

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE ARTE Y DISEÑO**



Diseño de empaques eco amigables para el  
transporte de envases de la marca Waylla

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de Bachiller  
en Arte con mención en Diseño Gráfico presentado por:

*Tatiana Petronila Escudero Carbajal  
Masiel Madueño Vidal*

**Asesores:**

*Isabel Hidalgo Valencia  
Noel Gonzalez Rivero*

Lima, 2022

## RESUMEN:

El proyecto inicio con el propósito de buscar soluciones para el transporte productos de potes de vidrio indagando así, que el empaque sea eco amigable para la marca elegida. Waylla ofrece a sus consumidores productos sanos y naturales como los hongos y harinas de sabores variados. Este producto final solucionara el problema que había en general, la falta de una identidad gráfica y empaque ecológico. Sin embargo, es de recalcar que el interés del estudio se centró en diseñar empaques que respondieran a las características del proyecto, es decir, que fuera ecológico, funcional, emocional y llamativo para sus clientes. Se creo un prototipo que le permitiría al usuario visualizar el producto, acompañado de un universo gráfico y que transmitiera la estética orgánica de la marca. Los resultados obtenidos fueron favorables evidenciando así el cuidado medioambiental. En la última entrevista realizadas, el público objetivo había comentado que los empaques eran innovadores, fácil de transportar, ecológicos y reusables lo cual le beneficia, pero sobre todo si lo adquirían.

## Palabras claves:

Empaques ecológicos, diseño estructural, productos orgánicos, verde

## ABSTRACT

The project started with the purpose of looking for solutions for the transport of glass pot products, thus investigating that the packaging be eco-friendly for the chosen brand. Waylla, which offers its consumers healthy and natural products such as mushrooms and flour with varied flavors. This final product will solve the problem that was in general, the lack of a graphic identity and ecological packaging. However, it should be emphasized that the interest of the study was focused on designing packaging that responded to the characteristics of the project, that is, it was ecological, functional, emotional and striking for its clients. A prototype was created that would allow the user to visualize the product, accompanied by a graphic universe and that transmitted the organic aesthetics of the brand. The results obtained were favorable thus demonstrating environmental care. In the last interview, the target audience had commented that the packaging was innovative, easy to transport, ecological and reusable, which benefits him but especially if they acquired it.

### Keywords:

Ecological packaging, structural design, organic products, green

## INDICE DE CONTENIDOS

1. Introducción	5
2. Planteamiento del problema	9
3. Objetivos	9
3.1. Objetivo general	
3.2. Objetivos específicos	
4. Etapas del proceso del esquema de la metodología doble diamante	9
4.1. Descubrir	10
4.2. Definir	12
4.3. Desarrollar	14
4.4. Entregar	15
5. Resultados finales	18
6. Impacto esperado del proyecto	19
7. Conclusiones	19
8. Referencias Bibliográficas	20

## 1. INTRODUCCIÓN:

Actualmente vivimos en un mundo globalizado, dominado por grandes centros financieros, los cuales nos ofrecen cadenas de distintos hipermercados, se caracterizan por comercializar y ofrecer en su mayoría, productos intervenidos químicamente, sin importar en absoluto sus consecuencias en la salud humana. Es por esta circunstancia que de un sector de la población surge una gran necesidad por consumir productos orgánicos. Es increíble la confiabilidad que los consumidores depositan en estos productos, la razón de esta situación recae en su procedencia natural y agrícola. Asimismo, cabe recalcar la importancia de la agricultura urbana en esta situación, ya que realiza una producción que aprovecha los recursos e insumos locales de manera respetuosa, eficiente y sostenible.

