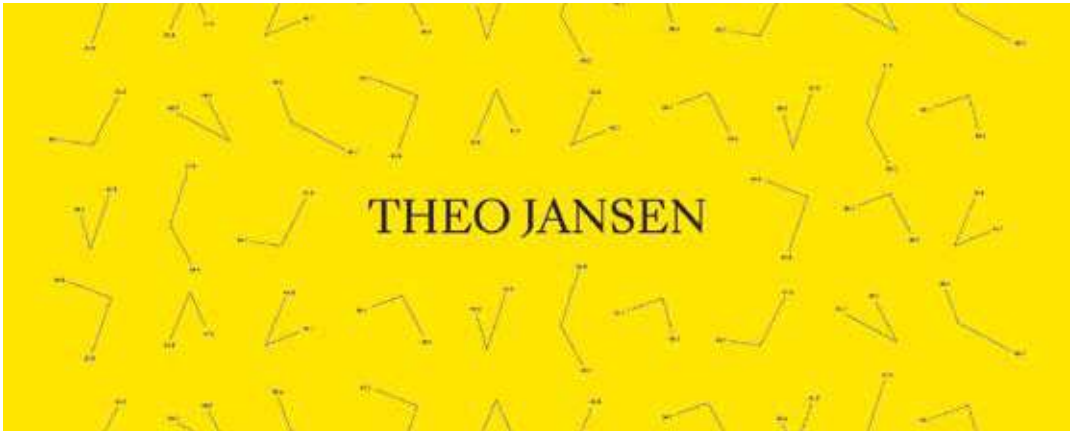
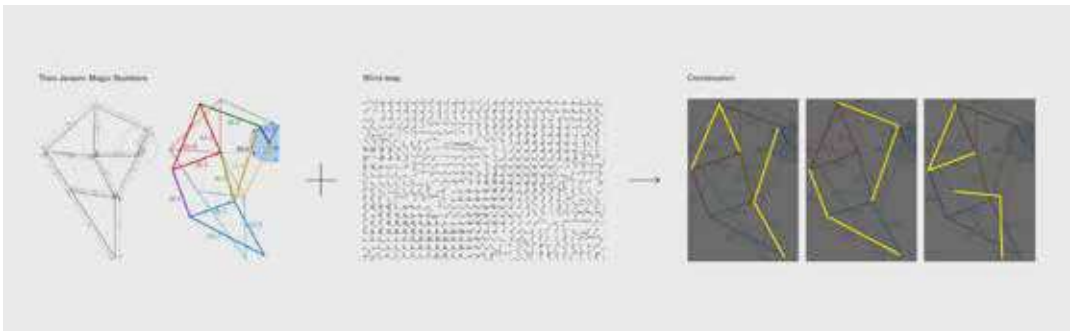
"Los niños platican entre sus niños  
en un todo día de repente. De la mano  
los animales de juego los galeotes al río.  
Se comen en una adición, la realidad.  
Es un virus que se niega a dudar el cuerpo.  
Soy una víctima. Los niños de juego  
obliga a crear. Escribir para mostrar  
depadate. Los Strandbeests son  
simbólicos. No funcionan más de una  
Ella se da un lugar a sí misma"

- Theo Jansen

## arte en evolución







**DISEÑAMOS UN SISTEMA DE IDENTIDAD DINÁMICO, INSPIRADO EN LOS MAPAS DE LAS CORRIENTES DE VIENTOS, SUMADOS A LOS ALGORITMOS, O "NÚMEROS MÁGICOS", QUE UTILIZA EL ARTISTA PARA LOGRAR LA MOVILIDAD DE SUS STRANDBEEST.**

# MUSEOGRAFÍA

## NOMINADO\_ BORDAR EL DESBORDE

Cliente\_ Fundación Eladio Sobrino

Empresa\_ Manual Museografía

Profesionales\_ Trinidad Moreno / Rodrigo Latrach

Chile, 2019

## EXHIBICIÓN TEMPORAL EN LA SALA CHILE DEL MNBA QUE EXHIBE 30 TEXTILES ELABORADOS POR EL COLECTIVO BORDADORAS DE ISLA NEGRA, ENTRE LOS AÑOS 1969 Y 1990.

La muestra contó con la colaboración de Alejandra Araya y Andrea Durán, del Archivo Nacional Andrés Bello, Universidad de Chile, quienes concibieron el concepto principal de “bordar el desborde”.

El encargo incluyó algunas solicitudes concretas, como aludir en el acceso de la sala a la materia prima de las bordadoras; la lana, incluir, entre varios audiovisuales, un espacio aislado con proyecciones y ubicar los bordados al centro de la sala, sin marcos ni vitrinas, suspendidos de manera de poder ver su frente y revés.

Se generó un recorrido museográfico en 3 ámbitos (contexto, la obra y mundo interior de las bordadoras) en base a algunos conceptos principales:

la libertad del desborde, el bordado como objeto multidimensional y la calidez como lenguaje material. Esto se tradujo en el diseño de una grilla desordenada y asimétrica, en un mobiliario y soportes diversos, que exigen al visitante adoptar distintas posturas para apreciar las piezas.

Esta exposición es el resultado de una larga historia y del esfuerzo de un equipo multidisciplinario con un objetivo: traer de vuelta a las bordadoras de Isla Negra al MNBA, 50 años después de su primera exposición.

Desde el diseño contribuimos con una puesta en escena que revaloriza las obras como arte contemporáneo, sin caer en paternalismos.







# MUSEOGRAFÍA

## NOMINADO\_ LA FIESTA DE LAS IMÁGENES EN LOS ANDES

Cliente\_ Museo Precolombino

Empresa\_ CQ Estudio

Profesionales\_ CQ Estudio

Chile, 2018 - 2019

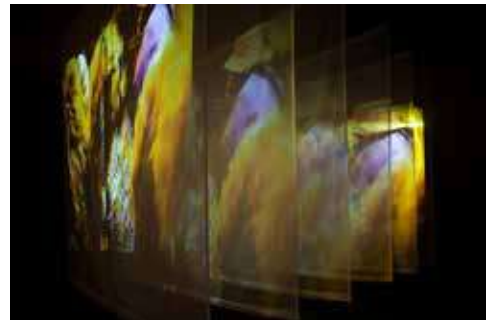
## UNA EXPOSICIÓN QUE MUESTRA LOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN MULTISENSORIALES CREADOS HACE SIGLOS POR LOS PUEBLOS ANDINOS.

La Fiesta de las Imágenes en Los Andes busca exhibir el lenguaje universal que conectó a los Andes Precolombinos, logrando una comunicación efectiva a lo largo del tiempo y de las fronteras lingüísticas. Compuesta por más de 100 piezas precolombinas y contemporáneas de colecciones públicas y privadas, el diseño de la muestra logra reunir ambos mundos, permitiendo a la vez su adecuada itinerancia por distintos espacios.

Junto a estrategias espaciales y visuales, como el uso de colores inspirados en la cultura precolombina, la cosmovisión de los pueblos, su vida e historia, fueron abordados en un recorrido parcialmente lineal, simple y claro, que a la vez permitía pensar relaciones en diverso orden gracias a las fuentes de información simultáneas.

Uno de los aspectos más desafiantes fue lograr que la exposición cumpliera un rol educativo amigable, llegando a ser recibida de manera completa por un público transversal.

En primera instancia, está el objetivo de rescatar el legado patrimonial de nuestros ancestros, y en segundo lugar, exhibir cómo nosotros lo hacemos parte de nuestro mundo contemporáneo. Es importante saber que nuestro bagaje comunicacional tiene raíz andina; no se trata de verlo como algo ajeno, sino que como algo propio. Esto se recoge a través de toda la muestra; se refleja en las piezas actuales que se mezclan con las originales históricas, dando a entender al espectador la herencia cultural de nuestro pasado, presente en el lenguaje.



## 6. EVENTOS

### GANADOR\_ LA OTRA MIRADA - AYAAN HIRSI ALI

Cliente\_ La otra mirada  
 Empresa\_ CQ Estudio  
 Profesionales\_ CQ Estudio  
 Chile, 2019

## PUESTA EN ESCENA DE LA CONFERENCIA PARA LA OTRA MIRADA DE AYAAN HIRSI ALI, ESCRITORA SOMALÍ, ACADÉMICA Y ACTIVISTA POR LOS DERECHOS HUMANOS.

La Otra Mirada es una plataforma para reflexionar desde distintas perspectivas, promoviendo el pensamiento crítico y debate sobre temas de interés público.

La conferencia N°10, "Ayaan Hirsi Ali, Nómada, Infel, Hereje", tuvo por protagonista a la controversial activista, escritora y política feminista de origen somalí nacionalizada neerlandesa y estadounidense.

