

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

EsPapaya: Exploración al Sistema Alimenticio y su Futuro

Camila Cruz Miranda

Diseño Gráfico itinerario Diseño Comunicacional

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Diseño Gráfico Itinerario Diseño Comunicacional

Quito, 15 de diciembre de 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Conrtemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

EsPapaya: Exploración al Sistema Alimenticio y su Futuro

Camila Cruz Miranda

Nombre del profesor, Título académico

**Rodrigo Muñoz, MFA
Cristina Muñoz, MA**

Quito, 15 de diciembre de 2020

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Camila Cruz Miranda

Código: 00203538

Cédula de identidad: 1716602279

Lugar y fecha: Quito, 13 de diciembre de 2020

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

Una de las problemáticas más grandes en el mundo, y cada vez se vuelve más difícil de ignorar es la dicotomía entre las personas que padecen hambre y el desperdicio de alimentos. En Ecuador, este problema no es una excepción. La desconexión que existe entre la comida y sus consumidores acentúa la ironía del sistema. Consumidores quienes no tienen conciencia de todos los recursos que se requiere para que la comida llegue a sus hogares a ser consumidas o eventualmente descartadas. No se interiorizan todos los recursos naturales que se necesitan para producir una simple manzana que luego será descartada. O el trabajo incansable de personas que siembran, cuidan y cosechan las naranjas que tomamos en nuestros jugos. La norma rige que los alimentos no consumidos, y que en realidad podrían ser reutilizados o recuperados, están en constante peligro de ser descartados porque no cumplen algún estándar de la industria ya sea por su tamaño, apariencia física o está muy maduro. El problema no es que el sistema alimentario falla, simplemente no funcionó desde un principio.

Esta exhibición presenta a breves rasgos cómo funciona actualmente el sistema de la industria alimentaria, que desperdicia toneladas de comida diariamente. Plantea un movimiento que intenta cambiar el status quo de esta industria, empieza con EsPapaya, una marca sostenible que aborda el problema del desperdicio de alimentos en Quito desde su núcleo: la desconexión que existe entre la comida y sus consumidores. El proyecto analiza el desperdicio de alimentos y propone una línea de productos basada en la economía circular. Además de extender la vida útil del alimento, plantea un modelo sostenible que vincula al consumidor, la empresa y los bancos de alimentos de la ciudad. EsPapaya es una iniciativa de cambio que incentiva al público a ser parte del movimiento de ver lo perfecto en lo imperfecto.

Palabras clave: inseguridad alimentaria, desperdicio, sistema alimentario, sostenibilidad, producción, no consumidos, alianzas, rescate de alimentos, economía circular

ABSTRACT

One of the world's biggest issues, and is becoming increasingly difficult to ignore, is the dichotomy between people who suffer from hunger and food waste. In Ecuador, this problem is no exception. Where the disconnect between food and its consumers accentuates this system's irony. Most consumers are not aware of all the resources that are required for food to reach their homes to be consumed or eventually thrown out. Where not all the natural resources needed to produce a simple apple are internalized that will later be discarded. As well as not understanding all the natural resources needed to produce a simple apple that will later become waste. Or the tireless work of people who plant, care for, and harvest the oranges that we drink in our juices. A norm governs where unconsumed foods, which could actually be reused or recovered, are in constant danger of being discarded because they do not meet some industry standard either because of their size, physical appearance or they are very mature. The problem is not that the food system is failing but it did not work from a start.

This exhibition aims to present how the food industry system currently works, discarding tons of food every day. It proposes a movement that attempts to change the status quo of this industry, starting with EsPapaya, a sustainable brand that addresses the problem of food waste in Quito from its core: the disconnect that exists between food and its consumers. The project analyzes food waste and proposes a product line based on the circular economy. In addition to extending the useful life of food, it proposes a sustainable model that links the consumer, private enterprise, and the city's food banks. EsPapaya is a change initiative that encourages the public to be part of the movement to see the perfect in the imperfect.

Key words: food insecurity, waste, food system, sustainability, production, unconsumed food, alliances, food rescue, circular economy

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	9
Desarrollo del tema.....	11
Conclusiones.....	18
Referencias bibliográficas.....	19
Anexo A: Invitación evento	20
Anexo B: Página de evento	21
Anexo C: Evento	21
Anexo D: Discurso presentación	22
Anexo E: Guión video comercial.....	26
Anexo F: Guión podcast	27
Anexo G: Audio podcast.....	28
Anexo H: Proceso de creación	28
Anexo I: Comercial espapaya.....	29
Anexo J: stop motion producto.....	29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Narrativa multisecuencial	30
Figura 2: Landing page.....	31
Figura 3: Animación destino fruta perfecta	31
Figura 4: Fotografías personas comiendo	32
Figura 5: Descripción comida	32
Figura 6: Pregunta inicial producción comida	33
Figura 7: Infografía recursos para producir comida	34
Figura 8: Footer fruta perfecta	35
Figura 9: Animación destino fruta imperfecta	35
Figura 10: Descripción comida más el mensaje que se desperdicia	35
Figura 11: Infografía desperdicio de alimentos.....	36
Figura 12: Acumulación de desperdicio en la ciudad	37
Figura 13: Footer fruta imperfecta	37
Figura 14: Valores de marca es papaya.....	37
Figura 15: Empaque espapaya	38
Figura 16: Línea de tiempo espapaya	38
Figura 17: Usuarios espapaya	38
Figura 18: Recuperación de calorías	39
Figura 19: Con espapaya vs sin.....	39
Figura 20: Imagen podcast.....	40
Figura 21: La app	40

INTRODUCCIÓN

Una de las problemáticas más grandes en el mundo, y que cada vez se vuelve más difícil de ignorar, es la dicotomía entre las personas que padecen hambre y el desperdicio de alimentos. En Ecuador, este problema no es una excepción. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) estima que se desperdician 939.000 toneladas métricas al año, con esta cantidad de alimentos se podría alimentar a alrededor de 1,5 millones de personas en Ecuador. Adicionalmente, esto significa una pérdida económica superior a los \$334 millones anuales para el país. Mientras que en Quito este desperdicio significa alrededor de 171 toneladas de CO₂ eq / por día de residuos orgánicos.(2019) Los datos mencionados anteriormente dan precedente al inicio del proyecto.

La iniciativa que se origina desde el primer *Capstone* transdisciplinario por parte de la Universidad San Francisco de Quito, donde un grupo interdisciplinario estudiantes de ingeniería industrial, alimentaria y ambiental y diseño comunicacional se juntan para generar una propuesta sostenible en el tiempo que aborde el problema del desperdicio de alimentos de la ciudad. Como punto de partida se trabajó con el Banco de Alimentos Quito, una organización no gubernamental y sin fines de lucro fundada el 2013, que tiene como objetivo rescatar alimentos no consumidos y con el fin de proveer alimentación a grupos vulnerables (Banco de Alimentos, s.f). Después de un amplio proceso de investigación, y prototipado se planteó una pregunta de investigación: ¿cómo se puede crear un negocio que promueva una economía circular que sea sostenible en el tiempo para gestionar los alimentos no consumidos en Quito al vincular al consumidor, academia, sector privado y Bancos de Alimentos de la zona?