En el mundo todos los productos o servicios que consumimos a lo largo de nuestras vidas, tiene un gran impacto en el medio ambiente, por la consecuencia del mal uso y los malos hábitos de la población, el objetivo es reducir el gran porcentaje de impacto ambiental, y así mismo asegurando a su vez la obtención de un beneficio para el usuario final. La nueva metodología planteada es el “eco diseño”, una nueva forma de diseñar productos industriales, con una versión ampliada y mejorada, el eco diseño nos lleva a los productos razonable y un consumo más ecuánime, introduciendo al medio ambiente como un factor importante para la toma de decisiones durante el proceso de algún producto o servicio. Un buen diseño y desarrollo es imprescindible para el propio negocio y la competitividad de las empresas, por lo tanto, la unión del eco diseño como producto de venta da resultados positivos en la producción y ganancia, por otro lado, se puede afirmar que el diseño de un producto es sin duda un factor de competitividad cada vez más importante. En

la actualidad el mercado es la base de la competencia, ya que los comensales exigen productos y servicios diferenciados, por la calidad, seguridad y sobre todo el respeto al medio ambiente.

En estos días, los empaques, bolsas o productos tóxicos generan cantidades de desechos que contaminan el planeta. Un estudio de la fundación para la promoción del reciclaje, señala que el 58% de la basura está compuesto por materia orgánica; el 13% de papel y cartón; 7% de plástico; 6% de vidrio; el 3% de metales; 2% de textiles y el 1% por huesos. Conscientes de este problema, algunas compañías han intentado reducir la cantidad de elementos tóxico. Afortunadamente, la preocupación de la población por el cuidado y protección del medio ambiente es cada vez más grande y esto se está notando más en el campo del packaging.

Varias empresas, entidades, grupos ecológicos y mercados ecológicos son el primer lugar donde se utiliza estos eco empaques hechas de materia orgánica renovable, almidón de maíz y compuestos. “las compañías tienen áreas dedicadas especialmente a la investigación y desarrollo de envases adecuados para sus productos. Gastan millones de dinero cada año por estar no solo a la vanguardia sino para ofrecer mayores ventajas competitivas a sus consumidores”, explica Humberto Acha, especialista en el tema.

El objetivo de esta idea es elaborar empaques ecológicos o biodegradables y ofrecer a las empresas para que lo utilicen en sus productos. Para poder diseñar o elaborar envases ecológicos, es necesario saber que tanto en su proceso de creación y en su desecho, no dañen el medio ambiente; deben de ser reciclables; permitir la conservación de la calidad del producto, desde su origen hasta el uso del consumidor;

y no deben de dejar de ser económicos. Estos envases deben de ser convencionales, tanto en el aspecto estético, destacar los productos, agregarle calor y aumentar el deseo de comprar por parte de los clientes.

Algunos ejemplos de marcas reconocidas que usan los empaques ecológicos que han inspirado o retado a muchas otras campañas a seguir el camino verde:

La marca puma en el 2010 que lanzó un nuevo empaque para su línea de calzado el cual usa un 65% menos cartón en sus cajas y cubriéndose con una bolsa de lona y así evitando el uso de las bolsas de plástico en las compras.

La marca flickr toma un empaque para un juego de luces y la transformación es en una lámpara interactiva que también es 100% reciclable, el diseño elimina la necesidad de un embalaje, el material y las instrucciones de reducir los residuos de relleno adicional.

La marca Apple convierte el respeto por el medio ambiente, se enfocó en los últimos años en crear y generar más empaques eficientes y que contienen menos sustancias tóxicas. Una de sus políticas que ha adoptado Apple es la del embalaje reducido el cual se ha diseñado para ser los más impactantes en el mercado.

Para la realización de este proyecto se escogió trabajar con la marca Waylla, la cual es una de las tres marcas que la empresa Peruvian Maca S.A.C. nos ofrece. El emprendedor detrás de esta marca es el ingeniero químico Enrique Sánchez, quien junto a su hijo biólogo deciden empezar un negocio en el año 2015. Waylla es una marca que ofrece una gran variedad de los llamados “superalimento” como lo son la panela, la sal de maras, harina de aguaje, quinua, kiwicha, etc. La marca también productos más “exóticos” como el huanarpo macho (afrodisiaco natural) y extracto de ganoderma. Los superalimento son nutricionalmente los alimentos más densos en el planeta y se han utilizado durante miles de años por los pueblos indígenas para sanar