El proyecto se desarrolló para un público transversal y a escala inmersiva; buscando a través de las estrategias de diseño dar la forma adecuada y la expresión exacta del contenido por medio de la puesta en escena. Construimos una situación donde cada detalle era significativo para presentar a la conferencista; los recursos gráficos, interactivos, audiovisuales y escenográficos caracterizaron el salón. Dentro de los recursos multi-

media, la cápsula audiovisual transmite información de manera directa y en tiempo breve, cumpliendo la función de introducir el tema a la activista.

El diseño del evento apuntó a procurar una comprensión efectiva del tema, a través de una instancia evocadora.

Se creó una atmósfera envolvente que introdujese al usuario la temática y trayectoria del *speaker*, capturando y manteniendo la atención de los asistentes por medio de un espacio de comunicación narrativa. Desarrollar de manera sugerente y sencilla el tema abordado, permite aproximar al público a uno de los conflictos vigentes más críticos y polémicos. En este sentido, lograr una adecuada representación y desarrollo de la conferencia a través del diseño de la puesta en escena es un gran aporte a la transmisión de la cultura y debate actual en la sociedad.



LAOTRAMIRADA

ANLI







EL RETO FUE LLEVAR LA COMPLEJIDAD DE LOS ASUNTOS QUE SE ABORDAN A UN LENGUAJE MÁS CERCANO Y REPRESENTATIVO.





# 7. ILUMINACIÓN

## GANADOR\_ NOA NOA

Cliente\_ Fauna Producciones

Empresa\_ Design Systems International

Profesionales\_ Design Systems International / Oficina Bravo

Chile, 2019

**NOA NOA ES UN CLUB DE MÚSICA ELECTRÓNICA QUE UTILIZA EL MOVIMIENTO Y LA MATERIALIDAD DE LAS LUCES LED PARA CONSTRUIR SU IDENTIDAD ESPACIAL.**

El encargo consistió en diseñar la identidad gráfica y espacial de Noa Noa, el nuevo club de música electrónica de Fauna Producciones, ubicado en un antiguo local en el centro de Santiago. El desafío era lograr construir una imagen transversal entre el espacio físico y digital, reacondicionando el uso del espacio disponible.

En el exterior, dos pantallas –una marquesina con los nombres de DJs que tocan ese día y otra con la programación de las siguientes fechas– son un punto de atención para la vista de los transeúntes. El primer piso, pintado de rosado, cumple la función de bar y está iluminado discretamente con la misma luz ámbar. En el subterráneo, la pista de baile está iluminada por una pantalla de baja resolución detrás del DJ que cubre el ancho de toda la sala.

La identidad del local se construyó transversalmente desde la oportunidad del diseño del espacio. La personalización de la información que se muestra en las pantallas, no solo en términos de contenido, sino también en términos visuales, fue clave para generar una cohesión de los soportes gráficos de redes sociales, página web y los puntos de contacto físicos del club.

Con la construcción de estas interfaces de control, el equipo de Noa Noa puede fácilmente actualizar los contenidos, preservando las características que lo hacen reconocible por su público: el uso de una tipografía que permite cambiar el ancho de cada carácter y el movimiento horizontal de las marquesinas.







**CON EL DISEÑO DE PANTALLAS LED A MEDIDA GENERAMOS UNA IDENTIDAD VISUAL LOWTECH RECONOCIBLE PARA LOS ASISTENTES, UTILIZANDO ÚNICAMENTE EL COLOR ÁMBAR EN EL ESPACIO.**

# ILUMINACIÓN

## NOMINADO\_ METRO LINEA 3 PROYECTO DE ILUMINACIÓN EN INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE PÚBLICO

Cliente\_ Metro de Santiago

Empresa\_ SV Lightin Design

Profesionales\_ SV Lightin Design

Chile, 2018 - 2019

## EL ENCARGO SE ENMARCO EN DISEÑAR LA ILUMINACIÓN DE LAS 18 ESTACIONES DE LA LÍNEA 3 DEL METRO DE SANTIAGO.

El proyecto contempla 5 niveles (Plaza, Boletería, Mesanina, Circulación y Andén), los cuales cumplen con todos los requerimientos técnicos exigidos por Metro. Dada su envergadura e impacto social, el proyecto se pensó y se diseñó en que la iluminación se incorpore a la arquitectura de la estación, siendo parte de ella y no algo anexo, logrando espacios limpios y armónicos, donde la luz se integra a la arquitectura, potenciando las formas y uso de estas.

Como concepto lumínico se planteó una iluminación con altos niveles de uniformidad, que se obtienen a partir de la luz indirecta a través de los revestimientos de colores. Para los volúmenes que conectan verticalmente los niveles, se diseñó un anillo colgante

de acero, que contiene un sistema de iluminación directa e indirecta para llenar el volumen. Para la totalidad del proyecto, se trabajó con fuentes de luz led y se establecieron los más altos estándares de eficiencia energética y sustentabilidad.

El impacto del proyecto ha sido muy positivo, tanto para la ciudad como para el usuario.

Creemos que este proyecto es un gran aporte para nuestra ciudad, ya que hoy en día las personas valoran más el diseño de iluminación. Antes era solo un valor agregado; hoy es necesario e imprescindible en cualquier proyecto de diseño y arquitectura.





# ILUMINACIÓN

## NOMINADO\_ EDIFICIO CORPORATIVO CMPC

Cliente\_ CMPC Arquitecto IZQUIERDO LEHMANN

Empresa\_ Limarí Lighting Design SpA

Profesionales\_ Limarí Lighting Design - Pascal Chautard / Carolina Roese / Aquiles Pavez

Chile, 2019

## UN PROYECTO QUE BUSCÓ AMPLIAR LA VISIÓN DE SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA ENERGÉTICA, CON CONFORT VISUAL Y LENGUAJE FORMAL DE LA ARQUITECTURA.

El edificio corporativo de CMPC se construyó con el objetivo de reunir las oficinas de la empresa en diferentes localidades del sur del país. Un recinto único en términos arquitectónicos que cuenta con las certificaciones FSC y LEED; esta última, relacionada con la eficiencia energética, donde el proyecto de iluminación cumplió un rol importante para alcanzarla.

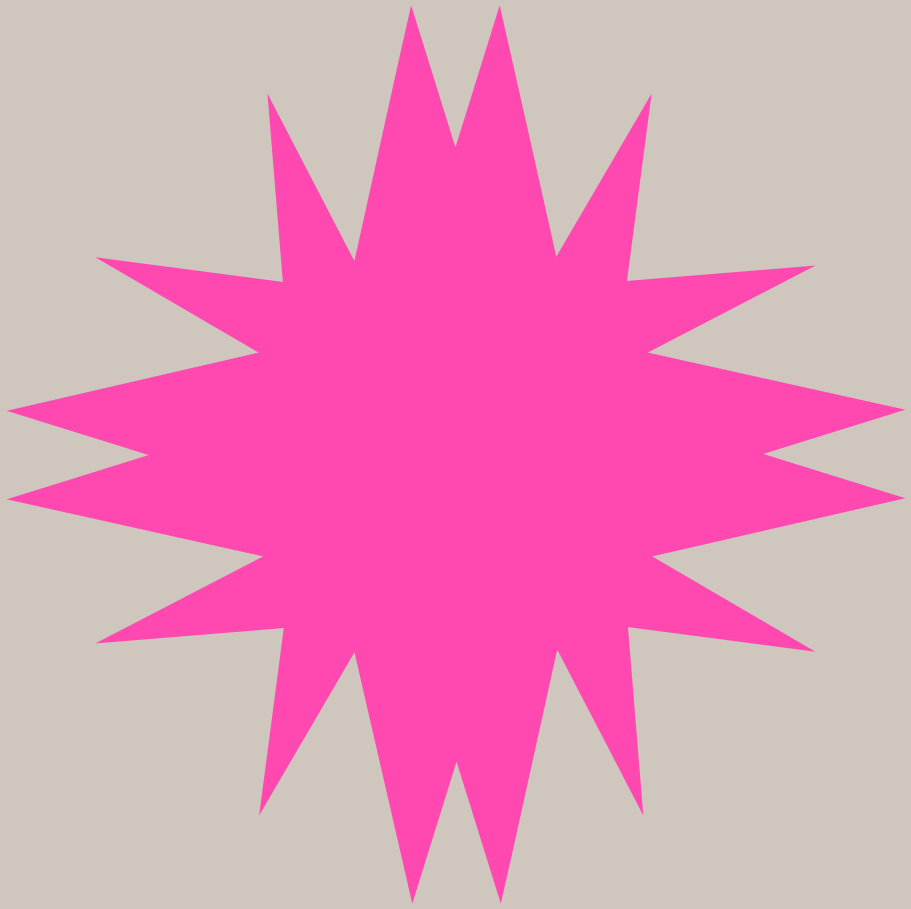
El diseño del edificio contempló el aprovechamiento de luz natural a través de su fachada, conformando un volumen bastante transparente. La estrategia fue utilizar la iluminación interior del edificio, haciendo que los elementos quedaran a contraluz. El sistema de iluminación artificial es controlado de forma automática, para que las luminarias entreguen solo la cantidad de iluminación necesaria a

cada momento en complemento a la luz natural que ingresa al edificio.

