

**GUINEO PACK: DISEÑO ECOLOGICO CON IMPACTO SOCIAL EN LA CIUDAD DE
BOGOTA**

GUINEO PACK: ECOLOGICAL DESIGN WITH SOCIAL IMPACT IN THE CITY OF BOGOTA

IVAN PERDOMO GARAVITO

Alumno.

YHONATHAN VIRGUEZ RODRIGUEZ

Docente.

OPCIÓN DE GRADO

Asignatura.

**Corporación Unificada Nacional de Educación Superior
CUN.**

Bogotá - 2022

RESUMEN:

Encontramos la carencia de la visibilización de productos de eco diseño para la problemática de la contaminación por plástico que se evidencia en Bogotá y en sitios más específicos como parques de la capital o lugares de ecoturismo como el páramo de Sumapaz entre otros.

Notando esta problemática nos dimos a la tarea de buscar soluciones de eco diseño dando como resultado un producto artesanal hecho por los campesinos de la zona bananera a base de hojas de plátano. Por medio de la comunicación visual queremos transmitir un sentimiento de conciencia y cuidado por el medio ambiente mediante una transición ecológica.

PALABRAS CLAVE: Diseño ecológico, economía circular, biodegradable, contaminación, desechables plásticos, campesinos, ecoturismo.

ABSTRACT:

We found the lack of visibility of eco-design products for the problem of plastic pollution that is evident in Bogotá and in more specific places such as parks in the capital or ecotourism places such as the Sumapaz paramo, among others.

Noticing this problem, we took on the task of looking for eco-design solutions, resulting in an artisanal product made by the peasants of the banana zone based on banana leaves. Through visual communication we want to convey a feeling of awareness and care for the environment through an ecological transition.

KEY WORDS: Ecological design, circular economy, biodegradable, pollution, disposable plastics, farmers, ecotourism.

INTRODUCCIÓN

Hace varias décadas el plástico era lo más moderno y revolucionario, no solo por su versatilidad si no por su bajo costo. Pero ahora nos estamos ahogando en plástico literalmente. ¿Qué porque temas este tema? fácil, básicamente porque la industria de los desechable de plásticos de un solo uso dejan su huella por cientos de años en el mundo.

En Colombia la contaminación de plástico es un tema primordial y muy necesario solucionar, en Bogotá los parques generan toneladas de plástico la cual queda entre el ecosistema y otro se recoleta y va a para en el relleno doña Juana y aquí también genera problemas en la localidad de ciudad bolívar.

A partir de esto surge la necesidad de hacer visible los beneficios de reemplazar el plástico con desechables hechos a base de plátano los cuales no contaminan y se degradan a los pocos días de utilizados. De esta manera también podemos hacer notar en la capital colombiana las comunidades nativas de las zonas bananeras.

Expondremos las zonas bananeras de la región de Urabá que está situada en el noroccidente de Antioquia y se encuentra en el cruce de las principales rutas marítimas, que le permiten tener acceso a los mercados del Pacífico, el Caribe, Centroamérica, Estados Unidos y la Unión Europea. Es una región reconocida por sus grandes exportaciones de banano y, según la Cámara de Comercio local (CCU), su presente le da la connotación de un importante polo de desarrollo, en el que se vienen gestando grandes inversiones.

Es una región reconocida por sus grandes exportaciones de banano y, según la Cámara de Comercio local (CCU), su presente le da la connotación de un importante polo de desarrollo, en el que se vienen gestando grandes inversiones. El año pasado, revela esa agremiación, contaba con un total de 7.641 empresas registradas, siendo la microempresa la de mayor predominio. (Artículo” Eje Bananero de Urabá, camino a ser un Área Metropolitana” del portal web elcolombiano.com)

Algo muy importante para nuestro proyecto es la historia detrás de estas comunidades bananeras de esta región. Esta zona bananera comprende todo el Urabá antioqueño que lo conforman los municipios de Turbo, Apartadó, Carepa y Chigorodó. Hace dos décadas, en agosto y septiembre de 1995, este territorio vivió uno de los periodos más violentos de Colombia, numerosas masacres en estos distintos municipios por la guerra entre las guerrillas y las autodefensas por hacerse del control del Urabá (Verdad abierta 2015)

Por medio del diseño que es una herramienta de comunicación efectiva para poder mejorar la apreciación de los usuarios de los productos de desechables y las historias detrás de la solución de eco diseño que daremos a mostrar.

