



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Bolsas tote de diseño personalizado: cómo convertir un logotipo en un arte final que se imprime con nitidez y que la gente sí lleva

Details

Respuesta rápida: Las bolsas tote de diseño personalizado se imprimen con nitidez cuando se toman cuatro decisiones antes de hablar de cantidades. Primero, ubique el arte final dentro de la zona imprimible real de la bolsa, lejos de las costuras y del cosido de las asas. Segundo, cuente los colores de tinta según el color de la bolsa, porque las bolsas oscuras suelen necesitar una base blanca. Tercero, iguale los colores planos Pantone sobre el color real del tejido, no sobre papel. Cuarto, entregue archivos con los colores separados y a escala real: vectoriales para serigrafía y ráster de 300 dpi para la transferencia digital. Si acierta en estos puntos, eliminará las causas más comunes de impresiones moteadas, invisibles o fuera de marca.

Esta guía está pensada para equipos de marca y marketing en la fase de diseño, una vez que han decidido que quieren una bolsa personalizada con logotipo y antes de aprobar una prueba. Cubre la ubicación, el tamaño del área de impresión, el contraste entre tinta y bolsa, la igualación de color sobre lona de color y la preparación de archivos. Si todavía debe elegir tejido, construcción o modelo de proveedor, empiece por nuestra [guía para especificar, imprimir e inspeccionar bolsas tote de lona personalizadas](#), y después vuelva aquí para el arte final.

Por qué los buenos logotipos se convierten en malas bolsas tote

El fallo suele aparecer al abrir la caja. Un logotipo que se veía nítido en el monitor llega moteado porque la tinta se hundió en la trama de la lona. O una marca azul marino oscuro casi desaparece sobre una bolsa verde bosque. O un eslogan fino se ha rellenado hasta quedar ilegible. Nada de esto son defectos del tejido. Son decisiones de diseño que nadie tomó a propósito.

El verdadero costo no es la factura de impresión. Es si alguien lleva la bolsa. En una encuesta de Custom Ink recogida por ASI, el 67 % de los más de 1,000 compradores corporativos finales afirmó que juzga una campaña según si los destinatarios *voluntariamente* usan el artículo, y el 45 % situó la durabilidad como la característica más importante ([cobertura de ASI sobre la encuesta de compradores finales de 2026^{\[1\]}](#)). La propia investigación de ASI halló que el 78 % de los consumidores de EE. UU. conserva artículos promocionales porque les resultan útiles ([comunicado de ASI 2026 sobre impresiones publicitarias^{\[2\]}](#)). Una bolsa que da vergüenza llevar no genera ninguna impresión publicitaria, por barata que haya sido. El veredicto público de un destinatario sobre otra bolsa tote conmemorativa de oficina fue: «bonita, pero la próxima vez intenten regalar algo útil».

La solución es un proceso de diseño breve y repetible. Trata la bolsa como una superficie en movimiento, que se pliega y tiene textura, y no como una mesa de trabajo plana.

Contenido

1. [Qué significa «diseño personalizado» en una bolsa tote](#)
2. [Cómo planificar bolsas tote de diseño personalizado que se impriman con nitidez: 6 pasos](#)
3. [Estrategias de arte final comparadas](#)

4. [Preguntas frecuentes](#)
5. [Puntos clave](#)
6. [Conclusión](#)
7. [Fuentes](#)

Qué significa «diseño personalizado» en una bolsa tote

En esta guía, el diseño personalizado es el sistema de arte final aplicado a la bolsa. Ese sistema tiene cuatro partes: dónde se ubica la marca, qué tamaño tiene, qué colores usa en relación con el tejido y los archivos de producción que indican al impresor exactamente qué hacer. Es algo distinto de la construcción, es decir, del gramaje del tejido, los fuelles y las asas. La construcción se trata en la página de [bolsas tote de lona personalizadas](#) .

La distinción importa porque ambos aspectos interactúan en un solo sentido. La construcción limita lo que el arte final puede hacer: una bolsa con fuelle tiene un panel frontal plano más pequeño, y una trama abierta se come el detalle fino. El arte final no puede corregir la construcción. Por eso, lea primero la ficha técnica de su bolsa y diseñe en función de ella.