El proyecto, además de cuidar la eficiencia energética, manteniendo niveles de iluminación necesarios dentro de un rango de carga eléctrica muy baja, apuntó al confort visual, a la integración de los elementos lumínicos con la arquitectura, a la creación de ambientes gratos con características escenográficas.

El retorno que tuvimos de parte de la gerencia de CMPC fue que los trabajadores se acostumbraron muy rápido al nuevo edificio y que los niveles de satisfacción son muy elevados, por lo que el proyecto, además de traer mejoras de productividad, mejoró el clima laboral.







/

*p r e*

*m i o s*

*c a t e*

*g o r í a*

*i m*

*p a c t o*



# IMPACTO SOCIAL



# María José Montero

PRESIDENTA DEL  
JURADO

/



*Cofundadora y socia de FIS Ameris, primer fondo de inversión de impacto social en Chile. Máster en Políticas Sociales de la London School of Economics, Reino Unido.*

# Sebastián Bowen

JURADO

/



*Director ejecutivo en Techo Chile. Sociólogo de la Pontificia Universidad Católica de Chile y máster en Políticas de Desarrollo (MIDP) de Duke University. Cuenta con más de ocho años de trayectoria en el desarrollo de organizaciones y programas sociales.*



# Carolina Carrasco

JURADO

/



*Lab Senior Specialist en el Banco Interamericano de Desarrollo. Ingeniera comercial con más de 20 años de experiencia, especializada en finanzas y apasionada por la innovación e inclusión económica y social.*







# Josefina Cardone

JURADO

/



*Ingeniera comercial de la Universidad de los Andes. Fundadora de Fundación Entrelazadas (entidad sin fines de lucro), que a través de diversos proyectos y talleres conecta a distintos grupos de mujeres para que puedan ayudarse entre sí.*

# IMPACTO SOCIAL

## GANADOR\_ LIBRO INTERMINABLE

Cliente\_ Museo de la Memoria y los Derechos Humanos

Empresa\_ Wolf BCPP

Profesionales\_ Wolf BCPP

Chile, 2018 - 2019

**EL LIBRO INTERMINABLE ES UN RELATO CUYO CONCEPTO Y DISEÑO, EN SÍ MISMO, ES UNA RESPUESTA CONCRETA A QUIENES PIDEN "DAR VUELTA LA PÁGINA".**

El Libro interminable del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos se lanzó el 11 de septiembre de 2019 como un objeto y un relato que se proyectó como una respuesta directa a quienes piden "dar vuelta la página" y así olvidar las violaciones a los derechos humanos cometidas en dictadura. Un libro circular, que no tiene inicio ni fin, y cuyo contenido de 58 páginas contiene 29 historias que no queremos repetir. El diseño permite doblar y guardar el libro desde cualquier página, y para esto, todas las páginas enfrentadas se diseñaron como contenido y, a la vez, como portada y contraportada.

El proceso partió investigando la desconexión social y cultural hasta lograr un hallazgo que inspiró la solución. El desarrollo, además de imprimir los libros, implicó también generar su versión digital, para llegar al máximo de personas en una acción que duraría un día.

El propósito del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos es mantener viva la memoria, y es precisamente este propósito el que se ve afectado año a año y que se hace más evidente al vivir cada 11 de septiembre como uno más, alejándose y perdiendo conexión con las personas.

El desafío fue generar una acción que sensibilizara a todos respecto del valor de la memoria. La inspiración de la solución surge al investigar lo que opinaban los principales detractores del museo. El hallazgo: una frase repetidamente usada para invitar a olvidar, y esta era "Dar vuelta la página". Desde esta frase surge el concepto de la solución, un libro interminable. La solución se desarrolló investigando y ensayando posibilidades para concretar este concepto, que terminó finalmente en un libro circular.



MUSEO DE LA MEMORIA Y  
LOS DERECHOS HUMANOS



# EL LIBRO INERMINABLE

PARA QUE NUNCA PERDAMOS LA MEMORIA







**"DAR VUELTA LA PÁGINA".  
DESDE ESTA FRASE SURGE  
EL CONCEPTO DE LA  
SOLUCIÓN, UN LIBRO  
INTERMINABLE.**





# IMPACTO SOCIAL

## NOMINADO\_EKID

Cliente\_ Fundación Niños Primero

Empresa\_ Fundación Niños Primero

Profesional\_ Matías Claro

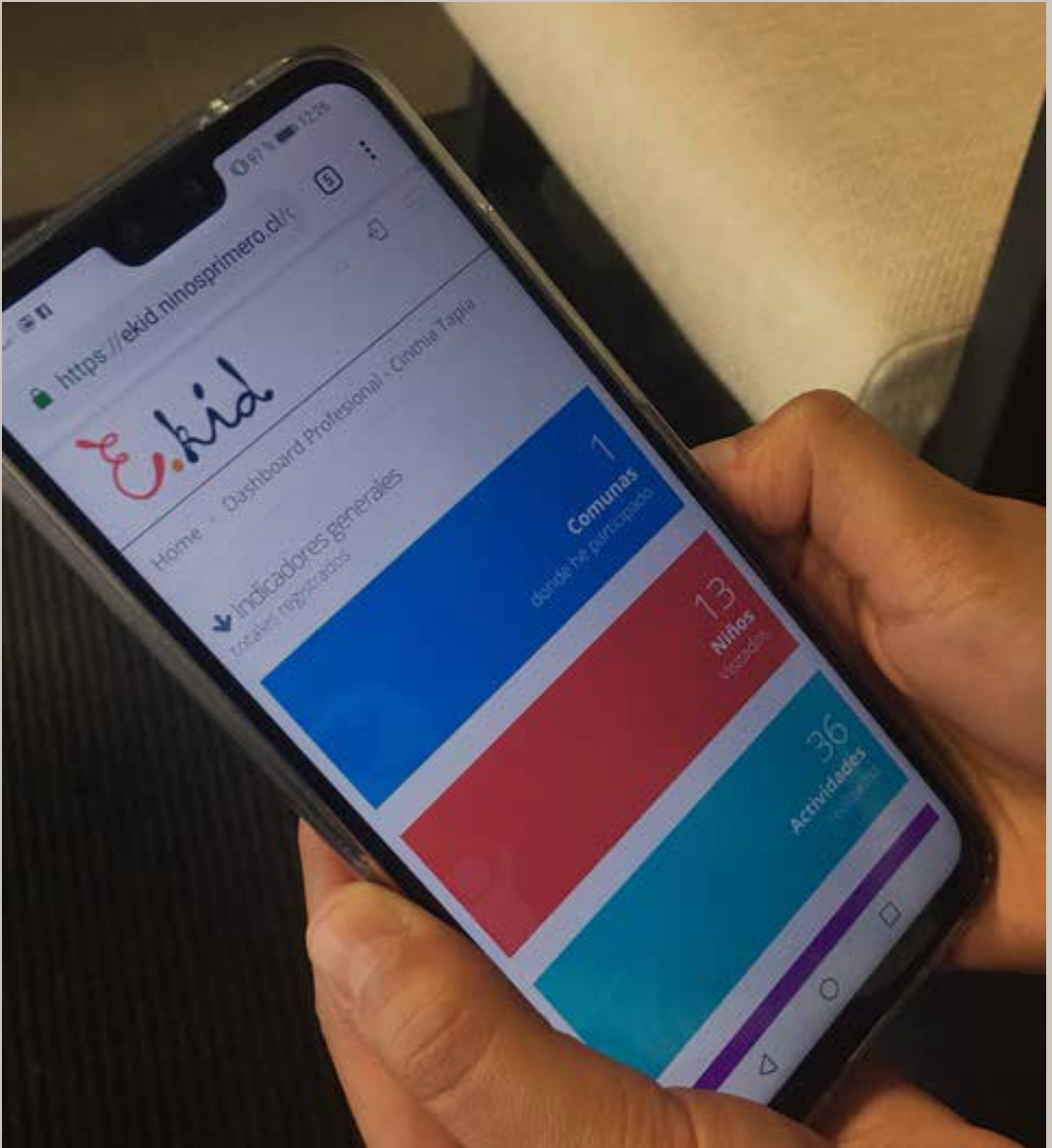
Chile, 2018

**EKID ES UNA APP QUE GEORREFERENCIA PROGRAMAS SOCIALES EN EL TERRENO PARA ASÍ LLEVAR LA GESTIÓN EN TIEMPO REAL.**

Fundación Niños Primero busca reducir la pobreza desde la infancia. Por ello, decidimos “intervenir la casa”. Implementamos en Chile un innovador programa educativo de visitas domiciliarias (“homevisiting”) para preparar a niños de contextos vulnerables para el colegio: Vamos por 2 años, 2 veces por semana, a su casa. Una monitora trabaja la estimulación temprana de manera personalizada con el adulto responsable y el niño, fortaleciendo el lenguaje, habilidades socioemocionales y potenciando el vínculo padre-hijo. Para controlar la ejecución en terreno,