El proyecto EsPapaya fue la respuesta a esta pregunta, al ser una marca que intenta abordar el desperdicio de alimentos al crear un modelo basado en la economía circular. La exhibición

toma inspiración de este proyecto interdisciplinario e intenta fortalecer la marca EsPapaya mediante estrategias que llamen la atención ante esta problemática. Proporciona al público una mirada a las fallas del sistema y a su vez propone ideas alternas, donde el público puede unirse al movimiento y aminorar el desperdicio orgánico.

Terminología

El término “alimentos no consumidos”, un término concebido para el proyecto EsPapaya por el equipo para cambiar el estigma que existe detrás de la palabra desperdicio, se usa a lo largo de todo el escrito para hacer referencia a aquellos alimentos que están en peligro de ser descartados ya sea por sobreproducción, tamaño o apariencia física pero que podrían ser reutilizados o recuperados.

DESARROLLO DEL TEMA

Proyecto Inicial

El *Capstone* Transdisciplinario introdujo la problemática y estableció que la “la falta de conexión entre las personas con la capacidad de rescatar alimentos, los generadores de desperdicios y los grupos vulnerables, no permite aumentar la eficiencia metabólica de la ciudad.” (Flor y Muñoz, 2020). Sin embargo, en la primera etapa del proyecto y tras el análisis de la información recopilada, se estableció que el actual modelo de negocios del Banco de Alimentos no ofrecía estabilidad económica para la Fundación. Por lo tanto, se ideó maneras de proporcionar al Banco de Alimentos Quito sostenibilidad financiera en el tiempo y a su vez encontrar una manera de rescatar a los alimentos no consumidos. Aquí nace EsPapaya.

Se quiso generar un negocio sólido y sostenible que aborde el problema de los alimentos desde su núcleo, que arroje luz sobre el desaprovecho de alimentos y a su vez reducir el desperdicio de alimentos no consumidos en la ciudad al reconectar a las personas con el valor de la comida. EsPapaya es el primer producto sustentable de una marca que gestiona los alimentos no consumidos en Quito al vincular al consumidor, la empresa y los bancos de alimentos de la zona. Facilita una forma de salvar la fruta no deseada, que para los ojos del consumidor y de la industria, parecen ser "imperfectas", y extender su vida útil al convertirlo en un producto nutritivo. A su vez, apoya a los Bancos de Alimentos de la zona.

El primer prototipo de EsPapaya es un paquete de láminas enrolladas de fruta deshidratada - recuperada por el Banco de Alimentos de Quito. Un paquete recupera alrededor de 405 calorías y en 15 gramos de producto, aporta más del 60% de vitamina C del valor diario recomendado (Cruz Miranda, et al., 2020). Sin embargo, la idea de EsPapaya va

por encima de ofrecer un producto de calidad sostenible, pero pretende contar una historia que genere conciencia sobre la dicotomía detrás del problema de la alimentación en todas sus formas, a través de diferentes canales, incluso en el empaque.

A su vez, la marca sostiene la necesidad generar alianzas estratégicas con empresas involucradas dentro de la industria alimentaria y tengan mermas que se podrían recuperar. El primer prototipo con el sector privado fue con DANEC, una empresa ecuatoriana con una variedad de productos - desde jabón hasta aceite alimentario-, que busca socios externos para construir sus programas de responsabilidad social y ambiental. Este proyecto es una forma de lograrlo y a su vez da hincapié a que se replique EsPapaya en futuras alianzas, que pueden ser EsNaranja recubierta de chocolate o incluso EsCerveza, hecha con el rescate de bagazo. En esta primera alianza, EsPapaya utiliza láminas enrolladas de fruta deshidratada que concentran el sabor de la papaya, con un toque crujiente y dulce de las galletas wafer que produce DANEC. Finalmente la empresa sería la que realiza la producción y distribución en masa.

El papel de la academia es encargarse de realizar todas las investigaciones necesarias para hacer posible el producto y la marca. Sin embargo, EsPapaya no solo aspira ser una marca, sino una plataforma de cambio, tener un mayor alcance y abordar el problema del desperdicio de alimentos y la disparidad desde su núcleo. Es así, que plantea ampliar su red de impacto al crear una plataforma web, un podcast e incluso una app que brinde comida para tener voz, un espacio donde las personas puedan tener una verdadera conexión con la comida y cambiar la cultura que genera tanto desperdicio.

El proyecto mencionado anteriormente da una base a la exhibición EsPapaya: una exploración al sistema alimentario y su futuro. Esta exhibición digital, a través de la interacción participativa, presenta al público una manera de reconectarse con la comida al demostrarles

cómo funciona el actual sistema de alimentos y EsPapaya como un movimiento que se distiende de este para encontrar un mundo más sustentable en relación a la comida.

Estado del Arte

Para generar un concepto sólido para la exhibición fue necesario explorar otros proyectos que se han realizado con el mismo tema. Para tener un mejor entendimiento de cómo se ha manejado la misma problemática se comenzó con la exhibición del Museo Victoria & Albert, *Food Bigger than the Plate*. El V&A de Londres muestra cómo podría ser el futuro de la comida y guía a los visitantes a través de un ciclo completo de alimentos desde el compost hasta el plato. Fue estructurado en cuatro partes: abono, agricultura, comercio y alimentación, en un intento por dar a los visitantes una idea de dónde podrían encajar en el sistema alimentario y dónde se encuentran en los debates en curso sobre el futuro de los alimentos. (Hitti, 2019). Esta exhibición resalta la necesidad de entender de dónde viene la comida y utilizar al usuario como centro de esta exhibición.

Fue importante encontrar marcas similares a EsPapaya y su manera de narrar sus valores. Misfits Market y Misfits Food se prestan como ejemplos ideales, ambos narran a los productos - los alimentos no consumidos - de una manera personificada al resaltar que, a pesar de su apariencia, son igual de buenos que sus contrapartes. Estas marcas explican su funcionamiento, valores y a su vez tienen una narración fuerte que empatiza con los alimentos y a su vez ayuda al consumidor a hacer lo mismo, con un lenguaje entretenido y amigable. Se rescata de estas empresas la necesidad de tener un storytelling firme que enfatice los valores de marca. De esta manera, al analizar el estado de arte y entender la temática a profundidad, fue posible establecer el concepto para la exhibición.

Exhibición

El concepto para la exhibición se redirige a la pregunta inicial del *Capstone* y los *insights* iniciales de la investigación; existe una falta de conexión entre los diferentes actores involucrados en torno a la comida y sus procesos (desde la producción, el consumo hasta el desperdicio), las personas a menudo subestiman la cantidad de alimentos que desperdician y sobreestiman lo que van a consumir, y para las compañías puede llegar a ser más económico y conveniente simplemente desechar sus desperdicios que donarlos. (Cruz Miranda, et al., 2020)

. Es así que se crearon valores de marca basados en ver lo perfecto en lo imperfecto y abundancia en el desperdicio. ¿Cómo EsPapaya, puede ser el puente que reconecte a las personas con la comida y de esta manera reducir los desperdicios?

La línea narrativa de la exhibición responde la pregunta anterior al plantear dos narrativas y tres escenarios. Las dos narrativas se basan en diferentes sistemas que rodean la comida; el actual - en la cual la comida requiere muchos recursos para ser producida, sin embargo 1/3 de esta se desperdicia sea por sobreproducción o su apariencia, mientras la otra narrativa plantea un sistema repensado que aprecia a lo comida al proponer sostenibilidad a través circularidad de los alimentos e invita a los usuarios a reflexionar que sus elecciones tienen peso para generar cambio. Es así, que la primera narrativa se divide en dos escenarios, la producción de los alimentos y el desperdicio de estos, entretanto, el sistema alimentario sustentable está representado por el movimiento de EsPapaya.

