

UNIVERSIDAD DON BOSCO



VICERRECTORIA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

TRABAJO DE GRADUACION:

Creación de la Imagen Corporativa de la
Empresa Biobag

PARA OPTAR AL GRADO:

Maestra en Diseño Gráfico

PRESENTADO POR:

Gorety Margarita Campos

Marzo 2011

741
C198
2011

Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador, Centroamérica

UNIVERSIDAD DON BOSCO



VICERRECTORÍA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



TRABAJO DE GRADUACIÓN:
**Creación de la Imagen Corporativa de la
Empresa Biobag**

PARA OPTAR AL GRADO DE:
Maestra en Diseño Gráfico

PRESENTADO POR:
Gorety Margarita Campos

Financiamiento

Marzo 2011

Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador, Centroamérica

Agradecimientos

A Dios Todopoderoso por permitirme llegar al final de este proyecto, por iluminarme cada día y cruzar a tantos ángeles que ayudaron a recorrer este sendero.

A Dania Gorety, mi Titu preciosa, la razón de mi vida y por quien sigo luchando para ser cada día mejor. Por favor ten paciencia en lo que aprendo a ser madre.

A mi madre, Cástula Campos Escobar, la mujer que más admiro, por ser la increíble madre que es. Por amarme como me ama, por apoyarme en cada nueva locura y por aceptarme tal como soy. Madre seré muy feliz si logró ser la mitad de lo excelente ser humanos que eres.

A Ivonne Lissette Campos, mi hermana, quién ha sabido apoyarme en esta aventura, crees en mí con una confianza ciega en cuestiones de estudio. Aunque no lo creas, te amo mucho más de lo que vos misma pensás y nadie ocupará el lugar que tenés en mi corazón.

A Juan Carlos Tejada, mi prometido eterno, el padre de mi hija, quien ha sabido llevarme y darme ánimos cada vez que decaigo. Gracias por compartir un sueño, nuestra empresa: Biobag. ¿Algún día me abrirás tu alma tanto como para confiar en mí?

A mi asesora Teresa Treviño quien ha contribuido con su guía a la culminación de este trabajo. Gracias por que aun en la distancia ha sido tan cálida como en persona. No dude que me ha enseñado a ser mejor persona y profesional.

A Jeauqueline Molina, mi compañera de estudios, de trabajo, de frustraciones, de alegrías y desventuras. Hemos reído, llorado en esta maestría, juntas o separadas llegamos al final, aunque hubo gente que no creía en nosotras

A Leonel Méndez un amigo, un compañero, un maestro y un jefe que me ha comprendido y apoyado en este recorrido. Sus palabras alentaron mis decisiones para continuar esta aventura.

A todos los ángeles que Dios puso en mi camino para lograr esta meta:

Erick Pacas por su invaluable ayuda; sin usted no estaría escribiendo esta página ahora.

Kenny Girón por sus pláticas, sus consejos, su guía y por aterrizarme en Flash y Dreamweaver.

Emmanuel Nájera por su amistad, por hacerme entendible After Effec, por su paciencia y su ayuda.

Sonia, Eduardo y Pili por alojarme en su hogar, por las conversaciones y las películas nocturnas.

Deseo agradecer a varios maestros que nos enseñaron no solo los conocimientos propios de la asignatura, sino lecciones de vida para ser mejores seres humanos: Danny Barrantes, Ricardo Castellón, Maru, Marcela, Diego, y Ligia.

A mis compañeros de maestría, por el tiempo compartido y por esa riqueza de conocimiento de tantas áreas tan distintas. Gracias Yami por su positivismo, Carlitos por las charlas, Kelli por ser parte de nuestro grupo, Mike por ser tan servicial, y Elena por lo bien que la pasamos, a Foncho, a Ochi y a todos en general.

Dios nos bendiga a todos

Índice

Introducción

1.0 Resumen ejecutivo

1.1 Síntesis del proyecto

2.0 Metodología

2.1 Datos de referencia de la empresa o institución

2.2 Diagnóstico: Situación real de la empresa

2.3 Problema

3.0 Objetivos

3.1 Objetivo general

3.2 Objetivo específico

4.0 Viabilidad

4.1 El movimiento ecologista mundial y su impacto

4.2 Énfasis ecológico en El Salvador en la industria del plástico.

5.0 Alcances y limitaciones

5.1 Alcances

5.2 Limitaciones

6.0 Solución gráfica

6.1 Ideas Preliminares

6.2 Preselección de ideas factibles

6.3 Selección y refinamiento de dos ideas

6.4 Solución gráfica final

7.0 Desarrollo del Sistema Visual

7.1 Usos cromáticos del logo

7.2 Área de seguridad

7.3 Reducción mínima del logo

7.4 Paleta cromática y tipografía

7.5 Lineamientos Gráficos para Diseño Web

8.0 Conclusiones y recomendaciones

9.0 Glosario

10.0 Fuentes de referencia

10.1 Referencias bibliográficas

10.2 Referencias electrónicas

Introducción

*"Del sueño de dejar el mundo mejor de cómo lo encontramos.
De progresar en nuestro país y ser independientes.
De generar empleo y brindar oportunidades.
De hacer un mejor El Salvador día a día.
De creer y de luchar por el futuro.
Nace la idea: BioBag"*

BioBag se gestó en el cerebro de dos profesionales, amigos, esposos, y padres de una hija, a quien desean heredar un mundo mejor.

El proyecto empezó a tomar forma, se analizó el potencial de cada miembro del equipo, se decidió el campo de acción en la industria del plástico en pro de la naturaleza; lo que se traduce en la producción de bolsas plásticas biodegradables.

Es posibilidad real conseguir el financiamiento necesario para montar la empresa, pues BioBag se ha concebido como una marca que ofrece un producto innovador en el mercado salvadoreño, con un énfasis ecológico.

En los últimos años, la industria del plástico ha crecido en el país, y actualmente son más de 53 empresas productoras, transformadoras, recicladoras y comercializadoras de productos plásticos y equipo relacionado. (Asi plastic 2010)¹

Sin embargo, ninguna se dedica a la producción de bolsas plásticas biodegradables como principal producto. El mercado que lo demanda cubre su necesidad con industrias de Guatemala principalmente, que lo fabrican y exportan a El Salvador.

BioBag podrá responder a esta necesidad, pues cada día son más las empresas salvadoreñas están utilizando bolsas biodegradables; no solo por una tendencia mundial, sino también por obtener certificaciones internacionales.

En este proyecto de aplicación se creó el diseño de imagen corporativa de BioBag, seleccionando elementos esenciales como: logo (colores, tamaños, usos correctos e incorrecto), papelería (hoja membretada, sobres, tarjetas de presentación, facturas y cotizaciones.), diseño de página web y aplicaciones en productos (promocionales y vehículos de transporte)

Es importante señalar que se desea transmitir no solo el surgimiento de una industria, de un producto o de un negocio, sino el compromiso que una empresa asume para promover un producto amigable con el medio ambiente y de calidad indiscutible.

¹ ASIPLASTIC. Consultado el diciembre 18 de 2010. Página Web: <http://www.asi plastic.org/industria.php>

1. Resumen ejecutivo

1.1 Síntesis del proyecto

BioBag se ha concebido como una industria dedicada a la fabricación de bolsas plásticas biodegradables, así como también buscará promover el cuidado del medio ambiente, no sólo por su línea de producción, sino a través de una campaña permanente en pro de la naturaleza.

Es importante señalar que BioBag aun no ha sido registrada como empresa, pero hay existe una posibilidad real que permitirá iniciar con este sueño.

Ante el surgimiento de una nueva empresa con un énfasis ecológico, se visualiza la necesidad de contar con una imagen gráfica que refleje el compromiso con el medio ambiente, y a la vez promueva el producto.

El papel del diseño gráfico es crucial para cumplir con este reto. En el este proyecto de aplicación, se ha desarrollado la imagen corporativa para empresa BioBag.

En este proceso de creación se desarrollaron varias etapas:

- Investigación (diagnóstico de la industria del plástico y la empresa).
- Necesidades del cliente (elementos de la identidad corporativa).
- Definición de objetivos.
- Diseño del logo.
- Elaboración de la papelería.
- Diseño de la página web.
- Creación de aplicaciones.

Una vez definidos los elementos y los objetivos que se esperan alcanzar se realiza el trabajo de diseño para la creación de la imagen corporativa de la empresa.

