

**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN GRÁFICA PARA  
UN PRODUCTO BÍO COMPOSTABLE DE RECOLECCIÓN  
DE DESECHOS CANINOS**

**DESIGN OF A GRAPHIC COMMUNICATION STRATEGY FOR  
A BIO COMPOSTABLE PRODUCT FROM COLLECTION  
OF DOG WASTE**

Geraldine Torres Poveda  
Erick Santiago Velandia Segura  
Brayan Sneyder Pulgarín Calle

Trabajo de grado I

Docente:  
Nathalia López Zambrano

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior  
(CUN)  
2022

## Resumen

Este proyecto está centrado en el desarrollo de una estrategia de comunicación gráfica para el reconocimiento de una pieza editorial que genere conciencia sobre las personas que tienen un canino y no hacen uso debido del espacio público, dejando las heces sus animales en el suelo sin recogerla.

Se indagan conocimientos necesarios mediante la investigación tales como: antecedentes de investigación, bio compostaje, leyes, pedagogía, ecodiseño, fanzine, pop up. Estos fueron consultados en investigaciones previas y se explicaron detalladamente, para afianzar conocimientos que requieren el proyecto.

Se empleó en la metodología Design Thinking centrada en la resolución de problemáticas generadas en la comunidad. Dentro de este proceso se realizaron observaciones, se propusieron ideas visuales y posteriormente se realizaron prototipos para concluir resultados.

Finalmente, con el análisis de resultados se evaluaron aspectos a tener presente para definir el cuerpo del prototipo final, el cual resolverá inquietudes que yacen de la problemática expuesta.

**Palabras claves:** compostaje, concientización, diseño de marca, ecodiseño, fanzine, libros pop up, pedagogía, productos biodegradables.

### **Abstract**

This project is focused on the development of a graphic communication strategy for the recognition of an editorial piece that raises awareness about people who have a canine and do not use it due to public space, leaving their animals' feces on the ground without picking it up.

The necessary knowledge is investigated through research such as: research background, bio composting, laws, pedagogy, eco-design, fanzine, pop up. These were consulted in previous investigations and were explained in detail, to obtain the knowledge required by the project.

It was used in the Design Thinking methodology focused on solving problems arising in the community. Within this process, observations were made, visual ideas were proposed and later prototypes were made to conclude results.

Finally, with the analysis of results, aspects to keep in mind were evaluated to define the body of the final prototype, which will resolve the concerns that lie in the exposed problem.

**Keywords:** awareness, biodegradable products, brand design, composting, ecodesign, fanzine, pedagogy, pop up books.

**Tabla de contenido**

Introducción	5
Problemática	5
Justificación	5
Objetivos	6
Objetivo general	6
Objetivos específicos	6
Marco teórico	7
Metodología de la investigación	12
Conclusiones	13
Referentes bibliográficos	14
Revisión Bibliográfica	16
Imágenes	16
Anexos	18

## **Introducción**

En el siguiente documento se hablará de la importancia y las desventajas que trae no hacer la respectiva recolección de los desechos de nuestras mascotas más centrado en caninos (perros), se dará a conocer una solución para esta problemática la cual va ligada a un producto de nombre BIOFECES que consiste en bolsas ecológicas compostables que al momento de depositar los desechos se puede sembrar y de esta nace una planta, el objetivo de esta resultará en dar conciencia a las personas dueñas de caninos sobre el inconveniente que genera. La metodología abordada para esta situación será el Design Thinking.

## **Problemática**

Debido a la falta de conciencia por parte de dueños de caninos en la ciudad de Bogotá, la convivencia entre los vecinos residentes en diferentes localidades se ha visto afectada, ya que en muchas ocasiones las personas que tienen mascotas no recogen las heces de sus animales o no hacen un uso debido de estos residuos, los cuales suelen ser desechados en bolsas o recipientes que no son amigables con el medio ambiente provocado una afectación significativa en el ecosistema. Adicionalmente, muchos espacios públicos donde la gente suele realizar actividades y compartir no han podido ser aprovechados de forma prudente por la contaminación en esos espacios debido al excremento de las mascotas ya que entorpecen la buena convivencia entre residentes de las localidades. De igual forma, la falta de productos asequibles a todo público para la eliminación de estos residuos y que a su vez sean amigables con el medio ambiente, han generado en las personas dueñas de mascotas un mal hábito de no recoger las heces de sus caninos afectando a la comunidad.

## **Justificación**

Es de vital importancia proponer a la gente el uso de productos bio compostables para la recolección de desechos caninos esparcidos en espacios públicos que causan estragos a nivel social y cultural. Por medio de piezas gráficas buscamos fomentar la compra y el uso de las bolsas bio compostables propuestas en la marca BIOFECES, que contribuirán a un correcto manejo del excremento de los caninos y a la restauración del medio ambiente.

