

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**



**Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual**

**Título del trabajo**

**Diseño de Packaging para un kit de agricultura para hogares**

**PROYECTO INTEGRADOR**

Previo la obtención del Título de:

**Nombre de la titulación**

**Licenciado(a) en Diseño Gráfico**

Presentado por:

Daniella Camila Bonini Valencia

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**Año: 2023**

## Declaración expresa

Yo/Nosotros *Daniella Camila Bonini Valencia* acuerdo/acordamos y reconozco/reconocemos que:

La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores.

La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por mí/nosotros durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que me/nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de mi/nuestra innovación, de ser el caso.

En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique al/los autor/es que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, 23 de Octubre del 2023.



---

Daniella Camila Bonini Valencia

# EVALUADORES

.....  
**Billy Gustavo Soto Chávez**  
PROFESOR DE LA MATERIA

.....  
**Andrea Yolanda Pino Acosta**  
PROFESOR TUTOR

## Resumen

El trastorno de déficit de naturaleza es una realidad que afecta a todas las personas, especialmente a los niños. Esta situación se ha acentuado aún más después de la reciente pandemia, en la cual experimentamos un prolongado aislamiento y una obligación de sumergirnos en la virtualidad para seguir con nuestras actividades diarias.

En este contexto, la relevancia del contacto con la naturaleza y la participación en actividades al aire libre en edades tempranas cobra importancia. Estudios han demostrado que estas experiencias en entornos naturales tienen un impacto positivo en la salud emocional de los niños. Esto se debe a que el pasar tiempo en la naturaleza desencadena la liberación de hormonas beneficiosas, como endorfinas y serotonina.

Además de sus beneficios emocionales, la interacción con la naturaleza promueve un desarrollo infantil saludable y contribuye a una maduración completa. La naturaleza estimula la curiosidad de los niños y fomenta la exploración de preguntas y reflexiones.

Por eso este proyecto surge para diseñar una propuesta de empaque para un kit de agricultura destinado a hogares centrado en la educación y sostenibilidad recolectando información sobre las prácticas actuales de jardinería y analizando casos de éxito de empaques para identificar factores influyentes en un buen diseño.

Se utilizó el método del Doble diamante junto con Entrevistas y Brand Canvas para recopilar información, identificar los insights más importantes y definir los aspectos que se incluyeron en el diseño de marca.

Como resultado, se obtuvo el diseño de un kit de agricultura llamado “Busch Friends: Mini Green Farm Kit” diseñado para que los niños, padres de familia y las personas interesadas en tener su propio huerto en casa, puedan hacerlo, permitiéndoles conocer acerca de los cuidados necesarios para cada una de las plantas incluidas.

Palabras Clave: Déficit de Naturaleza, Huertos en casa, Educar, Packaging.

## **Abstract**

*Nature deficit disorder is a reality that affects everyone, especially children. This situation has been further emphasized after the recent pandemic, during which we experienced prolonged isolation and an obligation to immerse ourselves in virtuality to carry on with our daily activities.*

*In this context, the relevance of contact with nature and participation in outdoor activities at an early age becomes crucial. Studies have shown that experiences in natural environments have a positive impact on children's emotional health. This is because spending time in nature triggers the release of beneficial hormones, such as endorphins and serotonin.*

*In addition to its emotional benefits, interaction with nature promotes healthy child development and contributes to full maturation. Nature stimulates children's curiosity and encourages the exploration of questions and reflections.*

*This is why this project arose with the aim of designing a packaging proposal for a gardening kit intended for households with a focus on education and sustainability. This involves gathering information about current gardening practices and analyzing successful packaging cases to identify influential factors in good design.*

*The Double Diamond method, along with interviews and Brand Canvas, was used to collect information, identify the most important insights, and define the aspects included in the brand design.*

*As a result, the design of a gardening kit called "Busch Friends: Mini Green Farm Kit" was obtained. It is designed for children, parents, and individuals interested in having their own home garden, allowing them to learn about the necessary care for each of the plants included.*

*Keywords: Nature deficit, home gardens, Education, Packaging.*

# ÍNDICE GENERAL

RESUMEN .....	I
ABSTRACT .....	II
ÍNDICE GENERAL .....	III
ABREVIATURAS .....	V
ÍNDICE FIGURAS .....	VI
ÍNDICE TABLAS .....	VIII

## CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 Definición de la propuesta / problema .....	2
1.2 Objetivos .....	3
1.3 Justificación del proyecto .....	4
1.4 Grupo objetivo / beneficiarios .....	4

## CAPÍTULO 2: MARCO REFERENCIAL: ESTADO DEL ARTE

2.1 Desconexión con la naturaleza .....	5
2.1.1 Desconexión con la naturaleza .....	5
2.1.2 Desarrollo físico y mental en los niños .....	5
2.2 Huertos en casa .....	6
2.2.1 Beneficios de tener huertos en casa .....	6
2.2.2 Comunidad y Participación Social a través de Huertos en casa .....	7
2.3 Packaging .....	7
2.3.1 Packaging para la sostenibilidad .....	7
2.3.2 Casos de éxito de Packaging .....	8

## CAPÍTULO 3: INVESTIGACIÓN VISUAL

3.1 Metodología de investigación en diseño .....	12
3.1.1 Método del Doble Diamante .....	12
3.1.2 Entrevistas .....	13
3.1.3 Brand Canvas .....	14

## CAPÍTULO 4: DESARROLLO DE PROYECTO

4.1 Análisis de resultados .....	15
----------------------------------	----

4.1.1 Entrevistas .....	16
4.1.2 Brand Canvas .....	17
<b>4.2 Aspectos conceptuales .....</b>	<b>17</b>
4.2.1 Brainstorming .....	17
4.2.2 Moodboard .....	19
4.2.3 Bocetos .....	20
<b>4.3 Aspectos técnicos .....</b>	<b>22</b>
4.3.1 Medidas .....	24
4.3.2 Soporte .....	24
4.3.3 Impresión .....	24
<b>4.4 Aspectos estéticos .....</b>	<b>24</b>
4.4.1 Dirección de arte .....	24
4.4.1.1 Logo .....	24
4.4.1.2 Tipografías .....	25
4.4.1.3 Paleta de colores .....	25
4.4.1.4 Elementos gráficos .....	26
4.4.1.5 Brand Board .....	26
4.4.1.6 Troqueles .....	27
4.4.2 Mockups .....	29
4.5 Presupuesto .....	34
4.6 Aspectos comunicacionales .....	35

## 5. CONCLUSIONES

## 6. BIBLIOGRAFÍA

## 7. ANEXOS

## **ABREVIATURAS**

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

Ing Ingeniero/a

Cm Centímetros

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Entrega a domicilio de HelloFresh .....	9
Figura 2. Empaque de juguetes Kid O.....	10
Figura 3. Go from boring package to spaceship in no time! .....	11
Figura 4. Modelo de Doble Diamante, Design Council (2003).....	13
Figura 5. Brand Canvas .....	14
Figura 6. Brand Canvas .....	17
Figura 7. Brainstorming de los elementos comunicacionales y gráficos .....	17
Figura 8. Brainstorming del nombre de la marca.....	18
Figura 9. Brainstorming del nombre del kit.....	19
Figura 10. Moodboard inspiracional.....	19
Figura 11. Boceto del Kit.....	20
Figura 12. Boceto del logo para la marca .....	21
Figura 13. Boceto de los elementos gráficos.....	22
Figura 14. Captura de pantalla de Procreate.....	22
Figura 15. Captura de pantalla de Illustrator.....	23
Figura 16. Logo vectorizado de la marca.....	24
Figura 17. Tipografías utilizadas.....	25
Figura 18. Paleta de colores .....	25
Figura 19. Elementos gráficos vectorizados .....	26
Figura 20. Brand Board.....	26
Figura 21. Troquel de la parte exterior.....	27
Figura 22. Troquel de la parte interior.....	28
Figura 23. Caja cerrada .....	29

Figura 24. Caja abierta .....	29
Figura 25. Portada del Manual.....	30
Figura 26. Páginas internas del Manual .....	30
Figura 27. Portada y Contraportada del Manual.....	31
Figura 28. Semillas de Tomate .....	31
Figura 29. Semillas de Pepino .....	31
Figura 30. Semillas de Rábano.....	32
Figura 31. Semillas de Cebolla .....	32
Figura 32. Montaje de la caja abierta con todos los elementos dentro.....	33

# ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Presupuesto.....	34
---------------------------	----

# CAPÍTULO 1

## 1. Introducción

En 2008, El trastorno de déficit de naturaleza fue establecido por el periodista y escritor Richard Louv, es un tema del que se habla muy poco y las personas no tienen conocimiento del mismo. Este síndrome se asocia con una serie de problemas que afectan a la salud física y mental de las personas, trayendo repercusiones negativas como depresión y disminución del uso de los sentidos.

