

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Del Otro Lado

Paola Daniela Morales Guevara

Diseño Gráfico itinerario Diseño Comunicacional

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Diseño Gráfico itinerario Diseño Comunicacional

Quito, 18 de diciembre del 2022

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Del otro lado, concientización sobre la industria de higiene personal
y cosmética**

Paola Daniela Morales Guevara

Nombre del profesor, Título académico Rodrigo Muñoz Valencia, MFA

Quito, 18 de diciembre del 2022

© 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: Paola Daniela Morales Guevara

Código: 00207447

Cédula de identidad: 1751390558

Lugar y fecha: Quito, 18 de diciembre del 2022

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UNPUBLISHED DOCUMENT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

¿Alguna vez te has preguntado qué hay detrás de cada uno de los productos de aseo y cuidado personal que usamos en nuestro día a día? ¿Cuál es su proceso de producción e ingredientes que los componen? El proyecto *Del Otro Lado*, fue creado con la intención de incentivar la creación de un criterio propio y conciencia sobre los procesos de producción e ingredientes de los productos de higiene que usamos a diario y que están en constante contacto con nuestro cuerpo. El concepto lo he plasmado a través de la creación de un cuarto de baño dividido en cuatro paneles infográficos que se acompañan de un producto de higiene personal. Encontrarás la escena de un lavabo en conjunto a la pasta dental; el inodoro acompañado de papel higiénico; en tercer lugar, la ducha acompañada del shampoo; y por último, el escenario de un cambiador con el desodorante. Cada producto fue seleccionado por la frecuencia de uso como también la naturalidad con la que los compramos, así como las grandes cantidades en las que se consume el producto semanalmente o al mes.

Palabras clave: impacto ambiental, impacto en salud humana, industria cosmética e higiene, concientización, diseño infográfico, exhibición de diseño.

ABSTRACT

Have you ever wondered what is behind each of the toiletries and personal care products we use in our daily lives? What are their production processes and the ingredients that compose them? *Del Otro Lado* was created with the intention of encouraging the creation of our own criteria and awareness about the production processes and ingredients of the hygiene products that we use every day and that are in constant contact with our bodies. The concept I have captured through the creation of a bathroom divided into four infographic panels that are accompanied by a personal hygiene product. You will find the scene of a sink together with toothpaste; the toilet accompanied by toilet paper; thirdly, the shower accompanied by shampoo; and finally, the scene of a changing table with deodorant. Each product was selected by the frequency of use as well as the naturalness with which we buy them, as well as the large quantities in which the product is consumed weekly or monthly.

Keywords: environmental impact, impact on human health, cosmetics and hygiene industry, awareness, infographic design, design exhibition.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	10
Desarrollo del Tema	12
Conclusiones	27
Referencias bibliográficas	28
Anexo 1: Página Web	31
Anexo 2: Promoción "Del Otro Lado" en Instagram	32
Anexo 3: Producto Infográfico Final	33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Lado A de panel	15
Figura 2: Lado B de panel	15
Figura 3: Infografía de microplásticos	17
Figura 4: Panel con ilustración de lavabo	18
Figura 5: Infografía de Papel Higiénico	20
Figura 6: Panel con ilustración de inodoro	20
Figura 7: Panel con ilustración de ducha + infografía	23
Figura 8: Panel con ilustración cambiador + infografía	25

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Página Web	31
Anexo 2: Promoción "Del Otro Lado" en Instagra	32
Anexo 3: Producto Infográfico Final	33

INTRODUCCIÓN

Una de las industrias que en la actualidad crece constantemente es la de productos de higiene y cuidado personal. Los países que tienen mayor auge son Estados Unidos, el Reino Unido y el continente asiático. Estos se han convertido en el gran monstruo de la industria debido a que son los mayores exportadores de productos como pasta dental, perfumes, exfoliantes, productos de cuidado facial y corporal. Sin embargo, esto se convierte en un problema cuando solo hay un enfoque de consumismo, al ser manipulados por los mensajes publicitarios que comparten. Desafortunadamente, se ha evitado conocer a fondo los componentes o procesos que se encuentran detrás de estos y que permiten tener diversos productos en la percha del mercado más cercano. Esta es la base y gran motivación con la que se ha creado el proyecto *Del Otro Lado*, cuyo objetivo es evidenciar esta problemática que afecta a todo el mundo. La falta de conocimiento siempre será un mal que no permite avanzar para, conscientemente, crear un cambio positivo en la comunidad y próximas generaciones. Este es un proyecto que se expone en *Hibrida*, exhibición de diseño realizado por la Universidad San Francisco de Quito. Aquí, mediante un juego de materiales y creación de estructuras se logró plantear un diseño infográfico representado en 4 paneles que aluden al diseño de un baño y los rituales de cuidado personal. Cada panel expone distintos productos: pasta dental, papel higiénico, desodorante y shampoo. La decisión de tomar estos productos se da bajo la idea de recrear un escenario que resulte familiar para el espectador, evidenciando que el realizar una acción a diario no significa hacerlo con total conciencia, de esta manera se incentiva a tener un criterio frente al impacto que cada producto deja y saber porque usamos lo que usamos. Se invita a incrementar el conocimiento sobre los productos adquiridos y los efectos que estos tienen en los humanos y el resto del planeta. La información que se menciona dentro de las infografías diseñadas se basan en el incremento de