2. Metodología

La metodología a seguir para lograr los objetivos en la creación de la imagen gráfica BioBag buscará obtener los datos de referencia de la empresa, es decir partir de lo general al contexto salvadoreño y hacer un diagnóstico de la situación real de la empresa.

2.1 Datos de referencia de la empresa o institución

El vocablo plástico viene del latín *plasticus* y esta deriva del griego *plastikos*, que se traduce como moldeable. Como sustantivo no surgió hasta 1950, a raíz de la vertiginosa expansión de los materiales plásticos derivados de hidrocarburos, que, a partir de esa época, se convirtieron en materia prima de millares de productos industriales. (<http://www.elcastellano.org>)²

El primer plástico surgió de como resultado de un concurso realizado en 1860. Al nuevo material se le conoció con el nombre de: celuloide y el inventor de este fue un norteamericano llamado Wesley Hyatt; a pesar de ser inflamable y de su deterioro al exponerlo a la luz, el nuevo producto tuvo una buena acogida comercial. Otros investigadores continuaron estudiándolo, y en las primeras décadas de 1900, el celuloide evolucionó hasta lo que hoy conocemos como: plástico. A partir de entonces, inicia una creciente industria del plástico y de muchos otros derivados.

En El Salvador las primeras industrias plásticas surgen en 1950, y el mercado se expande hasta que el sector decide unificarse el 8 de Julio de 1997, en una gremial llamada: ASIPLASTIC, Asociación Salvadoreña de la Industria del Plástico.

La gremial goza de prestigio a nivel nacional e internacional, actualmente representan a 40 socios activos, las empresas convertidoras y transformadoras del plástico, y 13 socios de casas representantes, que lo componen empresas proveedoras de algún material o equipo que esté de acuerdo a las necesidades de la industria. (ASIPLASTIC, 2010)

A pesar que la industria del plástico en el país ha tenido un buen auge comercial, aun no hay ninguna que produzca, como principal producto, bolsas plásticas biodegradables. Existe una demanda que aumenta día a día, pues varias empresas salvadoreñas están importando este producto. Al visualizar este nuevo nicho de mercado se concibe la idea de crear una compañía dedicada a la elaboración de bolsas plásticas biodegradables.

² Consultado en <http://www.elcastellano.org>

"Las ventajas que ofrece el plástico biodegradable, frente al plástico convencional están claras: proviene de una fuente renovable, es biodegradable y resulta cada vez más barato, a medida que los productos procedentes del petróleo se encarecen". N.D. (2008). La verdad sobre los plásticos biodegradables.³

BioBag fue concebida en medio de la necesidad de salir adelante, de ser independientes, de brindar oportunidades a la gente en nuestro país, de ser una alternativa y crear una industria justa, para ofrecer al mercado salvadoreño no solo un producto de calidad, sino también amigable al medio ambiente.

La experiencia de uno de los fundadores en el campo de la industria del plástico en El Salvador definió el rubro, para producir bolsas plásticas. El conocimiento de la comunicación institucional y el diseño gráfico de la otra fundadora se unen para crear los pilares de esta empresa.

El producto no solo debe ser calidad, sino además debe ofrecer una innovación al mercado, no solo para ser atractivo; sino para cumplir un compromiso que los fundadores desean llevar como estandarte *"contribuir con la naturaleza y producir bolsas plásticas biodegradables"*.

El nombre de la empresa se define tomando en cuenta la principal característica del producto: ser biodegradable; y la segunda parte del nombre surge a partir del producto mismo en idioma inglés, bag: bolsas.

2.2 Diagnóstico:

Describir la situación actual identificando la problemática que se quiere solucionar

Actualmente, BioBag es una empresa inexistente en la industria salvadoreña, ya que es una idea concebida que se llevará a cabo al contar con el financiamiento necesario.

El proyecto de BioBag resulta viable a pesar de la competencia, puesto que, a nivel nacional no se ha explotado el plástico biodegradable y sería una industria pionera al ofrecer ese producto.

La embajada de Alemania en El Salvador ha mostrado gran interés por el proyecto, por lo que este trabajo servirá como base para obtener capacitaciones en esta área y posiblemente financiamiento.

³ Consultada el 14 de febrero de 2011. http://www.ladyverd.com/comentar_articulo/214/la_verdad_sobre_los_plasticos_biodegradables.htm

2.3 Problema

Se busca solventar la necesidad de crear la imagen corporativa de la empresa BioBag, incorporando los elementos filosóficos (visión y misión), así como los componente visuales que definirán la marca (logo, tipografías, aplicaciones, entre otros). Todo esto con la finalidad de transmitir el compromiso de sus fundadores con la naturaleza y con el país.

Debido a que BioBag es una idea concebida, no posee un sitio web, por esta razón se desarrollará el diseño de la página web que posea la misma línea gráfica del resto de la imagen corporativa.

3. Objetivos

Los objetivos del presente proyecto de aplicación se dividen en dos categorías:

3.1 Objetivo General:

- Crear la imagen corporativa de la empresa BioBag como una industria comprometida con el medio ambiente, a través de la producción de bolsas plásticas biodegradables.

3.2 Objetivos Específicos:

- Definir qué es BioBag, la filosofía de la empresa (misión y visión)
- Realizar el diseño del logo de la empresa, donde se especifique colores, tamaños, usos correctos e incorrectos.
- Elaborar cinco aplicaciones de la imagen corporativa de BioBag (papelería, usos web, artículos promocionales, entre otros).

4.0 Viabilidad

Partiendo de un análisis de la tendencia mundial en pro del medio ambiente se evalúa la viabilidad del proyecto BioBag.

4.1 El movimiento ecologista mundial y su impacto

BioBag surgirá en un contexto internacional donde lo ecológico es un movimiento que día a día cobra mayor relevancia.

La preocupación por el medio ambiental, así como el cuidado de los recursos naturales no es algo nuevo. Sin embargo, en este contexto toma mayor

relevancia y se propaga con más facilidad gracias a la utilización de diversos medios de comunicación como: internet.

"La cultura ambiental, entendida como aquella postura ante la vida que nos permite cuidar y preservar nuestro medio ambiente, es un asunto de interés para todo el mundo". Cruz G., R. (2008). La Cultura ambiental desde la educación básica. ⁴

En el mundo es una tendencia regresar a los productos naturales, apoyar la cultura verde, el surgimiento de productos biodegradables o hechos con materia prima reciclada invaden diversos sectores de la sociedad a nivel mundial.

"Materiales reciclados, uso de fibras naturales, tintes sin química y procesos de fabricación respetuosos con la naturaleza están de moda"⁵. N.D. (2011) Nueva "Ecomoda Green": Marca tendencias ecológicas y de reciclaje.

4.2 Énfasis ecológico en El Salvador en la industria del plástico

La conciencia ecológica cobra mayor fuerza y cada día más adeptos. El sector industrial aprovecha este fenómeno y de ahí surgen productos amigables con el ambiente o totalmente naturales.

La industria del plástico se incorpora a esta nueva corriente a través del plástico biodegradable.

"El plástico biodegradable es aquel que pueden ser destruidos, metabolizados o degradados por organismos que ya están en la naturaleza, son degradables porque la materia prima con la que se hacen es de organismos, bacterias". Espín G. (2011). Las ventajas de los plásticos biodegradables.

Antes del surgimiento del plástico biodegradable, la cultura ambientalista, señalaba a la industria plástica como uno de los más contaminantes.

"En 2005 el consumo anual de plásticos por habitante se estimaba en 49 kilogramos. Del total consumido, más de un millón de toneladas por año se convierten en desecho". Espín G. (2011). Las ventajas de los plásticos biodegradables.

⁴ Obtenida el 31 de enero de 2011 de <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/344173.html>

⁵ Obtenida 3 de febrero 2011 de <http://mundomoda.portalmundos.com/nuevo-ecomoda-green-marca-tendencias-ecologicas-y-de-reciclaje/>

⁶ Consultado el 10 de febrero 2011. <http://www2.esmas.com/noticiroselevisa/mexico/050072/las-ventajas-plasticos-biodegradables>

La alternativa de utilizar plástico biodegradable es bien recibida por los partidarios de la cultura ambientalista ya que, *"Las bolsas de plástico se fabrican con resina de polietileno, un derivado del petróleo. Su degradación es muy lenta, algunos plásticos tardan hasta 500 años en degradarse o simplemente en hacerse trozos más pequeños, fragmentos de plástico de tamaño inferior a los 5 milímetros"*. Espín G. (2011). Las ventajas de los plásticos biodegradables.