Desarrollo

Se ejecutó el concepto por medio de la plataforma web de la carrera de Diseño Comunicacional (creada en Squarespace). Para la exhibición fue crucial - aunque sea de un índole digital - ser lo más participativa posible, ya que, aspira que el usuario sea el centro del cambio que se propone del sistema y se emerjan en *storytelling* propuesto. La idea del *storytelling* es contar

la historia de manera interactiva, con una diversidad de recursos visuales y auditivos, al generar una narrativa que evite ser unisequencial y que permita al usuario explorar las diferentes etapas y narración por su propia voluntad (Figura 1).

La exhibición comienza con un *landing page* simple que presenta solo dos naranjas, una que se podría denominar “perfecta” y otra “imperfecta” según los estándares de la industria (Figura 2). Cada naranja presentada es un botón que guía al usuario a dos de los posibles escenarios; la etapa de producción de los alimentos – la naranja perfecta, y el desperdicio de los residuos orgánicos – la naranja imperfecta. Esto dos caminos planteados procurar presentar cómo las decisiones del usuario desencadenan consecuencias y determinar donde termina la comida. Es necesario recalcar que no tiene importancia cuál de estos dos escenarios el usuario explore primero, ya que, el tener dos opciones incita la curiosidad de este a explorar la opción no escogida. (Andrade, 2020).

En primera instancia, la naranja perfecta representa cómo llega la comida a los platos de las personas. Comienza con una animación que plantea que al escoger la perfecta, esta se dirige al supermercado (Figura 3). Se exhiben fotografías del tema, al demostrar que la comida forma parte de la cotidianidad y es un proceso que se disfruta (Figura 4), enfatiza el valor de la comida con una serie de adjetivos que la describen termina con el hecho de que la comida es un lujo (Figura 5). Una vez que estos hechos están establecidos para el usuario, la página expone una pregunta: “¿cuánto le cuesta al mundo producir lo que comemos?” (Figura 6). Esta pregunta es seguida por una infografía que presenta los recursos necesarios y efectos que tienen la agricultura y producción de comida. (Figura 7) Por último, esta primera página presenta un *footer*, el cual tiene dos botones que permiten al usuario a llegar a las otras páginas con una invitación a explorar el camino de la imperfecta antes de explorar el proyecto de EsPapaya. (Figura 8).

Adicionalmente, la exhibición presenta a la fruta imperfecta, la cual indica el desperdicio de alimentos. La página inicia con una animación paralela a la de la naranja perfecta que indica que las dos naranjas tienen un mismo comienzo pero terminan en lugares distintos, esta termina en el basurero, fue rechazada (Figura 9). A su vez, presenta el mismo GIF de descripciones de la comida, pero en este caso termina con el hecho de que se desperdicia (Figura 10), dando paso a la infografía que presenta datos del desperdicio orgánico generado en la ciudad de Quito a manera de infografías. (Figura 11). También incluye una infografía en forma de GIF acerca de los rellenos sanitarios, el cual tiene el propósito de ayudar a los usuarios visualizar los datos y concretar en su mente que la ciudad se está llenando de desperdicios (Figura 12). Así mismo tiene un *footer* como en la página de la fruta perfecta con una indicación similar y botones (Figura 13).

Finalmente, ambos escenarios – páginas – tendrán anclas a la página de EsPapaya, la cual exhibe la marca y el movimiento que reevalúa el sistema alimentario. La intención no es presentar a la marca como la solución al problema, sino que a través del ejemplo comienza un movimiento. Se presenta el *storytelling* de la marca y sus valores (Figura 14) con diferentes recursos, como un video (Anexo A) y el empaque del producto (Figura 15). La página demuestra un video stop motion del producto nutritivo (Anexo B). Además, plantea una línea del tiempo especulativa de cómo comienza el proyecto a su desarrollo como empresa, hasta su transformación como movimiento (Figura 16). Presenta a los dos usuarios involucrados con la marca, los consumidores de esta y los bancos de alimentos que se ven beneficiados por la venta de este producto (Figura 17). También, se complementa el sentido de la marca al resaltar las calorías rescatadas al circular el producto (Figura 18); las emisiones de CO₂ evitadas y el número de familias alimentadas vs. que no exista la marca (Figura 19). Finalmente, la página enfatiza que EsPapaya más que una marca, es una iniciativa de cambio que incentiva al público

a ser parte del movimiento que abarca desde un podcast (Figura 20/Anexo C). Explica el proceso de la comida, hasta una app que ayuda a los usuarios evitar el desperdicio (Figura 21)

CONCLUSIONES

Actualmente existe una desproporción descomunal entre la cantidad de comida que se produce, la cantidad que se desperdicia y las personas que sufren de hambre. El actual sistema de comida no fue creado con sustentabilidad en mente donde la comida está siendo rechazada porque no tener el color, forma, tamaño perfecto y existe una sobreproducción innecesaria. ¿No se debería replantear un sistema que desde un inicio no ha funcionado?

Para crear la exhibición EsPapaya: una exploración al sistema alimentario y su futuro se pasó por un largo proceso de ideación para poder resaltar el desbalance que existe dentro de este sistema de una manera visual e impactante para los usuarios. Fue crucial una gráfica distinguida para la propuesta, que no solo refleje la estética de la marca, pero a su vez transmita un mensaje. Así mismo, la propuesta buscó encontrar diversos recursos, desde GIFs hasta audios, que aporten a la narrativa principal para que de esta forma los usuarios se emerjen dentro de esta y sientan responsabilidad en sus decisiones con la comida, e los invita a reflexionar que todas estas tienen un impacto, incluso escoger entre dos frutas; ya que, esto desencadena consecuencias y determina donde termina los alimentos.

La exhibición aspira reconectar a los usuarios con la comida al verla en otra luz y a través del diseño de una marca, EsPapaya, que no solamente contribuye al futuro del planeta al valorar nuestros recursos y reconstruir la idea que tenemos de desperdicio, sino genera una cultura de consumo responsable y sostenible en el tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, G. (septiembre, 2020) *Juegos y Narrativa*. Universidad San Francisco de Quito.
 Flor, D., Muñoz C. (enero, 2020). *Diseño Estratégico e Innovación*. Universidad San Francisco de Quito.
- Cruz Miranda, C. Loaiza, C., López, A., Medina, D., Nicolalde, O. (12 de mayo, 2020).
 Creación de una comarca entre el Banco de alimentos Quito (BAQ) y una empresa nacional con el propósito de comercializar productos elaborados a partir de alimentos no consumidos en el DMQ. Universidad San Francisco de Quito
- FAO. (2018). *El desperdicio de comida, una oportunidad para acabar con el hambre*.
<https://news.un.org/es/story/2018/10/1443382>
- FAO (2011). *Pérdidas y Desperdicio de alimentos en el mundo*. O<http://www.fao.org/3/a-i2697s.pdf>
- FAO. (2016). *Pérdida y desperdicio de alimentos*. <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/es/>
- Hitti, N. (16 de mayo, 2020). *V&A Bigger than the Plate Exhibition*. Dezeen.
<https://www.dezeen.com/2019/05/16/v-and-a-bigger-than-the-plate-exhibition/>
- Keitsch, M. (2019). *Speculative and Critical Design-Features, methods, and practices*.
https://www.researchgate.net/publication/334714904_Speculative_and_Critical_Design_-_Features_Methods_and_Practices
- Thomke (2017). Harvard Business School. *IDEO Product Development*.
- WWF. (29 de septiembre de 2020). *Estamos devorando nuestro planeta: Primer Día Internacional de Concienciación sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos*. World Wildlife Foundation. <https://www.wwf.org.ec/?uNewsID=364845>