Nuestra función es crear las mejores condiciones para la identificación y reconocimiento: marca, catálogos, anuncios, stands, envase, embalaje, etiquetas y a su vez sacando del anonimato a los campesinos y sus familias que viven del banano y reclamando la atención de los compradores y consumidores mediante canales como página web.

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

DISEÑO EN PERSPECTIVA, La relación Sociedad-Ambiente-Economía basado en los conceptos del Diseño para la transición.

PREGUNTA:

¿Cómo por medio del diseño podemos contribuir a visibilizar las ventajas y beneficios de los productos de hojas de plátano frente al plástico y a la vez resaltar a los campesinos de las zonas bananeras de Urabá antioqueño?

OBJETIVO GENERAL:

Diseñar la imagen corporativa de un producto de eco diseño biodegradable a base de hojas de plátano y a su vez visibilizar los campesinos de la zona bananera del Urabá por medio de una campaña digital.

OBJETIVO ESPECÍFICOS:

- Investigar las características de los productos biodegradables de hojas de plátano para identificar el beneficio y ventajas.
- Identificar las comunidades de las zonas bananeras para definir los actores principales de nuestro proyecto.
- Crear una estrategia gráfica que identifique y caracterice los productos de hojas de plátano

ANTECEDENTES

1.1 Productos biodegradables de hojas de plátano

Desde hace unas décadas el diseño ecológico ha despertado los intereses de gobiernos y universidades por incentivar a practicarlo. A partir de aquí, el diseño ecológico a estado relacionado con diferentes términos como eco diseño o economía circular. Yeraldin Montaña Montaña (2020) para su trabajo de postgrado de la Facultad de Ciencias Farmacéuticas y Alimentarias de la Universidad de Antioquia. Investiga sobre los materiales biodegradables que se utilizan en el empaque y envasado de alimentos. Como sustratos a investigar tenemos tipos de hojas de plantas como bijao y de plátano. Esta investigación determinó los beneficios y ventajas de los materiales biodegradables como por ejemplo este tipo de productos a base de hojas de plantas se le atribuyen características antioxidantes, antimicrobianas que ayudan a mantener y preservar mejor los alimentos. En otro caso como los de envueltos como tamales que se remontan a los indígenas no solo los preserva si no les da un mejor sabor y al frente de los empaques de un solo uso plásticos los de hojas de plátano son biodegradables y no contaminan a la hora de deshacerse de ellos.

1.2 Estrategia gráfica

Como aspecto importante es analizar el rol de los consumidores y de nosotros los diseñadores en el diseño ecológico para la materialización de nuestro producto biodegradables de hojas de plátano y creación de la imagen corporativa y posterior marketing digital.

La metodología de Victor Papanek (1984) genera unos pasos para que el diseñador analice y tenga en cuenta una opción ecológica y se enfoque en lograr un cambio social mediante seis aspectos como son: el método, el uso, la necesidad, la tesis, la asociación y la estética.



FIGURA 1 Esquema de Victor Papanek

Cabe resaltar que para este proyecto no seguimos al pie de la letra este método pero si es un gran referente para la materialización y definición de características sobre nuestro eco diseño que busca dar una opción ecológica frente a la contaminación por plásticos de un solo uso que desde su uso está acabando con fauna y deteriorando nuestro ecosistema como en la ciudad de Bogotá y sus alrededores por ejemplo el páramo de sumapaz que es la fábrica de agua natural más grande de Colombia alimentando de este recurso hídrico a más de 4 departamentos de Colombia pero en años atrás se ha visto afectado por el ecoturismo irresponsable de turistas y desde el 2018 se negó la entrada y caminatas por lugares específicos con el fin de que no siguieran contaminando con basuras entre estas plásticas el páramo. Como dice Raúl Clavijo campesino de la zona: “a un páramo de estos son bienvenidos los que puedan venir desde que no vengam a dañar el medio ambiente, o sea a dejar basura”(canal capital 2017).