la mente y el cuerpo. La empresa madre realiza viajes constantemente a distintos pueblos y zonas en el interior del país para la selección de insumos y su producción. Asimismo, la marca posee objetivos que van más allá de las ventas y ganancias: proyectos de consciencia social, temas del medio ambiente, seguridad alimentaria. temas de género: Empoderamiento de la mujer rural, incremento de mujeres y hombres de la sierra peruana a la PEA (Población económicamente activa). Para el desarrollo de este proyecto hemos escogido trabajar el diseño de un tipo empaque para las harinas envasadas de Waylla.



FIGURA 1. Enrique Sánchez - Stand de Peruvian Maca S.A.C.

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

- Como se ha mencionado anteriormente, la marca Waylla tiene pocos años de haber salido al mercado, es por ello que no poseen empaques pensados en las necesidades, el uso y la comodidad. La marca actualmente ofrece sus productos en bolsas plásticas que no ayudan al cuidado del medio ambiente; característica que no va acorde con la personalidad de la marca.

## 3. OBJETIVOS

### 3.1. Objetivo General:

Proponer una línea de eco empaque que reemplace a las bolsas plásticas.

### 3.2. Objetivos específicos:

- Determinar las necesidades de los usuarios de la marca Waylla.
- Definir las características del sector económico para el desarrollo de la línea de empaque.
- Empaques que se adapten a las necesidades del usuario final, es decir: que sean ergonómicos y funcionales.
- Empaques elaborados de material eco-amigable.
- Erradicar el uso de envases y bolsas plásticas.

## 4. ETAPAS DEL PROCESO DEL ESQUEMA DE LA METODOLOGÍA DEL DOBLE DIAMANTE:

La metodología doble diamante es una técnica que ha sido elaborada para la experiencia de los investigadores, este método se utiliza para la organización de los datos que se van obteniendo y así poder presentarse de forma pública y dar

credibilidad a la investigación y proyecto. El objetivo de este, es no cometer ningún error y menos tener cabos sueltos; el proceso empieza por una innovación que va desde una hipótesis hasta la publicación y uso del producto.

#### 4.1. Descubrir:

Nos encontramos en la primera etapa de la metodología del doble diamante, dentro de la cual usamos como principal herramienta a la observación, en base a la técnica del antropólogo. En primer lugar, logramos capturar distintos momentos:

- Momento 1: Se capturan las acciones de los usuarios.

En el primer momento usamos la herramienta de las preguntas para completar el nivel de observación básica a emociones abstractas o situaciones en particular. El grupo se dirigió a la feria ecológica para tomar fotos y ahí sintetizar las búsquedas a necesidades futuras. Estas fueron las respuestas a las fotografías los usuarios en la mayoría de veces se detienen para observar, leer, analizar el producto que le causa interés ya sea por los colores, las formas o beneficios; los usuarios les atraen muchos las formas nuevas o la utilidad que se le da.

- Momento 2: Se muestra la interacción del usuario y el vendedor.

Se encuentra un usuario parado observando los productos del stand, esperando que le terminen de atender por lo que se observa al vendedor que ofrece sus productos en bolsas de craft, entregado por los organizadores del mercado saludable, los vendedores siempre buscan la comodidad para el usuario; como la facilidad del transporte, pero con los empaques que ofrece se hace muy complicado transportar, también buscan el mejor cuidado del medio ambiente.

A partir de la observación y análisis de estos momentos, se ha identificado la necesidad de la implementación de empaques para la entrega de productos, tanto por parte de los usuarios como de los vendedores. Esta conclusión se obtiene, ya que existe un alto interés en los usuarios por adquirir dichos productos, los cuales se podrían complementar de manera positiva con un empaque que le aportan mucha más personalidad. De la misma manera, se logró observar que los asistentes a la feria poseen un gran interés en el ámbito de lo eco amigable, por lo que es importante recalcar que el plástico no sería un material de interés para implementarlo como solución dentro de la creación de empaques para el público del Mercado Saludable.