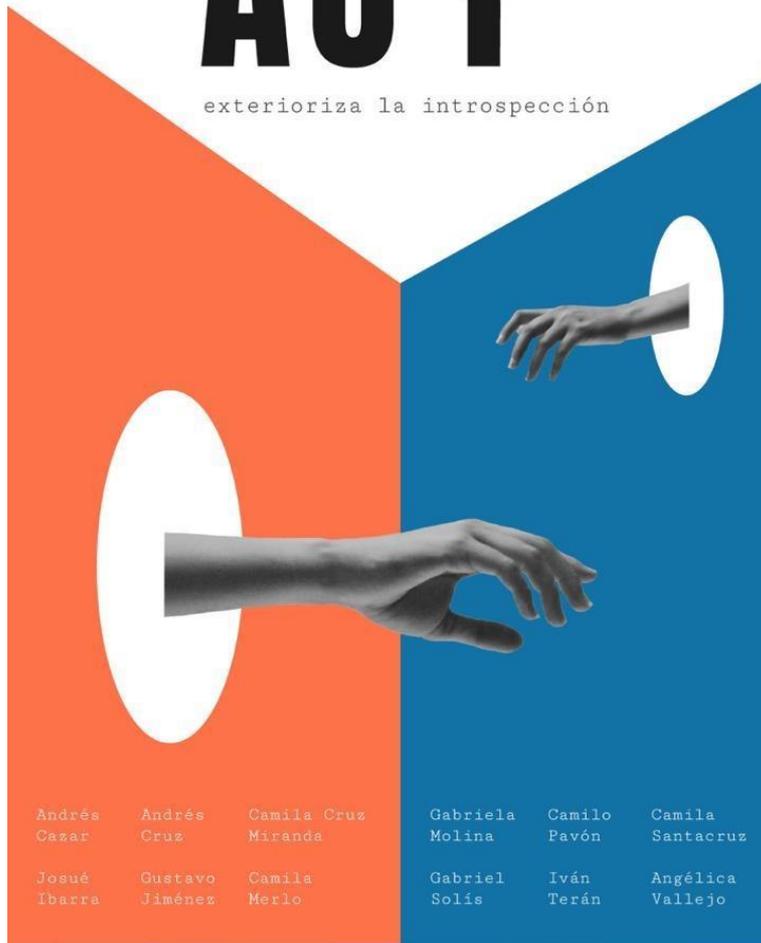
ANEXO A: INVITACIÓN EVENTO

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Jueves 17 de diciembre - 19h00
www.exhibiciondediseno.net

AU 3ª

exterioriza la introspección



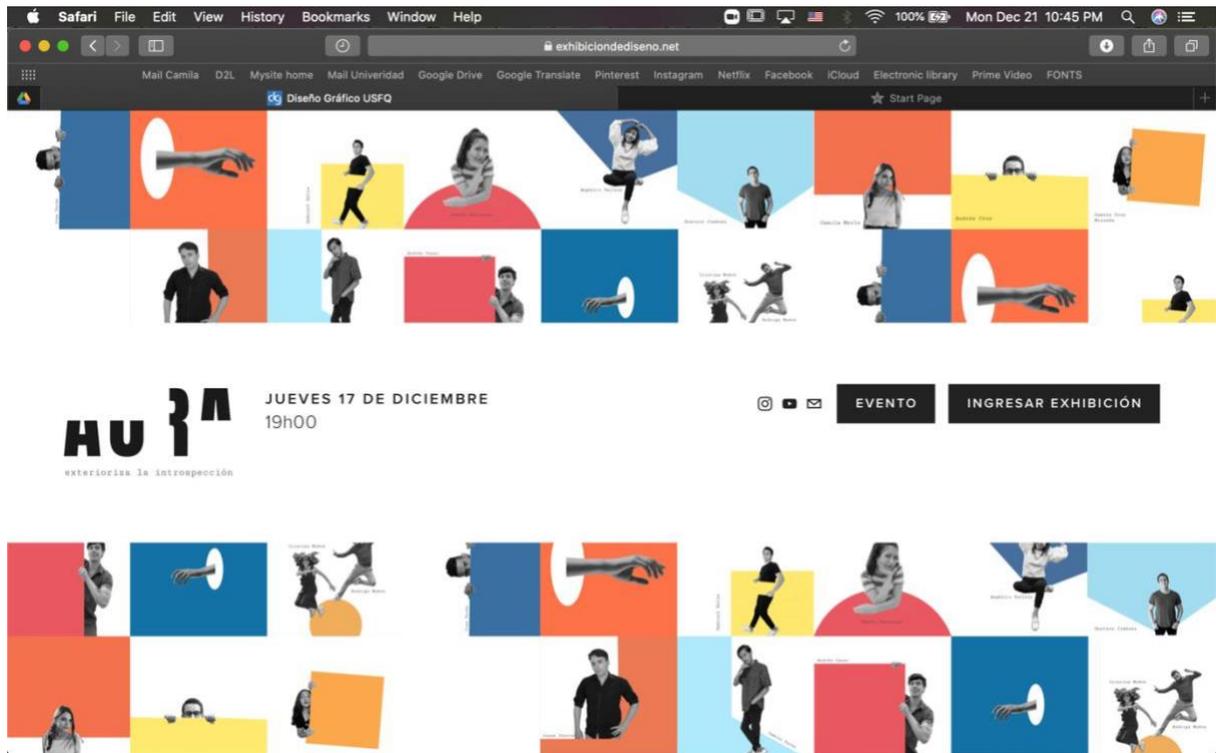
Andrés Cazar	Andrés Cruz	Camila Cruz Miranda	Gabriela Molina	Camilo Pavón	Camila Santacruz
Josué Ibarra	Gustavo Jiménez	Camila Merlo	Gabriel Solís	Iván Terán	Angélica Vallejo



COCOCI. USFQ
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS



ANEXO B: PÁGINA DE EVENTO



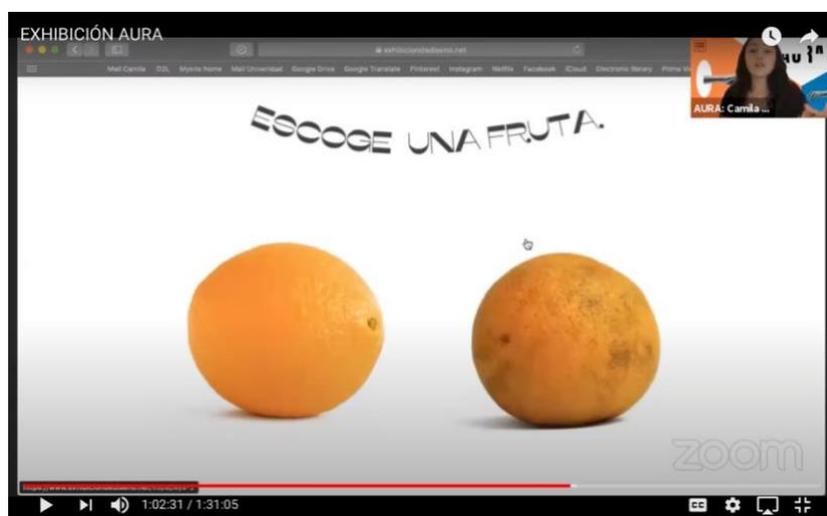
ANEXO C: EVENTO



Inicio del evento



Discurso inicial representando a los estudiantes (minuto 17:55)