En El Salvador, diversas instituciones ecologistas y otros esfuerzos educativos buscan promover la cultura medioambiental. Los expertos hacen un llamado a meditar sobre el cuidado de la naturaleza en un país que sufre por la contaminación.

En este contexto, las empresas, especialmente aquellas que buscan certificaciones internacionales en las normas de calidad, incorporan el énfasis ecológico en sus productos. En El Salvador, los miembros de la Asociación Salvadoreña de la Industria del Plástico, ASIPLASTIC, y promueven el proyecto ECO Amigos del plástico y realizan diversas campañas para el reciclaje del plástico y otras prácticas que ayuden al medio ambiente.

ECO Amigos del plástico tiene como misión "Facilitar la disposición final adecuada de los Residuos Plásticos, mediante mecanismos eficientes y auto sostenibles de recolección, apoyando la educación, concientización, y fomentando valores" (ASIPLASTIC, 2010).

Es importante destacar que a nivel de plástico no solo se producen bolsas sino también embases, bobinas, recipientes, platos, entre otros.

En el mercado salvadoreño, BioBag será una marca que ofrece un producto innovador a pesar de la competencia en la producción de bolsas plásticas convencionales, pues en el país no se ha explotado aun el plástico biodegradable, a pesar de que *"la producción de plástico biodegradable requiere el 65% menos energía que la producción del plástico convencional"*. N.D. (2008). La verdad sobre los plásticos biodegradables.

Solo una empresa salvadoreña produce bolsas plásticas biodegradables. Es importante mencionar que no es su producto principal, sino que lo fabrica bajo la licencia de una compañía estadounidense la cual concibió dicho producto.

La utilización de bolsas plásticas biodegradables por parte de las empresas salvadoreñas es cada vez mayor. Hasta el momento, dos cadenas de supermercados y uno de los grandes almacenes de salvadoreños se han integrado a esta tendencia ecológica al embolsar su mercadería en bolsas biodegradables, este producto proviene de Guatemala principalmente.

1. Súper Selectos: desde el último Semestre de 2010 entregó en todas sus sucursales bolsas plásticas biodegradables, las cuales eran producidas en

Guatemala, en un principio.

2. Almacenes Siman: Se incorpora a la corriente de bolsas biodegradables a partir del último trimestre de 2010.

El mercado está abierto a las posibilidades, y BioBag será una alternativa para cubrir esta creciente necesidad.

3. La Despensa de Don Juan: con un producto menos atractivo, que las otras dos empresas antes mencionadas, también distribuye bolsas hechas de material reciclado.

5. Alcances y limitaciones

5.1 Alcances

- Con la elaboración de la imagen corporativa se pretende lograr un valor de marca para la empresa BioBag, así como su posicionamiento en el mercado salvadoreño.
- Se presentará el manual de marca de para conocer usos correctos, incorrectos, colores, tamaños, espacios, etc.
- Se brindará el diseño del sitio web de la empresa BioBag, partiendo de las necesidades del cliente, quien busca: mostrar su compromiso con la naturaleza, posicionar la marca, mostrar sus productos y establecer contacto con el público.

5.2 Limitaciones

- El proyecto tiene la limitante de no poder ser aplicado hasta que la empresa esté legalmente establecida.
- La imagen corporativa no contempla otras áreas que no sean las definidas en el presente documento.

6. Solución gráfica

La creación de la imagen corporativa de BioBag se dividirá en cuatro etapas:

6.1 Ideas preliminares:

Una recopilación de todo proceso de diseño: lluvia de ideas, bocetos, fotografías de referencia, etc.

- Lluvia de ideas:
-

- Naturaleza
- Tierra
- Salud
- Compromiso social

- Convivencia
- Humanización

- oxígeno
- protección
- generaciones

- futuro

- madre

- fuente

- vida

- nina

- educación

- recursos

- cantidad

- derechos

- tiempo

- velocidad

- nutrientes

- cadena alimenticia

- cultura

- fertilizante

- capacidad

- fermentar

- invisible

- relevantes

- microorganismo

- minerales

- agua

- vida

- capacidad

- reproducir

- facilitar

- organizar

- participación

- apoyo

- ciudadanía

- mundial

- desarrollo

- continuidad

- elaboración

- alimenticio

- fauna

- flora

- fácil

- económica

- sociedad

- práctica

- realidad

- Compromiso

- natural

- sencillez

- mercado

- introducción

- diversidad

- diseño

- proceso

- cobertura

- liviano

- uso

- materiales

- identificar

- memorizar

- presencia

- colorido

- intenso

- degradable

- sociedad

- blanco - verde

- mercado

- todos

- ingreso

- materiales

- ventas

- integral

- suelo

- saludable

- resistente

- colocación

- ganancia

- mejorado

- furore

- venta

- detalle

- mayor

- promoción

- etiquetas

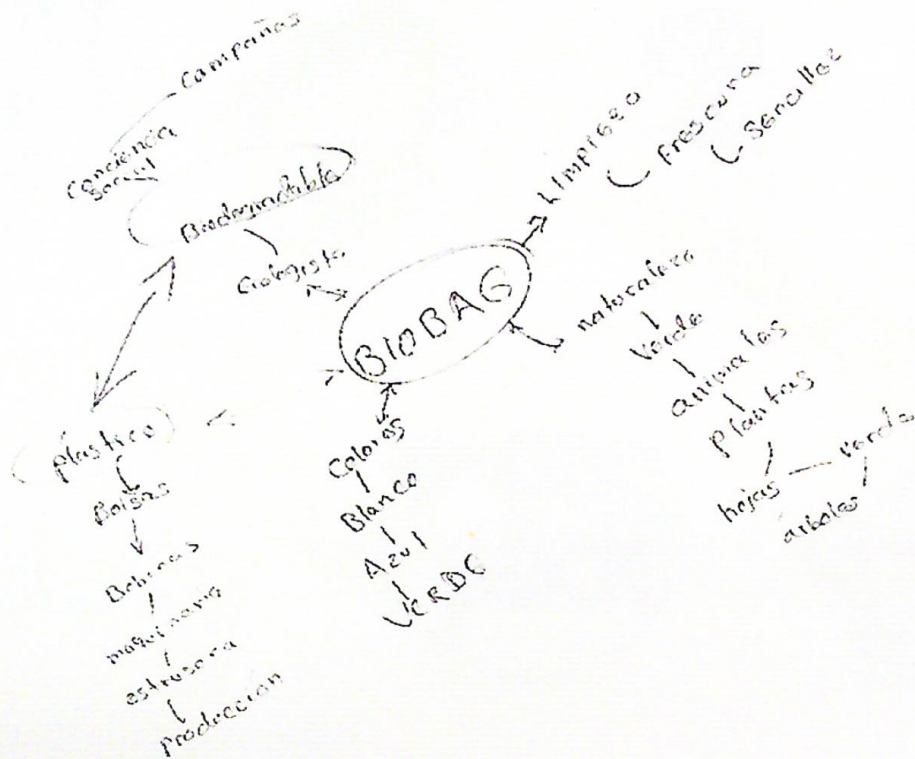
- lugares

- progreso

- fomento



BIOBAG



- Estudio gráfico de casos analógicos
Algunas fotografías y textos de referencia que sirvieron de inspiración para continuar con el proceso de creación de la imagen corporativa de BioBag.

Biodegradable
Plastic Bags

GreenHome
100% Biodegradable





- Nombre de la empresa:

Aunque se generaron diversas propuestas para el nombre de la empresa, se definió que debía contener el prefijo "BIO" para hacer referencia a la característica biodegradable. Y la otra parte del nombre debía jugar con lo concerniente al producto, surgieron dos propuestas: "Plastic" y "Bag". La primera por el material a trabajar y la segunda palabra por lo que se va a producir.

Finalmente se definió tomando en cuenta las principales características del producto: ser biodegradable. La segunda parte del nombre surge a partir del producto mismo en idioma inglés, bag: bolsas.

El nombre de la empresa corto y fácil de recordar debía completarse con una imagen simple, limpia, que reflejara a la naturaleza, y de ser posible una característica del producto.

Brief.