desarrollamos EKID. Esto, pensando que solo durante el 2019 estamos trabajando con 600 familias, 14 comunas y 4 regiones, cada semana hacemos 1.200 visitas que sin EKID no podríamos hacerle seguimiento y con la *app* la vemos en tiempo real.

EKID es una herramienta diferenciadora. No existen otras fundaciones que tengan alguna plataforma de gestión similar. En el Estado tampoco trabajan con este nivel de tecnología en sus programas en terreno.



# IMPACTO SOCIAL

## NOMINADO\_ SINTONIZA CON LA MEMORIA

Cliente\_ Museo de la Memoria y los Derechos Humanos

Empresa\_ Wolf BCPP

Profesionales\_ Wolf BCPP

Chile, 2018

## SINTONIZA CON LA MEMORIA ES UNA WEB RADIO QUE PERMITIÓ RECREAR AUDITIVAMENTE EL 11 DE SEPTIEMBRE DE 1973.

“Sintoniza con la memoria” es una web radio que se implementó el 11 de septiembre de 2018, en el marco de la conmemoración de los 45 años del golpe militar en Chile. Una galería auditiva que replicó, en tiempo real, ese 11 de septiembre de 1973 tal como ocurrió, rescatando, restaurando y organizando en orden cronológico más de 557 audios desde el primer anuncio del Presidente de la República, para hacer vivir a todo Chile lo que pasó ese histórico día. El encargo del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos fue utilizar esa fecha histórica como el contexto para generar una acción que permitiera masificar el propósito del museo y estimular el interés de las personas por su contenido.

El diseño y desarrollo integró tanto el trabajo de archivos de audio como el de la web, asegurando una experiencia simple y en tiempo real para lograr recrear fielmente ese día.

El propósito del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos es mantener viva la memoria, y es precisamente este propósito el que se ve afectado año a año, y que se hace más evidente al vivir cada 11 de septiembre como un 11 más, que se aleja y pierde conexión con las personas.

El desafío fue generar una acción que sensibilizara a todos respecto del valor de la memoria y así interesar a las personas por el contenido del museo.

SintonizaConLaMemoria.cl se implementó el 11 de septiembre de 2018 como una galería auditiva que permitió revivir, en tiempo real, lo que se vivió ese día en 1973. La experiencia logró generar un verdadero hito para el Museo: ese día el museo obtuvo 21 veces la cantidad de visitas que tienen en un año.



# IMPACTO CULTURAL





# Alejandra Wood

PRESIDENTA DEL JURADO

/



*Ex directora ejecutiva del Centro Gabriela Mistral (GAM) y responsable de su puesta en marcha. Actualmente es directora ejecutiva de Cesco (Centro de Estudios del Cobre).*

# Carmen Gloria Larenas

JURADO

/



*Gestora cultural,  
directora ejecu-  
tiva del Munici-  
pal de Santiago y  
directora artísti-  
ca del Teatro del  
Lago.*



# Yenny Cáceres

JURADO

/



*Periodista de la  
Universidad de Chi-  
le, experta en cul-  
tura y cine, autora  
del libro "Los años  
chilenos de Raúl  
Ruiz".*

# Bernd Haller

JURADO

/



*Arquitecto,  
socio fundador  
y gerente de  
Americanda.  
Presidente de  
la Fundación  
Sustenta Pucón.*



AUSPICIAN

**arauco**

**HunterDouglas**  
Architectural

**P**

**CH**

**D**



# IMPACTO CULTURAL

## GANADOR\_ CIPRÉS: NAVEGACIÓN PATRIMONIAL

Cliente\_ Fundación Ciprés

Empresa\_ Fundación Ciprés

Profesionales\_ Fundación Ciprés

Chile, 2018

## EXPERIENCIA DE NAVEGACIÓN PATRIMONIAL, EN EMBARCACIONES VELERAS CHILOTAS FABRICADAS POR TESOROS HUMANOS VIVOS, EN LOS CANALES AUSTRALES.

Ciprés: Navegación patrimonial en Chiloé es un servicio de Turismo Náutico Patrimonial que nace desde la urgente necesidad de rescatar y revitalizar el oficio de los carpinteros de ribera (pérdida patrimonial latente), conectando el problema a la oportunidad que tiene la zona para navegar a vela en un paisaje extraordinario.

Los tripulantes tendrán la posibilidad de navegar a vela en una embarcación patrimonial en los canales, islas y paisajes de Chiloé a bordo de una lancha velera construida por uno de los carpinteros y tesoros humanos vivos, que si bien es de carácter tradicional, dado el contexto del servicio y el perfil de usuario al cual está enfocado, determina que la lancha tenga elementos de última tecnología en términos de seguridad y cuidado del medio ambiente.

Porque Ciprés impacta y revaloriza el patrimonio del territorio de Hualaihué, vinculando estratégicamente un problema patrimonial como es la latente extinción del oficio de la carpintería de ribera, con la pérdida de identidad cultural que eso implica. "Ciprés: Navegación Patrimonial Chilota" es un nuevo modelo sustentable económica, ambiental y socialmente de desarrollo de servicios turísticos patrimoniales y está vinculado además a una fundación que lleva su nombre y que tiene la misión de poner en valor el patrimonio y la cultura náutica nacional a través de distintos medios. Es así, como el turista vincula el placer y la admiración de navegar, con el sentimiento de aportar al patrimonio náutico de Chiloé para que nuevos aprendices continúen y puedan transformarse en nuevos carpinteros de ribera.





# CHILOÉ Y SU CARPINTERÍA DE RIBERA

El archipiélago de Chiloé, en la zona de la patagonia de Chile, posee una geografía única en el mundo para navegar a vela. Volcanes, canales, islotes y bosques nativos convergen formando paisajes inigualables y haciendo de este lugar un mar interior extraordinario para navegar a vela. Chiloé tuvo una tradición marítima de navegantes y constructores que está a punto de extinguirse.

FUNDACIÓN CIPRÉS

bid 18

El Comité Organizador de Bienal



# TESOROS HUMANOS VIVOS

Hoy solamente existen tres "carpinteros de ribera" capaces de construir este tipo de embarcaciones veleros. Ellos están ubicados en la comuna de Hua-laihué y fueron declarados el año 2014 como Tesoros Humanos Vivos por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, sin embargo estamos ante un peligro de extinción de patrimonio inmaterial latente.