Para la creación de la estrategia de comunicación de nuestro producto de eco diseño citamos a (Schifferstein, Mugge, y Hekkert, 2004) ya que estos hablan del vínculo emocional que generan los productos con nosotros. Luego de la recolección de esta información crearemos una estrategia de comunicación teniendo en cuenta que es necesario que el objeto provoque algo extraordinario en el

individuo y provoca una o varias emociones, las cuales suelen ser positivas. Hekkert y Schifferstein (2008) definen el medio de comunicación por el cual se transmitirán para definir las piezas y se dejará claro la función y el objetivo de cada una de estas.



Medio de comunicación	Piezas Gráficas	Tipo de Comunicación	Funcionalidad
Impreso	Publicidad Revista	Externa	Redireccionar a la página web.
Impreso	Carteles	Externa	Generar interes del proyecto.
Virtual	Sitio Web	Externa	Ofrecer el producto e información del proyecto.
redes sociales	Banner	Externa	generar visitas a la página web.

FIGURA 2 Estrategia de comunicación

1.3 Comunidades de las zonas bananeras

Optamos por visibilizar las comunidades de las zonas bananeras del Urabá antioqueño dándole un rostro social al producto para crear estos vínculos emocionales de los que hablan Mugge y hekkert. Ya que el campesino le da un rostro humano al ecodiseño y se tocan los hilos emocionales por medio de historias de estas comunidades que desde hace décadas viven una cruda violencia por diferentes grupos armados. En una investigación realizada a nivel nacional, por Karen Mendez Herrera (2016) para la Universidad de los Andes en la ciudad de Bogotá, determinó como incide los recursos naturales en la violencia en las zonas rurales de Colombia como en el eje Bananero de Urabá.

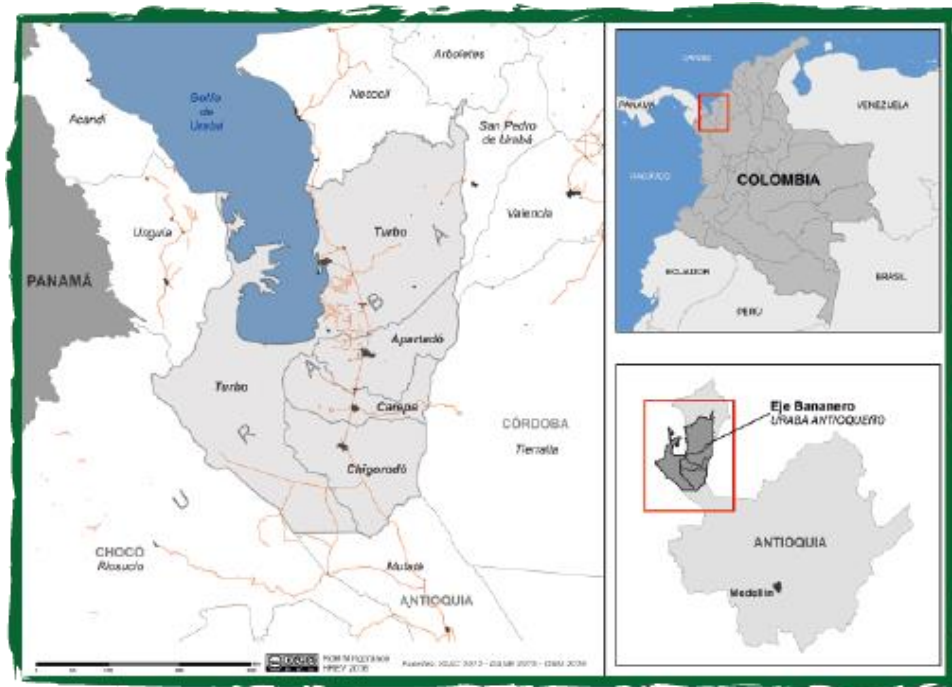


FIGURA 3 Mapa de Colombia, zona bananera del Urabá antioqueño.

En esta investigación se encontró que los grupos armados para financiar la guerra desplazó a miles de campesinos de estos sectores y también cometiendo asesinatos sistemáticos con el fin de hacerse con el control de la zona más grande de cultivos de bananos de Colombia y con el tiempo consolidarse en la lucha armada financiándose de los negocios de estas tierras. De esta manera vemos que la población fue víctima y quedaron atrapadas en la lucha entre diferentes grupos armados como guerrilla, paramilitares y el estado colombiano.