Presentación proyecto EsPapaya (1:02:01)

ANEXO D: DISCURSO PRESENTACIÓN

Hola con todos, soy Camila Cruz Miranda y hoy quiero invitarles a reflexionar que todas nuestras decisiones tienen un impacto, incluso escoger entre dos frutas es por eso que mi exhibición en primera instancia plantea dos caminos el de valorar la comida o la necesidad de rescatar los alimentos y depende de nosotros ver que camino tomamos,

Por ejemplo, puede que escojamos la primera, porque se ve más rica.

Sin darnos cuenta, escoger entre estas dos desencadena consecuencias y determinar donde termina nuestra comida, en este caso la fruta perfecta termina en el supermercado, donde podemos comprarla

Así mismo quiero demostrarles a través de la fotografía, que la comida forma parte de nuestro día a día, la compramos y la disfrutamos.

Y recordarles que la comida es nutricional, deliciosa, vital, pero a veces ignoramos que es un lujo.

Parece que hemos perdido esta conexión con la comida, porque al comprarla en el supermercado no nos damos cuenta todo lo que requiere para que llegue ahí.

La agricultura desgasta 33 por ciento de la tierra y los suelos, mientras que usa 69 por ciento de nuestra agua.

Mientras que el proceso de crear esta usa 30 por ciento de la energía producida y causa 75 por ciento de la deforestación.

Siendo así y viendo todo lo que requiere para tener la fruta perfecta, que paso con la imperfecta?

Aquí la idea, es era ver una animación paralela de las dos naranjas que tienen un mismo comienzo pero terminan en lugares distintos, esta termina en el basurero, fue rechazada

La industria alimenticia sobre produce la comida y rechaza a las frutas imperfectas. Sí, la comida es un lujo pero se desperdicia.

Según la FAO y la WWF de toda la comida que se produce 1/3 se desperdicia causando el 8 por ciento de los gases de invernadero

En Ecuador se desperdician novecientos treinta y nueve mil toneladas de comida lo significa que trescientos treinta y cuatro millones de dólares terminan en la basura.

Y además teniendo en mente que todavía existen muchos que sufren de hambre, lo que termina en la basura podría haber alimentado a 1.5 millones de personas.

Mientras tanto los rellenos sanitarios se están llenando de forma que el espacio no puede sustentar y 56 por ciento del desperdicio es éstos son de basura orgánica, esta infografía tiene el propósito de ayudarles a visualizar los datos y concretar en su mente que la ciudad se está llenando de desperdicios.

Estos datos son alarmantes pero de esto nace es papaya, mi propuesta de diseño

¿Que es Es Papaya? Es una marca sostenible, que nace de una colaboración entre empresa y academia basada en la economía circular que ve lo perfecto en lo imperfecto y sabor en el defecto

EsPapaya busca rescatar los alimentos que son desechados porque no encajan en los estándares de la industria, y así alargar su vida útil en un producto nutritivo,

Este proyecto nace desde la iniciativa Ecuador sin desperdicios, donde un equipo interdisciplinario de diseñadores e ingenieros queríamos encontrar una forma de atacar la problemática. Después de un proceso de investigación, ideación y prototipado nace esPapaya, precedente a una línea de productos que buscar rescatar los alimentos

EsPapaya más que una marca, es una iniciativa de cambio que incentiva al público a ser parte del movimiento de ver lo perfecto en lo imperfecto.

La marca no solo quiere vender sus productos a personas que buscan comprar marcas sustentables, pero a través de la venta de estos apoyar a bancos de alimentos de la zona.

Y al comprarla se evita que 405 calorías terminen en la basura y reduciendo emisiones de Co2 todo mientras que alimenta 198 familias a través de los bancos de alimentos

Para crear EsPapaya y el movimiento que reconecta a las personas con la comida y le da una voz a los alimentos “imperfectos” me enfoque en storytelling que comienza desde el empaque y que te lleva a escuchar el podcast Es Comida, que te acerca a entender de dónde viene, cómo se produce, se intercambia, se cocina y termina tu comida.

En esta página podrán encontrar al inicio un video del proceso de creación de marca y aquí un pedacito del podcast, entonces no se olviden de verlo.

Eventualmente saldrá una app que llevará la iniciativa a tus manos ayudándote a evitar el desperdicio.

Este proyecto fue creado para encontrar maneras visuales de valorar nuestros recursos, repensar y reconstruir sistemas que no tienen sustentabilidad en mente, en este caso el de la comida, para así generar una cultura de consumo responsable y sostenible en el tiempo.

Unámonos a la iniciativa de EsPapaya, reducir los desperdicios y crear un mundo balanceado depende de nosotros. Gracias

ANEXO E: GUIÓN VIDEO COMERCIAL

Eso es papaya ¿no lo ves? ¡Es papaya! acércate un poquito más, un poquito maaas, ¡te presento... EsPapaya!

EsPapaya! ¡Fue una papaya! Pero esta no era la más bonita... y ... por su aspecto extraño ... su futuro no es muy prometedor.

En el botadero, trágicamente se descompone... convirtiéndose en 0.5 kg equivalente de emisiones CO2 en vez de cumplir su propósito de vida; ser consumida. En un mundo donde el hambre es un problema, que las 405 calorías de esta papaya terminan esfumándose... en un abrir de cerrar de ojos... solo porque para las personas no es suficientemente perfecta.... parece absurdo, ¿no?

¡Démosle un giro a esta historia!

¿Se han preguntado porque escogemos esta papaya sobre... esta... o incluso esta? La rechazamos por su forma... color... o tamaño.

¿Pero, no deberíamos ver más allá de lo obvio y reinventar la forma tradicional en la que consumimos alimentos?

EsPapaya reconoce el potencial de nuestra amiga la papaya e impulsa su *nuevo look*. (tono de voz cool).

PELAR, DESPEPITAR, HERVIR, LICUAR

Mientras la papaya está siendo rescatada ...

en DANEC sus galletas wafers están siendo creadas para todos los que somos golosos - pero

en su producción sobran unas esquinitas de la galleta - que al igual que la papaya pueden ser rescatadas....

Imagínate que estas dos empresas se unan para generar una deliciosa solución ante esta problemática... solo queda el...

Pelar, despepar, hervir, licuar, mezclar ... ¡Al horno... y cortar! y así llegamos de la papaya a Es Papaya.

Un snack nutritivo y económico que aprovecha los alimentos que no van a ser consumidos y que además apoya a bancos de alimentos de la ciudad que pone a grupos vulnerables como prioridad. Como el Banco de Alimentos Quito quienes han entregado 5 millones de platos de comida para los que más lo necesitan, logrando que un porcentaje de las 4.100 toneladas de alimentos, desperdiciados en Quito, no tengan el mismo triste destino que tuvo la papaya.