FUNDACIÓN CIPRÉS

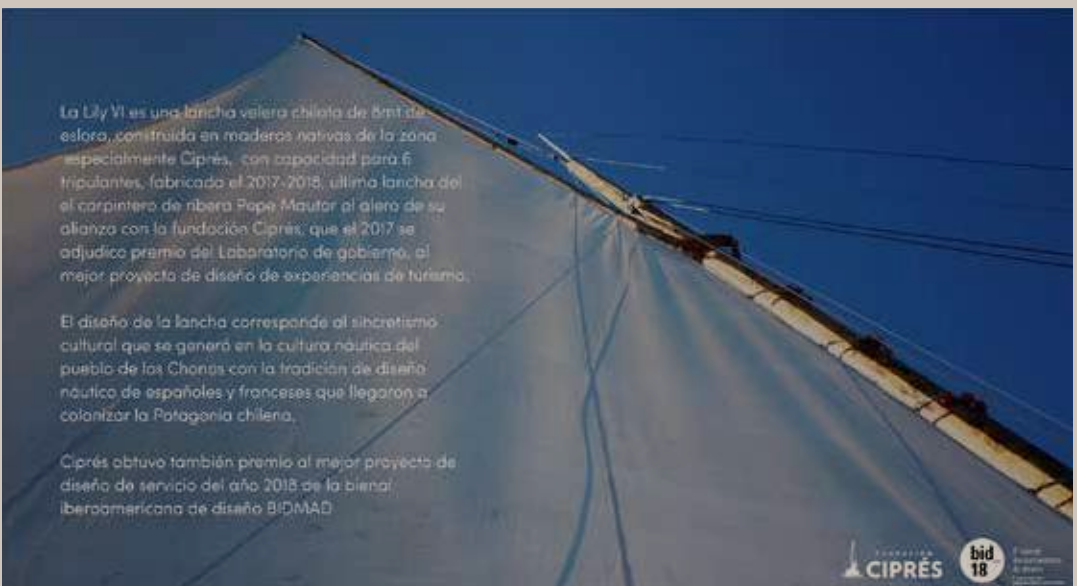
bid 18

El Comité Organizador de Bienal





**A TRAVÉS DE ESTE SERVICIO, EL PROYECTO CIPRÉS BUSCA DEVOLVER A CHILOÉ UN PAISAJE CON LANCHAS VELERAS DE MADERA EN SUS BAHÍAS Y CALETAS, TAL COMO FUE DÉCADAS ATRÁS, PERO ESTA VEZ DISPUESTAS A RECIBIR TRIPULANTES TURISTAS.**



# IMPACTO CULTURAL

## NOMINADO\_ CASA DE OFICIOS: CREAMOS EXPERIENCIAS DE EXPERIMENTACIÓN, APRENDIZAJE Y DISFRUTE EN TORNO A LOS OFICIOS MANUALES

Cliente\_ Casa de Oficios

Empresa\_ Casa de Oficios

Profesional\_ Teresa Díaz Ibáñez

Chile, 2012

## ES UNA PLATAFORMA QUE CONECTA A PERSONAS Y ORGANIZACIONES CON LO HECHO A MANO A TRAVÉS DE DISTINTOS FORMATOS DE APRENDIZAJE E INTERCAMBIO DE SABERES.

Para lograr cualquier diseño, en Casa de Oficios creemos firmemente que el “saber hacer” es algo esencial. Casa de Oficios es un espacio cultural basado en el aprendizaje, la formación, experimentación y entretención en torno a los oficios manuales, culinarios, de la tierra y del área de emprendimiento.

Generamos espacios de enseñanza a través de la divulgación de oficios por medio de talleres personalizados, *workshops*, actividades, cenas clandesquinas, talleres corporativos y proyectos del ámbito cultural enfocados tanto en el trabajo manual como en el desarrollo y fomento transversal de los oficios en la comunidad. Desarrollamos también programas de residencias creativas de oficios bajo el nombre de “Factoría de Oficios”, que están dirigidas a artesanos y creadores en la ciudad de Frutillar, al sur de Chile.

Su propósito es abrir espacios para la reflexión en torno al trabajo artesanal

de oficios, generar un ambiente creativo, productivo y de intercambio de saberes cruzados por otras disciplinas artísticas.

Casa de Oficios se ha posicionado como un modelo de educación alternativa a nivel nacional. Somos una plataforma que conecta personas que saben enseñar oficios manuales con miles de otras que quieren aprenderlos y vivenciarlos.

Nuestro modelo de impacto se basa en diseñar cuidadosamente una oferta de experiencias en permanente renovación e innovación. La oferta se forma a partir de una comunidad que hoy supera los 120 mil seguidores en redes sociales, universo que nos permite recibir, seleccionar y cocrear talleres de un modo fluido y sostenible en el tiempo. Esto se ha traducido en los últimos 7 años en un trabajo colaborativo con más de 120 profesores y 16 mil alumnos.





# IMPACTO ECONÓMICO



# Gabriel Gurovich

PRESIDENTE DEL JURADO

/



*Fundador de Dreamline Power Solutions, The FoodLinks y Tambo. Emprendedor, ingeniero civil industrial eléctrico de la Pontificia Universidad Católica de Chile, con estudios de posgrado en Singularity University, y conferencista internacional en temas de innovación y futurismo.*







# Andrés Turski

JURADO

/



*Ingeniero civil industrial,  
CEO de Grupo Gastronómico S.A., un holding gastronómico que opera tres marcas de restaurantes, con cinco locales operando y en construcción.*



# IMPACTO ECONÓMICO

## GANADOR\_ DISEÑO DE EXPERIENCIA CAJA LOS ANDES

Cliente\_ Caja Los Andes

Empresa\_ Brandbook + Diseño UC

Profesionales\_ Brandbook + Diseño UC

Chile, 2018 - 2019

## EXPERIENCIA AFILIADOS CAJA LOS ANDES: TRANSFORMANDO LA VIVENCIA A TRAVÉS DEL DISEÑO DE SERVICIOS.

Para el año 2018, Caja Los Andes definió cuatro líneas de acción estratégicas; entre ellas, la Experiencia de Servicio. En este pilar es donde se enmarca el desafío planteado, donde se estableció el objetivo de mejorar la experiencia de los afiliados con foco en la omnicanalidad, rediseñando los servicios y la atención que se les brinda, creando valor en cada interacción con ellos. Se definió poner al afiliado al centro, redefiniendo los criterios de las decisiones con foco en su mayor bienestar, valoración y facilidad de acceso a los beneficios entregados por la compañía.

Como resultado se establecieron los atributos, viajes, estrategia de canales e interacciones que definen la experiencia del cliente. A la fecha, además de los diversos prototipos y pilotos

que supuso el proceso proyectual, se han implementado completamente 17 iniciativas de las 45 que definió el proyecto, otras están en estado de avance o evaluación y han surgido una serie de nuevas en un formato de trabajo ágil y flexible.

Este proyecto ha generado impacto real y medible tanto a nivel de las personas (afiliados y colaboradores) como del negocio.

Paralelamente, este proyecto ha tenido impacto disciplinar a nivel mundial, ya que ha sido galardonado con el Service Design Award 2019 en la categoría profesional. Este premio vela por reconocer la excelencia y es el más prestigioso en Diseño de Servicio.

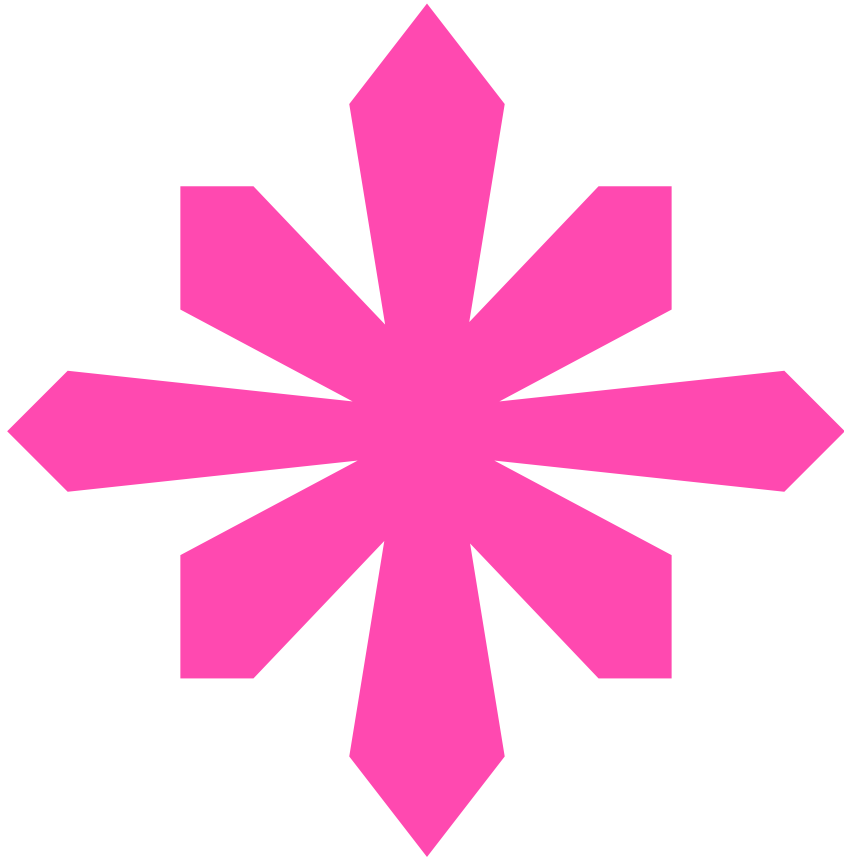
\* En colaboración con Sur Andina consultores.