Recoger las heces de nuestros caninos es obligación de todos teniendo en cuenta si queremos realizar una adopción íntegra de una mascota, el Código Nacional de Policía y Convivencia, establece las sanciones para este tipo de infracciones, específica (artículo 124: Comportamientos que ponen en riesgo la convivencia por la tenencia de animales) que “omitir la recogida de los excrementos de los animales, por parte de sus tenedores o propietarios, o dejarlos abandonados después de recogidos, cuando ello ocurra en el espacio público o en áreas comunes” genera una “Multa General tipo 1”. Según ese mismo documento (artículo 180), equivale a “cuatro (4) salarios mínimos diarios legales vigentes”. (COLOMBIA, 2016)

Los propietarios de caninos en numerosas ocasiones no evalúan todos los aspectos importantes que requiere el cuidado de sus animales, lo que provoca el esparcimiento de estos desechos sin un control constante sobre esta problemática, lo cual nos incentiva a nosotros como diseñadores elaborar una estrategia de comunicación gráfica para promover el uso de BIOFECES en la vida cotidiana de los propietarios de caninos en la ciudad de Bogotá.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Desarrollar una estrategia de comunicación gráfica de concientización, mediante una pieza principal editorial (Fanzine) y piezas adicionales, las cuales tendrán el propósito de informar e instruir el correcto uso del espacio público a personas que tengan un canino en sus hogares.

### **Objetivos específicos**

- Identificar qué estrategia gráfica nos permite generar un reconocimiento de marca.
- Proponer, diseñar y crear un Fanzine pop up y diferentes piezas gráficas para la marca.
- Generar un acercamiento con el público objetivo con el fin de empatizar y obtener datos que sean de ayuda para el desarrollo de las piezas gráficas.

### **Público objetivo**

La estrategia de comunicación va dirigida a personas entre 20 y 40 años, residentes en las localidades de Suba, Fontibón y Rafael Uribe Uribe (Bogotá) y que en sus hogares convivan con animales caninos.

## **Marco teórico**

Un proyecto de grado sobre el “diseño de empaques biodegradables y compostables a partir del uso de cáscara de banana” realizado (Castillo, 2019), propone la elaboración de un empaque a base de frutas deshidratadas. Este proyecto utilizó fundamentación teoría enfocada a la conservación de alimentos orgánicos por medio del proceso de deshidratación, la contaminación generada por empaques elaborados en su totalidad por plásticos no biodegradables que resultan altamente contaminantes, la importancia de la producción de empaques en el diseño industrial y el compostaje como estrategia de transformación a productos biodegradables.

La investigación se situó en la problemática ocasionada por la fabricación de empaques no biodegradables por parte de la industria alimenticia, siendo una razón válida para el desarrollo de nuevas alternativas que promuevan el uso de materiales biodegradables en la fabricación de empaques impuestos en el mercado. La elaboración de este producto apoyada por la universidad católica y la facultad de arquitectura y diseño de Pereira demostró la viabilidad de proponer empaques eco amigables con el medio ambiente, que le permitan a la industria alimenticia sacar productos al mercado utilizando este tipo de empaques o envases que generen impactos a nivel económico, social, cultural y ambiental.

El presente proyecto tiene relación con la investigación en curso, puesto que plantea la creación de un diseño de producto en el cual se puede almacenar cualquier tipo de elemento u objeto que se quiera guardar en él desde un proceso industrial. Este proyecto además de sugerir el diseño de productos también cumple con un propósito ecológico que busca el cuidado del medio ambiente por medio del proceso natural de compostaje generando biodiversidad y que le permite a esta investigación tomar un enfoque de ecodiseño.

Durante las últimas décadas, el aumento de la conciencia ecológica ha llevado a varios profesionales e investigadores a trabajar en materiales sostenibles y respetuosos con el medio ambiente que podrían sustituir parcial o definitivamente a los materiales poliméricos sintéticos no biodegradables en aplicaciones polivalentes. Entre las diversas fibras naturales presentes, las fibras de la vaina de areca poseen un inmenso potencial para ser aplicadas directamente o como material de relleno en compuestos, lo que lleva al desarrollo de materiales biodegradables y ecológicos. (Subhakanta , Barik, & Pradeep, 2021)

Sabemos que los plásticos han traído gran cambio y ayuda a la sociedad, pero es que la evidencia de que el manejo de plásticos y su eliminación ha llevado a la acumulación de micro plásticos en el medio ambiente, hay una tendencia hacia el aumento del consumo de plásticos en el mundo y, por tanto, el riesgo de contaminación. Es necesario reducir y eliminar las fuentes y vías de exposición a los micro plásticos. (Sarria Villa & Gallo Corredor, 2016)

Ahora hablaremos un poco acerca del ecodiseño, este hace referencia a los elementos u acciones que abarcan todos los puntos de protección al medio ambiente basados en el ciclo de vida de un producto. El ecodiseño busca reducir el impacto negativo que puede llegar a tener los procesos de fabricación de un producto en el medio ambiente. También se tienen en cuenta las fases de procesado en un producto con respecto a sus materias primas, transporte, distribución y uso lo que permite una evaluación a efectos adversos que el producto pueda causar al medio ambiente. (Gisbert, 2020)

Los beneficios que tiene para la realización de un diseño verde (ecodiseño), reduciendo costos en la producción y mano de obra, ya que favorece con el ahorro de energía y menos utilización de recursos naturales, no solo el ecodiseño es beneficioso con el medio ambiente, sino que también se tiene un mejor ambiente laboral y cultura empresarial.