De acuerdo con la coordinadora del programa “Naturaliza” de la fundación “Ilumina”, Javiera Silva (2022), este trastorno, puede verse especialmente pronunciado en la infancia, por lo que ha despertado preocupaciones acerca del impacto en el desarrollo físico, mental y emocional de los niños.

Asimismo, Sánchez (2022) expresa que el contacto con la naturaleza desempeña un papel fundamental en el aprendizaje durante las etapas tempranas del desarrollo humano. Incluso fomenta la autoestima, la autoconfianza y la resolución de problemas.

Por tanto, la creación del kit contribuirá como recurso educativo con información detallada y fácil de comprender técnicas de cultivo, cuidado de plantas y consejos prácticos, buscando empoderar y motivar a personas de todas las edades a cultivar alimentos en sus hogares.

Es relevante señalar que, hasta la fecha, el mercado ecuatoriano carece de productos similares. Este vacío en la oferta de productos presenta una oportunidad única para introducir un kit que no solo satisfaga las necesidades educativas y recreativas de los niños, sino que también contribuya al bienestar de las familias y fomente una apreciación más profunda por la naturaleza en el contexto ecuatoriano.

## **1.1 Definición de la propuesta / problema**

En la sociedad actual, la creciente influencia de los entornos urbanos, la escasez de tiempo libre y la omnipresencia de la tecnología han conducido a un distanciamiento entre las familias, en especial los niños, y el mundo natural. Este fenómeno ha dado lugar a lo que algunos expertos han denominado el "déficit de naturaleza".

El término "trastorno de déficit de naturaleza" fue acuñado por el periodista y escritor Richard Louv en 2008. Louv sostiene que este síndrome se asocia con una serie de problemas que afectan tanto la salud física como la salud mental de las personas, así como su sociabilidad, creatividad y capacidad empática. Algunos de los efectos perjudiciales incluyen la disminución del uso de los sentidos, dificultades de atención y la predisposición a la depresión.

El contacto con la naturaleza y la participación en actividades al aire libre, como jugar en la tierra, han demostrado tener un impacto positivo en la salud emocional de los niños. Esto se debe a que estas experiencias en la naturaleza desencadenan la liberación de hormonas beneficiosas como las endorfinas y la serotonina, que reducen el estrés y la ansiedad. Además, promueven un desarrollo infantil saludable y una maduración completa. La naturaleza también despierta la curiosidad innata de los niños y fomenta la exploración de preguntas y reflexiones más profundas sobre el mundo que les rodea.

Por otra parte, el contacto con la naturaleza es fundamental en el aprendizaje durante las etapas tempranas del desarrollo humano. Durante los primeros seis años de vida, el cerebro es excepcionalmente plástico y es capaz de establecer hasta 500 veces más conexiones neuronales que en la vida adulta. Exponer a los niños a entornos ricos en oportunidades de aprendizaje en la naturaleza puede tener un impacto duradero en su desarrollo cognitivo y emocional. (Silva, J., 2022)

La mayoría de las personas desconocen tanto el origen de sus alimentos como las habilidades básicas necesarias para cultivarlos de manera independiente.

Este desapego de la fuente de nuestros alimentos se ha vuelto una realidad común en la vida moderna.

Los huertos familiares, que también son conocidos como "kitchen gardens" o "home gardens," desempeñan un papel crucial en la transmisión y generación de conocimiento sobre la agricultura y la jardinería. Como señala Cano (2015), estos espacios no solo proporcionan una fuente de alimentos frescos y saludables, sino que también sirven como un entorno en el que las generaciones pasadas comparten sus conocimientos con las futuras.

La importancia de cultivar alimentos propios va más allá de la simple satisfacción de tener una cosecha personal. Los productos cultivados en casa no solo son una fuente crucial de nutrientes para mantener una vida saludable, sino que también tienen la ventaja de ser orgánicos y libres de químicos dañinos. La calidad de los alimentos ha sido relevante en un mundo cada vez más consciente de la importancia de la sostenibilidad y la salud.

## **1.2 Objetivos**

### **Objetivo General:**

- Diseñar una propuesta de empaque para un kit de agricultura destinado a hogares con un enfoque en la educación y sostenibilidad.

### **Objetivos específicos:**

- Recolectar información sobre las prácticas actuales de jardinería para reconocer su impacto y beneficio en los hogares de hoy en día.
- Analizar casos de éxito de empaques para identificar los factores influyentes en un buen diseño.
- Diseñar un empaque funcional que satisfaga las necesidades prácticas de los usuarios, garantizando la protección y el almacenamiento eficiente.

### **1.3 Justificación del proyecto**

De acuerdo con la página de Educo (2019), tener huertos en casa tiene un impacto positivo en el consumo de productos orgánicos. Puesto que, proporcionan alimentos frescos y saludables libres de químicos que pueden ser nocivos para la salud, contribuyendo a la mejora de la salud y el bienestar de las familias.

Por otra parte, Silva (2022) menciona que la implementación de actividades relacionadas con el medio ambiente en la educación de la niñez se considera fundamental. La creación de jardines o áreas verdes accesibles para los niños puede ser una estrategia eficaz para contrarrestar el déficit de naturaleza y garantizar un desarrollo saludable y equilibrado en la infancia. Además, el aprendizaje acerca de prácticas agrícolas sostenibles contribuye a la generación de una conciencia ambiental en los niños. La interacción regular con la naturaleza no solo enriquece la vida de los niños en el presente, sino que también sienta las bases para adultos más saludables y conscientes en el futuro.

### **1.4 Grupo objetivo / beneficiarios**

El grupo objetivo del proyecto lo forman familias urbanas que quieran conocer más la agricultura y jardinería en el hogar y buscan reconectar con la naturaleza en sus vidas diarias mediante actividades compartidas relacionadas con la agricultura.

Este grupo incluye a padres, madres y niños entre los 6 y 10 años, interesados en aprender, cultivar y disfrutar de la naturaleza en un entorno hogareño.

# CAPÍTULO 2

## CAPITULO 2: MARCO REFERENCIAL: ESTADO DEL ARTE

### 2.1 Desconexión con la Naturaleza

#### 2.1.1. Déficit de naturaleza

El periodista Richard Louv en 2008 elaboró el término “trastorno de déficit de naturaleza”. En su investigación, Louv sostiene que este síndrome está asociado con una serie de problemas que afectan tanto la salud física como la salud mental de las personas, así como su sociabilidad, creatividad y capacidad empática. Incluye algunos de los efectos perjudiciales que puede traer consigo este déficit, incluyendo la disminución del uso de los sentidos, dificultades de atención y la predisposición a la depresión.

#### 2.1.2. Desarrollo físico y mental en los niños

La falta de contacto con la naturaleza tiene un impacto significativo en el desarrollo mental y físico de los niños. La investigación indica que la interacción con la naturaleza en entornos educativos puede mejorar el funcionamiento cognitivo y fomentar comportamientos sociales positivos (Carrus et al., 2015). Pasar tiempo en la naturaleza se ha asociado con niveles más altos de bienestar tanto en adultos como en niños (Pasca & Aragonés, 2020).

Según Silva (2022), la interacción con la naturaleza y la participación en actividades al aire libre, como jugar en la tierra, han demostrado influir positivamente en la salud emocional de los niños. Estas experiencias en entornos naturales desencadenan la liberación de hormonas beneficiosas, como las endorfinas y la serotonina, que contribuyen a la reducción del estrés y la ansiedad. Además, estas actividades fomentan un desarrollo infantil saludable y una maduración completa. La naturaleza también estimula la curiosidad innata de los niños, impulsándolos a explorar preguntas y reflexiones más profundas sobre el mundo que les rodea.

Por otro lado, el contacto con la naturaleza juega un papel crucial en el aprendizaje durante las etapas tempranas del desarrollo humano. Durante los primeros seis años de vida, el cerebro presenta una plasticidad excepcional, siendo capaz de establecer hasta 500 veces más conexiones neuronales que en la vida adulta. Exponer a los niños a entornos ricos en oportunidades de aprendizaje en la naturaleza puede dejar una impresión duradera en su desarrollo cognitivo y emocional. (Silva, J., 2022)

## **2.2 Huertos en Casa**

### **2.2.1. Beneficios de tener huertos en casa**

Los beneficios de tener huertos en casa han sido ampliamente estudiados y documentados. La investigación ha resaltado las diversas ventajas de los huertos en casa en distintas áreas, incluyendo la seguridad alimentaria y nutricional, oportunidades de empleo y mejor acceso alimentario en los hogares. (Noopur et al., 2022; Mp et al., 2023; Mohsin et al., 2017)

Además, se ha enfatizado el impacto positivo que pueden tener en la salud mental y física, la reducción del estrés y la integración social, especialmente en el contexto de los jardines comunitarios. (Koay & Dillon, 2020; Janus et al., 2022; Tracey et al., 2020)

Asimismo, los beneficios de los huertos en casa se extienden a la sostenibilidad ambiental, con estudios que indican su contribución a mantener la calidad del suelo, la producción de alimentos en entornos urbanos y la mejora de la biodiversidad. (Edmondson et al., 2019)

Se destaca cómo los huertos en casa no solo proveen alimentos frescos, sino que también promueven prácticas agrícolas sostenibles que benefician el entorno natural.