contaminación, huella de carbono, microplásticos o contaminación a aguas, la fuerte composición química y las consecuencias negativas a largo plazo para nuestra salud. ¿Estás listo para concientizar el proceso detrás de la compra de estos productos?

DESARROLLO DEL TEMA

La higiene personal es un tema importante y presente en el día a día de las personas e incluso una de las industrias con mayor impacto que se mantiene en constante crecimiento. Solo en Latinoamérica se ha concluido que una persona de clase promedio destina gran parte de su ingreso al consumo de productos cosméticos. Esto es debido a que la población latinoamericana tiende a interesarse mucho por su aspecto físico como el aroma que emanan, cuidando su impresión en ámbitos sociales, laborales y personales.

Para poder comprender la evolución de la industria cosmética e higiene personal, se plantea una línea del tiempo que comienza en los años 20 's. Empieza cuando la empresa *Lever*, posteriormente llamada *Unilever*, crea productos relacionados al cuidado personal, pero los presenta como el plus necesario en una persona para hacer que su imagen sobresalga sobre otros a través de narrativas de ascenso social, personal y laboral. En los años 60's esta industria creció a gran escala, 120 veces más exactamente , llegando a valorizarse actualmente en 450.000 millones de euros anualmente (Borunda, 2019). Un dato a considerar, es que mientras más crece la industria de productos de cuidado personal, también lo hace la industria del plástico. Esto dado que todos estos productos son envasados en este material por la facilidad y resistencia que garantiza durante el transporte; así como su maleabilidad. Los desechos plásticos se acumulan continuamente y forman parte del 70% anual de desechos que se encuentran en vertederos (Borunda, 2019).

Con el tiempo, se ha visto lo fácil que es persuadir a los humanos para que adquieran hábitos de consumo. Las diversas marcas en el mercado comparten mensajes emocionales con los que frecuentemente se logra crear un sentido de empatía, lo cual provoca que generemos una conexión con las mismas. No obstante, la mayoría de personas considera que el mensaje

compartido por las marcas tiene como objetivo solamente mostrar la “cara linda de la moneda”, ocultando información importantes, como el impacto ambiental.

En este contexto, se investigó los hábitos de higiene personal que mantienen los quiteños, así como su nivel de conciencia en el proceso de compra hasta el uso de productos de este ámbito. Para esto se realizaron encuestas a más de 100 personas y entrevistas a seis, dos mujeres y cuatro hombres. Esto con el fin de conocer su rutina de cuidado diario, productos que usan y su opinión sobre el consumo de estos. Tras la investigación se logró concluir tres insights:

1. Primero, las personas se sienten limitadas por los productos que están en el mercado, sobre todo cuando buscan una opción eco amigable y los productos existentes no resultan atractivos a la vista. Esto causa escasa confianza sobre su efectividad.
2. Aquellas personas que mantienen una vida sustentable y evitan caer en un loop de consumismo, son percibidas con un halo de superioridad y son pocas las personas que comparten los conocimientos adquiridos. En este contexto, si es que se ha encontrado una “solución” al problema, se mantiene en un grupo pequeño y no se transmite ampliamente.
3. Los entrevistados piensan que mientras el producto mantenga una buena presencia en el mercado será consumido con más probabilidad. La característica que más llama su atención es un aroma agradable, ya que eso demuestra calidad (Aguirre y Morales, 2021).

Y si todo esto está pasando por la mente de los jóvenes adultos, ¿por qué no se ha dado un cambio en la manera de consumo? Si bien existe una apertura en las generaciones jóvenes en comparación a las adultas hacia el cuidado ambiental y la reducción del consumo de plásticos, esto no necesariamente se evidencia en sus hábitos.

