



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



Details

Respuesta rápida: Las bolsas de envío de polietileno personalizadas con logotipo funcionan mejor cuando la marca se sitúa en la mitad superior del panel frontal, lejos de la zona de la etiqueta de envío. Dale un tamaño que se lea desde el otro lado de una sala, imprímela con tinta de alto contraste sobre una película opaca y repítela en el mismo punto de anclaje en todos los tamaños de bolsa.

Por qué un buen logotipo puede desaparecer en una bolsa de envío

La mayoría de las decisiones sobre el logotipo en las bolsas de envío de polietileno personalizadas se toman sobre una maqueta plana en pantalla a un zoom de 100 %. El paquete real se ve en tres lugares que no se parecen en nada a esa maqueta: una cinta transportadora en un centro de clasificación, un montón de paquetes en un porche y la foto que hace el cliente con el móvil. Una marca que se ve equilibrada en pantalla puede acabar bajo una etiqueta térmica. Puede volverse gris sobre una película en tono pastel, o difuminarse hasta convertirse en una mancha cuando las líneas finas se imprimen sobre el polietileno blando. Un comprador que valoró una bolsa impresa en digital se quejó de que todos los logotipos circulares pequeños de la bolsa salieron desenfocados. Eso es un problema de diseño, no un accidente de impresión.

El coste de equivocarse es mayor de lo que sugiere el precio de la bolsa. La National Retail Federation estima que [el 19,3 % de las ventas en línea se devolverá en 2025^{\[1\]}](#). Para muchas marcas de ropa, esto significa que el paquete hace un segundo viaje y el cliente manipula la bolsa dos veces. El mismo comunicado indica que el 71 % de los compradores es menos propenso a volver a comprar tras una mala experiencia, frente al 67 % en 2024. El estudio en el que se basa encuestó a [2,006 consumidores que han hecho devoluciones en línea y 358 grandes minoristas de EE. UU.^{\[2\]}](#). Simone Peinkofer, especialista en cadenas de suministro de la Michigan State University, ha estimado que una devolución media cuesta [aproximadamente el 60 % del coste del artículo^{\[3\]}](#). Un embalaje que confunde a las personas en cualquiera de estos puntos de contacto añade fricción a un proceso que ya es caro.

La solución es diseñar la bolsa de envío como un objeto físico con zonas, distancias de visión y una familia de tamaños, no como un lienzo plano para el logotipo. El resto de esta guía recorre ese proceso.

Contenido

- [¿Qué hace reconocibles las bolsas de envío de polietileno personalizadas con logotipo?](#)
- [Cómo ubicar, dimensionar y colorear un logotipo en una bolsa de envío de polietileno](#)
- [Comparativa de patrones de composición](#)
- [Diseño de bolsas de envío de polietileno de marca para toda una gama de tamaños](#)
- [Preguntas frecuentes](#)
- [Puntos clave](#)
- [Conclusión](#)