MARCO TEÓRICO

El presente proyecto hace referencia a la implementación de una estrategia visual y creación de la imagen corporativa de un producto de eco diseño. Analizando los actores, poblaciones y diferentes teorías de estrategias gráficas. Una vez recopilada la información se estableció:

2.1 Eco diseño de hojas de plátano

En la actualidad Colombia es un país con gran cantidad de cultivos de plátano y más de 13.8 toneladas de esa planta son desechadas; lo convierte este proyecto en economía circular. (Proyecto Universidad Nacional de Colombia con sede en Medellín) Santiago Carmona Giraldo, estudiante de Ingeniería Civil recalcó que existe un desaprovechamiento de los residuos que se crean con estos cultivos de plátano ya que en el territorio Colombiano hay según cálculos 30.000 hectáreas y cuando se cosecha se debe cortar la planta completa; hojas, tallo y fruto solo se logra aprovechar el 5% de estos cultivos. Su elaboración comienza con la recolección de 4 mil hojas aproximadamente cada 15 días de las plantas de procesamiento plataneras en el municipio de Amaga. La primera etapa es el lavado de las hojas para retirar impurezas y animales; la segunda etapa es seleccionar las hojas con mejor calidad de la cosecha cortadas y por último se le hace la remoción de los raquis una parte de las hojas, manifestó Giraldo Jaramillo. Los creadores del proyecto, plantean vender los platos en paquete de 35 unidades y cada plato tendría un valor de 775 pesos, mucho más económico que un plato desechable de plástico (Proyecto Universidad Nacional de Colombia con sede en Medellín)

2.2 Comunidades bananeras del Urabá antioqueño

Algo muy importante para nuestro proyecto es la historia detrás de estas comunidades bananeras de esta región. Esta zona bananera comprende todo el Urabá antioqueño que lo conforman los municipios de Turbo, Apartadó, Carepa y Chigorodó. Hace dos décadas, en agosto y septiembre de 1995, este territorio

vivió uno de los periodos más violentos de Colombia, numerosas masacres en estos distintos municipios por la guerra entre las guerrillas y las autodefensas por hacerse del control del Urabá. (Verdad abierta 2015) Hacer visibles este producto biodegradable de hojas de plátano será nuestra consigna tomando las historias de superación de la zonas bananeras de Urabá que fueron golpeadas por la guerra de hace décadas donde muchos habitantes perdieron sus seres querido a manos de grupos armados al margen de la ley. Entonces queremos darle un sentido humano a este producto que no solo servirá para que en la ciudad disminuya la contaminación si no visibilizar estos campesinos olvidados por los colombianos y su gran labor ayudando con la elaboración de los platos de hojas de planos.

2.3 Estrategias gráficas

Estrategias para el marketing ecológico o también llamado Green business gracias a las redes sociales y la visualización directa de varios problemas ecológicos han hecho que muchas empresas y emprendedores persigan fines ecológicos a la vez que ofrecen un servicio o producto a la sociedad. A esto se le llama “Green business”. ¿Cómo hacer Green Business? Aquí algunas estrategias e información para el marketing ecológico.(Camila Sánchez, 2021) para realizar green business debes tener en cuenta varios factores como son:

- Promoción de productos con base en su valor añadido
- Etiquetado ecológico
- El adhesivo compostable
- Marketing digital

ESTADO DEL ARTE

3.1 Productos biodegradables

Jóvenes peruanos crearon platos biodegradables con materia prima Biodegradables que se descomponen en 60 días, con el fin de reducir la contaminación ambiental ocasionada por el uso excesivo del plástico o icopor. (Actualidad ambiental 2019) llamado “Bio Plant”.



FIGURA 4 Foto creadores y producto biodegradable

3.2 Campañas visuales

El estado del arte que aquí se realiza sobre campañas visuales que existen en Colombia sobre soluciones para la contaminación de plástico encontramos a la Secretaría distrital de Ambiente, “Secretaría de Ambiente lanza campaña para disminuir el uso de bolsas plásticas en Bogotá. El objetivo pretende que los bogotanos reduzcan el uso de estos empaques y utilicen otras alternativas a la hora de hacer sus compras, como las diversas bolsas reutilizables que actualmente promueven los grandes almacenes. Por medio de una serie de carteles buscan resultados para ganar el interés sobre el problema del plástico, mostrando las bolsas como especie peligrosa.