Otro punto importante es que dentro de la feria Mercado Saludable, se puede encontrar diversas marcas que ofrecen distintas variedades de productos orgánicos. Se observó que la mayoría de estas son marcas pequeñas, las cuales no tiene muchos años en el mercado. Sin embargo, se caracterizan por ser marcas que influyen de manera positiva en la vida de sus usuarios y tiene un gran potencial para explotar en el mercado.

Dentro de la variedad de marcas que se halló en la feria, identificamos una en particular: Waylla, marca de “superalimento” la cual pertenece a la empresa Peruvian Maca S.A.C. Se escogió trabajar con esta marca, luego de haber realizado entrevistas al dueño de la marca y a los clientes frecuentes de ella, se reconoció un punto importante por explotar: la falta de empaques, tanto para los envases, así como bolsas para entregar los productos.

En este proyecto nos encargamos de diseñar un packaging para la marca Waylla. La investigación en la eco feria de la molina, y que estos empaques den una adecuada experiencia de compra.



FIGURA 2. Productos en polvo - Stand de Peruvian Maca S.A.C.

#### 4.2. Definir:

En este segundo tramo es la etapa donde le damos sentido a todas las posibilidades de trabajar con un cliente, identificando al que necesita una mayor ayuda en los empaques y así deshacerse del plástico, es así que de nuestra observación escogimos a la marca Peruvian Maca S.A.C. la cual necesitaba de ayuda, en la creación de empaques ecológicos.

- En este momento utilizamos la técnica del periodista.

Las técnicas del periodista se utilizan para verificar los datos que se van obteniendo y para presentarlos a la opinión pública de la forma más adecuada, es la mejor garantía de que la información goce con credibilidad frente a la opinión pública. el objetivo de utilizar esta técnica

es no cometer errores ni utilizar cabos sueltos, es por eso que desarrollamos una entrevista a los vendedores y usuarios en el mercado ecológico.

La primera entrevista fue hacia el vendedor de la marca Peruvian Maca S.A.C. esta empresa madre tiene tres marcas de productos saludables y naturales Jampi, Waylla y Tantay, sus productos se pueden encontrar en su página web y en el mismo mercado ecológico además hacen delivery al usuario y sus productos los entrega en bolsas de plástico esta marca también hace el uso de las pequeñas bolsas de papel craft que les ofrece el mismo mercado saludable, esta empresa está organizada por un ingeniero químico y un biólogo que empezaron organizar desde cero la pequeña empresa que en la actualidad tiene 4 años ya establecido, su deseo es crecer más como empresa.

La siguiente entrevista fue hacia un cliente frecuente llamado Nadia de 30 años de edad que conoció a la feria ecológica por las redes sociales, Nadia siempre va al mercado ya que se identifica con el ambiente saludable, ella es amante de las verduras, frutas, yogurt, etc. siempre va con sus bolsas de plástico ya que compra una gran cantidad de productos, su incomodidad es que todos sus productos al estar dentro de la bolsa se aplastan y hasta se pueden malograr, Nadia asistió a varias ferias en Barranco, Lince y Miraflores por el motivo de cercanía.

Como conclusión rescatamos de la marca madre Peruvian Maca S.A.C. la marca Waylla es una marca que representa la elaboración de harina de sabores; coca, plátano, aguaje, graviola, Maca, Mashua y Alcachofa que vienen en frascos de vidrio. En estas entrevistas destacamos esta necesidad para dicha marca y es

que necesitan un empaque ecológico, ya que la mayoría de sus productos los entregan en bolsas de plástico y a sus clientes no les parecía lo adecuado para dichos productos y además se les hace incómodo para el transporte.

#### 4.3. Desarrollar:

En este tramo empiezan las lluvias de ideas, el proceso de creación, las posibles soluciones, aparecen los logros de las primeras plantillas y los trabajos por corregir, para así mejorarlos y presentarlos a través de una encuesta a los usuarios del mercado saludable y a nuestro cliente Enrique Sánchez de la marca Waylla.