La personalización también forma parte del diseño hoy en día. Las ventas de una bolsa tote de lona de una marca con tradición subieron 75 % en el primer semestre de 2025 frente al mismo período del año anterior, y ejecutivos de la categoría dijeron a CNBC que «la personalización es una parte enorme de [la tendencia]» ([CNBC, julio de 2025^{\[3\]}](#)). Para los equipos de marca, esto es un argumento a favor de una marca principal limpia con espacio para una línea con un nombre, un equipo o un evento. No es un argumento a favor de un panel saturado.

Cómo planificar bolsas tote de diseño personalizado que se impriman con nitidez: 6 pasos

Paso 1: ubique el arte final donde la bolsa realmente se ve

Empiece por cómo se lleva la bolsa, no por el archivo del logotipo. Colgada del hombro, la franja superior del panel frontal se pliega hacia dentro con la carga y el tercio inferior desaparece contra la cadera o dentro de un pliegue del fuelle. La zona que se mantiene plana y visible es la parte media-alta del panel, un poco por encima del centro real. Ahí debe ir su marca principal.



Luego marque en su plantilla las zonas prohibidas:

- **Costuras laterales e inferiores.** Las pantallas y las planchas de transferencia no pueden apoyarse planas sobre una costura, así que la tinta se salta o queda con efecto fantasma en esa zona.
- **Puntos de unión de las asas.** El cosido de refuerzo crea relieves que rompen los rellenos sólidos.
- **Pliegues del fuelle.** En una bolsa con fuelle, el arte final que llega hasta el pliegue acaba partido en dos planos.

Pida al proveedor una plantilla del área imprimible a escala 1:1 y su tolerancia de ubicación por escrito. Algunas fábricas indican alrededor de $\pm 0,5$ cm. Después diseñe de modo que cualquier desviación, en cualquier dirección, siga sin tocar ninguna costura. Este solo paso evita la queja del «logotipo torcido» que aparece una y otra vez en las reseñas públicas de bolsas tote de marca.

Comprobación de tamaño: imprima el arte final a tamaño real en papel, péguelo con cinta a una bolsa lisa del mismo modelo, cuélguela del hombro y mírela desde unos 3 metros de distancia. Si el nombre de la marca no se lee a esa distancia, agrándelo o elimine el texto secundario. Una marca que ocupa solo parte de la zona segura suele verse más intencionada que una estirada de borde a borde, y deja margen para la tolerancia de ubicación.

Paso 2: cuente los colores de tinta según el color de la bolsa, no según el blanco

Los diseñadores cuentan los colores sobre una mesa de trabajo blanca. Los impresores cuentan las pantallas sobre el tejido real. Esas dos cifras suelen ser distintas.

- **Lona natural o crema.** Las tintas se imprimen algo más cálidas y menos saturadas que sobre papel blanco, y los colores pálidos, como el amarillo claro, los pasteles y el gris claro, pierden contraste rápidamente.
- **Bolsas oscuras (azul marino, negro, verde bosque, burdeos).** La mayoría de las tintas de

color necesitan una base blanca para mantener su brillo. Esa base es una pantalla adicional. Por eso, un logotipo de 2 colores sobre azul marino suele ser un trabajo de tres pantallas, y la capa de tinta adicional hace que la impresión se sienta más pesada.

- **Bolsas de tono medio (rojo, azul rey, verde oliva).** Son las más difíciles en cuanto a contraste. Muchas paletas de marca quedan demasiado cerca de la bolsa en valor tonal.



Una prueba rápida de contraste no requiere software especial. Pase a escala de grises tanto la muestra del color de la bolsa como cada muestra de tinta. Si se convierten en grises parecidos, la marca desaparecerá a distancia, por muy distintos que parezcan los tonos en color. En las bolsas tote de color personalizadas, los sistemas más seguros suelen ser un vaciado de 1 color, en el que el tejido de la bolsa pasa a ser el segundo «color», o una tinta clara sobre una bolsa oscura con un alto contraste de valor.