También se ha destacado el potencial de los huertos como herramientas educativas, especialmente en entornos escolares, demostrando su papel en el desarrollo de habilidades y el éxito académico de los niños. (McFarland et al., 2023)

Según la investigación de Alcántara et al. (2019) y Marín et al. (2021), los huertos escolares han demostrado ofrecer oportunidades de aprendizaje al aire libre, promover la alfabetización ambiental y mejorar las actitudes de los estudiantes hacia las verduras como alimento, influyendo en sus actitudes ambientales e interacciones sociales.

### **2.2.2. Comunidad y Participación Social a través de Huertos en Casa**

Para comprender la participación social a través de huertos en casa, es esencial considerar los diversos contextos en los que se establecen estos jardines. Los huertos en casa han demostrado contribuir a la participación social y al desarrollo comunitario en diferentes entornos.

Por ejemplo, Ruiz Valdepeñas et al. (2018) destacaron el papel de los huertos urbanos en la sostenibilidad de la ciudad, la creación de espacios abiertos para la participación y el fortalecimiento del ámbito social.

Del mismo modo, Ruiz y Rodríguez (2015) enfatizaron el potencial de los huertos escolares como espacios socioeducativos que integran a la comunidad y promueven una cultura comprometida con la sostenibilidad.

Además, Reddiar et al. (2017) señalaron la participación activa de diferentes miembros de la familia en la gestión de huertos en casa, indicando su papel en fomentar la participación familiar e interacción social.

## **2.3 Packaging**

### **2.3.1. Packaging para la sostenibilidad**

La creciente preocupación por la sostenibilidad y el impacto ambiental ha generado un interés generalizado en desarrollar soluciones de packaging que minimicen su huella ambiental y aborden los desafíos asociados con la gestión sostenible de los recursos. Este enfoque no solo refleja una respuesta a las preocupaciones ambientales globales, sino que también destaca la importancia que las empresas otorgan a la integración de prácticas sostenibles en todos los aspectos de sus operaciones, incluido el packaging. (Plataforma Tierra, 2023)

De acuerdo con Vergheze y Lewis (2012), para desarrollar un empaque que contribuya al desarrollo sostenible, este debe abordar varios aspectos clave. En primer lugar, debe ser efectivo en cumplir con los requisitos funcionales, asegurando que protege y preserva el producto de manera adecuada. Al mismo tiempo, la eficiencia en el uso de materiales, energía y agua a lo largo de su ciclo de vida es esencial. Esto implica la adopción de prácticas que minimicen el impacto ambiental, desde la fabricación hasta el desecho.

Un componente esencial de la sostenibilidad del empaque es su capacidad para ser cíclico, utilizando materiales renovables y siendo recuperable al final de su vida útil. La incorporación de materiales reciclados y la facilidad de reciclaje son aspectos fundamentales en este sentido. Además, la seguridad tanto para las personas como para el entorno natural es un requisito indispensable, asegurando que el empaque no represente riesgos ni durante su fabricación ni en su disposición final.

Hoy en día, la revista Forbes menciona que los consumidores están tomando decisiones de compra basadas en las prácticas sostenibles de las marcas. La preferencia por productos con empaques sostenibles ha llevado a las empresas a reconocer la importancia estratégica de adoptar medidas respetuosas con el medio ambiente. Para lograr esto, las marcas pueden implementar estrategias innovadoras y colaborar con proveedores y organizaciones que compartan sus valores de sostenibilidad.

La adopción proactiva de empaques sostenibles no solo cumple con las expectativas de los consumidores, sino que también puede resultar en beneficios comerciales al diferenciar a la marca en un mercado cada vez más enfocado en la responsabilidad ambiental.

### **2.3.2. Casos de éxito de Packaging**

Los siguientes casos de packaging han sido documentados debido a la creatividad e innovación con el que han sido diseñados. Son tanto eco-friendly como empaques dirigidos a niños.

### 2.3.2.1. HelloFresh

HelloFresh es una marca alemana que ofrece una caja personalizada de acuerdo a los gustos y preferencias de cada cliente con alimentos frescos que, incluso, incluye recetas que el cliente puede realizar con dichos productos.

**Figura 1**

*Entrega a domicilio de HelloFresh*



*Nota.* Fotografía publicada por HelloFresh en su página de blogs, 2018.

En su página web, la marca menciona y promete estar desarrollando constantemente maneras de reducir y optimizar su packaging. Entre estas se encuentran:

1. Una bolsa hecha de papel reciclado para mantener los alimentos fríos.
2. La caja en la que envían sus alimentos la reutilizan para enviar otros pedidos.
3. Utilizar paquetes de hielo hechos al 100% con agua ya que otros paquetes dentro de esta categoría combinan el agua con polímeros, lo que deriva en un gel con microplásticos que no puede ser reutilizado.

Aseguran que la mayoría del empaque de sus productos son elaborados con papel y cartón. Además, en su página web se pueden encontrar formas creativas de reutilizar sus cajas.

### 2.3.2.2. Kid O

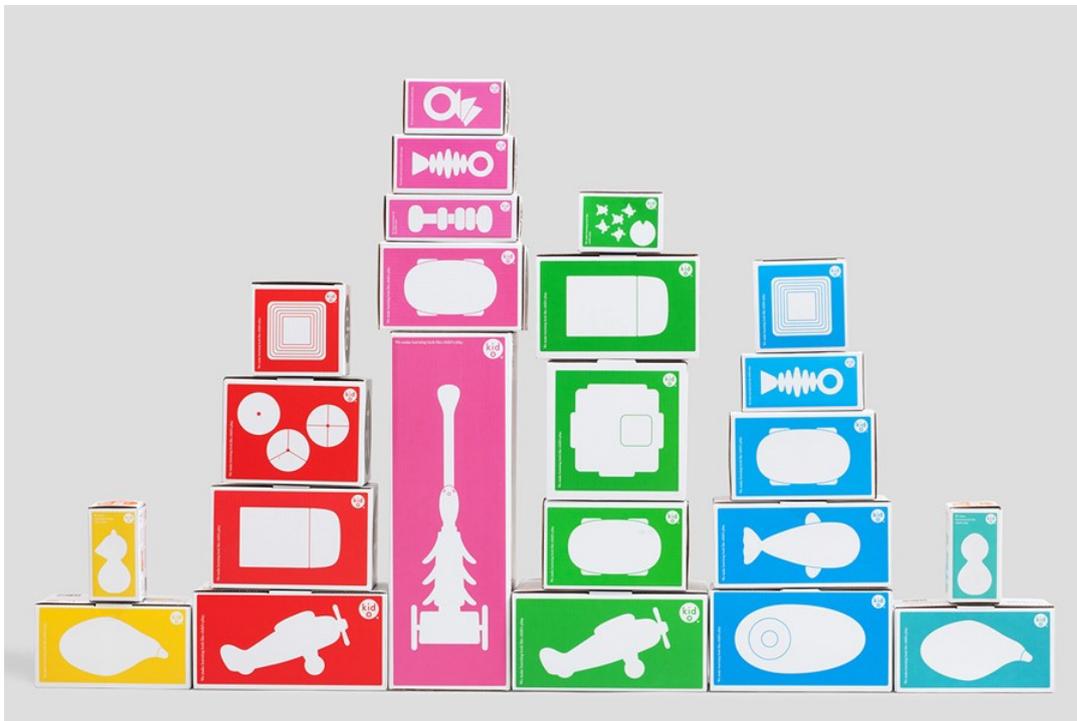
Kid O es una empresa de juguetes estadounidense que diseña productos para estimular a los niños a través de una variedad de formas, colores y tamaños.

El nuevo enfoque de empaque de Kid O, creado por Studio Lin, propone una manera minimalista para exponer sus productos con una selección especial de colores y el uso de neurociencia para diseñar sus empaques.

Su diseño de empaque toma los colores vivos de la industria y los combina con un uso generoso de blanco, y un color café claro para detallar información de los juguetes, destacando de lo convencional.

### Figura 2

*Empaque de juguetes de Kid O*



*Nota.* Fotografía publicada en la página BP&O, 2014.