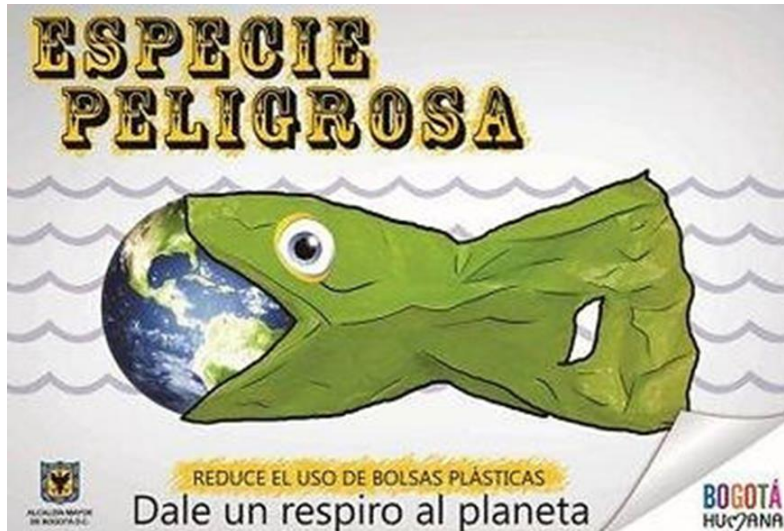


FIGURA 5 Afiche de la campaña especie peligrosa

3.3 Población campesina

En el ámbito de campañas de comunicación donde se visibilicen los campesinos para darle un valor humano encontramos en México una campaña donde como punto de interés está las fotografías de campesinos con mensajes sobre la linda labor que tienen ellos. Con esta campaña se busca sensibilizar a las y los consumidores sobre las contribuciones de las y los campesinos en México con el fin de incrementar el consumo de alimentos producidos por ellos



FIGURA 6 Afiche de la campaña compra directo-compra campesino.

METODOLOGÍA

Luego de la colaboración de los integrantes del grupo y mediante una lluvia de ideas, se logró Analizar y determinar los interrogantes para la ejecución del proyecto, ayudándonos para organizar las ideas utilizamos la herramienta de 20/20 Post It.



FIGURA 7 Post It. Interrogantes clave.

Luego trazamos mediante la misma herramienta las ideas fundamentales de una manera algo superficial pero analizando los temas a desarrollar.



FIGURA 8 Post It. Temas a desarrollar.

4.1 Fase de descubrimiento: Aclaremos la esencia del proyecto con este instrumento definiendo de donde surge la idea y adonde queremos llegar y también visibilizando gráficamente el problema y solución.

Resultado: surge de la necesidad de ayudar para la contaminación de plástico en parques mediante la creación de interés por los productos de plátano y dando a conocer las ventajas y beneficios que tiene frente al plástico.

DESCUBRE TU IDEA

REALIZADO POR: Klvan Perdomo

ÁREA: Desechables biodegradable. **subÁREA:** Productos hechos con hojas de plátano.

NOMBRE EMPRESA: GuineoPack

1. Descripción

Queremos visibilizar las ventajas y beneficios de los productos de hojas de plátano frente al plástico dándole protagonismo a las comunidades de la zona bananera de uraba.

2. Visibilización

Problemática



Los desechables plásticos no solo dañan el paisaje en parques y lugares de esparcimiento, sino que contaminan el ecosistema pero también afectan a las personas que viven cerca de los botaderos de basura en la ciudad de Bogotá como el de botadero de la Juana.

Solución



Nosotros venimos con este producto que son desechables como platos y empaques biodegradables elaborados con las hojas de plátano que son desaprovechadas en los cultivos bananeros.

3. ¿De donde viene la idea?

La idea surge cuando nos percatamos de la necesidad de aminorar el problema de la contaminación por plástico en parques naturales como el paramo de sumapaz.

4. ¿A dónde se quiere llegar?

Queremos crear intereses por este negocio de economía circular y dar a conocer las historias que hay detrás de la elaboración de este producto como mayor actores las comunidades en las zonas bananeras.