Sin embargo, no todo puede ser beneficioso, hay algunos contras respecto al ecodiseño, puesto que no es muy bien aceptado por los mercados ya que estos se venden a un mayor precio a comparación de los diseños que no fueron pensados y creados para tener en cuenta aspectos ambientales, también se tiene como limitante el hecho del miedo y la resistencia al cambio de la innovación que esto conlleva tener nuevos materiales y enfoques, sin embargo, hay que recalcar que al superar estas barreras que no dejan muy bien visto del todo al ecodiseño puede conducir a obtener unos productos sostenibles, duraderos y bastante rentables. (Gisbert, 2020)

Gracias al impacto que el ecodiseño ha causado y como la gente quiere hacer algún producto amigable con el medio ambiente, una plataforma dedicada a aprendizaje online ha decidido ofertar un curso llamado “Ecodiseño, productos respetuosos con el ambiente”, en el cual se dará una introducción al ecodiseño con un análisis de importancia al ciclo de vida ya que estará enfocado en diseñar productos que generen un menor impacto al ambiente. (Giraldo, 2020)

De esta manera entramos a un tema de gran importancia como lo es la pedagogía y empezaremos aclarando que es la pedagogía, se centra en estudiar la educación y esta no solo se centra en los niños si no también en las distintas etapas del ser humano, y desarrolla todos los ámbitos de cada persona de manera educativa, familiar, social, cultural, laboral entre otros. ((UNIR), 2021)

La educación inicial en los niños no solo es por parte de las instituciones educativas, si no también parte de sus padres en cada uno de sus hogares, por eso es fundamental educar a los hijos desde una edad temprana ya que es cuando se van a sentar las bases para el desarrollo de su personalidad, y el actuar ante el mundo. (Orillo, 2019)

Para afirmar esta situación la Universidad de Antioquia realizó una investigación con metodología de estudio de caso, de 3 familias, en las cuales educan a sus hijos en las edades de 0 a 6 años, y así entender cómo los padres potencian el desarrollo del pensamiento y el lenguaje de sus hijos. De esta manera se dará conclusión a los aportes que dan los padres con la formación de sus hijos en las etapas del ciclo vital de la primera infancia como lo son el desarrollo cognitivo, emocional y social. (Gil, 2018)

Esta investigación ratifica el hecho que la pedagogía se ve reflejada desde que nacemos y cómo debemos actuar y pensar ante el mundo que nos rodea, esta pedagogía no discute la pedagogía que se da en las instituciones educativas ya que van muy ligadas a formarnos como personas de actuar en la sociedad. (Caride, Gradaile, & Cabal, 2015). También es de vital importancia incentivar la lectura en los niños y para esto existen distintos tipos de literatura para ellos, de los cuales pueden escoger cada uno como puede ser el mejor o el que más le llama la atención, pero sin embargo cada uno de estos es importante para la formación en su desarrollo educativo y formativo a su temprana edad. (Cervera, 1989)

Llegando a un análisis que la educación empieza desde muy temprana edad, es de vital importancia hacerlo en la manera adecuada y en este caso el cómo tomar de hábito recoger las heces de tu mascota, y si esto no fue posible en una edad temprana se plantea hacer de una profesión la pedagogía social ya que ayudaría a los ciudadanos a la buena relación con su entorno, y así ayudaría con la detención de conflictos sociales, intervención de problemáticas, las

necesidades socioeducativas y los desafíos que afectan el camino hacia la cohesión social, y así lograr una transformación social en Colombia. ( Del Pozo Serrano & Astorga Acevedo, 2018)

Es por esto por lo que para realizar una buena comunicación gráfica respecto al desarrollo del producto que se quiere realizar este debe transmitir un mensaje, símbolo u o ideología de forma visual, los cuales poseen un significado o lenguaje que muestra un acuerdo en común interrelacionándose entre sí. De esta manera se hace posible transmitir información, generar cierta influencia en otros, compartir ideas o gestos que participan en un proceso de comunicación. (Vázquez, 2015)

Este debe tener un lenguaje visual como base de la creación en el diseño, ya que es organización visual de elementos y símbolos gráficos que componen reglas y normas. Un diseñador cuando busca transmitir por medio de composiciones gráficas muchas veces no tiene un previo conocimiento de ellas, donde si tomamos este aspecto y lo comparamos con la subjetividad que imprime el diseñador en su composición, al final la subjetividad resulta ser más importante para crear obras auténticas, (Wong, 1979) la comunicación gráfica se caracteriza por llevar a cabo un proceso que involucra a un emisor y un receptor, donde el individuo que emite la información forma el mensaje que se quiere transmitir y el receptor proviene de un público objetivo y se encarga recibir el mensaje y así mismo puede tener una opinión a su propio concepto sobre el mensaje recibido. (Vázquez, 2015)

El cómo estructuramos la información en la construcción de una composición gráfica juega un papel relevante, ya que también de esto depende la influencia o el impacto que este mensaje genere en el público, por ende, cuando se suscita un mensaje por medio de elementos gráficos, es indispensable analizar el contenido, la argumentación y la conformación estructural del mensaje. (Vázquez, 2015)