La serigrafía suele ser más económica con 1-4 colores planos, porque cada color normalmente requiere su propia pantalla y su propio montaje. Más allá de unos cuatro colores planos, muchos impresores recomendarán pasar a un método de transferencia digital o simplificar el arte final. Si su logotipo tiene degradados, consulte con su impresor si una versión de color sólido debería ser la predeterminada para las bolsas. Los puntos de semitono finos tienden a romperse sobre una trama de lona gruesa. Para saber qué método de decoración se adapta a su cantidad y a su tejido, consulte la [comparativa de métodos de decoración en nuestra página de bolsas tote de lona](#); el resto de esta guía se centra en el arte final.

Paso 3: iguale los colores planos Pantone sobre el tejido real

Las referencias Pantone se definen sobre papel. La lona las modifica de dos maneras. La tinta se absorbe en las fibras y, en cualquier bolsa que no sea blanca, el color del tejido transparenta y tiñe la tinta. Un rojo de marca especificado como color plano PMS puede salir color ladrillo sobre lona natural y apagado y sucio sobre color arena si nadie lo probó.



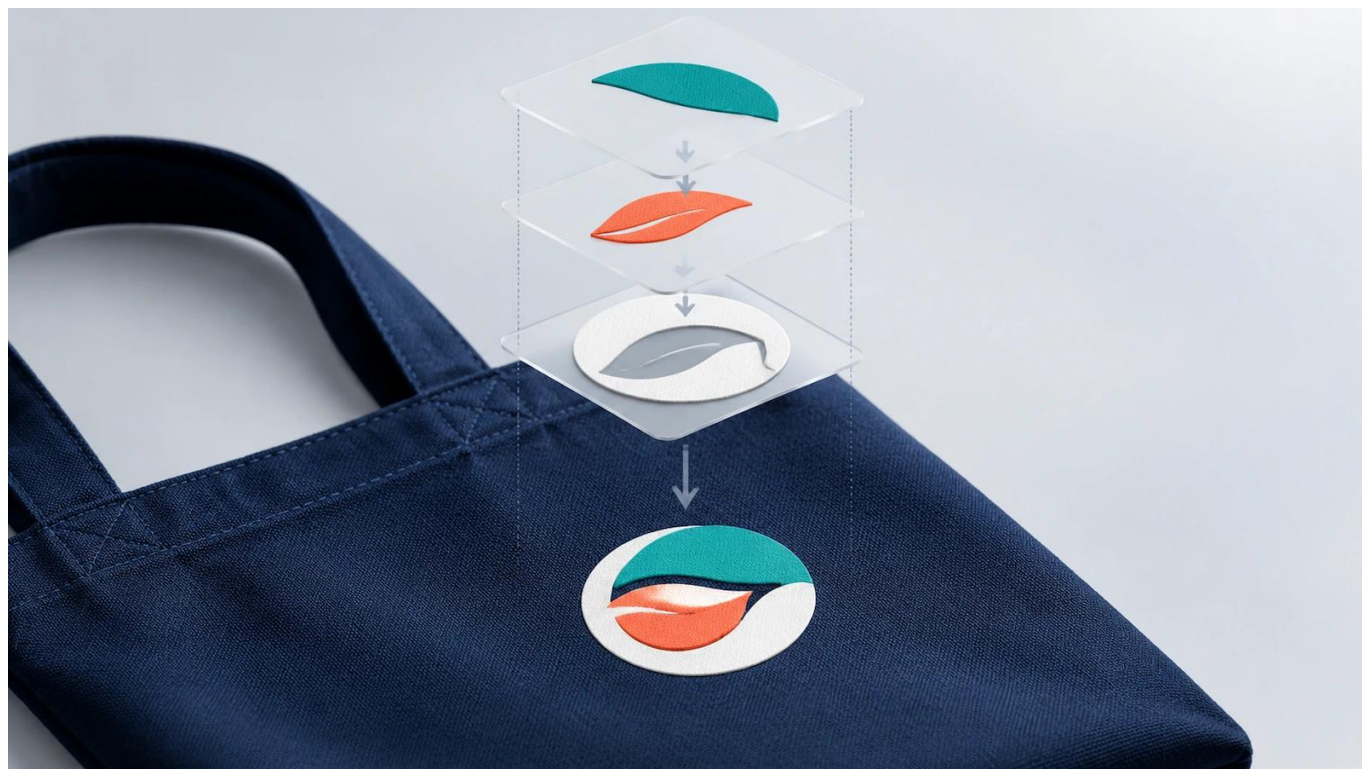
Un protocolo de igualación de color que funciona:

1. **Especifique los colores planos con su referencia PMS** en el archivo y por escrito. «El rojo de nuestra marca» no es una especificación.
2. **Solicite una prueba de impresión sobre el color real de la bolsa**, es decir, una muestra física de tinta sobre ese tejido. Una prueba digital confirma la ubicación, pero no dice nada fiable sobre el color impreso.
3. **Evalúe con luz de día neutra**. Las fábricas suelen comparar las muestras bajo la iluminación del iluminante estándar D65. Los LED de oficina y las pantallas le engañarán.
4. **Acuerde una tolerancia**. Algunas fábricas incluyen en sus criterios de aceptación límites de diferencia de color como $\Delta E \leq 2.0$. Sea cual sea la cifra que use, inclúyala en la orden de compra en lugar de confiar en un «bastante parecido».
5. **Trate el color de la bolsa como una igualación aparte**. Teñir el propio tejido con un color de marca es una petición distinta a igualar la tinta, y el tejido teñido varía de un lote de tintura a otro. Pida una muestra de tejido del lote de producción.
6. **Archive todo para los pedidos repetidos**: foto de la prueba de impresión aprobada, referencias de tinta y archivos de pantalla o de transferencia. Los pedidos repetidos sin estos datos presentan derivas de color.

La durabilidad también es un dato de entrada del diseño. Las cifras que informan los proveedores varían mucho: tintas serigráficas al agua que, según afirman, soportan 50+ ciclos de lavado, y algunas impresiones directas sobre prenda (DTG) valoradas en unos 15-25 lavados. Si la bolsa se va a lavar, pida los resultados de solidez al lavado. Un método habitual es AATCC TM61 con una valoración en escala de grises, y algunos compradores fijan como mínimo el grado 3 o superior. No deduzca la durabilidad a partir de una foto.

Paso 4: prepare archivos que el impresor pueda usar sin tener que adivinar

El arte final que no está listo para imprimir es una de las causas de retraso en producción que se citan con más frecuencia: logotipos de baja resolución, separaciones de color ausentes y pruebas a la espera de la aprobación de varias personas. Un paquete de archivos limpio elimina esas rondas.



Método de decoración	Formato de archivo	Debe incluir	Motivo de rechazo habitual
Serigrafía	Vectorial AI, EPS o PDF	Fuentes convertidas a contornos; 1 capa por color plano, con el nombre de su referencia PMS; base blanca indicada para las bolsas oscuras	Un JPEG incrustado presentado como «vectorial»; fuentes sin convertir; colores sin nombre
DTF / DTG (digital)	PNG a 300 dpi y al tamaño final de impresión	Fondo transparente; arte final recortado al tamaño real de impresión; perfil de color incrustado si su equipo lo usa	Captura de pantalla o logotipo web ampliado; recuadro blanco detrás del arte final
Bordado	Origen vectorial, que el proveedor convierte en un archivo de puntadas («digitalización»)	Versión simplificada sin líneas muy finas ni texto minúsculo; referencias de color de hilo	Texto fino que se rellena; rellenos grandes y densos que endurecen el tejido ligero

Dos añadidos ahorran más tiempo. Primero, una **maqueta de ubicación**: un dibujo plano de la bolsa con el arte final en su posición y sus distancias respecto de la costura superior y de la línea central. Muestra solo posiciones, sin creatividad adicional. Segundo, un **único aprobador** designado en la ficha de encargo, para que la prueba no circule por un comité. Si un equipo de ventas o de eventos necesita opinar, recoja sus aportes antes de enviar la ficha de encargo, no después de recibir la prueba.