### 2.3.2.3. Ikea Toybox

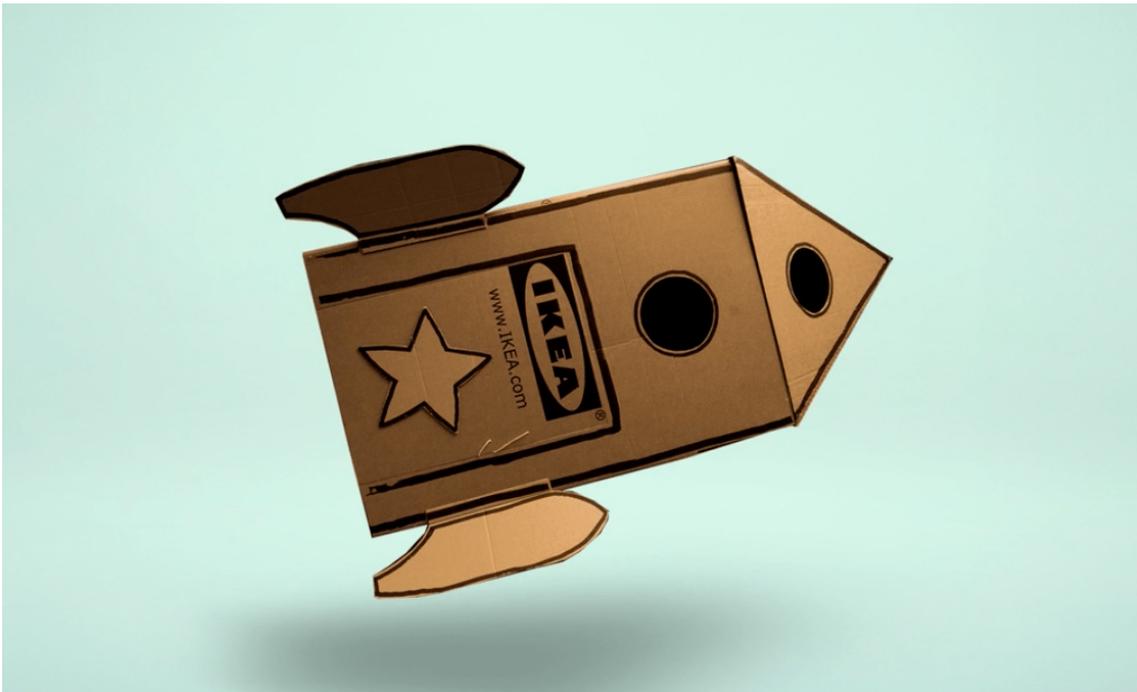
Ikea desarrolló la app “Ikea Toybox” que ayuda a transformar el exceso de cartón de sus productos, en juguetes para niños.

El proyecto desarrollado por Wunderman, Kantar Consulting y Mini Mad Things funciona a través de una app de realidad aumentada que, al colocarla sobre las cajas desarmadas, sugiere ideas de juguetes junto con las instrucciones para armarlo.

Esta aplicación móvil promueve el darles una segunda vida útil a las cajas de cartón y brindarles a los niños la oportunidad de crear y jugar.

#### Figura 3

*Go from boring package to spaceship in no time!*



*Nota.* Imagen publicada por IKEA, 2018.

# CAPÍTULO 3

## CAPITULO 3: INVESTIGACIÓN VISUAL

### 3.1 Metodologías de investigación en diseño

La metodología de investigación que se desarrollará será cualitativa. Esta metodología se centra en los aspectos no susceptibles de cuantificación. Este método nos permite comprender mejor las actitudes y motivaciones de las personas, pues se enfoca más en la comunicación que en procesos lógicos o estadísticos. Además, se utilizarán herramientas como el método del doble diamante y entrevistas para la recopilación de información.

#### 3.1.1 Método del Doble Diamante

El método del Doble Diamante es un método de diseño e innovación que guía el proceso de diseño y se caracteriza por un movimiento dinámico desde el pensamiento divergente hasta el convergente y viceversa (Caballero, 2021).

Según Muñoz et al. (2022), este método es reconocido por su efectividad en estructurar las fases de un proyecto y facilitar la identificación y comprensión de factores clave. También se destaca por su aplicación en diversos contextos, como el diseño y desarrollo de herramientas educativas (Muñoz et al., 2022).

El Design Council (2021), establece que se divide en 4 fases:

#### 1. Descubrimiento

La etapa inicial del proceso, conocida como la fase de descubrimiento, nos ayuda a comprender y contextualizar el problema que se abordará. Durante este período, se lleva a cabo una investigación que no solo busca identificar el problema en sí mismo, sino que también tiene como objetivo descubrir insights y claves contextuales.

#### 2. Definición

En esta etapa, con la información obtenida, se debe establecer en qué área es necesario enfocarse, el contexto del proyecto, su alcance, oportunidades ocultas, cuellos de botella e ineficiencias.

### 3. Desarrollo

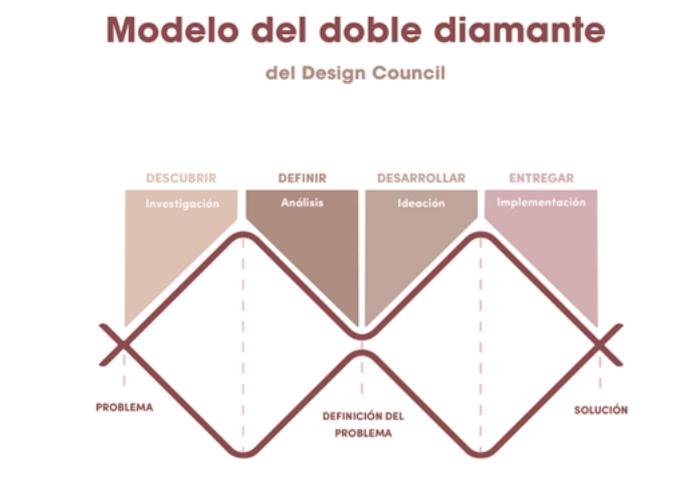
En la etapa de desarrollo, lo que se busca es convertir la idea en algo alcanzable. Lo que deriva en diseñar varias soluciones para el problema basándonos en las opiniones de los usuarios.

### 4. Entrega

Se basa en realizar el producto a nivel prototipo para validar la viabilidad y efectividad de la solución propuesta antes de su implementación a gran escala.

**Figura 4**

*Modelo de Doble Diamante, Design Council (2003)*



*Nota.* Fotografía obtenida desde la página medium.com

#### 3.1.2 Entrevistas

La entrevista es una herramienta de investigación para obtener información, mediante preguntas, de una persona. Se centran en la experiencia personal y su objetivo es conocer ciertos comportamientos, actitudes y opiniones de las personas. (Ortega, C., 2023)

Se realizarán entrevistas tanto a profesionales de la carrera de ingeniería agrícola como a posibles consumidores. Las entrevistas a los profesionales de la carrera de ingeniería agrícola pretenden definir detalles técnicos que se deben incluir en el kit como, por ejemplo, los vegetales o frutas ideales para incluirse gracias a su facilidad de cuidado.

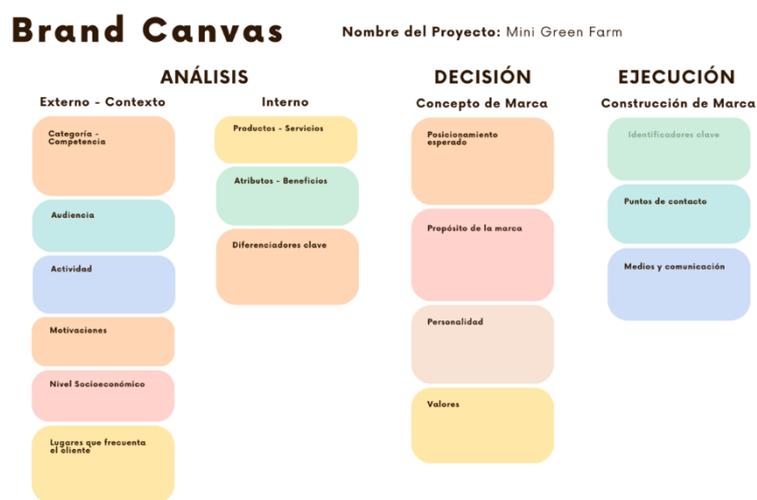
Por otra parte, las entrevistas a posibles consumidores ayudarán a visibilizar las preferencias de los usuarios en los distintos elementos que se incluirán en el kit.

### 3.1.3 Brand Canvas

La herramienta “Brand Canvas” fue creada por Alex Osterwalder, la cual sirve para analizar y crear modelos de negocio de manera simplificada. Ayuda a identificar los aspectos más importantes que deben considerarse en el diseño de la marca, además de evaluar si se está transmitiendo correctamente el mensaje que se desea comunicar. (Montañés, J., 2020)

Por otra parte, los aspectos a analizar son competencia, audiencia, medios de comunicación, propósito de la marca, personalidad, atributos, beneficios, diferenciadores clave, posicionamiento esperado, etc.