Latinoamérica representa el 14.1% del público consumidor y Ecuador está entre los países que encabezan la lista junto a Perú y México, destacando que una persona gasta mínimo \$99 anualmente (Yazmín Balula, 2019). Las marcas conocen estos datos, sin embargo no buscan crear un cambio en nuestros hábitos de consumo, sino que, por el contrario, lo potencian. (Euromonitor International, 2014). Debido a esto, resulta urgente buscar incrementar nuestro conocimiento sobre lo que consumimos, sus beneficios y qué tipo de proceso de producción estamos apoyando.

Estructurando el problema

De esta manera, el problema central de este proyecto se define como la falta de conciencia sobre procesos de producción o ingredientes detrás de los productos de higiene personal. El público objetivo con el que inició este proyecto eran jóvenes adultos de 22 a 29 años, sin embargo mientras más avanzaba la investigación se dió apertura a ampliarlo a públicos más grandes debido a su impacto global.

Se optó por demostrar información concreta sobre cuatro productos específicos de la industria de la higiene y cosmética. Esta información es contada a través de infografías que muestran los compuestos y procesos industriales de estos productos. La diagramación responde a capas de información: primero, fondos que plantean un escenario cotidiano y sobre este, infografías. El set de baño se divide en cuatro escenarios: lavabo, inodoro, ducha y tocador. Esto con el fin de aludir a una rutina frecuente en nuestro día a día y muy personal como la del baño. Aparte, se encuentran en el orden correspondiente a cada escenario la pasta dental, papel higiénico, shampoo y el desodorante.

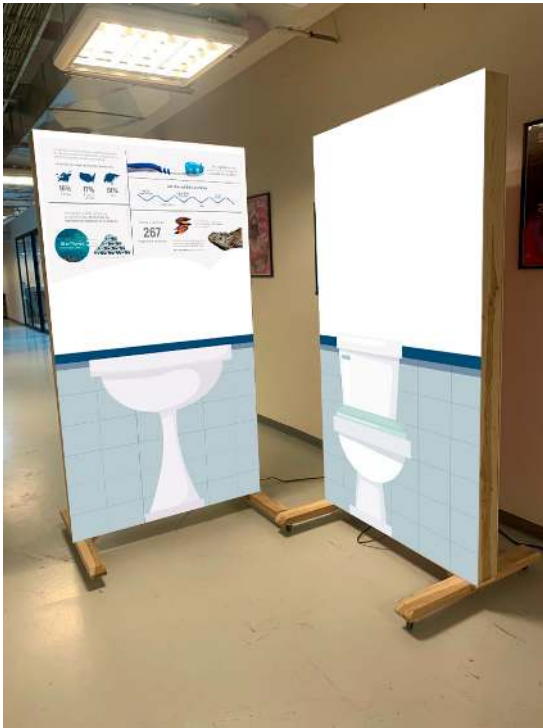


Figura 1: Lado A de paneles en exhibición **Figura 2:** Lado B de paneles en exhibición

Una pasta dental con dosis de microplástico

Para este producto se decidió hablar sobre la cantidad de microplástico que se encuentra en las pastas con diamantes (brillos) limpiadores. Se inicia comentando sobre el constante crecimiento de la industria de la higiene y las conclusiones de cuales son los países con mayor producción plástica, según *PlasticsEurope* (2019): 16% en Europa, 17% en Estados Unidos y el 51% Asia. Esta industria genera cantidades importantes de residuos, mismos que terminan en el océano e incrementan los niveles de contaminación. Según Bila y colaboradores, mediante un estudio realizado en 2019 se detectó que el tipo de pasta dental que posee brillos limpiadores llega a tener cerca de 0,7% (m/m) de microplásticos o polietileno. En base al estudio generado por el Fondo Mundial para la Naturaleza en 2019, si

sumamos todos los residuos de microplástico, obtenemos 10 millones de toneladas que desembocan en aguas marinas (Matos Vargas et al., 2022, p. 706 a 708).

Esto no solo afecta a la humanidad y a la salud, sino también al ambiente, teniendo en cuenta que una persona promedio usa cerca de 15 mg de microplásticos al día en diversos productos, provocando que estos residuos se acumulen y contaminen el medio ambiente. Todo desemboca en las aguas marinas, y a pesar que previamente pasa por un proceso de limpieza en el que los residuos son separados, las micropartículas no siempre logran retirarse debido a su pequeño tamaño y permaneciendo durante todo el trayecto. Esto termina por afectar a 267 especies según Moore e incrementa constantemente, ya que una sola especie puede afectar a toda la cadena alimenticia. Un ejemplo de esto es el mejillón que al ser una especie filtradora, absorbe por medio de sus branquias de 3 a 10 μm microesferas semanal o mensualmente y que al continuar con la cadena alimenticia llega hasta animales terrestres como el lagarto indio, en el que se encontró residuos de fenantreno. Este es un ejemplo de cómo mediante las cadenas alimenticias se alarga la descomposición del plástico, considerando que este tipo de residuos contienen un mínimo de 4% de aditivos químicos (Matos Vargas et al., 2022, p. 706 a 708).

