

Conceptos

Diseño: Entiéndase, en este marco, al resultado de un conjunto de acciones y operaciones conceptuales, creativas, proyectuales y simbólicas sobre diversas materialidades y acciones que tienen como finalidad crear un producto o servicio que cumple una función utilitaria, contemplativa, lúdica, estética, ornamental o una combinación de estas dimensiones.

Diseñador/ra: El/la diseñador/a es la persona que, partiendo de un pensamiento o idea original, proyecta y concreta la materialización de un objeto, una serie o una propuesta de servicio, a través del uso de herramientas y técnicas conceptuales, simbólicas, manuales y/o tecnológicas. Como creador, el/la diseñador/a es el/la responsable de las acciones que emprende y de las consecuencias de las mismas sobre otras personas y todo el entorno medioambiental donde se producen.

Marca: es el recurso simbólico que funciona como elemento de identidad y de comunicación comercial. Asimismo, debe dar cuenta del carácter diferencial de un producto o servicio en relación con otros de la misma tipología. La marca o proyecto de marca —sea registrada o informal— debe estar expresada en un nombre y una propuesta de valor que manifieste sus propósitos.

Criterios a evaluar

Propuesta comercial y comunicacional: Debe ser estratégica, coherente y alineada con los valores y la identidad de la marca. Es crucial que la propuesta comercial destaque la singularidad y el valor diferencial de los productos o servicios, subrayando aspectos clave como la calidad, la innovación, la sostenibilidad y la experiencia del usuario. En términos comunicacionales, el mensaje debe ser claro, atractivo y dirigido específicamente al público objetivo, utilizando un lenguaje y un estilo visual que resuenen con sus intereses y necesidades.

Diseño del emprendimiento: Se considerarán los aspectos técnicos, como la calidad de los materiales y la sostenibilidad del proceso de producción, así como criterios de rendimiento, durabilidad, sostenibilidad e innovación.

Innovación y diseño del producto: Se refiere al proceso de crear nuevas ideas o soluciones para productos, servicios o experiencias que mejoren la vida de las personas. Además del grado de innovación que presenta la propuesta en general, debe incorporar lo “original” como una paradoja que reúne aquello que es único, diferente y no global en función de lo germinal, primigenio y originario.

Calidad del producto: Como concepto multidimensional, abarca una serie de características y atributos que determinan el grado en que un producto cumple con las expectativas y necesidades de los usuarios finales. En el ámbito del diseño, la calidad no solo se refiere a la funcionalidad del producto, sino también a su estética, usabilidad, sostenibilidad y la experiencia global del usuario.

Conocimientos del público objetivo: Entiéndase al público objetivo de un emprendimiento de diseño al grupo específico de consumidores al que se dirige la oferta de productos o servicios y hacia el cual están orientadas las decisiones estratégicas de la marca. El público objetivo puede atender a variables demográficas (edad, género, nivel educativo, ocupación e ingresos), segmentación geográfica, segmentación psicográfica (considera estilos de vida, valores, intereses y opiniones del público).

Sustentabilidad del emprendimiento y del producto: (empleo de materiales locales, proyección en territorio y la relación con nuestra historia, cultura y sus vínculos con el presente): entiéndase al diseño sustentable como aquel que contempla, evalúa y reduce los potenciales impactos ambientales durante todas sus fases, se extiende a la etapa de fabricación e impacta en el ciclo de utilidad hasta la disposición final del producto diseñado. Asimismo, entiéndase al diseño circular como aquel que incorpora y aplica los preceptos de la economía circular en directa relación con la reducción, la reutilización, el reciclaje, la reparación, la recuperación, la educación y la investigación.