**Figura 5**  
*Brand Canvas*



*Nota.* Diseño realizado por autora (2023)

# CAPÍTULO 4

## CAPITULO 4: DESARROLLO DE PROYECTO

### 4.1 Análisis de resultados

#### 4.1.1 Entrevistas

##### 4.1.1.1 Entrevista a Ingeniera Agrícola

**Entrevistada:** Ing. Andreina Maricel Bravo

En la entrevista hecha a la ingeniera Andreina Maricel Bravo se pudo recopilar información sobre los elementos que se deben incluir dentro del kit, la entrevistada mencionó que se debe considerar incorporar un manual con los cuidados necesarios de cada planta, las veces que debe regada y un calendario de siembra indicando cada fase del crecimiento junto con el tiempo de duración de dicha fase.

Además, acotó que las macetas que se utilicen deben tener huecos en la parte de abajo para facilitar el drenaje.

Además, se discutió sobre las plantas más factibles de cultivar por la facilidad de cuidado en el clima de Guayaquil, que son hortalizas como rábano, cebolla colorada, pepino, sandía, pimiento y tomate.

Se debe tener en consideración que el tomate debe tener más cuidado porque es más susceptible a plagas.

Sumado a esto, el pimiento y pepino deben tener un alambre cercano para que, al crecer, la enredadera se vaya de forma vertical y reciban sol correctamente.

Por último, mencionó que, para incluir prácticas amigables con el medio ambiente dentro del diseño del kit, se utilicen materiales biodegradables o reutilizables como papel y cartón.

##### 4.1.1.2 Entrevistas a Posibles Consumidores

**Entrevistada:** Fernanda Bertuccez Cordeiro

Se realizó una entrevista a un posible consumidor, Fernanda Bertuccez Cordeiro, en la cual manifestó que no posee experiencia previa en jardinería o agricultura, pero considera importante mantener una conexión cercana con la naturaleza.

Le gustaría que el kit incluya plantas que armonicen el ambiente, además de incluir instrucciones claras de uso.

Considera que uno de los desafíos más grandes que se pueden presentar es el regado diario de las plantas.

Por otra parte, estableció que las características que la harían escoger el kit por encima de otros son las instrucciones claras y la calidad del material.

También, cree que la agricultura en el hogar puede tener un impacto positivo y ser una actividad interesante para los niños.

**Entrevistada:** Cindy Ordoñez Arellano

En la entrevista realizada al posible consumidor, Cindy Ordoñez Arellano, dio a conocer que cuenta con experiencia previa en el área de agricultura, pues ha cultivado frutas como pepino, plantas medicinales y plantas ornamentales.

Por otra parte, acotó que una de las razones que le motivaría para obtener el kit es el poder alimentarse de manera saludable y orgánica.

Considera que uno de los mayores desafíos al utilizar el kit puede ser el lidiar con las plagas que se pueden desarrollar en las plantas y sugiere que se explique cómo tratar o solucionar dicha plaga, especialmente de forma orgánica.

Además, le gustaría que se brinde algún tipo de asistencia técnica que verifique que las plantas están creciendo adecuadamente y recibiendo un buen cuidado.

En cuanto al diseño del empaque, sugirió que se utilicen materiales eco amigables como cartón o papel que, a su vez, puedan ser reutilizados.

Por último, estableció que el kit puede afectar positivamente en la dinámica familiar al incorporar la participación de todos los miembros en el cuidado de las plantas. También, indicó que promovería la biodiversidad al atraer otro tipo de especies como aves e insectos.

#### **4.1.2 Brand Canvas**

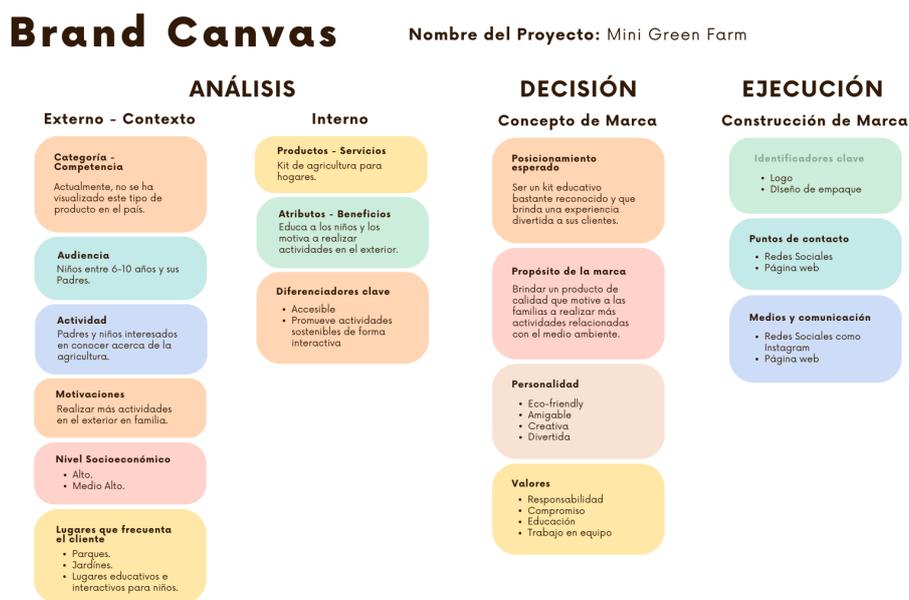
Con ayuda de la herramienta Brand Canvas, se pudo definir varios factores como los identificadores claves de la marca, la personalidad, su audiencia, el posicionamiento esperado, entre otros aspectos como se muestra en la figura 6.

Se llegó a la conclusión de que su principal audiencia son niños entre 6-10 años junto con sus padres cuyos intereses sean profundizar más sus conocimientos en el mundo de la agricultura y jardinería.

También, se obtuvo que el posicionamiento esperado de la marca es ser un kit educativo reconocido y que brinde una experiencia divertida a sus clientes.

Por otra parte, se estableció que la personalidad de la marca es eco-friendly, amigable, creativa y divertida; y sus identificadores clave son su logo y el diseño de empaque.

**Figura 6**  
*Brand Canvas*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

## 4.2 Aspectos conceptuales

### 4.2.1 Brainstorming

Se realizó una lluvia de ideas o brainstorming para poder definir los distintos elementos comunicacionales y gráficos que estarían incluidos dentro de la propuesta del kit. Se incluyen aspectos como el tono comunicacional, el estilo a utilizar, la información que contendría, materiales y la posible paleta de colores.

**Figura 7**

*Brainstorming de los elementos comunicacionales y gráficos*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

Por otra parte, también se realizó una lluvia de ideas para el naming tanto de la marca como el del kit.

**Figura 8**

*Brainstorming del nombre de la marca*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

## Figura 9

*Brainstorming del nombre del kit*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

### 4.2.2 Moodboard

Desde la lluvia de ideas y para que el producto sea atractivo visualmente para niños y padres, se han tomado como inspiración marcas y elementos gráficos con muchos elementos ilustrados y simples. Además, se ha recopilado imágenes de empaques que podrían ser considerado eco-friendly para determinar los materiales más utilizados en este tipo de packaging.

## Figura 10

*Moodboard inspiracional*

# Moodboard

Vol no.01



Nota. Elaborado por autora (2023)

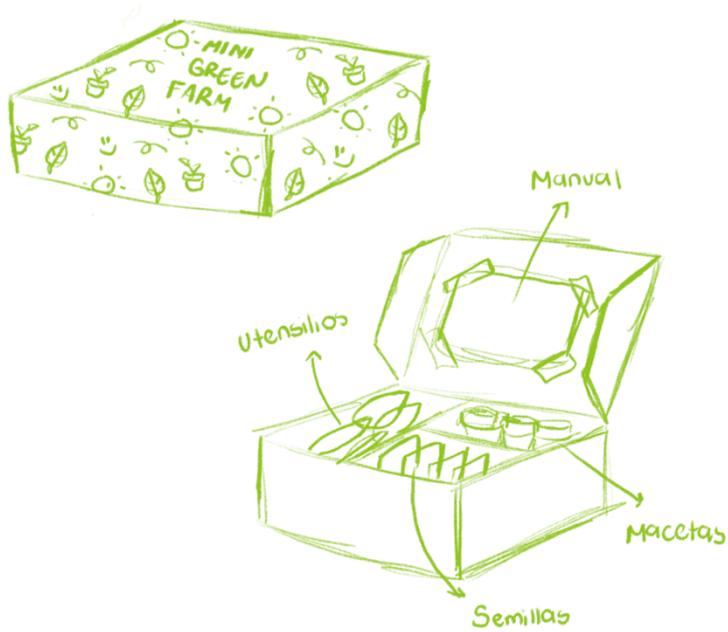
## 4.2.3 Bocetos

Para definir y poder visualizar las ideas, se realizaron una serie de bocetos tanto para el kit como para los logos y elementos gráficos que se incluirán en el mismo.