Descripción:

- BioBag: es una empresa que produce bolsas plásticas biodegradables.
- BioBag: es una alternativa para forjar un futuro sostenible.
- BioBag: es contribuir al medio ambiente al utilizar bolsas plásticas biodegradables.
- BioBag: es un paso en la labor de concientización ante la problemática ambiental.
- BioBag: es preservar la vida al usar una bolsa biodegradable.

Grupo Objetivo:

Con un énfasis ecológico, BioBag busca dar una alternativa a empresas interesadas en contribuir con el medio ambiente, a través de sus bolsas plásticas biodegradables. Específicamente se ha considerado a empresas en proceso de certificación, o que busquen cumplir responsabilidad social con énfasis ecológico. También para el público general que desee contribuir con el medio ambiente.

Edad: Entre 18 y 80 años.

Sexo: ambos sexos.

Clase social: alta, media (alta, media y baja) o todos aquellos que necesiten bolsas plásticas biodegradables.

Gustos: amor a la naturaleza, contribuir al medio ambiente, moda verde, conciencia ecológica, etc.

Estilo de vida: con una actitud de conservación y cuidado a los recursos naturales para hacer un mundo sostenible.

Competencia:

Otras industrias dedicadas al plástico en El Salvador como: Thermoplas, Plasticbag, ThermoEncogibles, Asaplastic, entre otras.

Colores o preferencias cromáticas:

Verde, azul o sus variantes como el celeste.

Imagen que desea transmitir:

Sencilla, limpia, que refleje la naturaleza, el ambiente, y que se vea fresca.

Objetivo general:

Crear la identidad de BioBag como una empresa comprometida con el medio ambiente, a través de la producción de bolsas biodegradables.

Objetivos específicos:

- Definir qué es BioBag (misión, visión, filosofía de la empresa, valores, etc.)
 - Realizar el diseño del logo de la empresa.
-

- Elaborar al menos cinco aplicaciones de la identidad diseñada para BioBag.

Ámbito de actuación:

Nacional (El Salvador), pero con posibilidades de introducción a mercados internacionales.

Ventajas competitivas:

- El producto es biodegradable, por lo que contribuye al medio ambiente.
- Las empresas a nivel nacional no ofrecen este producto al mercado salvadoreño.
- Muchas empresas, en procesos de certificación internacional, buscan cumplir con la responsabilidad social, a través su contribución con el medio ambiente. Estas se convierten en clientes potenciales de nuestra empresa.
- BioBag no está dirigida a un sector específico de la población, busca que sus productos lleguen al público en general, para dar los primeros pasos en la preservación del medio ambiente.
- El énfasis ecológico de una corriente que está tomando fuerza a nivel mundial, debe ser aprovechado para el lanzamiento de la marca.

Sugerencias para el logo:

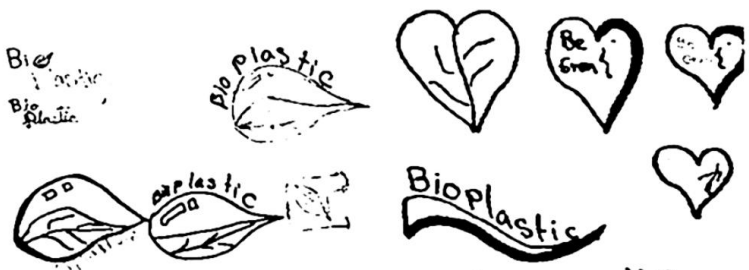
- Es importante que diga el nombre BioBag, sin embargo, podría ser algo más que tipografía.
- Incluir un logotipo que haga referencia a la naturaleza.
- Una tipografía no muy rígida.

Costo:

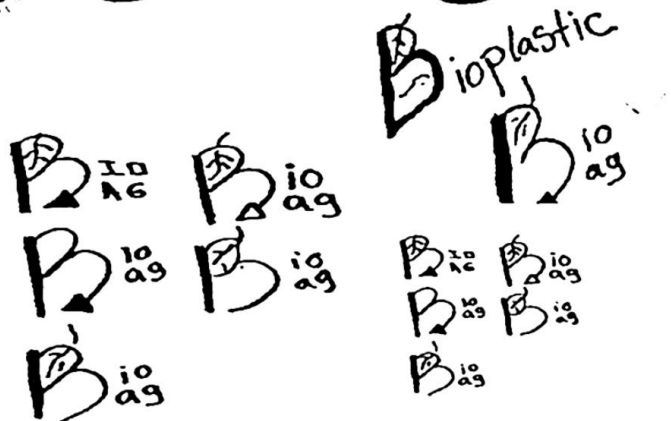
Según las aplicaciones realizadas de forma tangible, los costos son variables.

Fecha de entrega:

Diciembre de 2009



- Bocetos Manuales:



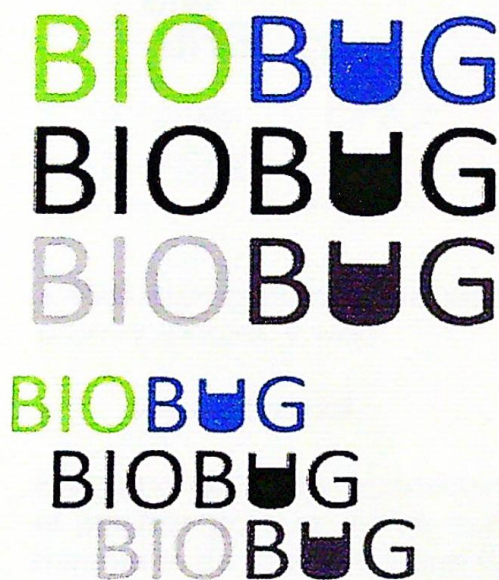
6.2 Preselección de ideas factibles: aquellas ideas que sean funcionales y entren en la etapa de pulir el trabajo para ser digitalizadas.

- Racional

Durante el proceso creativo quedaba muy corto realizar una aplicación tipográfica, así que se inició la búsqueda por un ícono que me diera referencias de la empresa según las características del producto.

Se buscaron referencias de otros logos y se encontró que las hojas es el elemento gráfico más usado. Se decidió buscar otras opciones para la realización de los bocetos digitales.

- Bocetos digitales:



6.3 Selección y refinamiento de dos ideas: prototipos pilotos para seleccionar la solución gráfica final.

- Refinamiento de ideas:

Al explorar nuevas opciones siempre se buscó una referencia a lo natural y se decidió experimentar con los animales. Dentro de este grupo, se buscó los que comparten características con el plástico: moldeables, flexibles, o elásticos.

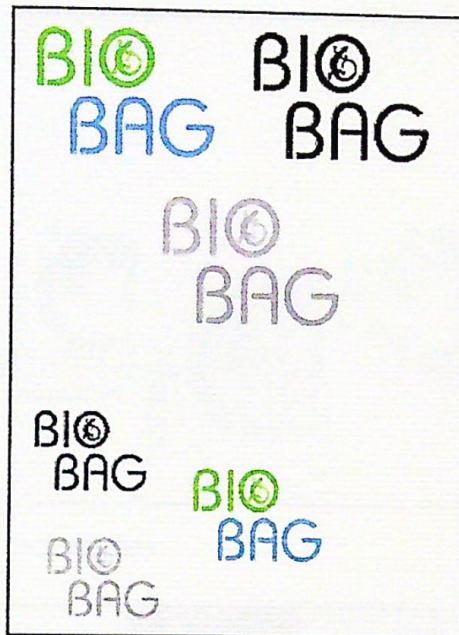
Se consultó a las personas sobre que animales les parecían más elásticos; los anfibios, los reptiles y los felinos fueron las principales respuestas. Se indagó sobre las características de estos tres grupos, y se realizó una búsqueda de aquellos que son fácilmente identificables, sobre todo en siluetas.

Los felinos hacían referencia a una marca deportiva ya existente. Así que se decidió por algo que es fácilmente identificable, una salamandra que

recuerda el imagotipo de una iguana o garrobo.

