

1. Tema

Diseño de productos para optimizar la vida en espacios pequeños

2. Antecedentes

Las formas actuales de habitar han generado espacios donde una misma área debe responder a diferentes actividades. En estos contextos, el espacio disponible se convierte en un factor importante para la organización, comodidad y realización de las actividades cotidianas.

Actualmente existen productos que incorporan estrategias como la, modulación, almacenamiento integrado y aprovechamiento del espacio. Sin embargo, una solución que ahorra espacio no necesariamente responde de manera adecuada a las necesidades actuales del usuario.

El objetivo no será diseñar un producto únicamente porque ocupa poco espacio, sino encontrar una necesidad real del usuario y una oportunidad dentro del mercado para plantear una solución de producto pertinente.

En esta repentina, los estudiantes deberán considerar los productos existentes y las actividades contemporáneas del usuario para detectar una oportunidad de diseño que permita desarrollar una nueva propuesta.

Concepto clave: Encontrar una oportunidad antes de diseñar.

3. Reto del diseño

¿Cómo podemos mejorar una actividad cotidiana en un espacio pequeño mediante un producto que responda a una oportunidad detectada en el mercado?

Diseña un producto que permita:

Optimizar el espacio.

Aprovechar espacios subutilizados.

Facilitar el almacenamiento, transformación, transporte o uso de objetos.

Facilitar una actividad concreta:

Mejorando la organización.

Integrando o combinando funciones.

Adaptándose a diferentes situaciones de uso.

La propuesta deberá partir de una necesidad identificada en un usuario específico y estar sustentada mediante el análisis de productos existentes.

No diseñes primero: Encuentra primero la oportunidad.

4. Universo de diseño

El proyecto podrá abordar diferentes situaciones relacionadas con la vida cotidiana en espacios pequeños:

-Organización: Objetos personales, accesorios, ropa, libros, herramientas, artículos de uso cotidiano.

-Alimentación: Preparación de alimentos, comer, almacenar, organizar utensilios.

- Trabajo y estudio: trabajar desde casa, estudiar, organizar materiales, uso de dispositivos.
- Descanso y convivencia: sentarse, descansar, recibir visitas, actividades recreativas.
- Limpieza y mantenimiento: guardar productos, organizar herramientas, facilitar tareas domésticas.
- Adaptación del espacio: Productos transformables, productos plegables, productos modulares, productos multifuncionales, productos móviles, aprovechamiento vertical.

Identificar una necesidad concreta, no simplemente seleccionar una categoría de producto

5. Benchmarking

El estudiante deberá investigar productos existentes relacionados con la necesidad seleccionada, con todos los elementos de un Benchmarking que ayude a detectar oportunidades de diseño.

6. Usuario

- El producto estará dirigido a una persona que habita o desarrolla actividades en un espacio reducidos.
- No se aceptará como usuario únicamente “personas que viven en espacios pequeños”.
- Deberán construir una descripción concreta del usuario, su vivienda y contexto, y la actividad que genera la oportunidad de diseño.

7. Objetivo

Identificar una oportunidad de diseño a partir del análisis de usuarios, productos existentes y necesidades relacionadas con espacios pequeños, para desarrollar una propuesta de producto funcional, pertinente e innovadora.

6. Condicionantes (Qué SÍ y qué NO)

El producto deberá:

- Resolver una necesidad concreta para un usuario específico.
- Estar relacionado con espacios pequeños.
- Estar sustentado mediante benchmarking.
- Identificar un Product Gap, presentar una oportunidad clara de diseño.

No se permite:

- Proponer funciones sin justificar su necesidad.
- Proponer un diseño sin presentar los análisis previos.
- Copiar o modificar solo formalmente un producto existente.
- Presentar un producto cuya única característica sea ser pequeño o resolver el problema únicamente mediante estética.

7. Entregables

Lámina # 1 Observaciones y Benchmarking:

- Usuario.
- Contexto.
- Necesidad o problemática.
- Categoría de producto.
- Benchmarking (mostrando y comparando productos analizados)
- Hallazgos y oportunidades detectadas.

Lámina # 2 Exploración conceptual de 3 propuestas.

- Bocetos a mano (digital o físico)
- Product Gap relacionado de cada uno.
- Características principales y explicaciones sobre sus funciones y usos.

Lámina # 3 Propuesta Final:

- Nombre del producto.
- Usuario.
- Propuesta conceptual: problema o necesidad y oportunidad de diseño.
- Propuesta final en vistas o perspectiva con dimensiones principales (mostrando su relación con el espacio).
- Funcionamiento y/o ciclo de uso esquemático.
- Características destacables: Materiales, mecanismos, tecnología, diferenciadores, según convenga.

8. Criterios de Evaluación

Tema (Lámina 1)	- Comprensión del problema de los espacios pequeños y relación con el reto.	10%
Benchmarking (Lámina 1)	- Capacidad para identificar una oportunidad real y bien fundamentada.	20%
Creatividad (Lámina 2)	- Originalidad y capacidad de transformar la oportunidad en una propuesta nueva.	25%
Funcionalidad (Lámina 3)	- Que el producto realmente resuelva la necesidad planteada. - Coherencia de dimensiones, materiales, funcionamiento y posible desarrollo del producto.	25%
Comunicación (aplicable a las 3 láminas)	- Claridad gráfica, conceptual y argumentativa de la propuesta.	20%

9. Entrega de Repentina

Se entregará el sábado 26 de Septiembre a las 23:59hrs (11:59pm)

Se entrega por TEAMS en la actividad que tu profesor asignó para ello

Se envía copia al correo repentina4567@gmail.com para que tengan respaldo de tu entrega con el siguiente Asunto (Subject):

“Unidad de Aprendizaje” - “Grupo” - “Apellidos Nombre(s)” - “Matrícula” - “Profesor”

Ejemplo: Taller de Forma y Función - Grupo 23 – Alanís Juan – 000000 – Pérez López

“Espacios pequeños, grandes soluciones.”