#### 4.2.3.1 Bocetos del Kit

Figura 11

*Boceto del Kit*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

#### 4.2.3.2 Bocetos del logo

- Logo para la marca

Figura 12

*Boceto del logo para la marca*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

### 4.2.3.3 Bocetos de los elementos gráficos

#### Figura 13

*Boceto de los elementos gráficos*



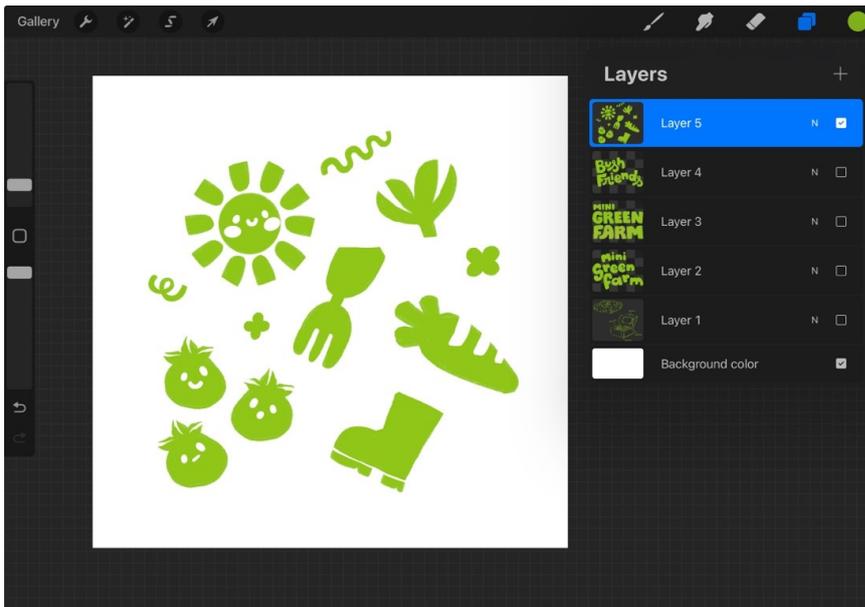
*Nota.* Elaborado por autora (2023)

### 4.3 Aspectos técnicos

Para la realización del proyecto, se han utilizado programas como Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign y Procreate como podemos visualizar en la figura 14 y 15. Con estas herramientas se han elaborado los bocetos, el logo de la marca, el manual y los distintos elementos gráficos incluidos en el diseño de empaque.

#### Figura 14

*Captura de pantalla de Procreate*



Nota. Elaborado por autora (2023)

## Figura 15

Captura de pantalla de Illustrator



Nota. Elaborado por autora (2023)

A continuación, se detallan los aspectos técnicos importantes utilizados e implementados en el kit.

### **4.3.1 Medidas**

Las medidas previstas de la caja son de 45x30x15 cm. Son 45 cm de largo, 30 cm de ancho y 15 cm de alto.

Para el manual, las medidas correspondientes son de 15x10 cm.

Para los paquetes de semillas, las medidas son de 10x6 cm.

### **4.3.2 Soporte**

Como soporte para el empaque, se utilizó cartón corrugado con gramaje de 200 gramos.

Para el manual, en la portada se utilizó papel couché de 150 gramos y para las páginas internas de 115 gramos.

Para los paquetes de semillas, se utilizó papel kraft.

### **4.3.3 Impresión**

Para la impresión del manual, se consideró la opción de cuatricromía ya que es la más utilizada en el mercado y la más económica.

Mientras que, para la impresión del empaque principal y el de las semillas se seleccionó la opción de flexografía. Este tipo de impresión trabaja bastante con cartón, además de ser económica y permitir una amplia gama de acabados.

## **4.4 Aspectos estéticos**

### **4.4.1 Dirección de arte**

#### **4.4.1.1. Logo**

En el siguiente apartado, se muestra el logo final vectorizado.

### **Figura 16**

*Logo vectorizado de la marca*



Nota. Elaborado por autora (2023)

#### 4.4.1.2. Tipografías

Se seleccionaron 2 familias tipográficas, que pueden visualizarse en la figura 18, para utilizarse en cualquier elemento necesario en el proyecto. Ambas familias son de tipo Sans Serif para facilitar la lectura.

#### Figura 17

*Tipografías utilizadas*

##### Títulos

##### **Fredoka Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

**1234567890 ' " . : ; = + # @ \$ % ^ & \* () {} -  
¿ ? ¡ ! < >**

##### Cuerpo de Texto

##### Agrandir

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890 ' " . : ; = + # @ \$ % ^ & \* () {} -  
¿ ? ¡ ! < >

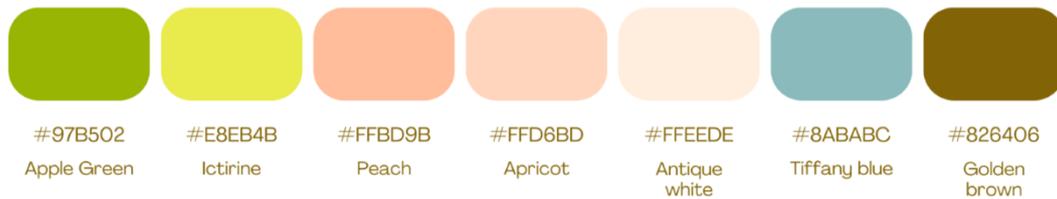
Nota. Elaborado por autora (2023)

#### 4.4.1.3. Paleta de colores

La paleta de colores seleccionada tiene tanto tonos cálidos como fríos, entre estos, colores verdes, duraznos, cafés y celestes.

#### Figura 18

*Paleta de colores*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

#### 4.4.1.4. Elementos gráficos

En esta sección, podemos apreciar los elementos gráficos finales a utilizar dentro de la marca del kit.

**Figura 19**

*Elementos gráficos vectorizados*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

#### 4.4.1.5 Brand Board

En el siguiente brand board podemos visualizar a detalle cómo se visualiza la marca y todos sus complementos como la paleta de colores, tipografías y elementos gráficos.

**Figura 20**

*Brand Board*



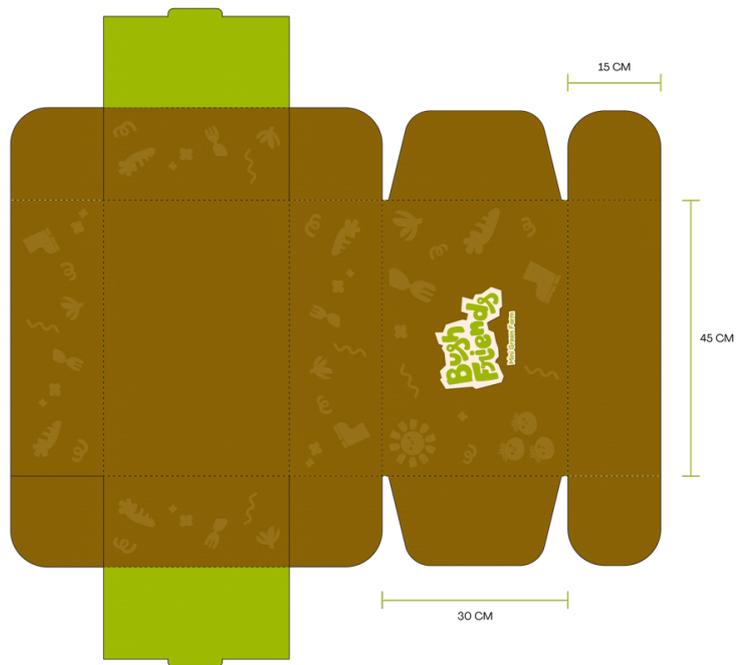
Nota. Elaborado por autora (2023)

#### 4.4.1.6. Troqueles

En el siguiente apartado, se puede visualizar el troquel diseñado para el empaque. Se encuentra tanto la parte interior de la caja como la parte exterior.