Prototipo No 1:

Prototipo No 2



6.4 Solución gráfica final: aplicación de en diversos soportes como: productos, promocionales, y web.

- Selección final:

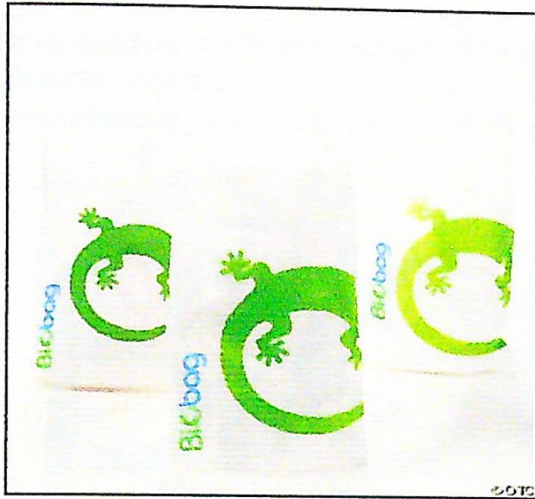
El equipo de trabajo considera que, la salamandra comparte similitud con el plástico porque es un anfibio que posee la facultad de regenerar los miembros de su cuerpo que le sean amputados.

Después de varias pruebas utilizando el icono se cambió el imagotipo hasta evolucionar el logotipo. Se seleccionó una imagen donde se resaltase la flexibilidad y se trabajó hasta lograr la evolución para formar la letra "O". Se realizó la integración al nombre y el resultado constituye la solución gráfica del logo.

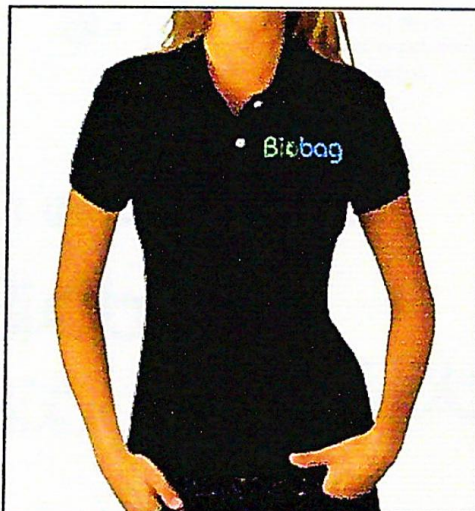
La tipografía es BAUHAUS principalmente por que utiliza líneas simples, limpias, y contra formas sin cerrar. El prototipo de esta tipografía fue diseñado por Herbert Bayer, profesor de la famosa escuela alemana Bauhaus, en 1925. Su clasificación tipográfica es: sin serif, geométrica.



Posibles aplicaciones del logotipo:



Promocionales:

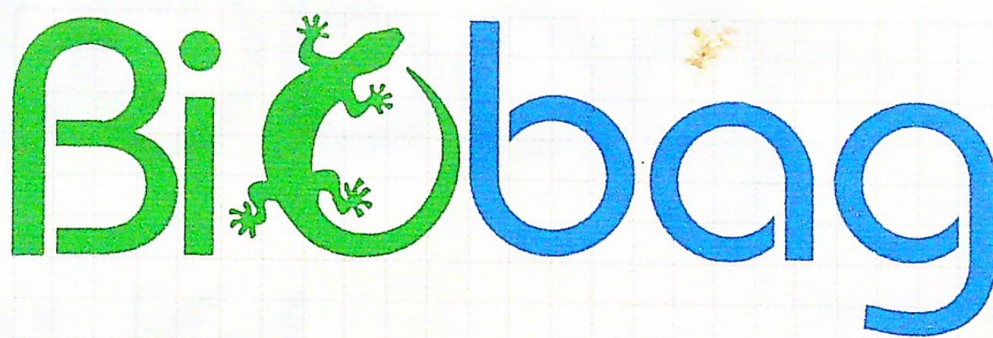


Web:



7. Desarrollo del Sistema Visual

Este apartado hace referencia al Manual de Marca, donde se proponen las variantes, colores, tamaños y espacios. También se dedicará una sección especial para usos incorrectos del logo.



● = □ Tomando el punto de la "i" como referencia, se genera una retícula en el cual encierra de manera centrada cada elemento del logotipo.

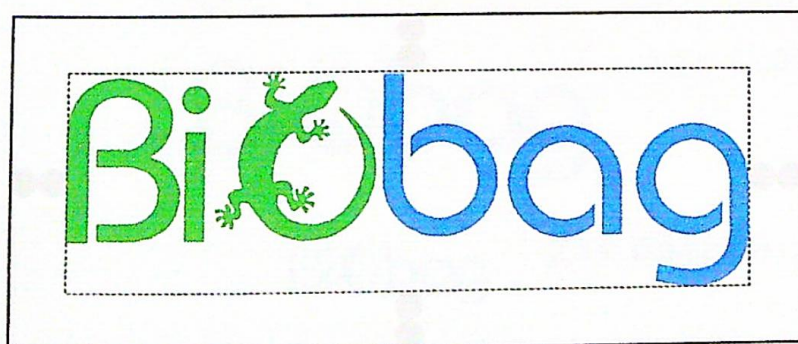


7.1 Usos Cromáticos



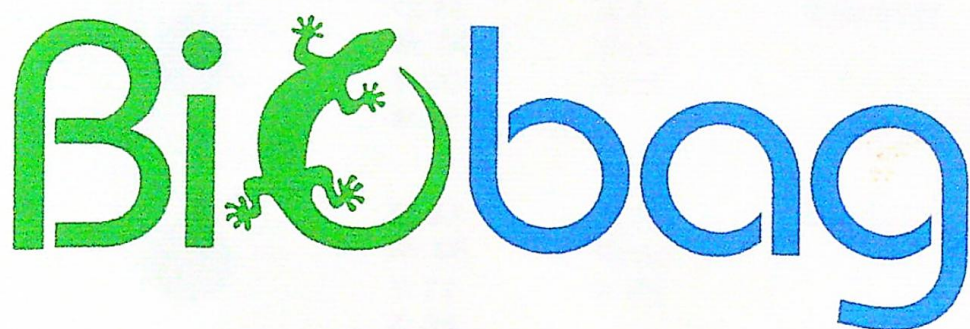
Usos cromáticos de logotipo, tanto en negro, grises, blancos y aplicaciones cromáticas.

7.2 Área de Seguridad

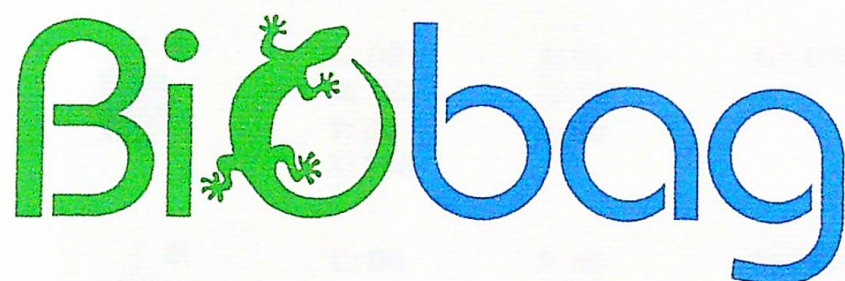


Perímetro de área segura del logotipo, equivalente a 2 puntos de la l del logo.

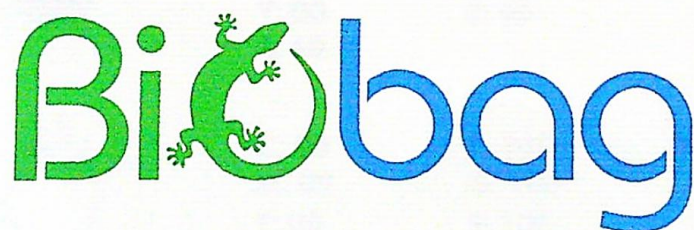
7.3 Reducción Mínima de logo

The largest version of the Biobag logo, with the word "Biobag" in blue and a green lizard silhouette for the "i".

12.9843 x 4.2049 cm

A medium-sized version of the Biobag logo, maintaining the blue text and green lizard silhouette.

11.2 x 3.6271 cm

A small version of the Biobag logo, with the blue text and green lizard silhouette.

9.0925 x 2.9446 cm

A very small version of the Biobag logo, with the blue text and green lizard silhouette.

7.39 x 2.3932 cm

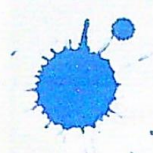
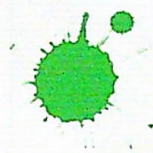
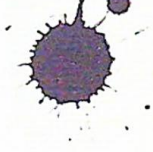
A tiny version of the Biobag logo, with the blue text and green lizard silhouette.

5.2 x 1.684 cm

The smallest version of the Biobag logo, with the blue text and green lizard silhouette.