La primera parte del desarrollo es la planificación a través de una pregunta ¿Cómo haríamos para que Nadia siga consumiendo los productos de Peruvian Maca S.A.C. y se sienta cómoda con empaques ergonómicos y prácticos para el transporte?, en base a esta pregunta surgieron varias ideas que transcribimos a unos post it. Después de la primera parte de la lluvia de ideas, se dividió en dos partes: las posibles ideas - las no posibles ideas; de las posibles ideas se empezó la fabricación de los primeros prototipos y planos de empaques, y así nació el primer empaque ecológico en base a la idea de una media rueda, el empaque estaba hecho de cartón micro corrugado para el producto de la marca Waylla y en ese empaque era para el transporte de 3 frascos de vidrio y siguiendo la forma de una media rueda. En la primera revisión fue con los profesores del curso; los cuales nos ayudaron con la mejora del empaque, después de la revisión del empaque y la corrección debida, se le presento a nuestro cliente Enrique Sánchez el dueño de la marca Waylla y a los usuarios del mercado ecológico y los cuales nos brindaron ideas estas fueron de mucha ayuda ya que el empaque no era completamente fácil de transportar, las

usuarias preferían un empaque más cuadrado porque se hacía más fácil de apilar uno con el otro. Después de las correcciones, aportes e ideas se logró mejorar el empaque haciendo más práctico, creativo y diferente; este nuevo empaque tenía lo necesario para que un usuario lo pueda adquirir. Se le presentó a los profesores de la clase y comentamos las necesidades que ellos tenía y que el empaque anterior no les ofrecía. El nuevo empaque tenía algunas correcciones y nuevas propuestas para el mejoramiento de este, después de todas las correcciones se les presento a nuestro cliente Enrique Sánchez y a nuestros usuarios, el resultado final fue increíble para los usuarios, a ellos les beneficia mucho ya que el transporte y el manejo de dicho empaque es práctico, y a nuestro cliente le impresionó el manejo de ideas.

La fabricación de la línea gráfica para los empaques fue realizado a base de sellos, el cual diseñamos el nombre del sabor y una ilustración lineal, y después se mandó a realizar los sellos especiales. El valor económico de esta nueva técnica es cómodo para nuestro cliente, para poder adquirir un sello es sencillo, tiene una larga duración y el uso es práctico.

#### 4.4. Entregar:

Esta cuarta etapa tiene como objetivo presentar las soluciones previamente planteadas al usuario final y al dueño de la marca, proceso que se denomina “validación”, pues lo que se pretende es rescatar una opinión crítica por parte del público y conseguir la aprobación o en el caso contrario recomendaciones para mejorar las soluciones.

- Validación 1

Para la realización de esta primera validación nos acercamos al dueño de la marca (Waylla) con distintas propuestas de prototipos realizados

para el producto escogido. Como primer recurso de análisis identificamos a la “emoción”, es decir: observamos la reacción natural del cliente a la hora de ver su producto en un empaque totalmente distinto a lo convencional en su marca. De la misma manera realizamos distintas preguntas en cuanto al diseño, la ergonomía, la estructura, la visibilidad del producto, el peso, la practicidad y demás.

Como segunda opinión, se realizó entrevistas a distintos usuarios de la marca, en su mayoría mujeres: de un total de 20 entrevistados, 15 fueron mujeres y 5 hombres. Para dar inicio a las entrevistas a los usuarios se les entregó los prototipos, dando el empaque para que ellos mismos interactúen con él, al cabo de unos minutos, los usuarios empezaron a dar su opinión sobre ellos. Luego de haber realizado la estrategia de la validación se rescató lo siguiente:

Se concluyó que es totalmente necesario aproximar los prototipos hacia los usuarios finales desde esta etapa, pues son ellos quien adquirirán en un futuro estos empaques y quienes entregan un aporte mucho más valioso para nuestro trabajo.