De esta forma se busca diseñar con un enfoque a la concientización, en el ámbito del diseño la forma en cómo emitimos la información juega un papel importante a la hora de querer fomentar en la sociedad nuevos patrones de comportamiento a sus hábitos, la forma en cómo consumimos la información y la manera cómo interpretamos las costumbres que provienen de una ideología cultural. Un artículo publicado por la Revista interamericana de educación, pedagogía y estudios culturales afirma que la acción de consumir o satisfacer las necesidades pende en gran medida de

un criterio autónomo de cada individuo si la perspectiva es analizada desde un ámbito de diseño visual, puesto que, en el instante de querer diseñar algún elemento de comunicación es de suma responsabilidad evaluar el peso que tienen los mensajes visuales a nivel social, cultural y ambiental. Tanto es así que los comportamientos de un público objetivo podrían variar desde su expresión corporal hasta su forma de expresarse. (Zapata Arias & Carvajal Vinasco, 2016)

El diseñar piezas gráficas con concientización ambiental y cultural involucra terminaciones científicas que definen la trayectoria del ecodiseño como un proceso estratégico y jerárquico centralizado en reducir el impacto negativo que la contaminación en los espacios públicos que afecten a la sociedad. La ecología en el diseño en estrategias de comunicación se hace relevante y de gran impacto si evaluamos la necesidad ambiental que requiere el cuidado del ecosistema por parte de la humanidad hacia sus entornos. La escogencia de elementos de comunicación como la forma, el color, fuentes tipográficas y espacio en un ámbito ambiental lleva consigo el hecho de representar la viva imagen percibida por parte del público hacia el ecosistema como lo es en este caso el color verde. (Abrego, 2017)

Para poder sacar al mercado un producto que sea amigable con el medio ambiente y sea útil para el cliente se debe empezar con un diseño de marca ya que desde el área de diseño y publicidad es definida como una señal o insignia que es puesta en productos elaborados por fabricantes y sus empresas. Dándole un nivel de exclusividad al producto en cuestión, la marca también es posible definirla como un elemento de diferenciación y calificación entre productos que poseen características y funcionalidades iguales.

Para impulsar la marca Biofeces y darla conocer al público se realizará un fanzine ya que es una publicación alternativa y continúa siendo una forma de comunicación entre diferentes culturas juveniles de la actualidad. El fanzine ha generado su propia estética y en sus páginas se encuentran diferentes representaciones de las experiencias cotidianas de sus realizadores.

La realización de un fanzine implica una serie de procesos que involucran, entre muchos otros elementos lúdicos, una estética del abigarramiento, y diferentes formas de representar el cuerpo de los realizadores y de otros actores que con emplazados dentro de un contexto simbólico que implica adscripciones identitarias, posturas ideológicas, críticas sociales, y otras formas de

expresión de sus realizadores. Este proceso conlleva un despliegue de imaginarios a partir de los cuales se puede entender no sólo la concepción del cuerpo de diferentes grupos juveniles, sino las experiencias de los fanzineros percibidas a través de sus cuerpos y traducidas en imágenes en papel. (Martínez, 2007)

Y para que el Fanzine tenga su elemento diferencial se añadirá un Pop up puesto que este busca analizar los recursos compositivos (texto, imagen y movimiento), y busca que el lector tenga mayor interacción con este e indagar acerca del modo en el que es construido el discurso. Los pop-up son materiales editoriales que poseen una construcción integral que va más allá del texto. Son objetos en los que reina la armonía y la energía. El discurso en este tipo de libros se construye sobre la base de tres pilares: el texto, la imagen y el movimiento. La relación entre estos elementos no solo determinará las posibilidades de lectura del libro sino además las características que tendrán los recursos narrativos, de movimiento y textuales (si hubiera texto) para construir la línea discursiva. (Barrios & Mendoza, 2018)

Investigando un poco de historia sobre los Pop ups estos se empezaron a diseñar y comercializar, ya que tenían un muy buen recibimiento no solo para los niños sino también para los adultos ya que es un libro didáctico que se torna un juguete para muchos, e incentiva a la lectura de todos aquellos que los adquieren. (Amago, 2014)

### **Metodología de la investigación**

Como metodología para desarrollar para el proceso, proyección y creación de piezas gráficas se adaptó la metodología Design Thinking la cual nos permitió un mayor acercamiento y enfoque de la propuesta a tratar, dándole un mayor direccionamiento a nuestro público objetivo con la clara inventiva de buscar una solución a la problemática que rodea las localidades de Bogotá.

El Design Thinking o pensamiento de diseño como método sistemático que nos ayuda a puntualizar problemáticas y además aspectos que se presentan en la sociedad, esta ideología planteada en el artículo publicado por ITMadrid en el año 2020 nos permite puntualizar los elementos que conforma una estructura progresiva que plantea como objetivo principal generar herramientas que den solución a problemas solución a problemas, acrecentar el diseño en

productos y servicios a nivel económico, social y cultural. Comprendiendo lo anterior, de aquí surge un mundo de ideas, conceptos e innovaciones que impulsan la creatividad, el ser humano, el enfoque en donde todo proyecto fundamenta sus funciones es el público objetivo que rodea esta metodología, ya que todo lo que facilite los esfuerzos de las personas hacia su entorno hace que la ciencia y tecnología surjan de la mano del diseño el cual se adapta a las necesidades del usuario.

