

## **Empresas seleccionadas por Prodiseño en la primera convocatoria de 2016**

### **1. Formas Soluciones Inteligentes**

Se dedica a la fabricación, diseño y armado de artefactos de iluminación LED, así como a la realización de proyectos LED a medida.

En las luminarias tradicionales, las opciones de diseño lumínico se acotan a la potencia de la lámpara a utilizar y el reflector donde se instala. Esto hace que muchas veces diferentes proyectos de iluminación se aborden con un conjunto acotado de opciones. En el caso de las luminarias LED, las opciones de ajuste son mayores: cantidad y potencia, tipos de lentes para lograr una fotometría adecuada, potencia de la fuente de alimentación. La combinación apropiada de estas opciones es lo que permite un gran ahorro energético.

Formas Soluciones Inteligentes presenta un proyecto de diseño de producto que tiene como objetivo el desarrollo de luminarias para sustitución de las actuales campanas colgantes industriales de sodio o mercurio, utilizando tecnología LED, con capacidad de adaptarse a los requerimientos de diferentes escenarios lumínicos. El proyecto busca generar una luminaria LED modular, cuyos elementos puedan ser combinados para lograr un óptimo desempeño en cada escenario.

### **2. Actualred**

Brinda un servicio de sistema de gestión de producción agrícola-forestal, con control automatizado de tareas en maquinaria. Actualmente el comando electrónico que utilizan es construido sobre una caja estanco estándar. Se ha comprobado que no es la mejor solución ya que tiene una cantidad importante de roturas y hay pérdida de estanqueidad, pero además, la presentación del producto no es la más adecuada.

Por ello, Actualred presenta un proyecto de diseño de producto, que implica que el comando electrónico sea diseñado para soportar el ambiente donde se instala, tanto por los amarres a las estructuras de las maquinarias, como para las condiciones de resistencia al ingreso de agua y sólidos. La apariencia será la de un equipo robusto e industrializado, lo que les permitirá competir en mejores condiciones y eventualmente exportar.

### **3. Ururice**

Produce arroz blanco e integral de grano largo fino y corto para culinaria oriental. Habitualmente, el arroz se exporta a precios de *commodity*, en bolsas de 50 kg. El arroz exportado de esa manera es envasado por el comprador con su marca, lo que determina que el producto pierda la fuerza de su identidad.

El objetivo del proyecto de la empresa es generar un diseño de empaque con dos logos de marca de arroz para las bolsas de 1 y 5 kg. Surge por la necesidad de lograr nuevas formas de comercialización que den valor agregado al producto y refuercen su identidad; esto se logrará a través del uso de **una marca propia**, en paquetes prontos para el consumo.

#### **4. Bidegaray y asociados**

Brinda servicios de consultoría en ingeniería, eficiencia energética, energías renovables y tecnologías para tratamiento de aguas.

Su proyecto tiene como fin contribuir a mejorar la competitividad de la empresa, tanto a nivel local como regional, a través de la creación de una imagen institucional y herramientas de promoción y *marketing*, mediante la incorporación del diseño profesional que incluyen la elaboración de un plan de comunicación y contenidos, y el desarrollo de una página web.

#### **5. Malabrigo**

Se dedica a la producción de madejas de lana teñidas a mano. Actualmente vende a distribuidores de alta gama que exportan a América del Norte, Europa, Asia y Oceanía, y buscan aprovechar su *know-how* para comenzar a incursionar en el sector mobiliario, cada vez más relevante y competitivo.

Para ingresar a este sector, a través de lana teñida para tapicería, alfombras y cortinados, el proyecto premiado en Prodiseno busca incorporar diseño en productos.

#### **6. Aravanlabs**

Es la primera empresa nacional de producción de insumos de control microbiológico: principalmente caldos y medios de cultivo. Es una empresa con capital 100% nacional, incubada por Khem–Instituto Polo Tecnológico de Pando. Sus principales líneas son las placas de Petri y RODAC, que contienen medios de cultivo para el control de los principales patógenos en la industria alimenticia y de bebidas.