FIGURA 9 Esquema descubre tu idea.

4.2 Fase inter orientación: Identificamos las necesidades, competencias y herramientas para el proyecto. **Resultado:** Las comunidades de los sitios de ecoturismo son las que mayor necesidad tienen por una solución ya que ellos viven en zonas aledañas a los lugares visitados por turistas y esto es causa de destrucción de la fauna y flora por la contaminación de plásticos y otros residuos. Vemos que las herramientas de diseño web e ilustración serán nuestras aliadas para la creación del proyecto.

BRAIN DRAIN

REALIZADO POR: Ivan Perdomo

ÁREA: Desechables biodegradable. **subÁREA:** Productos hechos con hojas de plátano.

¿QUE CREEMOS QUE LA GENTE NECESITA?

Las comunidades cercanas a los lugares de ecoturismos como el páramo de sumapaz necesitan detener la contaminación de plásticos en la mayor fábrica de agua de Colombia el páramo y se debe sustituir los desechables de un solo uso por materiales biodegradables.

¿QUÉ SOLUCIÓN SE VE EN OTRO SECTORES?

Gráficamente la compañía Subway lanzo una campaña visual con cartelera y un hashtag que decía #NoSalvemosAlosPitillos.

La cual buscaba erradicar los pitillos plásticos de su restaurantes y dándole un mensaje a las personas del uso de el plástico.



¿QUÉ TECNOLOGÍAS PUEDEN AYUDAR ?

Tenemos la herramientas tecnológicas de diseño como software para diagramar y crear ilustraciones como indesign e illustrator que nos ayudaran a crear contenido visual y tambien dreamweaver con la cual crearemos un sitio web para comunicar y que adquieran el producto.

tambien tendremos de aliados los ingenieros y sus maquinas para crear los platos de ecologicos.

FIGURA 10 Brain Drain.

4.3.1 Fase de interpretación: Generando estas interrogantes logramos clasificar qué información es importante investigar.

Resultado: los temas a investigar son qué tan importante son los daños del plástico al ecosistema, que materiales ecológicos se conocen para sustituir el plástico y si los sitios web son viables para dar a conocer este tema.

PREGUNTAS DEL INSTRUMENTO REALIZADO POR: Katerin Ramirez - Ivan Perdomo

ÁREA: Desechables biodegradable. **subÁREA:** Productos hechos con hojas de plátano.

1. ¿Son los productos desechable de plástico uno de los mayores problemas ecológicos?

A ¿ Cuando y donde a sido testigo de la contaminación por platos,cubiertos o empaques desechables de plástico?
B ¿Que opina que las generación venideras hereden esta problemática?

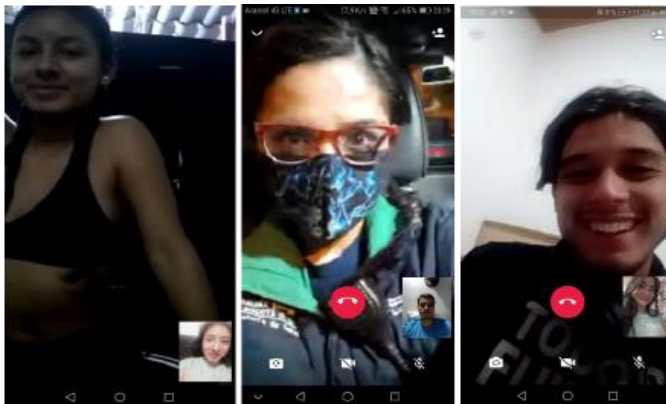
2. ¿Tiene el conocimiento de algún otro material que reemplace el plástico en los desechables?

A ¿Recuerda alguna propaganda o publicidad sobre desechables de materiales amigables con el medio ambiente?
B ¿Le gustaría saber más sobre otras alternativas de ecodiseño frente al plástico?
C ¿Conoce la importancia de los campesinos como las poblaciones nativas de las zonas bananeras ?

3. ¿En estos tiempo le parece un sitio web propicio para conocer sobre proyecto de ecodiseño para aprender y adquirir estos productos ?