La metodología Design Thinking previamente desarrollada por Diego Carbonell en el año 2012, adopta una serie de etapas que se enfocan en guiar y facilitar el proceso de desarrollo de un producto o servicio enfocado hacia las personas. Entender, observar, definir, idear, prototipar y testear, a nuestro juicio, son etapas que Carbonell planteo de forma muy puntual y dinámica, puesto que para el proyecto Biofeces la obtención de un mejor resultado de la propuesta se desarrollara gracias a la implementación de las etapas de forma consecutiva para registrar un seguimiento de la elaboración de las piezas gráficas para la estrategia de comunicación y concientización.

Para la etapa de entendimiento en el comienzo del presente artículo de investigación se planteó la problemática que se presencia en las localidades de Bogotá y que erradican en la escasez de cultura y concientización por parte de los amos de caninos, que sin evaluar aun el sentido de pertenencia de ellos hacia sus caninos a simple vista se observa que no son enteramente instruidos sobre los cuidados que implican la tenencia de estas mascotas y las afectaciones medioambientales ocasionadas por no recoger las heces de los caninos de los espacios públicos. Las bolsas Bío compostables que sirven para la recolección de desechos caninos dejados en sitios públicos, buscan también la reducción de la contaminación al medioambiente y es por ello que debido a los componentes que poseen Las bolsas en su materia prima, permiten que estas sean depositadas bajo tierra natural y que la degradación en el subsuelo se dé sin ninguna contraindicación ambiental dando vida a una nueva planta que germinara de las semillas implantadas en las bolsas durante su elaboración.

Diego Carbonell durante La etapa de observación pretende generar cierta empatía con usuarios que conforman un público objetivo, es por ello que realizar un acercamiento por parte de Biofeces hacia los dueños de caninos es vital para obtener un mejor análisis de la

problemática y opiniones que contribuyan al proceso de ideación. Se tomó la determinación de realizar una encuesta cuantitativa semiestructurada que nos dará un panorama y visión de las personas que día a día se enfrentan a la contaminación del espacio público con heces de caninos.

## **Conclusiones**

Durante la evolución de este proyecto, pudimos hacer un análisis detallado de las diferentes metodologías idóneas para la elaboración de cada una de las piezas gráficas empleadas para el reconocimiento de marca de un producto bío compostable mediante el diseño de un Fanzine. También se analizó cada uno de los canales de conocimiento requeridos por el mismo proyecto para la fundamentación de la información propuesta en las piezas.

La forma en como se le dio orientación al proyecto nos otorgó la posibilidad de adaptar ciertas características específicas tales como: la jerarquía a la información impuesta por nosotros, la paleta cromática que generará una comunicación transmitiendo sensaciones de serenidad, paz, cercanía, vitalidad y alegría por parte de las piezas hacia el público objetivo y el poder solucionar una problemática social en la cotidianidad de la situación.

Logramos realizar satisfactoriamente un proceso metodológico como el design thinking que nos proporcionó un enfoque de las piezas para solventar la problemática, teniendo presente las fases requeridas del método y el desarrollo literario del mismo para cumplir con los objetivos específicos.

La elaboración de este proyecto nos permitió desarrollar las competencias adquiridas en las diferentes asignaturas, las cuales fueron de total ayuda para la promoción y reconocimiento de marca de las bolsas compostables. El uso de herramientas digitales facilitó la creación de la estrategia de comunicación y le dio un punto de innovación al empaque y presentación del producto generando recordación en las personas interesadas en facilitar la recolección de desechos caninos y su eliminación.

La metodología se desarrolló en todas sus etapas en donde se planteó como herramienta de acercamiento y recolección de datos, una encuesta cuantitativa con la cual se determinaron elementos gráficos que sirvieron de guía en la composición de las piezas. Los resultados obtenidos en la encuesta nos permitieron delimitar un perfil de usuario que hará alusión al público objetivo ideal para el consumo de las piezas gráficas del proyecto. Como herramienta de inspiración para la línea gráfica se implementó la herramienta Moodboard que aparte de darnos elementos visuales, nos ayudó a delimitar un concepto propio de la marca con el que se desarrolló el enfoque gráfico del prototipo de piezas que componen la estrategia de comunicación. *Ver Anexos 1, 2 y 3*