El proyecto que presenta a Prodiseno consiste en la creación de un catálogo con los productos alimenticios y sus beneficios, que resulte fácil y accesible para el cliente. Esto implica plantear la información técnica de una manera simple y novedosa, un material imprescindible para incrementar la llegada al mercado.

#### **7. Ghierra intendente**

La empresa trabaja en el rubro de arquitectura, restauración e industria audiovisual. El proyecto busca desarrollar un sitio web en el que se presente un completo portfolio de trabajos accesible en

español e inglés, para dar difusión y promover proyectos de diseño, arquitectura y urbanismo, particularmente entre el público alemán. Además, este material se complementará con un *brochure* informativo, tarjetas de presentación y una carpeta comercial.

Los materiales gráficos y la web serán el vehículo para mostrar el potencial de la empresa, sus antecedentes y una selección de proyectos.

## **8. Sitio Arquitectura**

Se desempeña en el rubro de la arquitectura. Desde 2014 se encuentra en un proceso de reformulación de sus servicios, por lo que en 2015 rediseñó su página web.

Con el proyecto presentado a ProDiseño busca incorporar el diseño gráfico para promocionar su trabajo, actualizar su *brochure* corporativo y realizar el registro y los testimonios de sus clientes, fotografías de obras y *renders* de proyectos en formato digital y papel.

Este material les permitirá potenciar su visibilidad a nivel local y en las visitas al exterior que realicen, y posicionarse en igualdad de condiciones frente a sus principales competidores en el área de diseño de oficinas y proyectos industriales.

## **9. Clínica de la Laguna**

Brinda un servicio especializado en entrenamiento y rehabilitación deportiva. Propone una manera diferente, segura y efectiva de entrenar, enfocados en prevención y recuperación. Se enfoca en la biomecánica del deporte, la calidad del movimiento y los desbalances musculares. La empresa ha detectado una oportunidad de negocio y crecimiento en materia de estudios de la pisada y desarrollo de plantillas de alta precisión.

La empresa busca seguir creciendo y es por ello que abrió un local ubicado en Maldonado, con el objetivo de poder llegar de manera más eficaz a su público objetivo pidió el apoyo de ProDiseño para diseñar una página web y diseño de gráfico de la imagen corporativa.

## **10. TuNanny**

Brinda un servicio de selección y capacitación de niñeras. Creada en 2008, ha incorporado tecnología y buenas prácticas de Recursos Humanos. En octubre de 2015 firmó un convenio para incorporar la Marca País en su empresa.

Hoy se encuentra en un proceso de internacionalización, por lo que busca el rediseño de la identidad de la empresa, incluyendo su logotipo, para difundir con más efectividad sus servicios tanto en el país como en el exterior.

## **Empresas seleccionadas por Prodiseño en la segunda convocatoria de 2016**

### **1. Arcos Biomedical**

Elabora dispositivos médicos y tiene como objetivo vender tanto en Uruguay como en la región. Busca desarrollar un dispositivo médico para el tratamiento de distintas afecciones (en remplazo de los tratamientos convencionales vía oral, inyectables, etc.), lo que garantiza menos efectos secundarios y más eficacia terapéutica. Plantea el desarrollo de una plataforma implantable con un novedoso sistema de liberación controlada que debe ser aplicado en un acto quirúrgico, a través de un insertor. Este insertor, clave del dispositivo médico, requiere un diseño apropiado, y fue el proyecto aprobado por Prodiseño.

Se consideró que se trata de un producto innovador y en una industria de alto valor agregado; es factible que se produzca en serie para el mercado interno y la exportación. El programa subsidiará a esta empresa en la investigación del análisis de productos en el sector y requerimientos; planteo conceptual a nivel estético y funcional; diseño técnico con 2 a 3 modelados 3D macizos; modelado técnico de la idea final; prototipado del dispositivo; modelado final; y planteo en plano técnico.

### **2. Pipiña**

Se dedica a la producción de juegos y herramientas lúdicas para el tratamiento de niños con dificultades en la lecto-escritura. Hasta el momento lanzaron al mercado 5 productos que se ofrecen en formato impreso, y en algunos casos como aplicaciones móviles, incluyendo en uno de ellos la realidad aumentada.