MEJORAMOS LA EXPERIENCIA DE LOS AFILIADOS CON FOCO EN LA OMNICANALIDAD, REDISEÑANDO LOS SERVICIOS Y LA ATENCIÓN QUE SE LES BRINDA, CREANDO VALOR EN CADA INTERACCIÓN CON ELLOS.







/

*p r e*

*m i o s*

*c a t e*

*g o r í a*

*a c a d e*

*m i a*

# ESTU- DIANTES



# César Domínguez

PRESIDENTE DEL  
JURADO

/



*Académico de la Universidad Mayor.  
Fundador de Zebrand, desarrollo  
profesional en ámbitos de docencia,  
dirección, administración y diseño de  
proyectos de innovación en diversas  
áreas de comunicación gráfica y dise-  
ño estratégico.*

# Manuel Figueroa

JURADO

/



*Director de la Escuela de Diseño Campus Creativo de la Universidad Andrés Bello. Diseñador gráfico, experto en la creación, configuración, estudio e implementación de acciones y programas enmarcados en las políticas públicas que impactan al diseño.*



# Bernardita Figueroa

JURADO

/



*Directora de Diseño de Experiencia en Brand-book. Diseñadora gráfica especializada en diseño de experiencias y académica de la Pontificia Universidad Católica de Chile.*



# ESTU- DIANTES

## GANADOR\_ EUS-RED. EQUIPAMIENTO URBANO PARA EL SISTEMA DE TRANSPORTE RED

Proyecto de título\_ Universidad del Desarrollo

Autora\_ Isidora de la Sotta Rossel

Chile, 2018

## PROYECTO ENFOCADO EN MEJORAR LAS CONDICIONES LABORALES DE LOS CONDUCTORES DEL SISTEMA RED CON MÓDULOS DE SERVICIO DE REGISTRO E HIGIENE.

Eus-RED es un sistema de módulos de registro e higiene ubicados en los puntos intermedios de los recorridos del sistema de transporte público. El autoencargo fue mejorar significativamente el bienestar y las condiciones de vida de los conductores del sistema RED, aumentando la calidad de su jornada laboral.

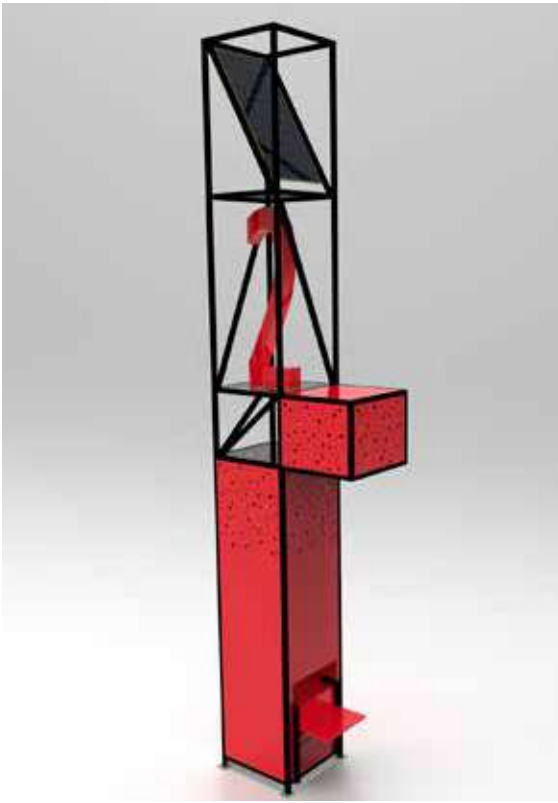
El problema detectado es que los recorridos del sistema no son compatibles con las necesidades de sus conductores, como ir al baño, por ejemplo, supliéndose estas de manera informal, utilizando la vía pública para hacer sus necesidades básicas, usando pañales, botellas o vasos, generando inseguridad y afectando su dignidad.

El objetivo general del proyecto es unificar y formalizar los cabezales del sistema de transporte público (puntos de pausa entre recorridos),

estandarizando los aspectos mínimos de habitabilidad requeridos por los conductores (registro, descanso e higiene) y complementar el equipamiento actual del sistema, con el fin de mejorar las condiciones laborales de sus trabajadores.

Esta problemática incide en los 18.620 conductores del Sistema RED, generando un descontento laboral y repercutiendo indirectamente en los usuarios del transporte público, afectando la calidad del sistema hacia ellos.

El proyecto ha tenido gestiones en el ámbito profesional, con acercamiento a la gerencia de operaciones del Directorio de Transporte Público y algunas de las empresas operadoras del sistema para realizar un pilotaje, teniendo gran potencial de replicabilidad, ya que hay alrededor de 256 puntos de paradas intermedias entre recorridos.



# ESTU- DIANTES

## GANADOR\_COHEX

Poyectos Finales MID\_ Universidad Adolfo Ibáñez

Autores\_ Maurizio Canessa / Luckas Fonck / Josefa Villanueva

Chile, 2017

**COHEX ES UN SISTEMA QUE CONTROLA LA HUMEDAD AL INTERIOR DE LAS CAJAS, GENERANDO LAS CONDICIONES ÓPTIMAS PARA CONSERVAR LA CALIDAD DE LA FRUTA Y DISMINUIR SU PÉRDIDA. COHEX GANÓ EL CONCURSO DE INNOVACIÓN Y PROTOTIPADO DE VIRGINIA TECH, EE.UU.**

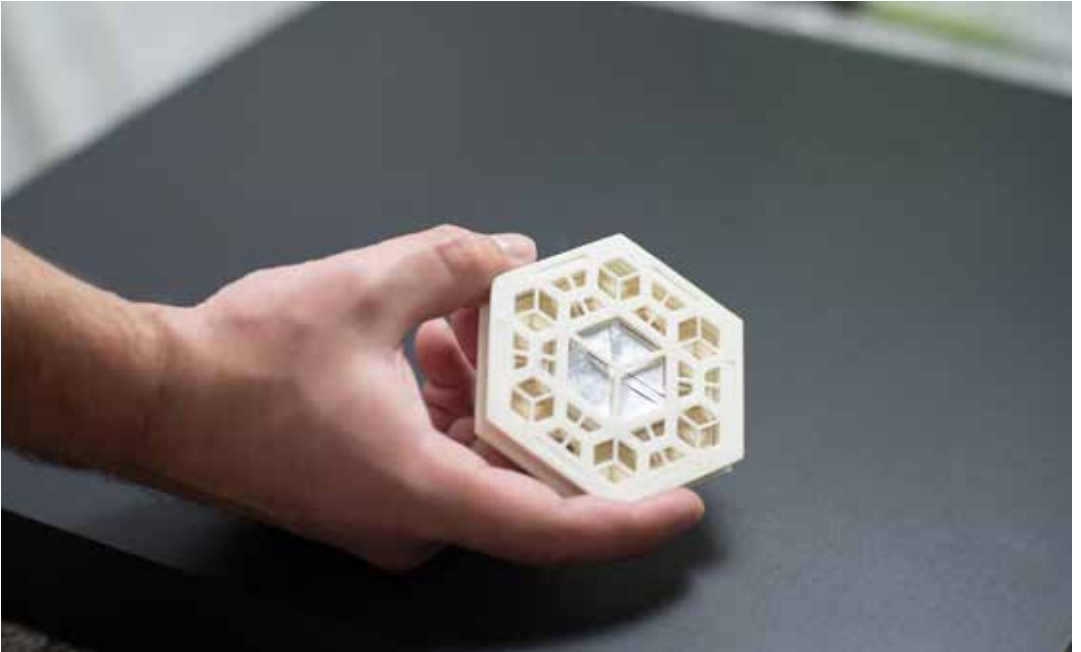
Chile es el principal exportador de uva fresca a nivel mundial y uno de los factores más preocupantes para los exportadores tiene que ver con las pérdidas y rechazos que se generan cuando la fruta llega a destino. Estas pérdidas son causadas generalmente porque llega con presencia de hongos (principalmente *Botrytis cinerea*), pero también por problemas de deshidratación, blanqueamiento y microfisuramiento generado por azufre.

Hemos identificado que estos problemas se producen debido a que el sistema de *packing*, pese a los múltiples intentos de mejoramiento, no ha logrado garantizar una temperatura y una humedad adecuada dentro de los procesos.

El foco inicial de “eliminar los hongos” logramos transformarlo en “prevenir que proliferen”. En esta dirección es que creamos el actual proyecto Cohex.