## Referentes bibliográficos

1. Del Pozo Serrano, F. J., & Astorga Acevedo, C. M. (2018). La Pedagogía Social y Educación Social en Colombia: Corresponsabilidad Institucional, Académica y Profesional necesaria para la Transformación social. Foro de educación.
2. (UNIR), U. I. (2021). *La universidad en Internet*. Obtenido de Qué es la pedagogía y qué hace un pedagogo: <https://mexico.unir.net/educacion/noticias/que-es-pedagogia/>
3. Abrego, M. A. (2017). Diseño de piezas gráficas que fomenten la conciencia ecológica. *Proyecto de grado*, 41.
4. Amago, Á. C. (2014). Libros pop-ups: vista histórica desde la ilustración infantil en Colombia. *Corporación Universitaria UNITEC*, 47.
5. Barrios, M. P., & Mendoza, M. F. (2018). La construcción del discurso en los libros pop-up Texto, imagen y movimiento. *Universidad Nacional de la Plata*.
6. Caride, J. A., Gradaile, R., & Cabal, M. B. (2015). De la pedagogía social como educación, a la educación social como Pedagogía. Perfiles educativos.
7. Castillo, A. M. (2019). *Diseño de empaques biodegradables y compostables a partir del uso de cáscara de banano*. Pereira.
8. Cervera, J. (1989). En torno a la literatura infantil. *Revista de Filosofía y su Didáctica*.
9. COLOMBIA, E. C. (2016). CÓDIGO NACIONAL DE POLICÍA Y CONVIVENCIA. República de Colombia- Gobierno Nacional.
10. Gamonal Arroyo, R. (2012). Del boceto al diseño la materialización del discurso visual en el diseño gráfico. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5104504>
11. Gil, Y. C. (2018). Educación en casa: una mirada pedagógica al desarrollo del pensamiento y del lenguaje en la primera infancia. Medellín, Colombia: Sistema de Bibliotecas de la Universidad de Antioquia.
12. Giraldo, P. (2020). *Udemy*. Obtenido de [https://www.udemy.com/course/ecodisenoproductos-respetuosos-con-el-ambiente/?utm\\_source=adwords&utm\\_medium=udemyads&utm\\_campaign=LongTail\\_la.ES\\_cc.LATAM&utm\\_term=.\\_ag\\_121424001299.\\_ad\\_515898216137.\\_kw\\_\\_.\\_de\\_c.\\_dm\\_\\_.\\_pl\\_\\_.\\_ti\\_dsa-1237025622212.\\_li\\_10](https://www.udemy.com/course/ecodisenoproductos-respetuosos-con-el-ambiente/?utm_source=adwords&utm_medium=udemyads&utm_campaign=LongTail_la.ES_cc.LATAM&utm_term=._ag_121424001299._ad_515898216137._kw__._de_c._dm__._pl__._ti_dsa-1237025622212._li_10)

13. Gisbert, R. S. (2020). Eco-diseño en el Desarrollo de Productos. *Universidad Politécnica de Valencia*, 2.
14. Jena, S. N. (s.f.).
15. Martínez, A. A. (2007). Cuerpos en papel : la representación del cuerpo juvenil en el fanzine. *Universidad Autónoma Metropolitana*.
16. Orillo, E. C. (2019). Pedagogía infantil en educación inicial. Universidad Nacional de Tumbes.
17. Sarria Villa, R. A., & Gallo Corredor, J. A. (2016). La gran problemática ambiental de los residuos plásticos: Microplásticos. *Journal de Ciencia e Ingeniería*, 2.
18. Subhakanta , N., Barik, S., & Pradeep, K. J. (2021). *Biopolymers and Biocomposites from Agro-Waste for Packaging Applications*. Naheed Saba, Mohammad Jawaid, Mohamed Thariq.
19. Vázquez, E. E. (2015). Comunicación gráfica. Universidad de Camagüey “Ignacio Agramonte Loynaz”, Cuba.
20. Wong, W. (1979). *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional*. España: Gustavo Gili, S.A.
21. Zapata Arias, A., & Carvajal Vinasco, M. (2016). Diseñar con conciencia. *Artículo de investigación. Universidad Santo Tomás, Universidad Nacional. Colombia*, 207.

### Revisión Bibliográfica

1. Futamura. (2021). NatureFlex. *Renewable and compostable packaging films*. Obtenido de <http://www.futamuragroup.com/Futamura/media/Futamura/About%20Us/Natureflex-Brochure.pdf>
2. García, C. A. (2006). La Norma De Ecodiseño Une 1503001. *Congreso Nacional del Medio Ambiente (CONAMA)*.
3. Méndez, R. A. (2012). La manipulación de los materiales como recurso didáctico en educación infantil. Universidad Católica San Antonio de Murcia.
4. Ministerio del medio ambiente, A. d. (2004). Manual Básico para hacer Compost.
5. Quiñones, I. J. (2017). Aplicada para Identificar las Tendencias Tecnológicas en los Biopolímeros y Plásticos Biodegradables. *Revista Informador Técnico*.

## Imágenes

### Anexo 2. Boyer Persona

*Sonriente mujer sentada con su teléfono celular en un banco del parque.*

@Wavebreakmedia. 2010.

[https://www.freepik.es/fotos-premium/sonriente-mujer-sentada-su-telefono-celular-banco-parque\\_1622327.htm](https://www.freepik.es/fotos-premium/sonriente-mujer-sentada-su-telefono-celular-banco-parque_1622327.htm)

### Anexo 3. Moodboard

1. *Perro imita personalidad dueño.* OKDIARIO. 2020.  
<https://okdiario.com/mascotas/personalidad-influye-perro-5429065>
2. *Adiestramiento canino.* Purina. 2020.  
<https://www.purinalatam.com/mx/purina/nota/perros/tips-adiestramiento-canino>
3. *Perrito adorable.* Fzlol. 2018. <https://co.pinterest.com/pin/671599363153103136/>
4. *Perro real.* DOGDog. 2019. <https://dogdog.mx/blog/perros-reales/>
5. *Luna llena.* Shutterstock. 2021.  
<https://www.colombia.com/vida-y-estilo/esoterismo/cuando-deberias-sembrar-plantas-seg-un-fases-de-la-luna-309149>
6. *Compost en casa.* Vivienda saludable. 2017.  
<https://www.viviendasaludable.es/sostenibilidad-medio-ambiente/reciclaje-gestion-residuos/como-hacer-compost-casero>
7. *El ecodiseño idea productos y servicios respetuosos con el medio ambiente.* Iberdrola. 2022. <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/ecodisenio-productos-sostenibles>
8. *Amor con tu mejor amigo.* Raquel Aldana. 2020.  
<https://lamenteesmaravillosa.com/los-motivos-que-nos-llevan-a-querer-a-un-animal-con-tanta-intensidad/>
9. *Recolección de heces.* Tania Segura. 2017.  
<https://madridsecreto.co/ayuntamiento-lanza-una-app-localizar-las-bolsas-cacas-perro/>