Si bien se busca exponer los problemas ocasionados por el impacto ambiental que dejan varias industrias, también es necesario mentalizarse sobre la responsabilidad que cae en los consumidores y encaminar todo hacia un cambio positivo. Por un lado está el caso de Brasil, país que en 2016 decretó una ley Federal (PL 6528/2016), esta prohíbe a los productos de higiene personal y cosmética que han sido adicionados microesferas poliméricas. Al igual como cambio de ingredientes se puede optar por usar biomateriales como cera de abeja, salvado de arroz, derivados del almidón de maíz, algas, arcillas, entre otros (Matos Vargas et al., 2022, p. 706 a 708).

Para la exhibición, se creó una composición mediante una ilustración de lavabo como base y objetos reales como el montaje de una llave de agua o la repisa sobre la cual se colocaría un vaso con pasta y cepillo dental. Los materiales usados fueron impresión en vinil y sintra como soporte. Ciertos elementos como la infografía se colocaron en capas para crear un efecto superposición. A continuación, en las figuras 3 y 4, podrás observar con más detalle la infografía y el diseño de lavabo que se ha desarrollado.



Figura 3: Infografía sobre microplásticos en pasta dental



Figura 4: Vista del panel con ilustración de lavabo junto a infografía de pasta dental

El impacto del papel higiénico

El papel de baño es el segundo producto de higiene seleccionado para la exhibición. Si bien se tiene familiaridad con su uso, no siempre nos preguntamos cómo fue hecho, que implica y cómo es su camino hacia las perchas de los supermercados. En base a toda la información, me he enfocado en el proceso de producción y el impacto ambiental que la industria provoca. El uso del papel se debe a una cultura del baño occidentalizada que está en constante crecimiento, ya que si bien hay culturas cuyas rutinas no ven necesario el uso de papel, el mercado se ha encargado de colocarlo así sea para el secado de manos. Según el portal alemán *Statista* (2019), esta es una industria que genera 13.800 millones de euros. China es el

primer país en recibir estos ingresos y le siguen Estados Unidos y La Unión Europea (Campillo, 2019). El proceso de producción del papel higiénico empieza por la selección de árboles de pino y abeto, ya que estos permiten la creación de un papel más suave. De cada árbol se obtienen cerca de 810 rollos. Se requiere de 37 mil litros de agua y para culminar se añade formaldehidos, cloro y compuestos organoclorados que le dan la resistencia, mayor suavidad y color (Giménez, 2019).

Los bosques de Canadá, son de los lugares de donde más se extrae materia prima para el papel; sin embargo, este tipo de espacios tienen una masa arbórea y componen el 12% del carbono total mundial. Para este fin se talan cerca de 11 mil millones de hectáreas. Solo en los últimos 20 años, se ha destinado el 80% de la madera a la producción de papel, lo cual afecta a todo el ecosistema, ya que tanto especies como cerca de 600 comunidades indígenas pierden su hábitat. La vida útil del producto es sumamente corta debido a que solo tiene un uso y es desechado. Todo esto suma al 26% de los residuos presentes en un vertedero de basura, generando 420.000 toneladas de dióxido de carbono al año. La gran mayoría del papel que no se descompone es incinerado, y esta emisión aumenta los gases del efecto invernadero (Campillo, 2019).

Para la exhibición, se decidió que uno de los laterales del panel lleve la ilustración de un inodoro, misma que se imprimió en vinil y se colocó sobre sintra. Se mantuvo la idea de colocar objetos reales y en este caso se colocó un dispensador de papel en la parte superior derecha. De este se podía sacar el papel sobre el cual se imprimió la infografía destinada a esta sección. En la figura 5 y 6 se puede observar a detalle el producto.



Figura 5: Infografía producción de papel higiénico, impresión en toalla de papel para manos.



Figura 6: Vista del panel con ilustración de inodoro.