Busca introducirse en el mercado con una propuesta educativa con alto contenido innovador, llegando a todo el país y con la posibilidad de expandirse en la región. Para ello, plantean el diseño y desarrollo de entre 15 y 18 productos.

Su proyecto consiste en el diseño de un nuevo producto, en todo su desarrollo, desde la definición de objetivos hasta el seguimiento. En el proceso obtendrán una carpeta con registros del proceso de diseño (bocetos, validaciones, cambios), prototipo y memoria descriptiva. Todo ello servirá para establecer una metodología de diseño que podrá implementarse en nuevos desarrollos.

### **3. Montesol**

Se dedica a la molienda de café y cocoa, y al envasado de estos productos, así como de té, cebada y cacao, entre otros. Con más de 50 años de trayectoria, luego de ser adquirida por nuevos dueños, quiere actualizar su imagen.

La empresa ya cambió su logotipo y página web, y solicitó al programa el rediseño de los envases de parte de sus productos, así como la creación de materiales de promoción, avisos de prensa y un catálogo para exportación.

#### **4. Jeporu**

Produce pinturas sensoriales pensadas para personas ciegas: cada color tiene un aroma que lo caracteriza, y es posible además crear relieves que se leen al tacto.

Solicitaron el apoyo del programa para el diseño de productos (adecuados, por un lado, para escuelas y jardines, y por otro para jugueterías y comercios), *packaging* y web.

Además, buscan la realización de un catálogo atractivo, así como el diseño de videos explicativos que expresen la metodología de utilización de las pinturas en los centros educativos.

#### **5. Acceso fácil**

Desarrolla un *software* al que se accede a través de internet, que permite a los organizadores de eventos difundirlos y gestionarlos. Los clientes pueden crear su evento a través de la plataforma de la empresa, además de crear la página web de la actividad, controlar el ingreso al evento a través de celulares y tablets, obtener una base de datos de los participantes, y hacer más ágil el proceso de invitación y registro.

Solicitaron apoyo para rediseñar la plataforma —de modo que resulte más intuitiva y ágil—, así como su identidad corporativa, para reflejar adecuadamente los servicios que ofrece.

#### **6. Tiro al aire**

Se dedica a la impresión en serigrafía textil y sublimación. Entiende necesaria la introducción del diseño en su negocio, por lo que solicitó apoyo en los rubros de *packaging* y web.

De este modo, busca transmitir sus servicios con eficacia y consolidar la imagen de su marca.

#### **7. Cooperativa Uruguay Recicla**

Desarrolla actividades de transporte de residuos no peligrosos, clasificación, compostaje y capacitación. Es un proveedor certificado por la Intendencia de Montevideo para realizar la disposición de residuos comerciales. También trabaja en Ciudad del Plata y Santiago Vázquez; además, ha realizado servicios en Rocha.

La empresa solicitó el subsidio del programa para el diseño de materiales gráficos y de trabajo, en los que reafirme su enfoque sustentable.

Se trata del rediseño de su identidad (logotipo, iconografía y manual), y el diseño de carpetas e

insumos comerciales, ploteo de camiones, materiales de papelería, vestuario de trabajo y espacio de exposición para eventos. Su objetivo es mejorar la comprensión sobre sus servicios y lograr un mayor atractivo comercial, a partir de un mayor reconocimiento organizacional.

#### **8. Cañamama**

Elabora indumentaria y cosmética que utilizan como materia prima la fibra natural de cáñamo y *blends* de cáñamo con bambú, algodón, lino y seda. En su presentación a Prodiseño, la empresa manifestó que se trata de una materia prima nueva para los consumidores locales, y de gran atractivo para el público del exterior.

Busca rediseñar sus etiquetas, *packaging* y *banners* para mejorar su imagen y comunicación, y así transmitir mejor su filosofía de cuidado al medio ambiente, convirtiéndose así en una empresa atractiva para los inversores, lo que, a la vez, impulsará el interés por la industria del cáñamo en Uruguay.

#### **9. Muss Leather**

Confecciona carteras, mochilas y accesorios en cuero. En agosto de 2015 comenzó sus actividades como taller de cuero, y durante su primer año ofreció sus productos a través de ventas en ferias y redes digitales.