Sí, eso EsPapaya, pero puede llegar a ser EsNaranja recubierta de chocolate, o incluso es EsCerveza hecho con el rescate del bagazo. Todos productos pioneros que nacen de aquellos que logran ver lo perfecto en lo imperfecto

La idea no es solamente contribuir al futuro del planeta, al valorar nuestros recursos y deconstruyendo la idea que tenemos de que es un desperdicio, pero también generar una cultura de consumo responsable y sostenible en el tiempo.

ANEXO F: GUIÓN PODCAST

Este es el primer episodio, donde conversaremos con Camila Cruz-Miranda, fundadora de EsPapaya un proyecto que rescata frutas que no encajan en los estándares de la industria o están sobre producidas. Camila se graduó de diseño comunicacional en USFQ, actualmente

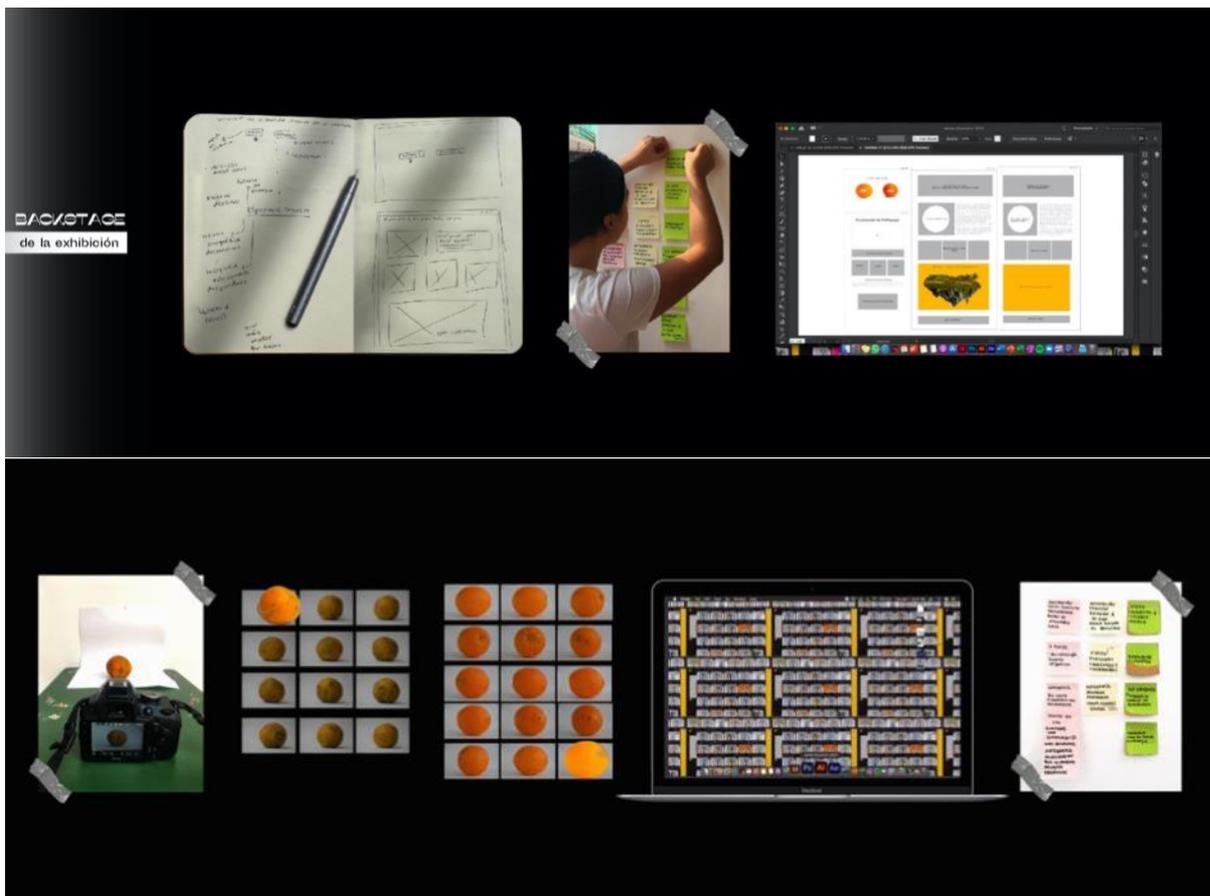
es la CEO de EsPapaya, pero también explora otras problemáticas que pueden ser impulsadas por el diseño.

Hola Cami, Feli y yo estábamos investigando sobre EsPapaya y nos parece una iniciativa súper importante, quisiéramos que nos cuentes cómo inició este proyecto.

ANEXO G: AUDIO POCAST

<https://www.exhibiciondediseno.net/espapaya-que-es>

ANEXO H: PROCESO DE CREACIÓN



ANEXO I: COMERCIAL ESPAPAYA



ANEXO J: STOP MOTION PRODUCTO



FIGURA 1: NARRATIVA MULTISIQUENCIAL

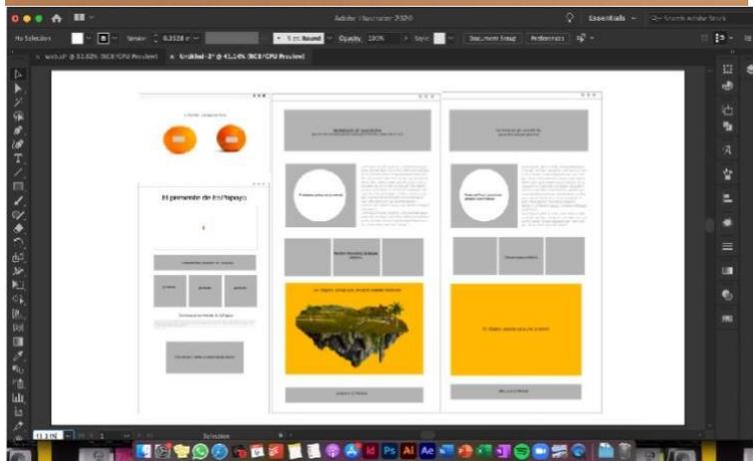
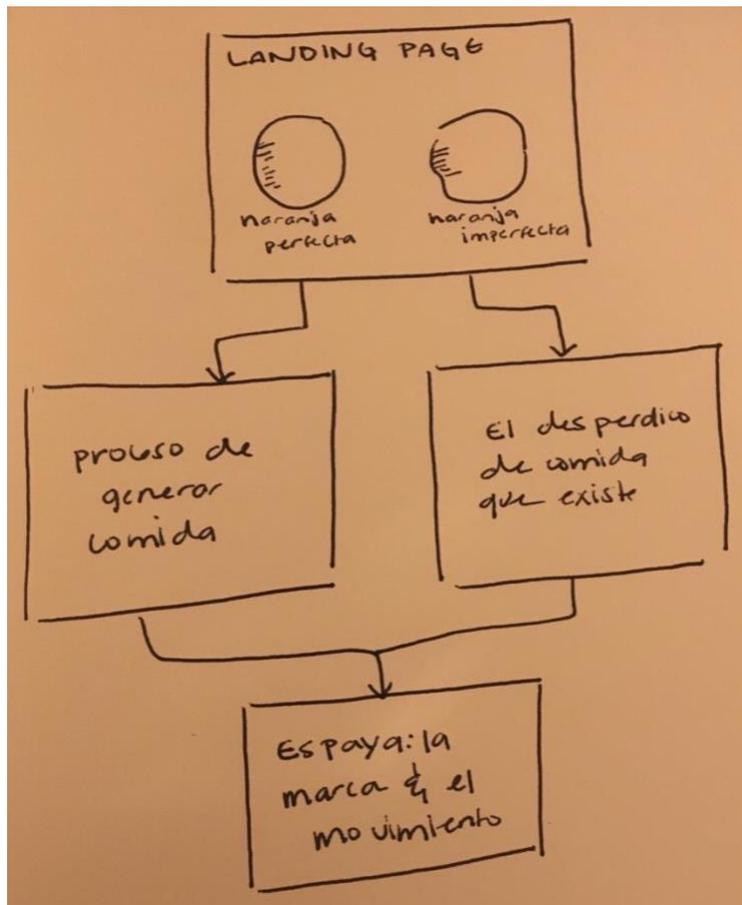