Paso 5: pruebe sobre una bolsa real y diseñe pensando en el encogimiento

Aprobar solo en pantalla es uno de los errores más comunes de impresión de bolsas tote que citan los proveedores. Pida una muestra física de preproducción y compárela con su ficha de encargo: ubicación, tamaño, color con luz de día, nitidez de los bordes sobre la trama y cómo se asienta la impresión cuando la bolsa está cargada y plegada.

Después tenga en cuenta el movimiento del algodón. Según los proveedores, el encogimiento en el

primer lavado de la lona de algodón sin preencoger ronda el 5-8 %. En una zona de impresión de 30 cm, eso supone hasta unos 2,4 cm, suficiente para desplazar visiblemente una marca centrada o arrugar un relleno sólido grande. Especifique en la ficha de encargo un tejido preencogido o lave una muestra y vuelva a revisar el arte final. Incluya con la bolsa una línea de cuidados (lavar en frío del revés, secar al aire, no planchar sobre la impresión) para que los destinatarios no arruinen la impresión en su primera colada.



Paso 6: revise cada declaración que hace su arte final

Todo lo que se imprime en la bolsa es una declaración pública de su marca. Las bolsas tote comunes quedan, por lo general, fuera de las normas obligatorias de etiquetado de fibras textiles de la FTC. Pero en cuanto añade voluntariamente una declaración sobre la fibra, como «100 % algodón», «orgánico» o «reciclado», esta debe ser veraz y no inducir a error ([guía de etiquetado de la FTC^{\[41\]}](#)). Antes de imprimir un mensaje ecológico, compruebe que existe un certificado y qué abarca:

- Las declaraciones de fibra orgánica suelen respaldarse en la certificación [GOTS^{\[51\]}](#) con certificados de transacción.
- Un certificado de sustancias nocivas como [OEKO-TEX STANDARD 100^{\[61\]}](#) cubre los materiales ensayados, incluidos las impresiones y los accesorios que figuran en el certificado. No es una declaración de producto orgánico. Lea el alcance del certificado, no el resumen del proveedor.
- Si el diseño está dirigido a niños, como una impresión de personajes para un obsequio escolar, el producto puede considerarse artículo infantil según la CPSIA. Las piezas accesibles quedan entonces limitadas a 100 ppm de plomo total y requieren ensayos realizados por un tercero ([CPSC^{\[71\]}](#)).
- Si está pensando en acabados repelentes al agua o a las manchas para su distribución en California, AB 1817 prohíbe los PFAS regulados en artículos textiles. El umbral es de 100 ppm de flúor orgánico total a partir del 1 de enero de 2025, y baja a 50 ppm a partir del 1 de enero de 2027 ([California AB 1817^{\[81\]}](#)).

Las declaraciones importan también en lo comercial, no solo en lo legal. En el estudio de ASI sobre bolsas de 2026, el 86 % de los consumidores dijo que una bolsa sostenible les daría una opinión aún

más favorable del anunciante. Por eso una declaración verificable merece imprimirse y una que no se pueda verificar es un riesgo reputacional ([Estudio de impresiones publicitarias de ASI 2026: bolsas^{\[9\]}](#)).

Estrategias de arte final comparadas

La mayoría de las marcas encajan en una de cinco estrategias. Elija según cómo se verá la bolsa y cuántas pantallas o pasos necesita cada estrategia sobre el color de su bolsa, no según qué versión del logotipo sea la más completa.