El resultado fue el diseño de un dispositivo que reduce considerablemente las pérdidas y optimiza el proceso de prefrío al reducir el tiempo entre dos a tres horas, lo que genera un ahorro cercano a un 18% en costos energéticos por caja enfriada, aumentando la capacidad de circulación en este proceso. Además, permite que se disminuya la cantidad de azufre que se aplica en el proceso de exportación, generando un menor impacto para la salud del consumidor. Por último, reduce la cantidad de desechos que genera el sistema de *packing* actual, ya que reemplaza el uso de bolsas y papeles.

La tecnología que desarrollamos consiste en un sistema integrado de mecanismos en base a materiales inteligentes, articulados dentro de un dispositivo que permite controlar los rangos de humedad relativa al interior de cajas de exportación de fruta.



# ESTU- DIANTES

## GANADOR\_ HABITANTES DE LA IMAGEN, UNA EXHIBICIÓN EN CONSTRUCCIÓN COLECTIVA

Proyecto de título\_ Pontificia Universidad Católica de Chile

Autora\_ Sofía Garrido

Chile, 2019

## DISEÑO DE EXPOSICIÓN INTERACTIVA QUE REFLEJA LOS IMPACTOS QUE TIENEN LOS NUEVOS USOS DE LA FOTOGRAFÍA MÓVIL EN LA VIDA COTIDIANA.

Habitantes de la Imagen es un proyecto de título que centra su atención en el fenómeno “postfotográfico” en donde la democratización de *smartphones* sumada a la aparición de redes sociales *online* convierte la toma de imágenes fotográficas en un hecho radicalmente cotidiano.

El problema está en que la fotografía móvil es una tecnología tan integrada en nuestras vidas que la damos por naturalizada, reduciendo la posibilidad de percibir, comprender y cuestionar sus implicancias, siendo entonces un fenómeno aún incomprensible. Emergen entonces algunas interrogantes: ¿Cómo podemos, desde el diseño, hacer de este fenómeno algo perceptible y comprensible? ¿Cómo podemos, en conjunto, cuestionar y reflexionar sus implicancias que nos afectan a todos? En respuesta a estas interrogantes surge *Habitantes de la Imagen*, un diseño expositivo que a través de 7 instalaciones interactivas busca comunicar y visibilizar los impactos que tienen los nuevos usos de la fotografía móvil.

Esta experiencia expositiva incorpora al público como generador de contenido, invitándolo a involucrarse activamente; a través de pantallas, computadores, herramientas de reconocimiento facial y más, se invita al público a usar la exhibición como un canal de lectura crítica, esperando incitar a una reflexión colectiva en torno a este escenario.

*Habitantes de la Imagen*, un diseño expositivo que a través de 7 instalaciones interactivas busca comunicar y visibilizar los impactos que tienen los nuevos usos de la fotografía móvil.

Este reside en plantear al diseñador como un “operador cultural” capaz de implicarse en los procesos culturales de una sociedad, teniendo la facultad de visibilizar una información, de favorecer su comprensión y de provocar conductas específicas en el público. Tomando esto en cuenta, se utiliza el diseño expositivo y de instalaciones interactivas como una herramienta de comunicación que busca tener un impacto en la visión crítica de las personas, produciendo así un valor cultural.





# ESTU- DIANTES

## GANADOR\_ SISTEMA DE TRANSPORTE VERTICAL PARA INVESTIGACIONES SUBACUÁTICAS

Cleinte\_ Equipo de operaciones subacuáticas de la Policía de Investigaciones

Poyecto\_ Universidad Mayor

Autores\_ Arturo Herrera / Jhonatan Romero

Chile, 2017

## PRODUCTO PARA EL TRANSPORTE Y PROTECCIÓN DE INDICIOS O EVIDENCIAS EN LAS INVESTIGACIONES SUBACUÁTICAS EN UN MEDIO ACUOSO.

Producto para el transporte y protección de indicios y evidencias para las distintas instituciones que desarrollan investigaciones subacuáticas para obtener una eficiencia y profesionalismo en el trabajo de levantamiento de muestras en el medio acuoso.

Este proyecto está bajo la problemática de la falta de un producto en el mercado que pueda resguardar las muestras obtenidas en la investigaciones subacuáticas. Con este se realizaron distintas etapas de evaluación y testeos con el Equipo de Operaciones Subacuáticas de la Policía de Investigaciones de Chile para poder proteger las evidencias en un investigación criminalística en el medio acuoso, evidencias que sirven para poder realizar investigaciones y procesos judiciales de índole criminal o patrimonial.

Este proyecto tiene un gran impacto en la sociedad, ya que es una herramienta para investigaciones criminales, patrimoniales y ecológicas, que repercuten a nuestro país, dando una respuesta y apoyo a investigaciones en el medio acuoso. Las investigaciones criminales en sitios de suceso bajo el agua significan una pronta respuesta a familiares en el reconocimiento de restos bajo el agua; en el aspecto patrimonial, la investigación del patrimonio marino ayuda a educar a la sociedad de hechos que tuvieron historia en el medio marino, y, por último, el aspecto ecológico, donde ayuda a investigaciones de la biología y fauna marina existente en el mar territorial de Chile y el análisis de medios contaminantes que puedan perjudicar a especies en el mismo medio.

## PROPUESTA DE DISEÑO

Producto para el transporte y protección de indicios o evidencias para las distintas instituciones que desarrollan investigaciones subacuáticas para obtener una eficiencia y profesionalismo en el trabajo de levantamiento de muestras en el medio marino.



### Características

- Producto de plástico polipropileno inyectado
- Color Amarillo y naranja fluorescente para mayor visibilidad bajo el agua del producto.
- Peso de aproximadamente 45 kg con muestras.
- Tamaño 120x 40 x 40 cm.

### Manipulación

Manijas laterales para manipulación en superficie del producto, y para el agarre de los buzos en modo de seguridad.



### Estructura

Estructura inferior para fijar en superficie anexas y rotación con perforación para filtración de agua al entrar el producto a la superficie.



### Organización

2 cajoneras para muestras extraíbles del producto para moverlas las muestras independientemente.



### Características

Cajonera de polipropileno-color amarillo fluorescente con una capacidad de 6 recipientes de muestra.



## USABILIDAD



Inmersión vertical por medio de guila anclada al fondo hasta llegar a superficie para pivotar.



Giro de manija para poder generar la apertura del seguro de los cajones de muestra.



Pivoteo del producto en fondo marino para quedar en posición horizontal para entrar cajones de muestra.



Extracción vertical de cajones para extraer los recipientes de muestra.

### Visualización del proyecto en contexto



# INVESTI- GACIÓN



# Úrsula Bravo

PRESIDENTA DEL  
JURADO

/



*Académica de la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo. Se ha adjudicado fondos internos y externos para investigar en áreas como creatividad interdisciplinaria para la innovación, design thinking aplicado a la escuela y rescate del patrimonio visual chileno.*



# Paulo Caviglia

JURADO

/



*Analista de desarrollo en la Escuela de Diseño y Comunicación en Duoc UC. Diseñador industrial con experiencia en desarrollo de productos. Desde 2010 se ha dedicado a la enseñanza del diseño y a la gestión administrativa en instituciones de educación superior.*



# Sergio Araya

JURADO

/



*Decano del Design Lab de la Universidad Adolfo Ibáñez. Docente en él área de arquitectura e investigador del Design Lab. Además se desempeña como Visiting Scientist en el Massachusetts Institute of Technology.*

# INVESTIGACIÓN

## GANADOR\_TAMI: UNA INTERFAZ TANGIBLE MULTISENSORIAL PARA FACILITAR EL APRENDIZAJE DE TRIGONOMETRÍA

Universidad del Desarrollo

Autores\_ Francisco Zamorano Urrutia / Catalina Cortés

Chile, 2016

“En educación matemática, estudios evidencian dificultades y desafíos en la enseñanza-aprendizaje de trigonometría en educación secundaria y superior, donde no se estimula al estudiante a obtener un entendimiento conceptual profundo de los conceptos. Considerando su relevancia para diversas disciplinas, es necesario implementar nuevos acercamientos a su enseñanza, donde se privilegie un rol activo del estudiante en su propio aprendizaje. Diversos estudios demuestran que la incorporación de tecnologías digitales influye positivamente en el aprendizaje de los alumnos; sin embargo, la mayoría de las tecnologías existentes responden al paradigma de interacción tradicional con un computador, donde no se considera el uso del cuerpo y de los múltiples sentidos. Las Interfases Tangibles (TUI), en cambio, pueden albergar interacciones corporales, brindando directo tributo a la teoría de la Cognición Corporal. Sin embargo, existe un vacío en la aplicación de TUI para la educación de trigonometría. Esta investigación consistió en diseñar y validar una interfaz tangible para la enseñanza-aprendizaje

de trigonometría inicial. La interfaz alberga una experiencia de aprendizaje que privilegia la exploración, el uso de la intuición, y fomenta el aprendizaje colaborativo. Se realizó un Pre-Test diagnóstico con 119 estudiantes para determinar conocimientos previos, dando un rendimiento promedio de 29,1%. Luego de dos intervenciones con la interfaz propuesta, los resultados de un Post-Test muestran un incremento del rendimiento en un 37,1%, lo que valida la efectividad pedagógica de la interfaz y experiencia pedagógica para el aprendizaje de conceptos básicos de trigonometría. Para mayor información y vista de videos, ingresar a [www.tami.udd.cl](http://www.tami.udd.cl)”.