10. *Amor real por tu mascota*. Hogarmania. 2020.  
<https://www.hogarmania.com/mascotas/perros/razones-para-adoptar-perro-mascota>.
11. *Mujer leyendo*. Karolina Grabowska. 2020.  
<https://www.pexels.com/es-es/foto/persona-libro-leyendo-aprendizaje-5311608/>
12. *Perrito de Origami*. Luis Fernandez Perez. 2019.  
<https://www.giladorigami.com/origami-database/Dog%20Luis%20Fernandez%20Perez>
13. *Celebrando con tu mascota*. Israel. 2014.  
<https://www.okchicas.com/naturaleza/animales/comparte-dia-boda-con-tu-mascota/>
14. *Recogiendo las heces de tu mascota*. Sebastián Pérez Sánchez. 2019.  
<https://www.univision.com/explora/no-solo-los-popotes-las-bolsas-con-heces-de-perro-tambien-contaminan-aqui-hay-una-alternativa>

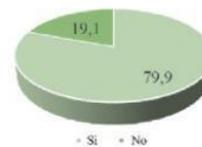
## **Anexos**

1. ¿Cuenta con un canino en su casa?

24 personas respondieron: Si

6 personas respondieron: No

PREGUNTA 1



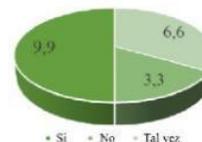
2. Si la respuesta es no, ¿le gustaría tener un canino en su casa?

2 personas respondieron: Si

1 personas respondieron: No

3 personas respondieron: Tal vez

PREGUNTA 2 - OPC

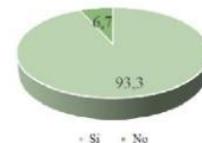


3. ¿Cree usted que el perro es el mejor amigo del hombre?

28 personas respondieron: Si

2 personas respondieron: No

PREGUNTA 3

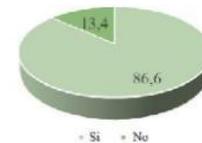


4. ¿Cree usted que compartir con un perro ayuda a mejorar la vida del ser humano?

26 personas respondieron: Si

4 personas respondieron: No

PREGUNTA 4

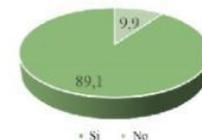


5. ¿Ha usted contado con algún elemento informativo que le instruya sobre los cuidados que conlleva la adopción de un canino?

3 personas respondieron: Si

27 personas respondieron: No

PREGUNTA 5



6. Cuando usted lee para instruirse y estar informado normalmente ¿que utiliza?

9 personas respondieron: Revista

8 personas respondieron: Cartilla

10 personas respondieron: Periódico

3 personas respondieron: Libro

PREGUNTA 6



7. ¿Con que frecuencia suele recoger las heces de su canino del espacio público?

9 personas respondieron: Siempre

15 personas respondieron: Algunas veces

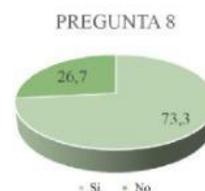
6 personas respondieron: Nunca



8. Cuando usted ve a un residente de la localidad que se va de algún sitio público y no recoge las heces de su canino, ¿va usted y le indica que por favor las recoja?

8 personas respondieron: Si

22 personas respondieron: No



9. ¿Es usted consiente de las afecciones de salud que son causadas por la contaminación del espacio público con los excrementos de los caninos?

4 personas respondieron: Si

26 personas respondieron: No



10. ¿Estaría usted de acuerdo si alguien en un espacio público le hace entrega de fanzine con información sobre el cuidado de su canino, como se puede reducir el impacto al medio ambiente y herramientas que le ayudarían con la recolección de las heces de su canino?

25 personas respondieron: Si

2 personas respondieron: No

3 personas respondieron: Se oye aburridor



11. ¿Cada cuánto saca pasea a su perro para que haga sus necesidades?

23 personas respondieron: Diariamente

3 personas respondieron: Cada 2 días

4 personas respondieron: Nunca lo hago



12. ¿Ha escuchado sobre bolsas biodegradables que germinan una planta cuando se siembran en la tierra?

2 personas respondieron: Si

28 personas respondieron: No



13. ¿Le gustaría que saliera al mercado una pala con la capacidad de recoger las heces de sus caninos minimizando al máximo las sensaciones desagradables que genera recogerlas con la bolsa puesta en la mano?

27 personas respondieron: Si

3 personas respondieron: No



14. ¿Si de la bolsa naciera una planta, se tomaría la tarea de enterrarla en la tierra para ayudar a medioambiente?