2.6 x 0.842 cm

7.4 Paleta Cromática y Tipografía.

	CMYK %	RGB%	Web Hexagesima	La paleta cromática utilizada para el logo y posibles variantes.
	C: 96 M: 24 Y: 00 K: 19	R: 04 G: 61 B: 81	#0999CD	
	C: 57 M: 00 Y: 72 K: 35	R: 28 G: 65 B: 18	#4AA82F	
	C: 00 M: 00 Y: 00 K: 100	R: 00 G: 00 B: 00	#000000	
	C: 00 M: 00 Y: 00 K: 60	R: 40 G: 40 B: 40	#666666	
	C: 00 M: 00 Y: 00 K: 00	R: 100 G: 100 B: 100	#FFFFFF	

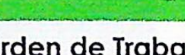
Century Gothic Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 , . - ; : ? ! , @ % ()

Century Gothic Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 , . - ; : ? ! , @ % ()

Bauhaus Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 , . - ; : ? ! , @ % ()

Tipografías utilizadas
 para cuerpos de texto
 (Century Gothic) para
 jugar con una variante
 igualmente geometrica
 y la tipografia del logo.

Papelería



Orden de Trabajo

Bolsas Plásticas	CANT.
☐ Pequeña	_____
☐ Mediana	_____
☐ Grande	_____
☐ Extra Grande	_____

Otros Productos	CANT.
☐ Mugs	_____
☐ Pelotas	_____
☐ Galletas	_____

Camisas (Tipo Polo)	CANT.
☐ Pequeña	_____
☐ Mediana	_____
☐ Grande	_____
☐ Extra Grande	_____

Firma de Cliente

Firma de Recibido

* 25 por arriba o más, sólo de la siguiente se asegura su cumplimiento por parte del cliente, por el contrario, nada cobrado siempre el 10% de costo final de la compra con artículos, así como se envía a otros los pedidos. Contador por cualquier o más cosas, para recibir artículos o productos de entrega, así. Subproductos de entrega será cobrado en 30% más del costo de entrega.

< Orden de trabajo

Hoja
membretada >

Callie J de Moya 47 Copyright in Transnational Academic Qualification © Salvador C.A. Sarmiento DOI: 10.1016/j.elsevier.2016.03.001

www.elsevier.com/locate/elsevier

Biobag

Juan Carlos Tapia Salazar
 Avenida del Maiz #10 Centro Turistico
 Guayaquil, Ecuador C.A.
 Tel: +593952264400 Fax: +593952264400

Cuentas: _____
 Correo: _____
 Fecha: _____
 Aspetto: _____
 NIT: _____
 Cuit: _____
 Comentarios de Operación: _____

COMPROMISO DE CREDITO FISCAL
 13/01/1987
 Reg: 1205567-3
 NIT: 0614-000999-113-2
 AUSE 26.0000 Importe \$ 961.320

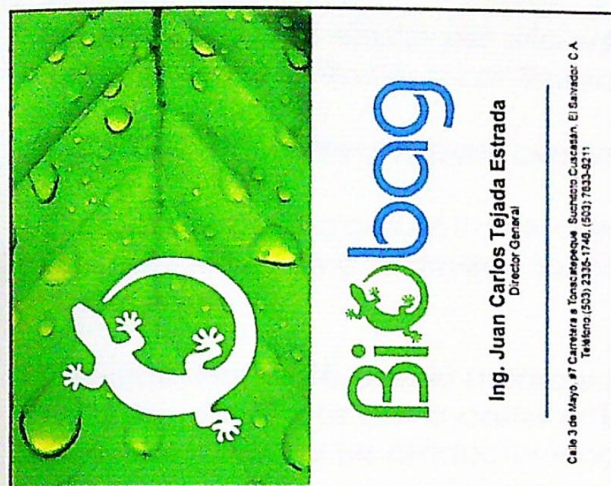
CANT	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXENTAS	VENTAS AFECTAS

SUB TOTAL IVA 15% IVA 15% IVA 15% IVA 15%	SUB TOTAL IVA 15% IVA 15% IVA 15% IVA 15%
---	---

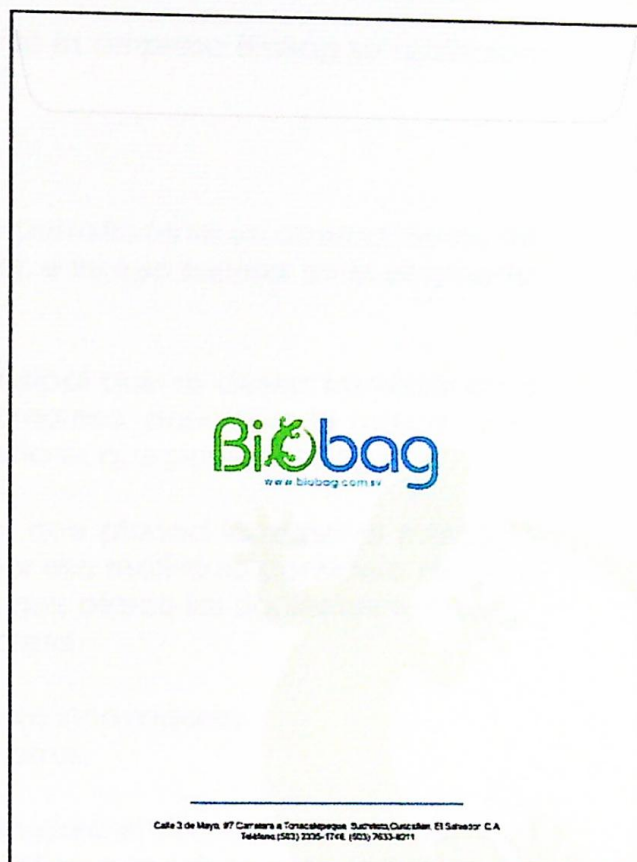
Factura de Crédito Fiscal

[illegible]

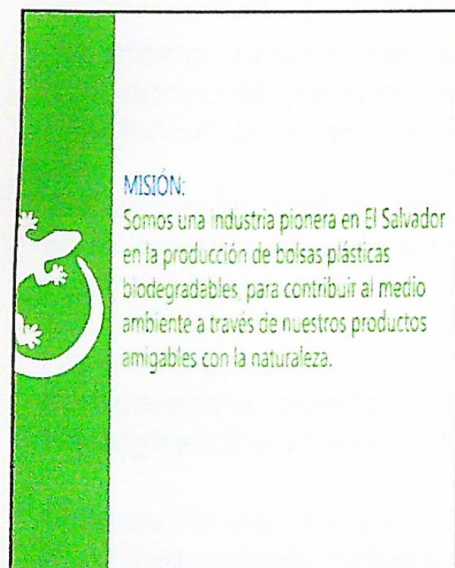
Factura Comercial



Tarjeta de Presentación
(frente y reverso)



sobre manila



Cuadros de
Misión y Visión



7.5 Lineamientos gráficos para el diseño web

Para desarrollar el diseño del sitio web de la empresa BioBag se realizaron varias etapas detalladas a continuación:

i. Cuestionario para cliente

Una entrevista cara a cara con el cliente permitió tener un acercamiento de las expectativas que se desean satisfacer, e incluso superar en la propuesta del sitio web.

El cliente manifestó que el mensaje principal que se desea transmitir a los visitantes del sitio es dar a conocer la empresa, posicionar la marca en el mercado y mostrar los productos innovadores que posee BioBag.

BioBag es una empresa en surgimiento, que planea lanzarse al mercado en el segundo semestre del año 2011, por ese motivo se considera de gran importancia contar con un sitio web, ya que ofrece las siguientes ventajas:

- Reconocimiento como empresa.
- Posesionar la marca.
- Mostrar su oferta de productos innovadores.
- Establecer contactos, entre otros.

En cuanto a la definición de la audiencia para el sitio web, reconocen que sería de gran beneficio que todo el público conociera sus productos. Sin embargo, su énfasis está dirigido a posibles clientes, empresarios e industrias con quienes puedan comercializar sus productos o establecer alianzas de beneficio mutuo.

Así mismo, desean ser reconocidos por el público como una empresa que apoya el cuidado al medio ambiente, y su intención es desarrollar una conciencia ecológica en las personas.

Actualmente, BioBag no posee clientes; pues es una empresa inexistente en la industria salvadoreña, es una idea concebida que se llevará a cabo a partir del financiamiento a conseguir.