La composición real del Shampoo

Para el lado B de los paneles se ha creado el escenario de una ducha y un tocador con los productos de shampoo y desodorante. Estos se seleccionaron por el uso cotidiano en la rutina de la mayoría de las personas y su auge dentro de la industria cosmética y de cuidado personal. En las infografías se quiere destacar algunos de los compuestos que hacen a cada uno de estos productos, sin embargo hay que tener en cuenta que los compuestos mencionados en la investigación no están presentes obligatoriamente en todos los shampoos o desodorantes. La intención de crear este espacio es que las personas sientan curiosidad por conocer a fondo los productos que consumen y en base a ello logren construir un criterio al momento de comprarlos.

Al empezar a investigar sobre el shampoo, se notó que el residuo que deja empieza por el envase plástico en el que usualmente se comercializa. Estos envases son exportados por países como Estados Unidos o China, lo cual crea un sistema de transporte complejo y muy contaminante. Por otro lado, desde los años 60 's la producción de plástico como shampoo incrementó más de 120 veces ocasionando que el 70% de estos residuos se acumulen en vertederos. En un estudio realizado en la Universidad de Loughborough, por la diseñadora sostenible Rhoda Trimmingham, se evidencia que la mayoría de los shampoos se componen de 90 a 95% de agua. Esto significa que al comprar el producto, principalmente se adquiere agua envasada en plástico y al consumirlo es como regresar todo este producto en cantidades monstruosas a las aguas servidas, lo cual incrementa la huella de carbono, huella de plástico y huella hídrica (Borunda et al., 2019).

Uno de los compuestos que se encuentran en un shampoo y acondicionador son siliconas o también llamados siloxanos. Estos son polímeros que lubrican al cabello mientras se lo lava. Sin embargo, según el científico David Suzuki se los debería evitar, dado que, si bien a

muchos se les añade emulsionantes para evitar que el aceite se separe del agua, estos también tienen una ecotoxicidad alta porque son compuestos bioacumulables, lo cual los hace difíciles de disolverse (López, 2020). Estas siliconas recorren un proceso de aguas domésticas y alcantarillado hasta terminar en aguas marinas. Todo termina por acumularse en diversas partes de nuestra naturaleza y la vida acuática. Además, estos compuestos se derivan del petróleo, lo cual a largo plazo ocasiona que el cabello pierda su elasticidad y se vuelva mucho más quebradizo (Segedie, 2018).

En segundo lugar, están los sulfatos, también llamados *sodium*. Estos son los responsables de crear la espuma en los productos de higiene y por tanto son necesarios, puesto que la espuma es percibida visualmente por los consumidores como un sinónimo de limpieza. Los sulfatos son usados para eliminar la grasa, pero al actuar sin una limitación en cuanto a la cantidad de grasa que ataca, destruye a su paso lípidos naturales y necesarios en nuestro cuerpo. Esto trae como consecuencia resequedad o alergias y provoca la pérdida de color en el cabello, así como su opacidad si este es tinturado (idreyesp, 2020).

El tercer compuesto del que se habla es el alquitrán, también aparece entre los ingredientes como USP o carbón. Se reconoce por su textura viscosa y tono oscuro ya que proviene de la combustión de carbón. Son pocos los productos que aún usan este compuesto, sin embargo se debe ser precavido si se lo encuentra debido a su fuerte concentración de químicos. Además, mediante un estudio realizado en los años 80's y compartido por el portal de noticias *BBC* (BBC Mundo, 2015), se ha comprobado que el alquitrán es causante de cáncer.

En la figura 7, se puede observar la composición de la infografía correspondiente como la ilustración de ducha creada para este panel. El material usado fue impresión en vinil sobre sintra y para hacer la ilusión de cortina de baño se imprimió la infografía en lona. Para los

objetos reales se utilizó el tubo y ganchos que sostienen a la cortina, y una repisa sobre la cual se colocó un envase vacío de shampoo.



Figura 7: Vista del panel con ilustración de ducha e infografía en cortina de baño.

El desodorante, una protección o amenaza a nuestro cuerpo

El cuarto y último lateral se destinó al desodorante con la intención de investigar sobre los cuatro componentes que usualmente se encuentran en este producto y así conocer más sobre los productos que se colocan sobre nuestra piel. El aluminio es uno de ellos, este se usa como sales de aluminio con la intención de crear una barrera que evite la salida de secreciones apocrinas, como lo es el sudor. El problema ocurre cuando este compuesto es usado en exceso y ocasiona así una acumulación de secreciones y problemas para la piel (Sabaté, 2018).

Luego están los parabenos, compuestos formados por Propylparaben y Butylparaben, se usa con el fin de conservar al producto; sin embargo, estos afectan a la piel debido a que actúan como disruptor endocrino, lo que puede provocar cambios hormonales. El tercer compuesto es el Triclosán, usado en varios productos con un fin antibacterial; no obstante, este no diferencia entre flora buena y mala, lo cual ocasiona que ataque a ambas y así favorezca a la aparición de hongos y con ello malos olores (Sabaté, 2018).