A ¿Como le gusta más la interfaz de las páginas web, en cuanto a colores,simplicidad, etc?
B ¿Piensa que el contenido web es más eficaz que la publicidad física ?¿porque?
C ¿prefiere los sitios web para conocimiento,compra u ocio ?

FIGURA 11 Preguntas del instrumento para saber qué temas investigar.



Para socializar con los usuarios y recolectar datos se utilizó video llamada de esta manera lograr el objetivo del instrumento.

FIGURA 12 entrevistas por video llamada.

4.3.2 Fase de interpretación: Mediante esta fase logramos identificar nuestro público objetivo el cual se trabajara sobre estos.

Resultado: nuestro perfil idóneo de consumidor son dos grupo los dueños de restaurantes y negocios de comida rápidas. También identificamos otro grupo como las personas que les gusta plan al aire libre como ir al parque o ecoturismo que siempre se alimentan en estos lugares.



FIGURA 13 Perfil del público objetivo.

4.5 Fase ideación: Desarrollando este instrumento despejamos las dudas e interrogantes que como podríamos lograr nuestros objetivos e ideando como materializar el proyecto.

Resultado: sabemos que debemos exponer las características de los productos de plátano para lograr interés mediante una página web que será el canal para lograr estos objetivos.

IDEACIÓN COMO PODRIAMOS

REALIZADO POR: Katerin Ramirez - Ivan Perdomo

ÁREA: Desechables biodegradable.

subÁREA: Productos hechos con hojas de plátano.

Ideas de solución

1. ¿Cómo podríamos ayudar por medio de piezas graficas al problema de contaminación?
Crear carteles con punto de interes con la importancia de conciencia ecologica.
2. ¿Cómo podríamos conectar el cliente con los productos biodegradables?
Identificando los sitios donde se congregan los posibles clientes y compradores como parques.
3. ¿Cómo podríamos hacer una campaña visual para popularizar los productos biodegradables?
Creando material visual virtual en la cual identifiquemos el problema y solución.
4. ¿Cómo podríamos destacar los desechables de hoja de platano ante los desechables de plastico?
Haciendo una compración entre estos dos productos y dando a conocer las historias detras del platano.
5. ¿Cómo podríamos difundir publicidad y propaganda sobre los productos biodegradables?
Intervenir por medio de sitios web y redes sociales donde todos tiene acceso.
6. ¿Cómo podríamos dar a conocer los beneficios y ventajas de los productos biodegradables?
Por medio de ilustraciones con mensajes alucivos.

Materialización ideas

1. Crear un sitio web que tenga un blog para conocer el producto y donde edquirirlo.
2. Diseñar contenido visual que creen atención y recordatorio del producto.

FIGURA 14 instrumento de ideación.

4.6 Fase experimental: En este punto luego de aplicar los instrumentos anteriores comprendimos como va hacer la línea gráfica y estrategia que vamos a implementar. Comenzando los prototipos de piezas gráficas.

Resultados: Los elementos serán las hojas de plátano, bananos y los campesinos para caracterizar la línea gráfica. El logo se creó mediante el signo plástico del proyecto que vendría siendo las hojas de plátano.



Figura 15 Signo plástico para la creación del logo.

PROPUESTA DE DISEÑO

Tema: Este proyecto está basado en dar a conocer los productos desechables de hojas de plátano, teniendo como referencia las plantas de plátano y campesino como nuestros mayores actores para nuestra línea gráfica para el proyecto y estrategia de comunicación.



FIGURA 16 Personaje Toño caricatura

Creación de personaje: nuestro personaje principal se llama Toño, es un señor campesino de mediana edad el cual labora en el sector agrícola y se encarga de cosechar la planta de plátano, nos muestra el lugar donde vive, una humilde finca en un campo abierto, con distintos tipos de flores y animales, cerca de su hogar estas plantaciones se dan en grandes cantidades durante épocas específicas del año, Toño recoge sus hojas, las cuales son de gran tamaños y las utiliza para procesos artesanales y aplicaciones manuales, junto a otros habitantes que practican el ejercicio de las manualidades, específicamente el caso de la fabricación de platos biodegradables.



FIGURA 17 Personaje Toño 3D

Empaque: Prototipo de empaque y etiqueta para los platos biodegradables de hojas de plátanos

EL empaque cuenta con instrucciones y la etiqueta que ira en los platos tiene la cantidad, el tamaño, mensajes ecológicos código QR para redirigir a la página donde hay información sobre las poblaciones campesinas del Urabá antioqueño y más productos ecológicos.