Estrategia	Colores / pantallas habituales	En bolsas claras	En bolsas oscuras	Mejor uso	Principal riesgo de diseño
Vaciado de 1 color (la bolsa se ve a través de la marca)	1	Muy buena con tinta oscura	Muy buena con tinta blanca o clara	Eventos, regalos de alto volumen, marcas minimalistas	Pérdida de detalle si el logotipo original depende de contornos
2-4 colores planos	2-4, más base blanca en las bolsas oscuras	Buena; cuidado con los tintes pálidos	Necesita una base blanca, por lo que la capa de tinta es más pesada	Marcas con la paleta de marca completa, bolsas para el comercio minorista	Colores de tono medio con poco contraste frente a la bolsa
Imagen o ilustración a todo color	Proceso digital (sin pantallas por color)	Mejor sobre blanco o natural	Suele requerir una capa blanca; compruebe el tacto	Bolsas con fotos, colaboraciones con artistas, tiradas pequeñas	Archivos de origen de baja resolución; menor vida útil al lavado con algunos métodos
Tono sobre tono (tinta cercana al color de la bolsa)	1	Sutil	Sutil	Marca «discreta» de gama alta, regalos para el personal	Invisible a distancia; no supera la prueba de escala de grises por diseño
Marca bordada pequeña o monograma	Colores de hilo, con precio según el número de puntadas	Buena	Buena	Regalos, personalización, sets para ejecutivos	El texto fino se rellena; los rellenos densos endurecen los tejidos más delgados

Dos patrones aparecen una y otra vez en los debates de creadores y compradores. Los nombres sencillos, los monogramas y las marcas limpias se venden y se llevan más que los gráficos recargados. Y la lona más gruesa y plana reproduce con más nitidez la tinta sólida y el bordado que un tejido fino de trama abierta. Si su diseño tiende a la ilustración detallada, confirme que el tejido puede soportarla antes de comprometerse.

Preguntas frecuentes

Pregunta frecuente: ¿qué formato de archivo necesito para una bolsa personalizada con logotipo?

Para serigrafía, envíe un archivo vectorial AI, EPS o PDF con las fuentes convertidas a contornos y cada color plano en su propia capa con nombre. Para DTF o DTG, envíe un PNG a 300 dpi al tamaño

final de impresión y con fondo transparente. Para bordado, envíe el arte original en vectores; el proveedor lo convierte en un archivo de puntadas. En todos los casos, incluya una maqueta de ubicación con las distancias respecto de la costura superior y de la línea central.

Pregunta frecuente: ¿cuántos colores de tinta debe usar el diseño de una bolsa tote?

Los menos que la marca pueda permitirse. La serigrafía suele ser más eficiente con 1-4 colores planos, y en las bolsas oscuras una base blanca normalmente añade una pantalla más. Un vaciado de 1 color suele ser la opción más legible a distancia. Para comparar costos según el número de colores en su bolsa, [solicite una cotización](#) adjuntando su arte final.

Pregunta frecuente: ¿se pueden igualar exactamente los colores Pantone sobre lona de color?

De forma cercana, no idéntica. La lona absorbe la tinta y el color del tejido la tiñe, de modo que una referencia Pantone basada en papel variará. Especifique el color plano PMS, apruebe una prueba de impresión física sobre el color real de la bolsa con luz de día D65 y fije en el pedido una tolerancia de color acordada.

Pregunta frecuente: ¿dónde debe ir el logotipo en una bolsa tote?

En la parte media-alta del panel frontal, ligeramente por encima del centro, lejos de las costuras laterales, el cosido de las asas y los pliegues del fuelle. Esa zona se mantiene plana y visible cuando la bolsa se lleva cargada al hombro. Pida al proveedor la plantilla del área imprimible y su tolerancia de ubicación, y diseñe de modo que la desviación normal nunca toque una costura.

Pregunta frecuente: ¿la impresión encoge o se deforma después del lavado?

Puede ocurrir. Según los proveedores, el encogimiento en el primer lavado de la lona de algodón sin preencoger ronda el 5-8 %, lo que puede desplazar una marca centrada o arrugar un relleno sólido grande. Especifique un tejido preencogido o pruebe el lavado en una muestra, y dé a los destinatarios instrucciones de cuidado: lavar en frío del revés, secar al aire, no planchar directamente sobre la impresión.

Pregunta frecuente: ¿podemos imprimir «orgánico» o «reciclado» en la bolsa?

Solo si puede respaldarlo. Las bolsas tote comunes suelen estar exentas del etiquetado obligatorio de fibras de la FTC, pero las declaraciones voluntarias sobre fibras deben ser veraces. Las declaraciones de producto orgánico normalmente se apoyan en la certificación GOTS, y las de producto reciclado, en una norma de contenido reciclado con certificados de transacción. Compruebe qué abarca realmente cada certificado antes de incluir la declaración en el arte final.