Por un lado, el señor Enrique Sánchez, dueño de la marca, disfrutó desde un primer momento la observación de los prototipos ofrecidos, aprobó el concepto y el diseño planteado. Caso contrario, los usuarios finales quienes fueron entrevistados nos ofrecieron mayores críticas en cuanto a la practicidad, ergonomía y forma del diseño, pese a esto, felicitaron los prototipos mucho más livianos y eco amigables.

Tras haber hecho un análisis en cuanto a las críticas rescatadas de las diversas entrevistas, se recurrió a adaptar el diseño propuesto a las características que buscan los usuarios: practicidad y funcionalidad.

- Validación 2

Al cabo de dos semanas, se realizó una segunda validación, planteada de la misma manera. En esta ocasión, optamos por entrevistar desde un principio a los usuarios y posteriormente al señor Enrique Sánchez.

En esta ocasión, las entrevistas con los usuarios dieron mayores frutos, pues identificaron que la forma del empaque resultaba mucho más práctica para transportar y, asimismo, se sentía mayor comodidad y menor temor de que los productos se arruinen. Por otro lado, el señor Enrique nos brindó su aprobación, tras haberle informado sobre la opinión de los usuarios.

Luego de haber realizado esta segunda validación, logramos tener una idea totalmente concreta sobre lo que el usuario necesita y quiere, de esta manera optamos por seguir trabajando con el prototipo que teníamos y empezar la realización de la línea gráfica sobre el empaque. La línea gráfica de Waylla, posee una personalidad bastante orgánica, pues proviene del significado de su nombre: Waylla adj. verde, llanura, pradera, prado, cubierta de verdor. Es por ello que se realizó una iconografía lineal inspiradas en las líneas de su logotipo para representar cada sabor de los productos con los cuales se ha trabajado.

## 5. RESULTADOS FINALES.

La presentación al cliente fue realizada en un cita previa en la cual le presentamos el empaque ecológico final, se le comunicó como fue planteado a base de las últimas correcciones e ideas que nos brindaron, se le informó la gráfica que sea planteada en el empaque final y cuáles serían los beneficios de dicha gráfica, y de la elaboración de los empaques, se le brindo además la información precisa de los precio y lugares donde se le facilita la producción del producto final, a nuestro cliente se le acomoda mucho a sus posibilidades e ingresos y fue un punto a nuestro favor, además le presentamos el empaque con el producto ya dentro y puesto en el stand del cliente; después de mostrarle al cliente y que quede completamente tranquilo y satisfecho nos dirigimos a la encuesta con los usuarios que mayormente eran las madres de familia, a ellas les comentamos el proceso de la fabricación del empaque y cómo fue evolucionando, a los usuarios finales les quedo perfecto para el uso y el transporte, además para ellas ya que es fácil el llevar, comentaron el agrado del diseño para otros tipos de uso a parte del guardado de los frascos de vidrio.



FIGURA 3. Nuevo empaque eco amigable

## 6. IMPACTO ESPERADO DEL PROYECTO:

El proyecto realizado en el ciclo 2018-2 fue una experiencia inigualable, el proceso de desde inicios tuvo una gran expectativa y con la ayuda de profesores y comentarios e ideas de los usuarios y de nuestro cliente se logró lo esperado, con algunas complicaciones a lo largo del proceso, pero siempre se supo sobrellevar. La satisfacción de ver logrado el trabajo, de haber resuelto la dificultad que tenían al principio que era quitar por completo el uso de bolsas plástico y poder usar empaques ecológicos, fuertes, prácticos, con buen diseño, funcionales al momento del transporte o al ordenar un empaque sobre otro sin que sobre espacio alguno. Para el cliente es sencillo el armado y el plasmado de la gráfica sobre el empaque es fácil de trabajar. Nuestro objetivo principal está logrado a través de nuestro empaque ecológico.