En el cuarto y último lugar se presenta a las esencias, presentes en productos tipo spray o aerosol. Estas son compuestos pertenecientes a la familia de los aldehídos y responsables de varias alergias presentes en la piel de las personas. Debido a las quejas por este aldehído, la industria lo ha cambiado por nympeal, comentando que es un compuesto mucho más sano (Sabaté, 2018).

En la figura 8, se observa el producto final de la infografía relacionada a los compuestos del desodorante, la cual se acompaña de la ilustración de un tocador. En este caso se quiso realizar un trabajo por capas para que la infografía tenga cierto relieve y así permita que una de las capas haga alusión a un espejo por la textura reflectiva que se colocó sobre la sintra. Para el objeto real se colocó una repisa, sobre la cual se puso un envase de desodorante vacío.

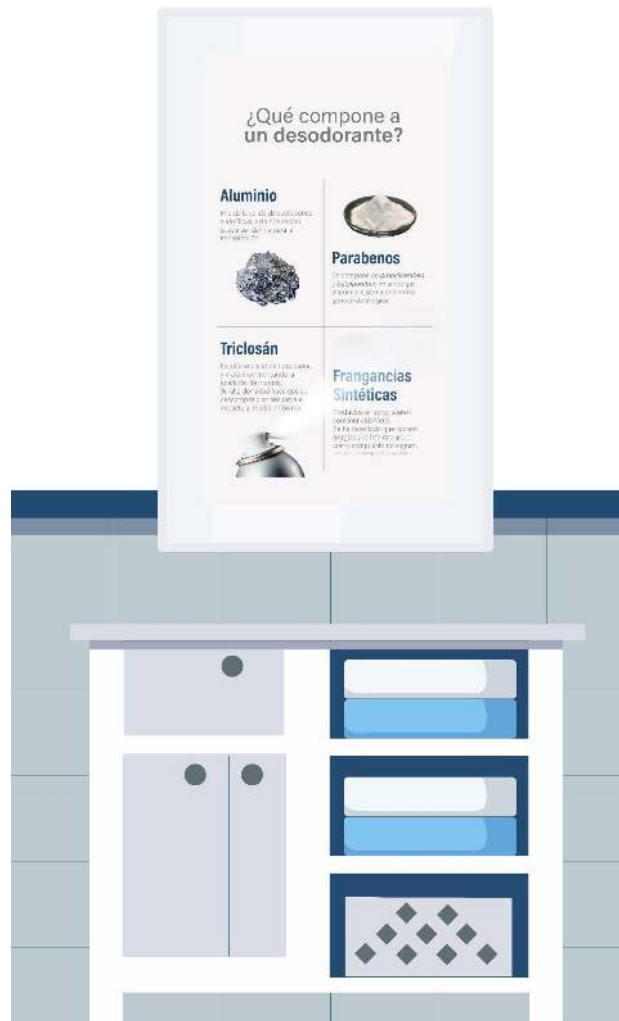


Figura 8: Vista del panel con ilustración de cambiador e infografía en espejo.

Como se puede evidenciar, mediante la recreación del escenario de un baño y una rutina de cuidado personal muy familiar, se exponen características que invitan a la reflexión sobre el impacto ambiental y en la salud que dejan estos productos en su corto paso por la Tierra. La exhibición *Del Otro Lado*, quiere que se viva una rutina de higiene y cuidado personal consciente y sobre todo, que las personas se interesen por el origen de los productos en los que invierten su dinero y así crear un criterio sobre lo que se consume.

También se exponen las diferentes fases en las que se divide esta exhibición, empezando por la parte investigativa con toda la información mencionada anteriormente. La segunda fase se basó en reorganizar la información, y hacerla más compacta, para que funcione correctamente en las infografías diseñadas. La tercera fase, se relaciona con la creación de la línea gráfica para este diseño, recibir la aprobación por los supervisores y por último realizar el montaje luego de investigar el uso y manipulación de cada material involucrado.

Para complementar todo esto, se crea la página web, cuyo enlace se encuentra en el anexo 1 y dónde se resume lo que el público puede encontrar en la exhibición. También se realiza una promoción del proyecto como exhibición por medio de redes sociales para lo que se tuvo un día de producción de foto y video, esto se puede revisar en el anexo 2. Se culmina con la redacción de la monografía para biblioteca donde se explica a detalle el proceso para la creación del proyecto de titulación. Finalmente en el anexo 3 se puede observar el producto infográfico final sobre los paneles.