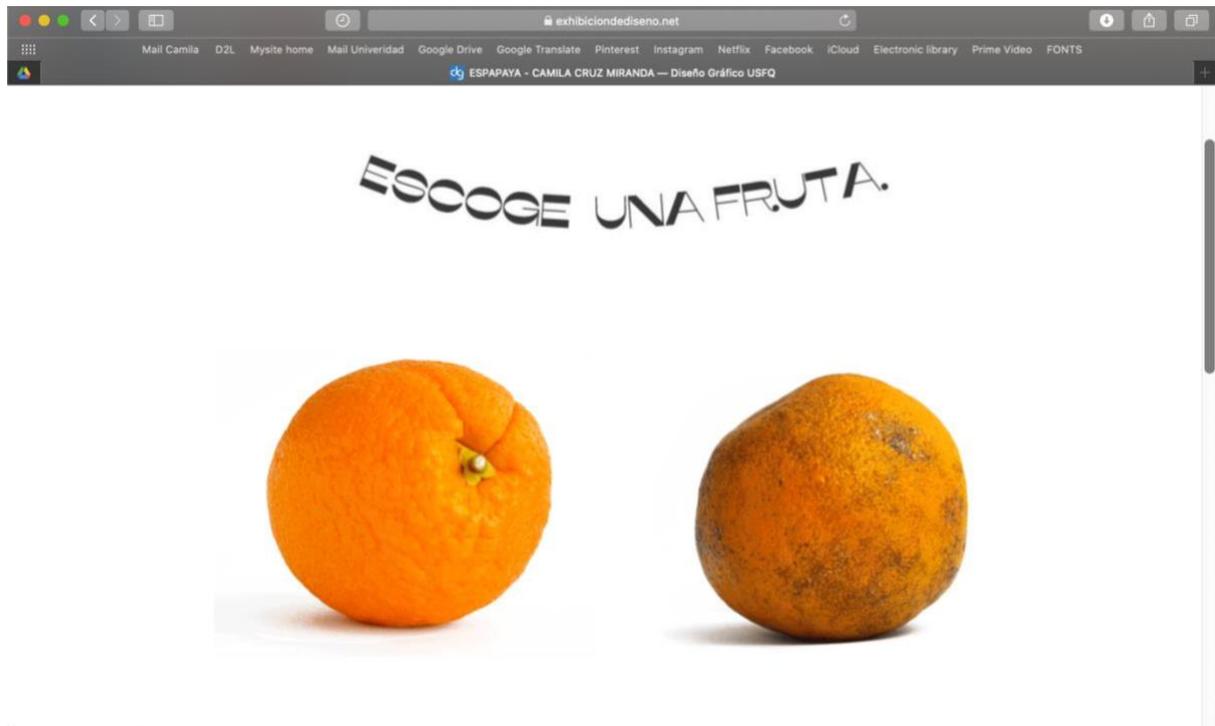
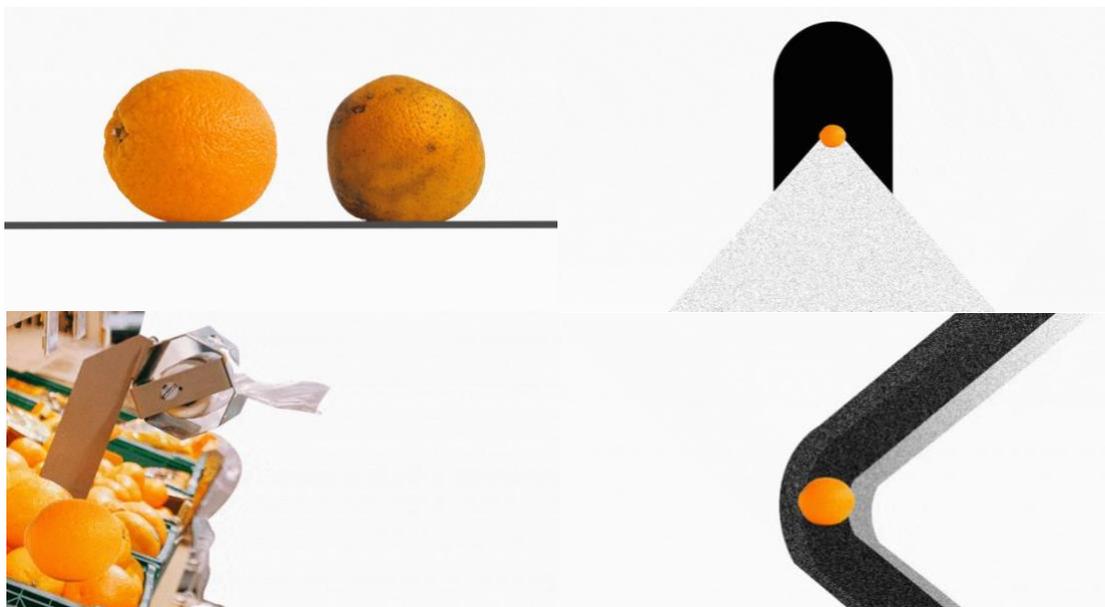
FIGURA 2: LANDING PAGE**FIGURA 3: ANIMACIÓN DESTINO FRUTA PERFECTA**