Figura 21

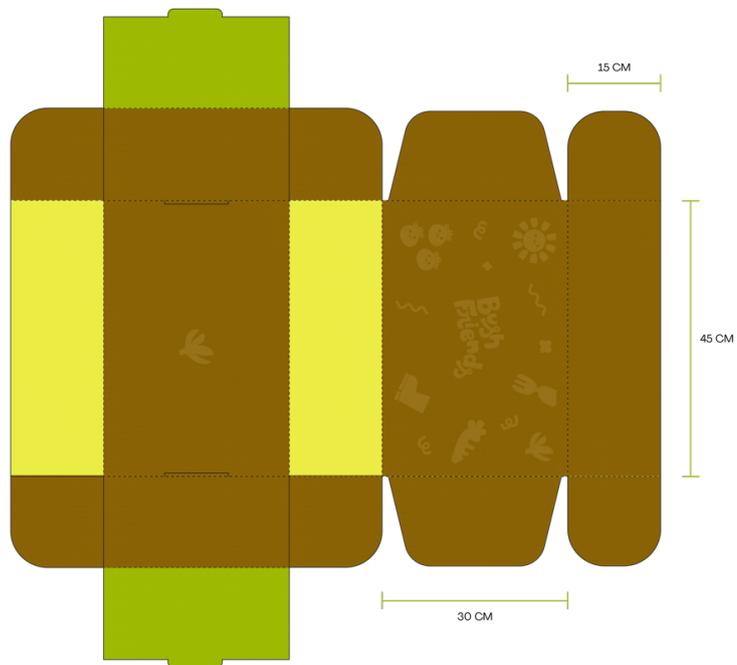
*Troquel de la parte exterior*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

**Figura 22**

*Troquel de la parte interior*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

## 4.4.2 Mockups

### 4.4.2.1. Mockups de la caja

**Figura 23**

*Caja cerrada*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

**Figura 24**

*Caja abierta*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

#### 4.4.2.2. Mockups del manual

Figura 25

Portada del Manual



Nota. Elaborado por autora (2023)

Figura 26

Páginas internas del Manual



Nota. Elaborado por autora (2023)

## Figura 27

*Portada y Contraportada del Manual*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

### 4.4.2.3. Mockups del empaque para las semillas

## Figura 28

*Semillas de Tomate*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

## Figura 29

*Semillas de Pepino*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

**Figura 30**

*Semillas de Rábano*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

**Figura 31**

*Semillas de Cebolla*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

#### 4.4.2.4. Montaje de la caja

**Figura 32**

*Montaje de la caja abierta con todos los elementos dentro*



*Nota.* Elaborado por autora (2023)

## 4.5 Presupuesto

Para los costos del proyecto se contempló las diferentes fases que se desarrolló más los costos de impresión por manual, cajas y empaques de semillas.

**Tabla 1**

*Presupuesto*

<b>N°</b>	<b>Descripción</b>	<b>Días</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b><i>Fase I: Investigación de datos.</i></b>				
1	<b>Investigación</b> <b>Primaria:</b> Entrevista con profesionales. <b>Investigación</b> <b>Secundaria:</b> Artículos científicos, noticias y páginas web.	20	\$30	\$600
<b><i>Fase II: Ideación y Diseño</i></b>				
1	<b>Elaboración de bocetos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empaque</li> <li>• Elementos de la marca</li> <li>• Elementos del kit</li> </ul>	2	\$30	\$60
1	<b>Elaboración de la marca</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Logo</li> <li>• Elementos gráficos</li> <li>• Definición de paleta de colores y tipografías</li> </ul>	7	\$30	\$210

1	<b>Elaboración del kit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empaque Principal</li> <li>• Manual</li> <li>• Empaque para las semillas</li> </ul>	7	\$30	\$210
<b>Fase III: Implementación e Impresión</b>				
1	Maquetación del manual	2	\$30	\$60
	20 ejemplares de impresión del manual		\$4.50	\$90
1	Maquetación del empaque	2	\$30	\$60
	20 ejemplares de impresión del empaque		\$10	\$200
1	Maquetación del empaque de semillas	1	\$30	\$30
	20 ejemplares de Impresión del empaque de las semillas		\$3	\$60
	<b>TOTAL</b>			<b>\$1580</b>

*Nota.* Elaborado por autora (2023)

#### **4.6 Aspectos comunicacionales**

Con la finalidad de que el proyecto tenga una mayor difusión, va a ser inscrito en los Premios CLAP en la categoría de Branding y Packaging.

Los Premios CLAP son los premios Internacionales de Diseño que permiten a los estudios, agencias, oficinas y profesionales independientes, medirse con sus pares de toda Iberoamérica. (Premios CLAP, s.f.)

El proyecto se registrará en las inscripciones de la edición 2024 porque hace poco se terminó la edición del 2023.

# CAPÍTULO 5

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al culminar con la investigación del proyecto y tomando en cuenta los resultados de la metodología seleccionada y entrevistas se determinaron las siguientes conclusiones y recomendaciones.

### 5.1 Conclusiones

- El tema tuvo una acogida favorable tanto en los posibles consumidores como los profesionales entrevistados. Consideraron que es un producto poco desarrollado en el mercado ecuatoriano que puede llegar a tener un impacto positivo en sus usuarios.
- El kit cumple con ser una propuesta de empaque para un kit de agricultura destinado a hogares con un enfoque en la educación y sostenibilidad.
- La marca y sus elementos gráficos permiten captar la atención de los niños, es atractiva y logra transmitir fácilmente toda la información necesaria.
- Al ser un producto no visto en el mercado ecuatoriano, puede llegar a ser una gran oportunidad de negocio para ser implementada.

### 5.2 Recomendaciones

- Difundir el kit para que llegue a más personas a las que les gustaría adquirirlo con herramientas como redes sociales y una página web.
- Invertir en imprimir ejemplares del kit pero con todos los materiales y herramientas mencionadas en el mismo.
- Considerar la inclusión de elementos interactivos, como juegos en una app móvil, que complementen la experiencia de cultivo. Estos elementos no solo mantendrán el interés de los niños, sino que también contribuirán a fortalecer su conexión emocional con el proceso de crecimiento de las plantas.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

*5 packaging innovations made by HelloFresh.* (s. f.).

<https://www.hellofreshgroup.com/en/newsroom/stories/5-packaging-innovations-made-by-hellofresh/>

Baird, R. (2023, 1 marzo). *New packaging for Kid O by Studio Lin - BP&O.*

BP&O - Branding, Packaging and Opinion.

<https://bpando.org/2014/07/16/packaging-kid-o-by-studio-lin/>

*Campaign of the Week: IKEA Toybox.* (s. f.). Contagious.

<https://www.contagious.com/news-and-views/campaign-of-the-week-ikea-ikea-toybox>

Cano, J. (2015). HUERTOS FAMILIARES: UN CAMINO HACIA LA

SOBERANÍA ALIMENTARIA. *Revista Pueblos Y Fronteras Digital*, 10

(20), 70. <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2015.20.33>

Cano Ramírez, M., Tejera, B., Casas, A., Salazar, L., & García-Barrios, R.

(2012). Migración rural y huertos familiares en una comunidad indígena del centro de México. *Botanical Sciences*, 90(3), 287-304.

<https://doi.org/10.17129/botsci.391>

Carrus, G., Passiatore, Y., Pirchio, S., & Scopelliti, M. (2015). Contact with

nature in educational settings might help cognitive functioning and promote positive social behaviour / el contacto con la naturaleza en los

contextos educativos podría mejorar el funcionamiento cognitivo y

fomentar el comportamiento social positivo. *Psychology*, 6(2), 191-212.

<https://doi.org/10.1080/21711976.2015.1026079>

Christina. (2023, 27 marzo). *Discover the importance of gardening.* Little

Sprouts Learning. <https://littlesproutslearning.co/importance-gardening/>

- Design Council. (s. f.). *The Double Diamond - Design Council*.  
<https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>
- Edmondson, J., Davies, Z., Gaston, K., & Leake, J. (2014). Urban cultivation in allotments maintains soil qualities adversely affected by conventional agriculture. *Journal of Applied Ecology*, 51(4), 880-889.  
<https://doi.org/10.1111/1365-2664.12254>
- Educo. (2019, 8 noviembre). *Las ventajas de tener un huerto urbano en casa*. Cuaderno de Valores: el blog de Educo. <https://www.educo.org/blog/las-ventajas-de-tener-un-huerto-urbano-en-casa>
- Galhena, D. H., Freed, R. D., & Maredia, M. K. (2013). Home Gardens: a promising approach to enhance household food security and wellbeing. *Agriculture & Food Security*, 2(1). <https://doi.org/10.1186/2048-7010-2-8>
- GammaUX. (2021, 14 octubre). *Cómo usar el modelo del doble diamante para impulsar innovación en diseño*. GammaUX.  
<https://www.gammaux.com/blog/como-usar-el-modelo-del-doble-diamante-para-impulsar-innovacion-en-diseno/>
- HelloFresh. (n.d.). *Recycling and Packaging | HelloFresh*. HelloFresh.  
<https://www.hellofresh.com/about/sustainability/packaging>
- Hervas, J. (2016, 2 febrero). *Diseño de envases para niños*. bolsas de papel.  
<https://bolsas-de-papel.com/ejemplos-de-packaging-divertido-y-original-orientado-a-ninos/>
- Inelectra. (2021, February 19). *Síndrome Déficit de Naturaleza - Inelectra*. Inelectra. <https://www.inelectra.com/boletin/sindrome-deficit-de-naturaleza/>
- INFINITIA. (2022, 16 mayo). Design thinking y método de doble diamante para procesos de diseño e innovación. *INFINITIA Industrial Consulting*.

<https://www.infinitiaresearch.com/noticias/design-thinking-y-metodo-de-doble-diamante-para-procesos-de-diseno-e-innovacion/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20Modelo%20Doble,del%20usuario%20est%C3%A1n%20siendo%20cubiertas>

Janus, E., Szewczyk-Taranek, B., & Smrokowska-Reichmann, A. (2022).

Perceived functions of allotment gardens and their importance during the covid-19 pandemic in poland. *Folia Horticulturae*, 34(1), 51-63.