CONCLUSIONES

La creación de la exhibición ha sido un gran incentivo para comprender un poco más de cómo se dan los procesos dentro de la industria de productos de higiene y cosmética, y conocer mediante entrevistas cómo percibe el público ecuatoriano a la industria, más aún con el buen posicionamiento de estos productos en el mercado y reconocidas a muchas como lovmarks. El público mantiene una despreocupación por saber el origen de shampoos, desodorantes, papel higiénico o pasta dental, productos que se usa día a día, tienen contacto con diversas partes de nuestro cuerpo y sin embargo, no existe un interés en saber de qué están compuestos y si su uso es beneficioso.

Del otro lado, es un proyecto que incentiva a que el público genere una reflexión sobre este problema que concierne a la población mundial, sin discriminar edades, nacionalidades o razas. Se debe ser consciente del impacto que tanto los procesos de producción como los compuestos tienen en cada uno de los seres humanos, así como el impacto ambiental que se genera. Lo esencial es que, en base a esto, se puede buscar soluciones y reducir el crecimiento de la huella contaminante que se ha generado a lo largo de estos años. Este puede ser un paso que se dé en búsqueda del bien común y no solo se espere a que una industria, empresa u organización lo haga por nosotros. Son los pequeños cambios que en conjunto impactarán positivamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Avión de papel Studio. (2021, February 12). *La industria del papel higiénico*. Avion de papel. Retrieved November 7, 2022, from <https://www.aviondepapelstudio.com/post/la-industria-del-papel-higienico>
- BBC Mundo. (2015, March 20). *5 ingredientes cosméticos que es mejor evitar*. BBC. Retrieved December 14, 2022, from https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/03/150320_salud_ingredientes_cosmeticos_controvertidos_mes
- Borunda, A., Hale, R., & Thiessen, M. (2019, April 26). *La industria de la belleza genera muchos residuos plásticos. ¿Puede cambiar?* National Geographic. Retrieved November 13, 2022, from <https://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/2019/04/la-industria-de-la-belleza-genera-muchos-residuos-plasticos-puede-cambiar>
- CAMPILLO, S. (2019, July 29). *Todo el mundo critica el plástico, pero nadie se acuerda del papel higiénico: por él estamos acabando con bosques de todo el mundo*. Xataka. Retrieved November 7, 2022, from <https://www.xataka.com/energia/todo-mundo-critica-plastico-nadie-se-acuerda-papel-higienico>
- Encuesta Nacional De Condiciones De Vida (ECV). (2014). *Prácticas de ahorro de agua personas de 12 años y más*. Ecuador Cifras. Retrieved April 16, 2021, from https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Hogares_2014/Modulo_ECV/Resultados%20Principales%20ECV%20Ambiental.pdf

FAO. (2019). *LOS MICROPLÁSTICOS EN LOS SECTORES DE PESCA Y ACUICULTURA*.

Los microplásticos en los sectores de pesca y acuicultura - FAO. Retrieved Octubre 23, 2022, from <https://www.fao.org/3/ca3540es/ca3540es.pdf>

Giménez, S. (2019, August 13). *El problema ambiental con el papel higiénico | Ecología | La*

Revista. El Universo. Retrieved November 7, 2022, from

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/08/13/nota/7469172/problema-ambiental-rollo-papel-higienico/>

idreyesp. (2020, octubre 7). *¿Sabías que casi todos los champús tienen químicos nocivos*

para la salud? • *Only Rizos Colombia*. Only Rizos Colombia. Retrieved noviembre 13, 2022, from

<https://www.onlyrizoscolombia.com/2020/10/sabias-que-casi-todos-los-champus-tien-en-quimicos-nocivos-para-la-salud>

López, K. (2020, January 27). *Estos son los ingredientes que debes evitar en tu shampoo.*

KUXTAL. Retrieved November 13, 2022, from

<https://www.kuxtal.com/nota/estos-son-los-ingredientes-que-debes-evitar-en-tu-shampoo>

Matos Vargas, J. G., Bueno da Silva, V., de Oliveira, L. K., & Ferreira Molina, E. (2022).

MICROPLÁSTICOS: USO NA INDÚSTRIA COSMÉTICA E IMPACTOS NO AMBIENTE AQUÁTICO. In *MICROPLÁSTICOS: USO NA INDÚSTRIA COSMÉTICA E IMPACTOS NO AMBIENTE AQUÁTICO* (p. 7).