## 7. CONCLUSIONES.

La conclusión es fomentar el desarrollo de los productos ecológico, y que así poco a poco quitemos las bolsas de plástico que no ayudan al medio ambiente. La marca Waylla tiene característica ecológicas y ambientales; el empaque diseñado ayuda a reforzar su marca y al cuidado del ambiente, además que la plantilla planteada se utiliza y funciona perfectamente para transportar y cuidar el producto que lleva dentro, este producto ecológico brinda ventajas muy competitivas debido a los materiales eco amigables que en la actualidad es un enfoque más industrial. Nuestra propuesta salió como se esperaba y tuvo un gran impacto en los usuarios que van a la feria del mercado saludable.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Figura 1: Escudero T. (La Molina - 2019) Packaging eco amigable, Elaboración propia.
- Figura 2: Madueño M. (La Molina - 2019) Packaging eco amigable, Elaboración propia.
- Figura 3: Escudero T. (La Molina - 2019) Packaging eco amigable, Elaboración propia.
- Javier Rejon. (2015). El mercado ecológico. 2018, de ForoAlfa Sitio web: <https://foroalfa.org/articulos/el-mercado-ecologico>
- Anónimo. (2017). ¿Qué son los super alimentos?. sf, de SuperAlimentos Sitio web: <https://www.superalimentos.es/superalimentos/>
- Ana Lucia. (sf). El mercado de productos ecológicos. Manual basico de agricultura ecológica Sitio web: <https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/unidad6.pdf>
- Anónimo. (sf). definición sobre la palabra Waylla. Glosbe Sitio web: <https://es.glosbe.com/qu/es/waylla>
- Marissa Sanchez. (junio 5, 2018). Abre un negocio de empaques ecológicos. Entrepreneur Sitio web: <https://www.entrepreneur.com/article/291335>
- Juma. (sf). Nuestros productos verdes. Greenpack Sitio web: <https://greenpack.com.co>
- Anónimo (Abril, 2007). Materiales biodegradables para empaques sostenibles. Tecnologia del plastico Sitio web: <http://www.plastico.com/temas/Materiales-biodegradables-para-empaques-sostenibles+3055636>

- Jannele Pierse. (sf). Empaques sustentables: nueva opción para tu tienda. Shopify Sitio web: <https://es.shopify.com/blog/15668676-empaques-sustentables-una-nueva-opcion-para-tu-tienda-virtual>
- Bruno Murani. ( 1 de Mayo, 2015). Proceso de diseño Doble Diamante. Abeldb Sitio web: <https://abeldb.com/informes/proceso-de-diseno-el-doble-diamante/>
- Beatriz Margarita Leal (sf). Herramientas y técnicas orientado a los servicios. Diseño de servicio. {ida Blog Sitio web: <https://blog.ida.cl/ida/herramientas-tecnicas-diseno-orientado-servicios/>
- Anónimo (7 de enero,2018). Diseño de servicio en el sector público. (mayo 2018). Desaffo Salud Blog Sitio web: <http://desafiosalud.blogspot.com/2018/01/diseno-de-servicios-en-el-sector-publico.html>
- Maria Isabel Jociles Rubio. (1999). Las técnicas de investigación de antropología .Mirada antropológica y proceso etnográfico. Gazeta de antropologia Sitio web: [http://www.ugr.es/~pwlac/G15\\_01Marialsabel\\_Jociles\\_Rubio.html](http://www.ugr.es/~pwlac/G15_01Marialsabel_Jociles_Rubio.html)
- Anónimo (sf). 1.4. El método de la antropología. (21 de julio, 2017). Open course ware Sitio web: <https://ocw.unican.es/mod/page/view.php?id=792>
- Natan Matias (mayo). Cinco técnicas para mejorar el periodismo explicativo. Red internacional de periodistas sitio web: <https://ijnet.org/es/story/cinco-técnicas-para-mejorar-el-periodismo-explicativo>

- Marco Velázquez (29 de junio, 2015). ¿Cómo validar tu idea de producto?. Pulso social Sitio web: <https://pulsosocial.com/2015/06/29/como-validar-tu-idea-de-producto/>
- Anónimo (10 de septiembre). Para emprendedores ¿Cómo validar tu producto?. La voz de los emprendedores Sitio web: <https://www.pqs.pe/tu-negocio/emprendedores-como-validar-un-producto>