<https://doi.org/10.2478/fhort-2022-0006>

Koay, W. and Dillon, D. (2020). Community gardening: stress, well-being, and resilience potentials. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), 6740. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186740>

Leech N.L., Onwuegbuzie A.J. (2009). A typology of mixed methods research designs. *Qual Quant*, 43, pp. 265-275. <https://doi.org/10.1007/s11135-007-9105-3>

McFarland, A., Sommerfeld, A., Waliczek, T. M., & Zajicek, J. M. (2023). Use of gardening programs as an intervention to increase children's ability to delay gratification. *Horttechnology*, 33(1), 131-137.

<https://doi.org/10.21273/horttech05135-22>

Mohsin, M., Anwar, M., Jamal, F., Ajmal, F., & Breuste, J. (2017). Assessing the role and effectiveness of kitchen gardening toward food security in punjab, pakistan: a case of district bahawalpur. *International Journal of Urban Sustainable Development*, 9(1), 64-78.

<https://doi.org/10.1080/19463138.2017.1286349>

Montanes, J. (2020, 3 febrero). *Construyendo una imagen de marca III: Visual Branding Canvas, la herramienta - Javiermontanes.com.*

javiermontanes.com.

<https://www.javiermontanes.com/2020/02/02/construyendo-una-imagen-de-marca-iii-visual-branding-canvas-la-herramienta/>

Mp, S., Sk, S., PN, N., & Hariba, S. (2023). Kitchen garden: perceived role and utilization among rural households in mandya, southern karnataka. *Asian Journal of Medical Sciences*, 14(4), 111-114.

<https://doi.org/10.3126/ajms.v14i4.50798>

Muguira, A. (2023, 31 agosto). *¿Qué es una entrevista? todo lo que debes saber al respecto*. QuestionPro.

<https://www.questionpro.com/blog/es/tecnicas-de-recoleccion-de-datos-entrevista/>

Noopur, K., Ansari, M., & Panwar, A. (2022). Self-reliant in year-round vegetable production through kitchen garden in indo-gangetic plains. *The Indian Journal of Agricultural Sciences*, 91(12).

<https://doi.org/10.56093/ijas.v91i12.120804>

Ortega, C. (2023, 19 junio). *Metodología de encuesta: qué es y cómo te ayuda a llegar a tu público objetivo*. QuestionPro.

<https://www.questionpro.com/blog/es/metodologia-de-encuesta/>

Pasca, L. y Aragónés, J. (2020). Contacto con la naturaleza: favoreciendo la conectividad con la naturaleza y el bienestar. *Ces Psicología*, 14(1), 100-111. <https://doi.org/10.21615/cesp.14.1.8>

Plataforma Tierra. (s. f.). *Packaging sostenible futuro envases*

*agroalimentacion*. <https://www.plataformatierra.es/innovacion/packaging-sostenible-futuro-envases-agroalimentacion>

- Ruiz, Á. and Rodríguez, J. (2015). Los huertos escolares comunitarios: fraguando espacios socioeducativos en y para la sostenibilidad. *Foro De Educación*, 13(19), 213-239.  
<https://doi.org/10.14516/fde.2015.013.019.010>
- Ruiz Valdepeñas, H., Álvarez, E., & Velasco, J. (2018). Práctica social, economía alternativa y espacios de proximidad en la ciudad de Valladolid. *Recerca Revista De Pensament I Anàlisi*, (23), 193-218.  
<https://doi.org/10.6035/recerca.2018.23.9>
- Sánchez, L. G. (2022, 7 junio). Qué es el déficit de naturaleza y cómo afecta a los niños. *RTVE.es*. <https://www.rtve.es/noticias/20220607/deficit-naturaleza-ninos/2357515.shtml>
- Silva, J. (2022, 22 julio). *Desconexión con la naturaleza y su impacto en los niños - País circular*. País Circular.  
<https://www.paiscircular.cl/opinion/desconexion-con-la-naturaleza-y-su-impacto-en-los-ninos/>
- Tracey, D., Gray, T., Sweeting, J., Kingsley, J., Bailey, A., & Pettitt, P. (2020). A systematic review protocol to identify the key benefits and associated program characteristics of community gardening for vulnerable populations. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6), 2029. <https://doi.org/10.3390/ijerph17062029>
- Wem, X. (2017, 24 abril). *Qué es HelloFresh, la empresa que más crece en Europa. + que alimentos a domicilio*. Blog marketing digital.  
<https://acuere.es/2017/04/24/que-es-hellofresh/>
- Whitburn, J. (2020). *Children's Environmental Psychology, Behaviour and Education and Wellbeing: The role of Connection to nature*. <https://researcharchive.vuw.ac.nz/handle/10063/8899>

## **7. ANEXOS**

### **Anexo A: Preguntas de entrevistas**

Las preguntas a realizar para los profesores de la carrera de ingeniería agrícola son las siguientes:

- Desde su experiencia, ¿Cree que es importante fomentar la agricultura en los hogares para promover la sostenibilidad y conexión con la naturaleza?
- ¿Qué elementos y características cree que se deban incluir en el kit para que sea efectivo y fácil de usar?
- ¿Qué tipo de contenido educativo considera que sería más efectivo para incluir en el kit de agricultura?
- ¿Cuáles son los vegetales o frutas que considera que se deben incluir inicialmente en el kit por su facilidad de cuidado?
- ¿Cómo se podrían incorporar practicas amigables con el medio ambiente en el diseño del kit y su contenido?

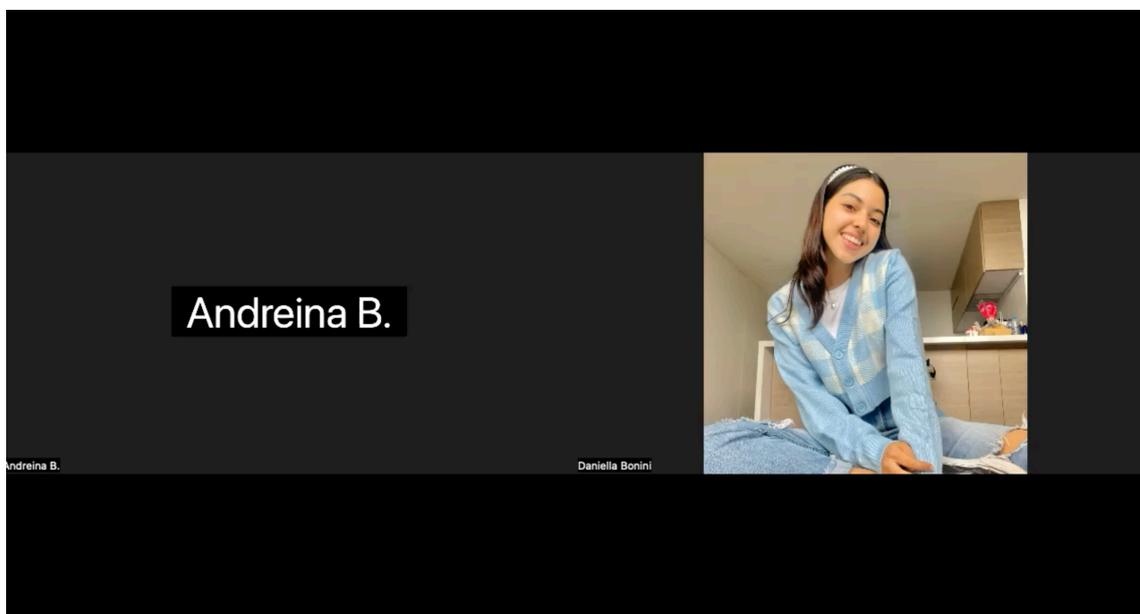
Por otra parte, las preguntas a realizar para los posibles consumidores son las siguientes:

- ¿Tiene experiencia previa en la jardinería o agricultura en el hogar?
- Si es así, ¿qué tipo de actividades ha realizado?
- ¿Qué lo motiva a considerar la posibilidad de tener un kit de agricultura en su hogar?
- ¿Cuáles son sus expectativas o metas al adoptar la agricultura en casa?
- ¿Cuáles cree que podrían ser los mayores desafíos al intentar cultivar alimentos en casa?

- ¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre técnicas de cultivo y agricultura?
- ¿Qué características específicas le resultarían más atractivas en este kit de agricultura?
- ¿Qué le haría elegir un kit en particular sobre otros?
- ¿Qué elementos considera que deben ser incluidos en el kit?
- ¿Cómo cree que la agricultura en el hogar podría afectar positivamente la dinámica familiar?
- ¿Considera importante tener una conexión más cercana con la naturaleza en su vida diaria?

#### **Anexo B: Evidencia de entrevistas realizadas**

- Evidencia de la entrevista con la Ingeniera Andreina Maricel Bravo



- Evidencia de la entrevista con Cindy Ordoñez Arellano