<https://www.scielo.br/j/qn/a/sr67Byx5TJHdDvdPzV8SRJd/abstract/?lang=pt>

REDACCIÓN NATIONAL GEOGRAPHIC. (2012, septiembre 21). *El champú y los*

cosméticos podrían contribuir a la formación en los suministros de agua de una sustancia que provoca cáncer. National Geographic. Retrieved noviembre 13, 2022, from

[https://www.nationalgeographic.es/ciencia/el-champu-y-los-cosmeticos-podrian-contr
ibuir-a-la-formacion-en-los-suministros-de-agua-de-una-sustancia-que-provoca-cance
r](https://www.nationalgeographic.es/ciencia/el-champu-y-los-cosmeticos-podrian-contribuir-a-la-formacion-en-los-suministros-de-agua-de-una-sustancia-que-provoca-cancer)

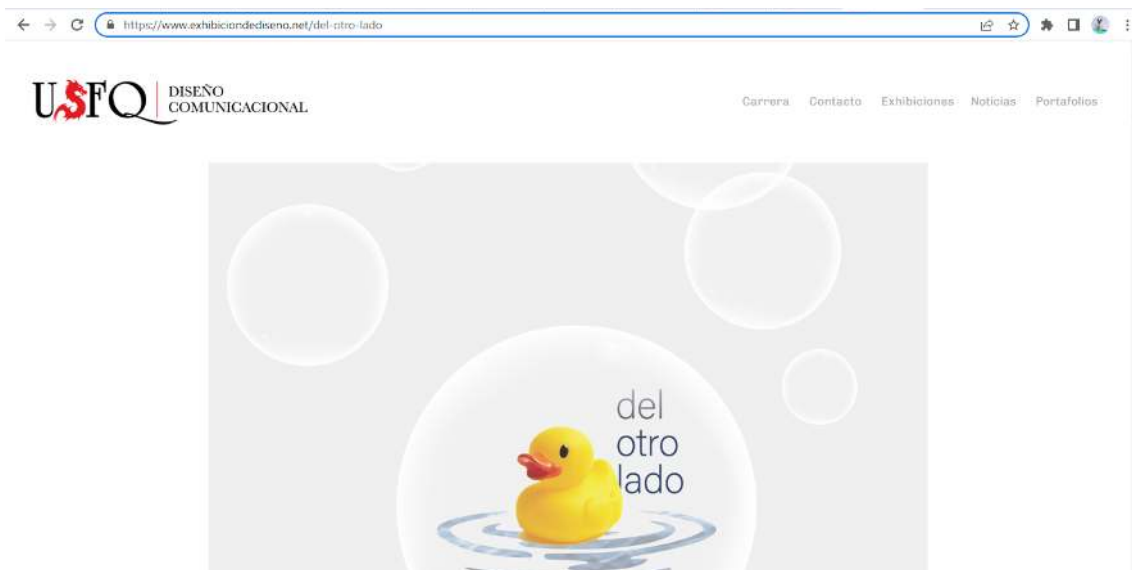
Sabaté, J. (2018, April 18). *Los cinco componentes más polémicos de los desodorantes*. El Diario. Retrieved November 13, 2022, from

[https://www.eldiario.es/consumoclaro/cuidarse/componentes-polemicos-desodorantes
-antitranspirantes_1_2169690.html](https://www.eldiario.es/consumoclaro/cuidarse/componentes-polemicos-desodorantes-antitranspirantes_1_2169690.html)

Segedie, L. (2018, August 8). *Sustancias Químicas Peligrosas Para el Champú y el Acondicionador: Qué Marcas Debe Evitar y Nuestra Lista de Productos que Debe Probar*. Mamavation. Retrieved November 13, 2022, from [https://www.mamavation.com/spanish/sustancias-quimicas-peligrosas-para-el-
champu-y-el-acondicionador-que-marcas-debe-evitar-y-nuestra-lista-de-produ
ctos-que-debe-probar.html](https://www.mamavation.com/spanish/sustancias-quimicas-peligrosas-para-el-champu-y-el-acondicionador-que-marcas-debe-evitar-y-nuestra-lista-de-productos-que-debe-probar.html)

ANEXO 1: PÁGINA WEB

Visualización de la portada para web



Enlace para visualizar la web completa

<https://www.exhibiciondediseno.net/del-otro-lado>

ANEXO 2: PROMOCIÓN “DEL OTRO LADO” EN INSTAGRAM

Visualización de los 3 posts para el proyecto *Del otro lado*



Enlace del video explicativo en instagram

<https://www.instagram.com/p/CmIDWV0gXs6/>

ANEXO 3: PRODUCTO INFOGRÁFICO FINAL