FIGURA 4: FOTOGRAFÍAS PERSONAS COMIENDO



FIGURA 5: DESCRIPCIÓN COMIDA

**LA COMIDA ES
UN LUJO**

FIGURA 6: PREGUNTA INICIAL PRODUCCIÓN COMIDA

FIGURA 7: INFOGRAFÍA RECURSOS PARA PRODUCIR COMIDA

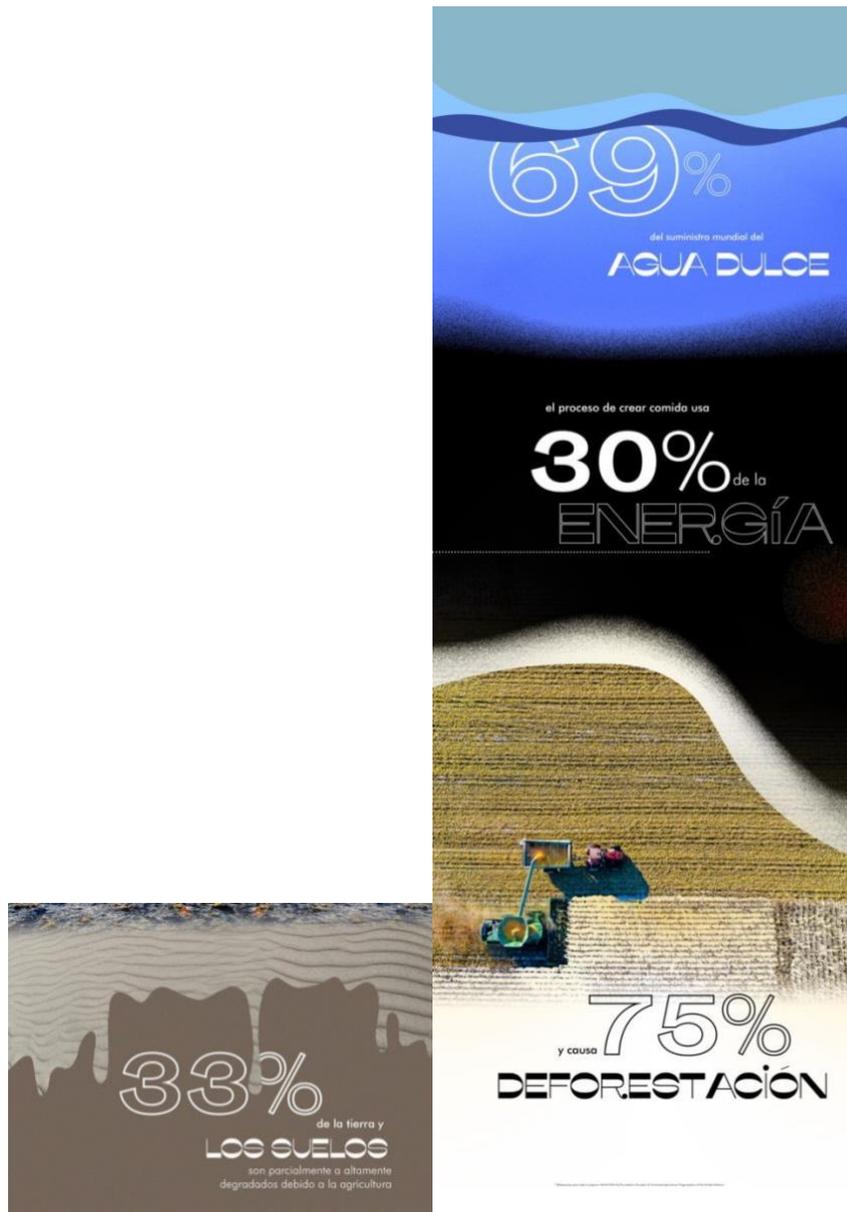


FIGURA 8 FOOTER FRUTA PERFECTA



FIGURA 9: ANIMACIÓN DESTINO FRUTA IMPERFECTA

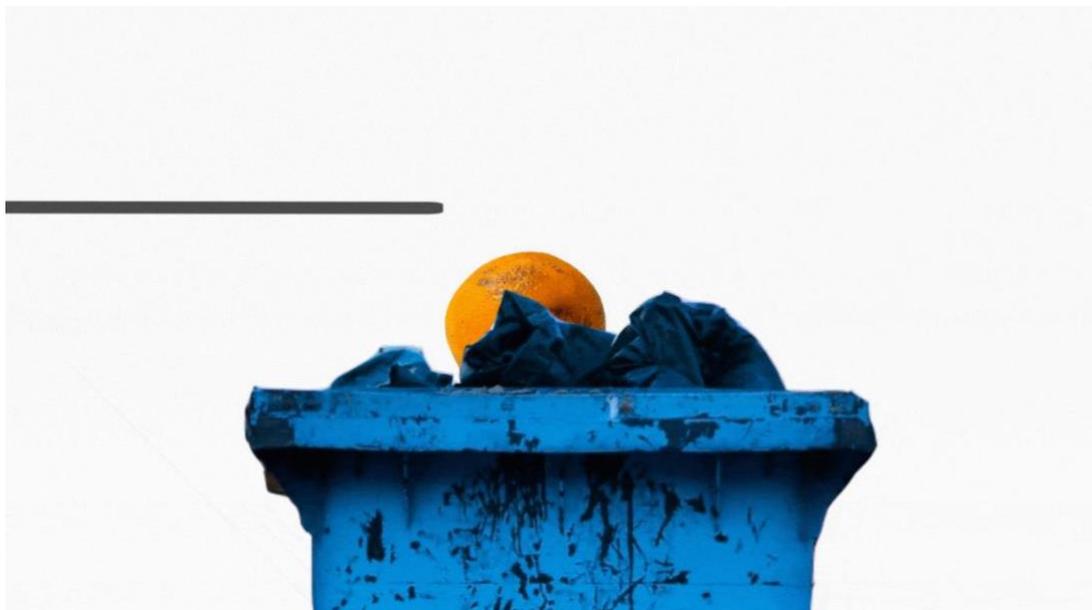


FIGURA 10: DESCRIPCIÓN COMIDA MÁS EL MENSAJE QUE SE DESPERDICIA

PERO SE DESPERDICIA

FIGURA 11: INFOGRAFÍA DESPERDICIO DE ALIMENTOS



FIGURA 12: ACUMULACIÓN DE DESPERDICIO EN LA CIUDAD



FIGURA 13: FOOTER FRUTA IMPERFECTA



FIGURA 14: VALORES DE MARCA ES PAPAYA



FIGURA 15: EMPAQUE ESPAPAYA



FIGURA 16: LÍNEA DE TIEMPO ESPAPAYA



FIGURA 17: USUARIOS ESPAPAYA

¿COMPARAR ES PAPAAYA?

Te encantan los snacks saludables.
¿ Pero te gusta que las marcas que compras tengan una causa social o ambiental ?

LA VENTA DE ES PAPAAYA

Ayuda a los bancos de alimentos de la zona

FIGURA 18: RECUPERACIÓN DE CALORÍAS



FIGURA 19: CON ESPAPAYA VS SIN

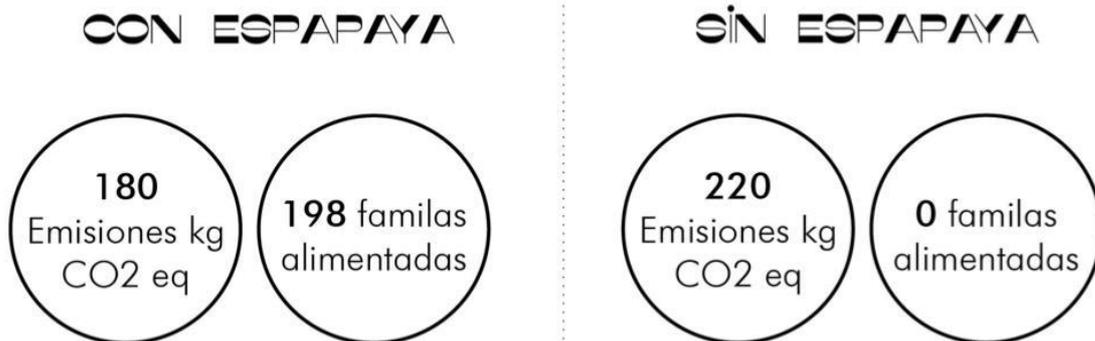


FIGURA 20: IMAGEN PODCAST



FIGURA 21: LA APP