FIGURA 18 empaque y etiqueta del eco diseño.



FIGURA 19 Uniformes para los promotores en puntos de venta

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Objetivo: Con esta estrategia queremos redireccionar al público objetivo hacia la página web para posicionar los productos de hojas de plátano por medio de fotomontajes y con frases que expresen los beneficios y ventajas de los desechables de hoja de plátano frente al plástico.

Grupo Objetivo: características demográficas: Hombre y mujer de 18 a 35 años, ubicados en la Ciudad de Bogotá, de nivel socioeconómico medio alto.

Características pictográficas: Activo, divertido, independiente, atrevido. Personas que practican Ecoturismo y su hobby es ir al parque y planes al aire libre.

Concepto: La idea es plasmar los beneficios al medio ambiente que genera los productos de hojas de plátano mediante fotomontaje ilustrado. Como punto de interés los campesinos que elaboran los productos.

Eje de campaña: Brindar una mejor opción ecológica para los productos desechables.

Copey Estratega: Queremos generar atención sobre este producto biodegradable en los cibernautas con una página web en la cual tendrá los beneficios y ventajas de los desechables de hojas de plátano e historias de los creadores de este producto. También atacaremos en físico por medio de carteles con frases y actores comunes que caracterizan nuestro mensaje y con el apoyo de una revista complementaremos la información.

CARTEL ATL

Este cartel se publicará en revistas como un canal para llegar a lectores de revistas ecológicas o afines, también se ubicaran en paraderos de bus y estaciones de transmilenio en la ciudad de Bogotá.



FIGURA 20 cartel atl y mockup de cómo se vería en los paraderos de la ciudad de Bogotá.

BANNER BTL

Este cartel se publicará en revistas como un canal para llegar a lectores de revistas ecológicas o afines, también se ubicaran en paraderos de bus y estaciones de transmilenio en la ciudad de Bogotá.



CONCLUSIÓN

La elaboración del proyecto relacionado con la visibilización de productos de ecodiseño en la ciudad de Bogotá, nos permitió darnos los parámetros para la materialización de una estrategia visual y creación de piezas gráficas que nos permitirán mostrar las ventajas y beneficios de los productos de hojas de plátanos frente al plástico. Logramos apreciar las características de los desechables de hojas de plátano e identificar las comunidades de zona bananeras como los actores principales de este proyecto se concluye que estos temas nos dan material para que nuestra estrategia de comunicación visual sea efectiva y lograr los objetivos y contribuir al medio ambiente mediante un diseño ecológico.

REFERENCIAS

- ❖ Redacción BIBO 31 Jul, 2019. Artículo: Contaminación por plástico, una crisis con salida en periódico El Espectador.
- ❖ Universidad Nacional de Colombia con sede en Medellín: proyecto platos de hojas de plátano. 20 febrero, 2019
- ❖ Tv Agro: fragmento del documental sobre cultivos de plátano en Colombia. 05 Jul, 2018
- ❖ Camila Sánchez, 2021 Estrategias para el marketing ecológico SEP 27, 2021 artículo de venngage.
- ❖ Actualidad ambiental 2019. Obtenido de: <https://www.actualidadambiental.pe/biodegradables-usando-hojas-de-platano-crean-platos-que-se-descomponen-en-60-dias/>
- ❖ Yeraldin Montaña Montaña (2020 Universidad de Antioquia Facultad de ciencias farmacéuticas y alimentarias -Medellín, Colombia.
https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/18773/3/MontanoYeraldin_2021_MaterialesBiodegradablesEmpaqueAlimentos.pdf
- ❖ Mendez Herrera (2016) Universidad de los Andes.
<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/18145/u754220.pdf?sequence=1>
- ❖ Mugge, R. (2007). Product attachment. Delft: Delft University of Technology.
- ❖ Mugge, R. (2008). Product Attachment and Satisfaction: The Effects of Pleasure and Memories. European Advances in Consumer Research vol. 8, 325-331.
- ❖ Hekkert, P. & Schifferstein, H. N. (2008). Product Experience. New York: Elsevier