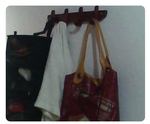
1 ETNOGRAFÍA

Se escogieron dos usuarios, con el fin de analizar sus espacios y a partir de esto identificar hábitos y comportamientos particulares.

ÉRIKA

Madre soltera - Hijo de 6 años
Secretaria $ 1.500.000

ALIMENTACIÓN 17% SUELDO



Habitación sin clóset.
Organización limitada por espacio.
Reusa bolsas para almacenar sus cosas. *Reuso*
Desayuno muy importante.
Recipientes para guardar comida. *Reuso*
En la nevera usa bolsas reusadas para organizar. *Reuso*
El jugo de la lonchera de su hijo es un reenvase. *Reuso*
Muy importante la imagen de su casa.
Se lleva almuerzo a la cocina.

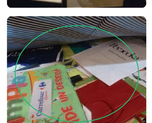
2 DOMINIO

A partir de la observación, se identificó un hábito interesante para analizar: *EL REUSO*

LAUDITH

Soltera - Cuarto arrendado
Empleada interna $ 480.000

ALIMENTACIÓN 18% SUELDO



Habitación sin clóset.
Reutiliza varios tipos de empaques. *Reuso*
Reusa bolsas para las basuras de la casa. *Reuso*
Improvisa espacios como clóset.
Ensaes vacíos "por si acaso". *Reuso*
Agua de la pluma reenvasada.
Espacios comunes en la casa.
Guarda bolsas debajo de la cama para usarlas en alguna ocasión. *Reuso*

3 USUARIO EXTREMO

Teniendo definido un dominio, se buscó un usuario extremo contrario a los analizados hasta el momento, con el fin de encontrar relaciones y diferencias en el comportamiento.

VICTORIA

Psicóloga
$ 12.000.000

REUSO
(Practicidad e improvisación)

VS

Desechable
Empaques originales

¿Cómo generar una experiencia de reuso en este tipo de usuario?

4 CAMPO DE ACCIÓN

Se identificó una oportunidad de mejorar el bienestar económico y ecológico, a partir de la experiencia a granel. Ésta se analizó y comparó con otras experiencias exitosas.

¿Qué es a Granel?
A GRANEL es la venta de productos sin envase o empaque. Esto quiere decir que el producto sale de su lugar de origen directamente al establecimiento donde se va a vender. Éste no es intervenido de ningún modo, ya que no pasa por un proceso de empaque.

Sus ventajas:
- Precios bajos.
- No es intervenido químicamente en procesos de empaque.
- Flexibilidad para el consumidor, este puede comprar la cantidad que necesita.
- Se podría generar un menor impacto, disminuyendo la producción de empaques con materiales dañinos.

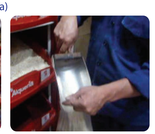
Sus desventajas:
- Normalmente este producto dura mucho tiempo en costales los cuales están expuestos a climas húmedos, generando la aparición de pequeños animales como el gorgojo y babosas.
- A los establecimientos de grandes superficies no les conviene vender A GRANEL ya que para ellos es favorable vender pesos establecidos y su propia marca.
- Según la observación realizada, los estratos medios altos no tienen la conciencia de comprar A GRANEL por incomodidad a la hora de hacer la compra.

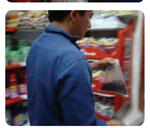
5 FASE PROTOTIPOS

Se realizaron simulaciones de la experiencia. Primero, como existe en la actualidad y luego proponiendo una intervención.

EXPERIENCIA ACTUAL (Supermercado)

EXPERIENCIA ACTUAL (Tienda)





Problems: ¿Por qué la experiencia de compra a granel no funciona?
Oportunities: Beneficios a nivel de bienestar económico y ecológico.
Insights: Imaginarios/paradigmas negativos de la experiencia en la gente.
Necessities: Ahorrar, pensar sosteniblemente y prácticamente.
Themes: Reuso de envases y empaques

Activities: Hacer mercado y comprar alimentos básicos para la alimentación.
Environment: Se encuentra dentro de establecimientos de grandes superficies como supermercados o tiendas de barrio.
Interactions: El consumidor y los empaques tienen una relación directa, pero estos son desechados sin darle un segundo uso.
Objects: Los empaques que se utilizan para almacenar el producto, pueden ser anulados.
Users: Los usuarios no ven el daño ecológico que hacen con estos empaques desechables. En el caso de ser anulados y usar un empaque propio que se reutilice, el usuario reduce tiempo en la acción de desempaque, dinero al comprar estos productos a granel y contaminación al ambiente.

PROTOTIPO 1

Primer acercamiento. Tuvo muy baja resolución sin embargo permitió encontrar imperativos del diseño, que deberían tenerse en cuenta para realizar el siguiente prototipo.

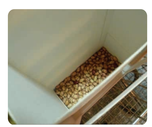
El contenedor era abierta, lo cual es antihigiénico.

No era práctico en su transporte.

El tamaño no era el ideal. El usuario no sabe cuánto lleva sino hasta pesarlo.

PROTOTIPO 2 (Supermercado)

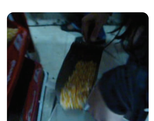
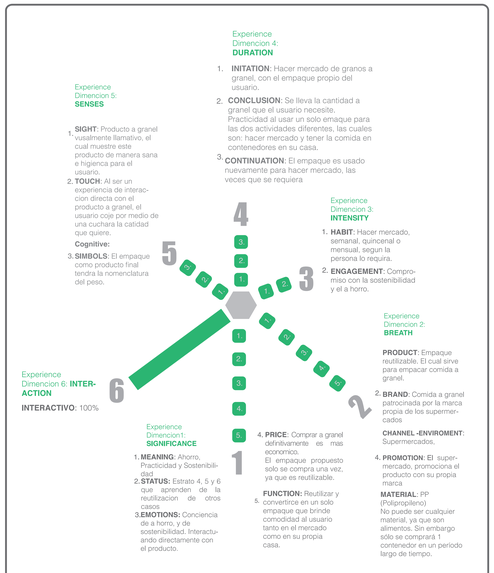
A partir de las correcciones identificadas en el primer prototipo, se construye un segundo, con mejor resolución y eliminando los inconvenientes presentados en la experiencia anterior.



PORTABLE

FÁCIL DE ABRIR Y CERRAR.

PERMITE SABER LA CANTIDAD DEL PRODUCTO.

VARIAS PIEZAS, ENSAMBLABLE

PROTOTIPO 2 (Tienda)