### Resultados:

La interfaz desarrollada, que llamamos TAMI (Tangible Mathematics Interface) considera los beneficios de integrar varios sentidos periféricos –visión, tacto y audición– como estrategia de aprendizaje [29]. Consiste en una pantalla LCD y un cuerpo físico que incluye una estructura de soporte, controladores tangibles, sensores y parlantes que emiten sonido.



# INVESTIGACIÓN

## NOMINADO\_ PROYECTO AYA

Duoc UC

Autores\_ Rodolfo Hernández O. / Pablo Melzer S. (docentes)

Alexandra Cartes / Camila Campos / Julián Castillo (estudiantes)

Matías Romero / Rafael Ortega (exalumnos)

Chile, 2018

“Sistema integrado de acuaponía y aeroponía para el cultivo de alimentos en zonas de catástrofes y campos de refugiados” es un proyecto enfocado desde el punto de vista de la investigación cualitativa de carácter exploratorio, ya que, pese a que existe literatura que refiere a los sistemas de aeroponía y acuaponía, no existe referente en la literatura de sistemas sinérgicos y que detallen el carácter de la colaboración entre los sistemas biológicos mencionados. Hace falta determinar el rendimiento de la superficie en producción; la velocidad de puesta en marcha; funcionamiento en tándem del sistema acuapónico y sistema aeropónico. Además, es necesario describir el funcionamiento de un sistema en situación de crisis, definir operaciones, su autonomía energética y de interacción. Nuestra hipótesis o supuestos de investigación son que el cultivo acuapónico permite la producción de biomasa vegetal mediante el uso de la aeroponía, sin la necesidad de aporte de solución nutritiva artificial al medio acuoso, y optimizando la relación entre volumen de agua nutritiva y la superficie de producción en metros cuadrados. Nuestro objetivo es el de transferir tecnologías sostenibles y sustentables de producción de alimentos a situaciones de crisis y vulnerabilidad socioalimentaria.

Resultados:

1. Reconocimiento del estado del arte de tecnologías disponibles para la producción sustentable de alimentos: los estudiantes y docentes desarrollamos un proceso de búsqueda de referentes existentes, desarrollando el concepto de producto a partir de los conocimientos adquiridos en esta búsqueda y el discusión durante el desarrollo de las actividades.
2. Determinación de tecnologías aplicables a la producción de alimentos en entornos socioalimentarios vulnerables: gracias a los procesos de trabajo colaborativo y discusión guiada, junto con la aplicación de un prototipo de concepto de validación, logramos determinar tecnologías cercanas a lo autónomo y autosustentable, tecnologías proyectadas para su uso en contexto determinado.
3. Adquisición de tecnologías vinculadas a la producción de alimentos sustentables y zonas de vulnerabilidad socioalimentaria: hemos adquirido tecnología que probamos en este prototipo e hicimos seguimiento durante los meses de diciembre de 2018 y enero de 2019. Hemos implementado los mecanismos iniciales al igual que la prueba de presión inicial, ambas exitosas; sin embargo, debemos implementar el prototipo por tiempo prolongado, para que esta se valide. Este ensayo durará un período no menor a seis meses, con el fin de validar su factibilidad de implementación en situación autónoma (en curso durante fines de 2019 e inicio de 2020).





Las categorías Impacto Medioambiental y Audiovisual fueron declaradas desiertas en unanimidad por la comisión del jurado de los Premios Chile Diseño 2019.

Respecto de la categoría Impacto Medioambiental, las razones por las cuales el jurado tomó esta determinación responden principalmente con el incumplimiento de los puntajes mínimos para otorgar dicho reconocimiento. En particular, consideraron que ninguno de los casos exhibidos presentaba métricas relevantes que

argumentaran el impacto del proyecto en temas medioambientales.

Del mismo modo, en cuanto a la categoría Audiovisual, los argumentos estimados por el jurado para tomar esta determinación también tienen que ver con los bajos puntajes obtenidos para conceder este premio. Concretamente, hubo algunos proyectos que eran muy atractivos en su propuesta visual, pero presentaban debilidades en su contenido, y otros, por el contrario, tenían una base consistente, pero no alcanzaban los estándares visuales mínimos.

## DISEÑO AUDIOVISUAL



### Juan de Dios Larraín

PRESIDENTE DEL JURADO

/

*Socio fundador de Fabula. Abogado de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Productor Audiovisual. En su filmografía destacan largometrajes como "Tony Manero", "Fuga", "La vida me mata", "Post Mortem", "Joven y alocada" y "No", y la aclamada serie de HBO "Prófugos".*



### Gaspar Antillo

JURADO

/

*Director y productor audiovisual de Fabula. Como director, productor y escritor, destacan sus proyectos "Mala Cara", "Nadie sabe que estoy aquí", "The Beginning", entre otros.*



# IMPACTO MEDIOAMBIENTAL



## Josefa Monge

PRESIDENTA DEL JURADO

/

*Abogada. Presidenta del Directorio de Sistema B Chile, corporación que reúne y coordina a la comunidad de las Empresas B chilenas.*



## Felipe Zegers

JURADO

/

*Gerente general en Marketgreen y FZW. Constructor civil apasionado por la innovación y los negocios rentables que promueven la sustentabilidad y respeto por el medio ambiente.*



## Eloisa Silva

JURADO

/

*Cofundadora de BIRUS. Diseñadora y magíster de Diseño Avanzado de la Pontificia Universidad Católica de Chile, con 6 años de experiencia trabajando con Empresas B y sustentabilidad (Chile y Latam).*

# Creemos en el poder del



renovables para una vida mejor



Artisan,  
por Fuentes Estudio  
Realizado con Melamina Vesto



Monobloque,  
por Bravo Estudio  
Realizado con Innovus Coloured MDF

Por ello desarrollamos  
materiales sustentables  
que **inspiran tus creaciones**



Conoce estas  
historias

**arauco**





**OFCINAS BRITISH AMERICAN TOBACCO**

**Ubicación:** Torre W, Las Condes

**Arquitectura:** SITE (liderada por Sebastián Guevara S. y Álvaro Donoso V.)

**Constructora:** CASBRO

**Productos:** cielos MetalScreen Tile Lay - In 2x4, cielos HeartFelt, alfombras modulares Fuse & Fields Desso, cielos fibra mineral Dune Armstrong



**HunterDouglas**   
Architectural

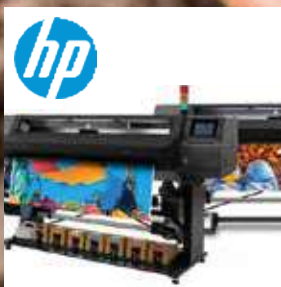


# Grupo+

Gráfica Sostenible

## Nuestro planeta nos necesita

trabaja y prefiere productos sustentables con el medio ambiente.



IMPRESIÓN DIGITAL  
CON TINTAS LATEX



PAPELES CON CERTIFICACIÓN  
DE SUSTENTABILIDAD



IMPRESIÓN CON TINTAS  
100% VEGETALES



MANEJO RESPONSABLE  
DE RESIDUOS

[www.grupomas.cl](http://www.grupomas.cl)  
[contacto@grupomas.cl](mailto:contacto@grupomas.cl)

 [grupomassostenible](https://www.instagram.com/grupomassostenible)  [Grupomasgraficasostenible](https://www.facebook.com/Grupomasgraficasostenible)

Andes #3791, Quinta Normal, Santiago de Chile

Grupo Más consigue por  
tercer año consecutivo la  
certificación **FSC® International**.



La marca del manejo  
forestal responsable  
FSC® C137714



DECORACHIC

PRÓXIMAMENTE

[WWW.DECORACHIC.CL](http://WWW.DECORACHIC.CL)

**Diseño**

dioslascria.cl

**Edición Diseño**

Chilediseño.org

**Edición y corrección de textos**

javier.araya.urquiza@gmail.com

2020

Impreso en Grupo más

Se imprimieron 500 ejemplares





*chilediseno.org*