26 personas respondieron: Si

4 personas respondieron: No



15. ¿Si el contenido del fanzine fuera didáctico, lo compartiría con niños y adultos?

29 personas respondieron: Si

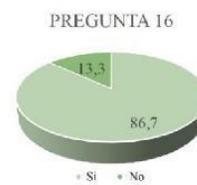
1 personas respondieron: No



16. ¿Le gustaría que el formato del fanzine le permitiera portarlo a cualquier lado sin mayores complicaciones para instruirse en cualquier momento?

26 personas respondieron: Si

4 personas respondieron: No me interesa instruirme



**NOMBRE DE LA BUYER PERSONA:**

Angela Marcela Polanco Barbosa

**DATOS DEMOGRÁFICOS:** Suba, Fontibón y Rafael Uribe Uribe

**SEXO:** Mujer

**EDAD:** 20 a 40 años

**PUESTO/OCUPACIÓN:** Ama de casa, mujer trabajadora en una empresa.

**NIVEL DE ESCOLARIDAD:** Es una persona estudiada que termino el bachillerato, está preparándose profesionalmente y su ingreso de su trabajo corresponde a uno o más salarios mínimos legales vigentes.

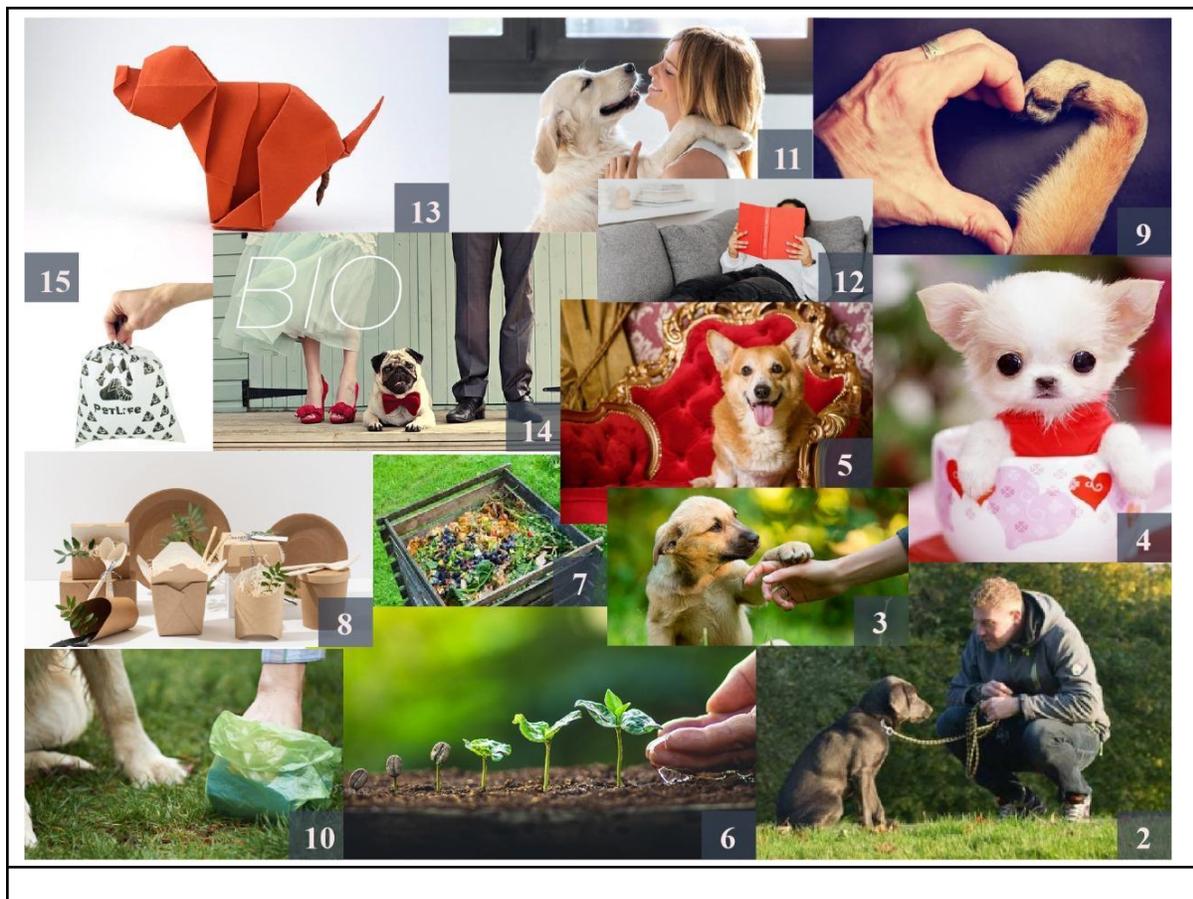
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**UTILIZADOS:** Maneja Smartphone, computador y habitualmente habla con sus amigos por redes sociales.

**OBJETIVOS DE LA BUYER PERSONA:**

Visitar nuevos lugares, le gusta salir con amigas o vecinos junto con su mascota, disfruta estar en espacios libres, ama la naturaleza y se preocupa por el medioambiente. Siempre busca cuidar de su mascota y estar pendiente de sus necesidades.





Anexo 3. Moodboard herramienta de inspiración