Puntos clave

- **Diseño pensando en el uso voluntario, porque así es como los compradores miden el éxito.** — el 67 % de los 1,000+ compradores corporativos finales juzga las campañas según si los destinatarios eligen usar el artículo ([Fuente](#))
- **Una bolsa que se lleva es una de las impresiones publicitarias más baratas de los artículos promocionales de marca.** — casi 5,000 impresiones publicitarias a lo largo de su vida útil, alrededor de 1/10 de centavo cada una ([Fuente](#))
- **La durabilidad es la señal de valor en la que más confían los compradores, así que**

las impresiones resistentes al lavado son un requisito de diseño. — el 70,4 % señaló la durabilidad como la señal más fuerte del valor de un producto ([Fuente](#))

- **Las declaraciones de sostenibilidad en las bolsas reciben escrutinio porque las bolsas concentran la mayor demanda de sostenibilidad.** — las bolsas encabezaron las categorías en interés por la sostenibilidad, con un 21,6 % ([Fuente](#))
- **Un arte final de temática infantil puede cambiar la categoría de cumplimiento normativo de la bolsa.** — límite de 100 ppm de plomo total para productos infantiles ([Fuente](#))
- **Los acabados que se venden en California deben cumplir la normativa sobre PFAS, y el límite se endurecerá pronto.** — 100 ppm de flúor orgánico total ahora, 50 ppm a partir del 1 de enero de 2027 ([Fuente](#))
- **El canal es lo bastante grande como para que lo que marque la diferencia sea la calidad del diseño, no la novedad.** — las ventas de los distribuidores de productos promocionales de EE. UU. alcanzaron \$27,1 mil millones en 2025 ([Fuente](#))

Las cifras del canal proceden de la [estimación del volumen de ventas de PPAI 2025^{\[10\]}](#) y las cifras sobre señales de valor, de [PPAI Research^{\[11\]}](#).

Conclusión

Un buen arte para bolsas tote surge de tratar la bolsa como una superficie plegable, con textura y de color, y no como una mesa de trabajo. Ubique la marca donde siga visible cuando la bolsa esté cargada. Cuentas las pantallas sobre el color real de la bolsa. Iguala los colores planos sobre el tejido real con luz de día. Entregue archivos que no obliguen al impresor a adivinar nada. Valide con una prueba física, diseñe pensando en el encogimiento e imprima solo las declaraciones que pueda certificar.

Cuando tenga lista la ficha de encargo del arte final, llévela a nuestra página de [bolsas tote de lona personalizadas](#) para combinarla con el tejido, la construcción y el plan de inspección adecuados, y envíe los archivos junto con su solicitud de cotización para que se revise la ubicación y el color.

Fuentes

1. [ASI: una encuesta muestra que los compradores corporativos finales priorizan los artículos promocionales sofisticados y elegantes \(enero de 2026\)](#) ↵
2. [Comunicado de prensa de ASI: los productos promocionales generan impresiones publicitarias por una fracción de centavo \(abril de 2026\)](#) ↵
3. [CNBC: esta bolsa de \\$40 vive su verano más popular de la historia \(17 de julio de 2025\)](#) ↵
4. [Comisión Federal de Comercio de EE. UU.: cómo orientarse entre los requisitos de etiquetado de las leyes de textiles y de lana](#) ↵
5. [Global Organic Textile Standard \(GOTS\), Global Standard gGmbH](#) ↵
6. [OEKO-TEX: documento de la norma STANDARD 100](#) ↵
7. [Comisión para la Seguridad de los Productos de Consumo de EE. UU.: contenido total de plomo](#) ↵
8. [Información Legislativa de California: AB 1817, Ley de Ropa y Textiles Más Seguros](#) ↵
9. [ASI: estudio de impresiones publicitarias de 2026: bolsas \(junio de 2026\)](#) ↵
10. [PPAI: estimación del volumen de ventas, los productos promocionales alcanzan un nuevo máximo \(2026\)](#) ↵
11. [PPAI Research: año nuevo, tendencias \(casi\) nuevas](#) ↵

octubre 20, 2026