Las posibilidades de montar la empresa son muy reales a pesar de la competencia, puesto que a nivel nacional no se ha explotado el plástico biodegradable y sería la primera industria en ofrecer esa línea de producción.

Algunos de sus competidores en el sector plástico son: ThermoEncogibles, IPSA, Thermoplast, Emplasa S.A. de C.V, entre otros.

Algunas de las ventajas que posee BioBag respecto a sus competidores son:

1. BioBag es una marca que ofrece un producto innovador en el mercado salvadoreño; a pesar de la competencia, a nivel nacional no se ha explotado el plástico biodegradable.
2. La marca tiene una imagen fresca, sencilla, simple y que se relaciona con la naturaleza, por la silueta de una salamandra.
3. Ofrece aplicaciones muy variadas que se ajustan a gustos tradicionales, así como también a los más atrevidos.
4. El énfasis ecológico de una corriente que toma gran fuerza a nivel mundial, debe ser aprovechado para el lanzamiento de la marca.
5. Clientes potenciales pueden ser todas aquellas personas y empresas que busquen contribuir al medio ambiente y se identifiquen con la marca.

En cuanto a la descripción de la página web el cliente manifiesta: "Me gustaría que el sitio web fuera limpio, fresco, que deje ver el énfasis ecológico, con una imagen sencilla pero bien hecha" Juan Carlos Tejada, representante BioBag.

El sitio debe dar a conocer la empresa, y para diseñar el sitio web se partirá de la imagen corporativa que ya se tiene, manteniendo así la unidad entre las piezas de gráficas.

Según la opinión del cliente, no hay un sitio web que funcionen correctamente a nivel nacional, aunque reconoce que varios de ellos poseen características positivas que se pueden retomar.

- Aspectos que disgustan al cliente son: la excesiva información de la página, el uso de colores fuertes, el desorden al colocar elementos sin una diagramación que obedezca a una jerarquía.
- Aspectos que agradan al cliente: limpieza, orden, funcionamientos de los enlaces e información actualizada.

Para elaborar el sitio web se utilizará el material de la imagen corporativa previamente elaborado. Se tiene acceso a todos los archivos sin ningún inconveniente. Tanto JPG como PSD, imágenes vectorizadas y acceso a la toda la información necesaria en Word, JPG, PDF, etc.

En cuanto a la plataforma, el cliente ha solicitado mayor información sobre el tema, así como sobre los navegadores que utiliza el público objetivo. Hasta el momento ha considerado: Window y el Internet Explorer como navegador principal.

La aprobación de los contenidos del sitio será realizada por los socios principales de la empresa y el asesor de la elaboración de la página. En un principio la página contará con los siguientes contenidos:

1. Home: parte de la filosofía de BioBag, donde surge la empresa.
-

2. Quiénes somos: descripción de la empresa, misión, visión y políticas institucionales.
3. Servicios: galería de imágenes de productos que se ofrecen en la empresa.
4. Probio: una sección dedicada a promover esfuerzos en pro del medio ambiente.
Se considera un plus en el sitio web, pues ofrecerá enlaces, videos, documentos que fomenten la conciencia ecológica y que serán actualizados cada semana.
5. Contactos: un pequeño formulario para establecer comunicación entre la empresa y las personas interesadas o posibles clientes.

Actualmente la empresa está terminando de corregir los últimos detalles de la estrategia de marketing, para realizar su lanzamiento. Pero ya se tiene claridad en las piezas a utilizar en la campaña, y el sitio web tiene gran importancia. La empresa está por adquirir un dominio para echar andar la actual propuesta una vez aprobada.

ii. Definición de objetivos

Objetivo General del Sitio Web:

- * Dar a conocer la empresa BioBag y posicionar la marca en el mercado salvadoreño.

Objetivos específicos:

- * Lanzar la imagen de la empresa haciendo énfasis en su compromiso con el medio ambiente.

- * Brindar una alternativa de bolsas plásticas biodegradable al público y las empresas salvadoreñas.

Metas:

- * Establecer un tráfico de 10,000 personas en el mes de lanzamiento del sitio web de BioBag
- * Contar con un al menos 2,000 mensajes de contactos establecidos a través del sitio web.

Misión de BioBag

- * Somos una industria dedicada a la contribución del medio ambiente gracias a la producción de bolsas plásticas biodegradables y a las campañas de concientización dirigidas a la población salvadoreña.

Visión de BioBag

- * Ser una industria pionera en la fabricación del plástico biodegradable, con la finalidad de ofrecer al público salvadoreño un producto de calidad que contribuya a la conservación del medio ambiente.

Valores de BioBag

- * Apoyar al medio ambiente
 - * Generar mayor conciencia ecológica.
-

- * El Capital humano es nuestra mayor riqueza.
- * La Innovación será nuestra cultura.

- **Financiamiento del proyecto**

El financiamiento del sitio web será asumido por los socios mayoritarios de la empresa. Los costos de implementación rondan aproximadamente entre \$1,000 y \$1,500 dólares anuales. Para conocer las etapas del proyecto ver cronograma adjunto.

- **Definición de la audiencia**

El cliente aun trabaja en el perfil de la audiencia sin embargo, se han proporcionado algunas características del público meta:

- ☐ Clientes potenciales serán aquellos empresarios cuya producción requiera bolsas plásticas.
- ☐ Ejecutivos con capacidad de negociación y poder adquisitivos otorgado por las empresas donde laboran.
- ☐ Generalmente viajan con regularidad.
- ☐ Poseen conocimientos de la competencia.
- ☐ Tiene estudios superiores y buscan que los envoltorios de sus productos reflejen la capacidad de los mismos.
- ☐ Un usuario frecuente de la web.

Edad: Entre 18 y 80 años.

Sexo: ambos sexos.

Clase social: alta, media (alta, media y baja) o todos aquellos que necesiten bolsas plásticas biodegradables.

Gustos: amor a la naturaleza, contribuir al medio ambiente, moda verde, conciencia ecológica, etc.

Estilo de vida: con una actitud de conservación y cuidado a los recursos naturales para hacer un mundo sostenible.

- **Definición de servicios interactivos**

La información necesaria para el desarrollo del proyecto web de BioBag será proporcionada en su totalidad por la empresa encargada del diseño de la imagen corporativa, para continuar la misma línea gráfica y mantener la unidad de las piezas.

Los contenidos del sitio web fueron aprobados por el cliente y se mencionan en el resumen de la entrevista realizada al representante de la empresa. (ver pág. 3 apartado Contenidos del sitio)

iii. Fase de desarrollo

Sistemas de navegación

Se ha definido que los sistemas de navegación a utilizar será en un primer momento: plataforma Window y la adaptación de Internet Explorer.

La página de inicio (home) será en formato horizontal. El sitio web de BioBag posee un menú principal dividido en 5 secciones (Home, Quienes somos,

Servicios, Nuestro Compromiso y Contactos) en estas categorías se detalla la información de los contenidos del sitio.

Las secciones se ubican al lado izquierdo de la página y la información principal está ubicada en la parte central del diseño. El menú permanece visible en el diseño de todo el sitio que facilita tener visible el acceso a la información.

El sistema de navegación es claro para el usuario, ya que al ir presionado cada botón del menú principal irá interactuando con la información de su predilección. Se planea colocar audio para estimular los sentidos y mejorar la experiencia de las personas.

Árbol de contenidos

Home con cuatro secciones

- Logo
- Imagen de productos
- De dónde surge BioBag.

1. Quienes somos:

- Imagen
- Misión
- Visión

2. Servicios:

- Productos
- Galería

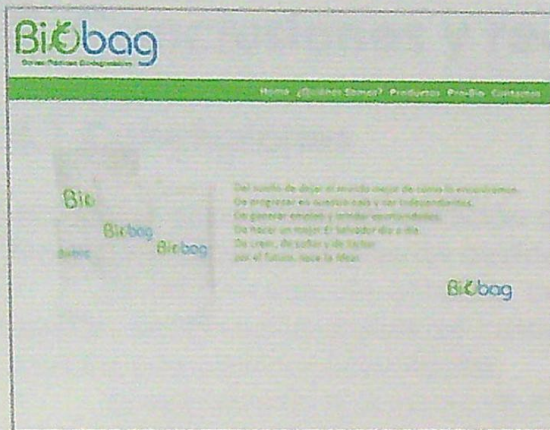
3. Probio:

- La naturaleza de la sección
- Enlaces o videos

4. Contactos:

- Datos de la empresa
- Formulario de datos
- Comentarios.