Participó del programa del MIEM C-Emprendedor, donde, durante el desarrollo del plan de negocios y la investigación de mercado, surgió que una de sus mayores debilidades es la falta de una identidad de marca que sea coherente en todos sus aspectos y soportes.

MUSS pretende vender casi exclusivamente por internet, lo que hace que sea clave que cuente con una web que disponga de un catálogo. Por todo esto, solicitó al programa el diseño de su identidad empresarial, *packaging* y diseño *web*.

#### **10. Aravanlabs**

Se presentó por segunda vez a la convocatoria del programa, y quedó seleccionada nuevamente. En esta oportunidad, solicitó el diseño de una caja adecuada para el transporte de las placas y los tubos para caldos de cultivo. Actualmente utilizan cajas de cartón; sin embargo, se recomienda que este material no ingrese a los laboratorios por su porosidad.

Los tubos y los packs deben conservarse a temperaturas de entre 2 a 8 °C, pero hay laboratorios cuyas heladeras se encuentran a menos de 2 °C. Por ello, Aravanlabs necesita cajas que en su interior cuenten con paredes de espuma plast (u otro material), para evitar la condensación dentro de los *packs*.

### **11. Bodega Marichal**

Elabora vinos finos artesanales y vende sus productos en Uruguay, Brasil, Estados Unidos, Alemania, Dinamarca, Holanda, Italia, Chile, Australia y Nueva Zelanda. Se presentó al programa para modernizar y actualizar su página web, de modo de posicionar correctamente tanto su marca como el vino uruguayo.

La página web deberá ser de fácil navegación para que el consumidor, tanto nacional como extranjero. Además, tendrá un enfoque hacia el turismo, como parte de un plan integral que la bodega se encuentra desarrollando.

### **12. UYRobot**

Diseña, fabrica y comercializa robots educativos, a la vez que brinda servicios de capacitación. Su objetivo es acercar la robótica al sector educativo, a través de estos kits.

De reciente creación, busca posicionar su marca. Por ello, pidió apoyo a Prodiseño para la elaboración de una propuesta de diseño para 6 *packings*; diseño y compaginación de 5 manuales para las líneas de robots educativos; unificación de la identidad gráfica en las plataformas *on-line* (*web*, tienda, *blog*, plataforma educativa) y documentos.

Considera que estos materiales resultan clave para su proceso de internacionalización.

### **13. Tecdis**

Desarrolla un software de gestión de venta, *stock* y distribución de productos masivos. Ha tenido clientes en el exterior que, a través del uso del producto en sus distintas filiales, se ha brindado soporte remoto en la operación diaria. También se han implementado mejoras ante nuevos requerimientos de sus usuarios.

Sin embargo, ante un mercado más complejo e inversiones en nuevos países, la empresa ha detectado debilidades de comunicación de su producto; consideran que su identidad visual no refleja su perfil actual. A través de Prodiseño, buscan fortalecer su marca para llegar a nuevos clientes, mediante un rediseño de su identidad visual y el desarrollo de herramientas de venta tales como folletería y videos. Así mismo, solicitan mejoras en su web y en su metodología de comunicación.

### **14. Caseras de India Muerta**

Se trata de una empresa de Rocha dedicada a la elaboración de mermeladas, licores, salsas, dulces en almíbar y panificados. Ven en su línea basada en el butiá —un fruto nativo versátil y con altas propiedades— una oportunidad de satisfacer la tendencia del mercado hacia una cocina rica, nutritiva y con productos autóctonos.

Actualmente, comercian sus productos en Rocha y otros departamentos, en locales que van desde ferias hasta tiendas especializadas en productos gourmet. Han exportado en volúmenes pequeños años atrás y actualmente está trabajando con Uruguay XXI para buscar nuevos nichos.

A través de Prodisño, buscan contar con diseños profesionales que destaquen visualmente su línea de productos y servicios. Hoy detectan como debilidad la falta de una imagen gráfica coherente y articulada, a nivel de folletería, *packaging* y página *web*. Consideran que esta última es una herramienta imprescindible para concretar negocios y exportaciones.