A partir de todo lo anterior se genera el diseño del sitio web, con una navegación muy sencilla, dando gran facilidad en su navegación, en sus cinco secciones:



HOME

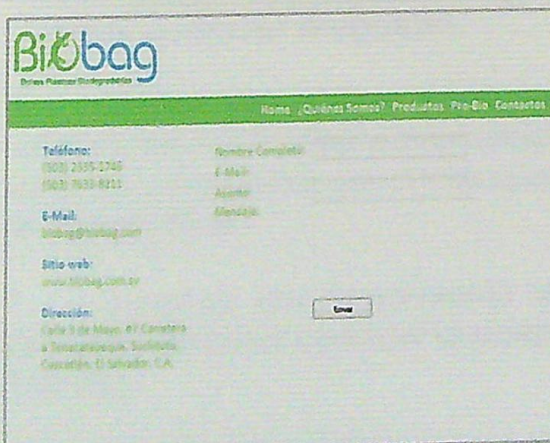
QUIENES SOMOS



PRO-BIO



PRODUCTO



CONTACTO



8. Conclusiones y recomendaciones

8.1 Conclusiones

Al finalizar el proceso de creación de la imagen corporativa de la empresa BioBag considero importante destacar:

- * Es un proceso de consulta constante, tanto cliente como diseñador deben encontrar un punto de comunión, que logré unificar las necesidades con las propuestas presentadas.
- * Es importante que como diseñadores documentar siempre el proceso de creación, desde la etapa de los bocetos hasta la solución gráfica final. Es de esta manera que se muestra el recorrido por el proceso creativo de una marca.
- * Los detalles y las sensaciones son importantes y todo diseñador debe tomarlo en cuenta para mostrar, reflejar y transmitir las necesidades del cliente a través del diseño.
- * Diseñar es una pasión que conlleva un proceso de investigación arduo, que en ocasiones es agotador, pero brinda el fundamento necesario a las ideas que se plasman.
- * Más allá de la cubierta, más allá de vestido o el empaque el diseño se convirtió para mí en el reflejo del alma de las cosas.

8.2 Recomendaciones

- * Se recomienda establecer una buena comunicación con el cliente. Esto permitirá conocer sus necesidades, satisfacer sus expectativas; pues el diseñador se asegura de comprender claramente sus planteamientos, y por ende es capaz de brindar una solución gráfica ante cualquier problemática.
 - * Antes de emprender cualquier proyecto de diseño gráfico es fundamental realizar una investigación que brinde los datos necesarios para justificar cualquier propuesta.
 - * Utilizar elementos como: el cuestionario para clientes, brief, y referencias nacionales e internacionales, entre otros; es de gran ayuda para elaborar propuestas concretas que posteriormente se depuran y constituyen el trabajo final.
 - * Después del lanzamiento de la marca, se recomienda hacer un seguimiento para conocer la aceptación y el posicionamiento que esta ha logrado.
 - * Es de vital importancia continuar con fortaleciendo la imagen
-

corporativa, de acuerdo a las necesidades que surjan en la empresa, siempre y cuando se respete la línea gráfica de BioBag.

9. Glosario

Biodegradable: sustancia que puede ser descompuesta con cierta rapidez por organismos vivos, los más importantes de los cuales son bacterias aerobias. Sustancia que se descompone o desintegra con relativa rapidez en compuestos simples por alguna forma de vida como: bacterias, hongos, gusanos e insectos.

Cultura verde: este concepto de verde se derivó de una preocupación generalizada por los problemas ambientales por parte de la población en general y los partidos políticos, frecuentemente con miras comerciales. Sin embargo, se comenzaron a identificar enfoques particulares que reflejaban profundas dentro de la perspectiva ambiental, por lo que el término cultura verde y verde adquirieron diferentes tonalidades, siendo las oscuras, las más radicales.

Ecología: estudio de la distribución, abundancia e interrelación entre los seres vivos, y como esas propiedades son afectadas por la interacción entre los organismos y su medio ambiente.

Imagen: es una representación mental, producto sintético e intangible de la imaginación individual – y por extensión del imaginario colectivo; la raíz del

concepto es el término *imago*, procede de la psicología.

Imagen corporativa: es el signo de identidad, la firma de una empresa, aquella idea que permanece en la mente del consumidor, actuando como uno de los principales elementos de venta.

Impacto ambiental: en ciencias naturales, alteración de las propiedades físicas, químicas y biológicas del medio ambiente, causada por cualquier forma de materia o energía resultante de las actividades humanas.

Plástico: se aplica a las sustancias de distintas estructuras y naturalezas que carecen de un punto fijo de ebullición y poseen durante un intervalo de temperaturas propiedades de elasticidad y flexibilidad que permiten moldearlas y adaptarlas a diferentes formas y aplicaciones.

Marca: es un signo verbal. Signo que designa: da nombre y señala a la vez. Sirve para nombrar, para referirse al producto a través de la marca. Viene con un signo visual. Se transforma, por medio del diseño.

Medio ambiente: de acuerdo con la Conferencia Intergubernamental sobre la educación ambiental en 1977, con la colaboración de la ONU,

el concepto de medio ambiente abarca el entorno o suma total de lo que rodea, afecta o condiciona las circunstancias de la vida. Comprende a los seres humanos, animales, plantas, objetos, agua, suelo, aire y las relaciones entre ellos, así como los valores de estética, ciencias naturales e histórico-culturales.

Reciclaje: es la obtención de materias primas a partir de desechos, (tanto domésticos como industriales). Implica una reorganización o destrucción parcial del material para propiciar su reconstrucción.

Plástico biodegradable: son obtenidos de fuentes renovables, como las plantas y las bacterias, por esa razón tienen una estructura que puede ser destruida por los microorganismos en períodos cortos de tiempo y no atentan contra la ecología.

Productos biodegradables: son aquellos que se descomponen de manera natural, y son reintegrados al medio ambiente dentro de un período corto de tiempo.

Productos no biodegradables: son aquellos que no se reintegran al ambiente de manera natural, si no que requieren de procesos de desdoblamiento o de descomposición adicionales para degradarse, y por lo general, si se dejan descomponer de manera natural, pueden tardar en reintegrarse muchísimo tiempo.

Reciclable: que se pueda reciclar. Componentes, productos o materiales que pueden ser empleados en la fabricación de un nuevo producto.

10. Fuentes de Referencias

10.1 Fuentes Bibliográficas:

1. Costa, J. (2004). La imagen de marca. Barcelona, España. Ediciones Paidós Iberica, S.A.
2. García, B. (2008). Ecodiseño. Nueva herramienta para la sustentabilidad. México. Editorial Designio.
3. Lefteri, C. (2008). Así se Hace: Técnicas de fabricación para diseño de productos. Madrid, España. Editorial Blume.
4. Miller A., Brown J., (2004) Logos: Making a strong Mark, 150 Strategies for Logos that last. Rockport Publishers
5. The State University of New Yersey. (2008) Rugers Visual, Identity Manual Version 1.2. New Yersey, Estados Unidos.
6. Scheinsonhn, Daniel. (2001). Comunicación estratégica-Imagen corporative. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Macchi.
7. Simmons C. (2005). Diseño de logotipos. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gilli.
8. Walker L., (1991) Blount S. Letter head Logo Designs Creating The Corporative image. Germany.

10.2 Fuentes electrónicas:

1. Cruz G., R. La Cultura ambiental desde la educación básica. Obtenida el 31 de enero de 2011 de <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/344173.html>
 2. Espín G. Las ventajas de los plásticos biodegradables. Consultado el 10 de febrero 2011. <http://www2.esmas.com/noticierostelevisa/mexico/050072/las-ventajas-plasticos-biodegradables>
 3. N.D. (2008). La verdad sobre los plásticos biodegradables. Consultada el 14 de febrero de 2011. http://www.ladyverd.com/comentar_articulo/214/la_verdad_sobre_los_plasticos_biodegradables.htm
 4. N.D. Nueva "Ecomoda Green": Marca tendencias ecológicas y de reciclaje. Obtenida 3 de febrero 2011 de <http://mundomoda.portalmundos.com/nueva-ecomoda-green-marca-tendencias-ecologicas-y-de-reciclaje/>
 5. ¿Quiénes somos? ASIPLASTIC. Consultado el diciembre 18 de 2010. Página Web: <http://www.asiplastic.org/industria.php>
-