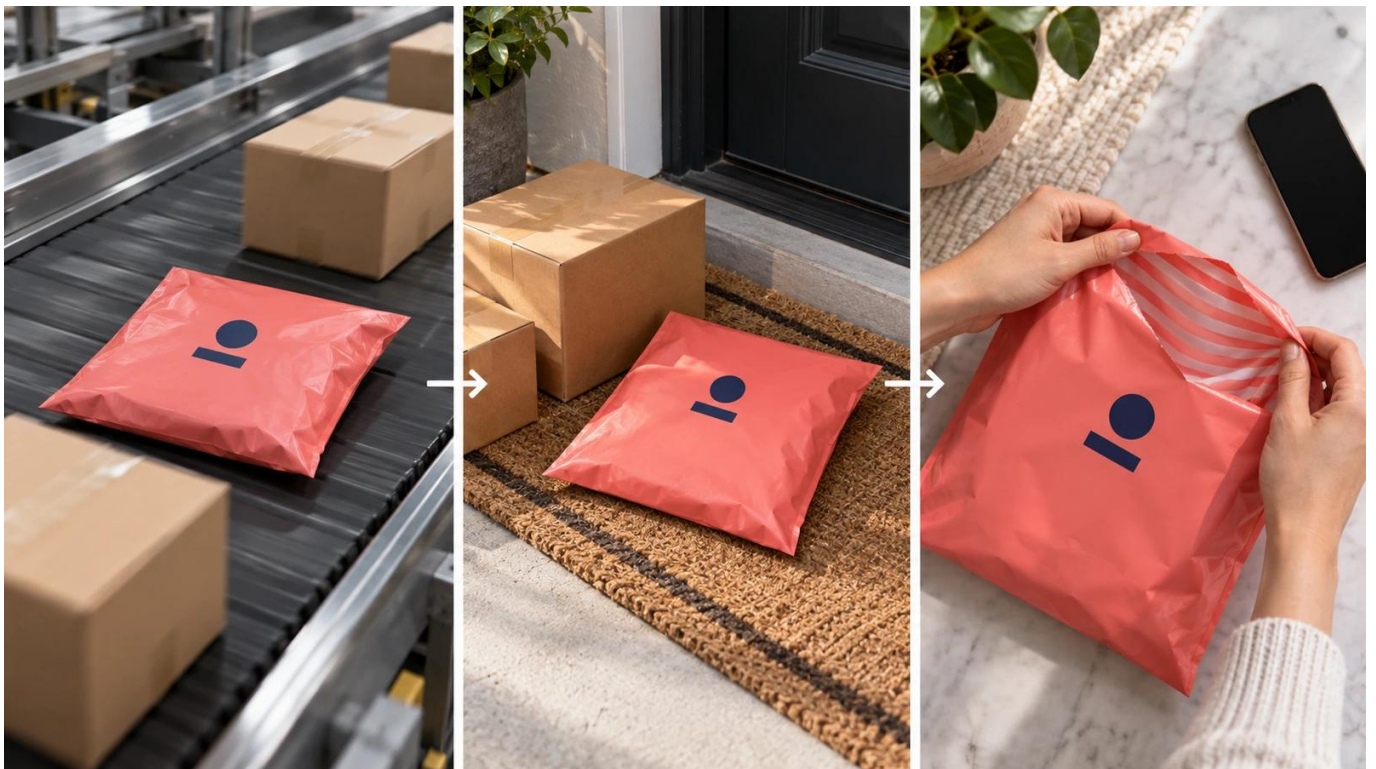
¿Qué hace reconocibles las bolsas de envío de polietileno personalizadas con logotipo?

Una bolsa de envío de marca se reconoce por tres señales, más o menos en este orden: el color de la película, la posición de una forma grande y, solo después, los detalles del propio logotipo. A distancia, las personas identifican un paquete por el color y la composición mucho antes de poder leer un logotipo tipográfico. Por eso las marcas con un color de película constante y una posición del logotipo constante se reconocen más rápido que las que imprimen una marca intrincada en un lugar distinto de cada bolsa.

Cada uno de los tres momentos de visualización premia una señal distinta:

- **En tránsito**, los operarios y los sistemas de clasificación ven la bolsa un instante, a menudo en ángulo y parcialmente tapada por otros paquetes. Solo sobreviven un campo de color intenso y una marca grande y sencilla.
- **En la puerta de casa**, el cliente ve el paquete de pie, normalmente entre otras entregas. El color de marca junto con una marca en la mitad superior del panel frontal hace casi todo el trabajo.
- **Al abrir el paquete**, quien mira está cerca y la cámara del móvil, más aún. Los detalles finos, la impresión interior, los patrones secundarios y la forma en que se abre la bolsa se hacen visibles y fáciles de compartir.

Katherine Cullen, de la NRF, defendió el argumento comercial en el mismo comunicado de 2025: «Las devoluciones ya no son el punto final de una transacción. Brindan a los minoristas la oportunidad de crear una experiencia positiva para los clientes y pueden traducirse en lealtad a la marca». Para el diseño de bolsas de envío de polietileno, esto significa que el exterior debe funcionar para un desconocido a distancia y para el cliente de cerca, a veces dos veces.



Cómo ubicar, dimensionar y colorear un logotipo en una bolsa de envío de polietileno

Paso 1: delimita las zonas antes de colocar nada

Empieza con un panel frontal y uno trasero en blanco y delimita cuatro zonas antes de colocar el logotipo en ningún sitio:

- **Zona de etiqueta:** un rectángulo plano, claro y sin imprimir donde el personal de embalaje aplica la etiqueta del transportista. Dimensionalo según tu etiqueta más grande más un margen por si se coloca torcida.
- **Zona del logotipo:** la mitad superior del frente, lejos de la zona de etiqueta. Es donde se posa la mirada primero cuando la bolsa está plana.
- **Zona del sello y la solapa:** el área adhesiva y la línea de pliegue. Evita colocar aquí el arte esencial, porque el plegado y la presión lo deforman.
- **Panel trasero:** marca secundaria, un patrón repetido, perfiles de redes sociales o mensajes de cuidado.

La zona de etiqueta importa por algo más que la legibilidad. How2Recycle indica que [las bolsas de envío de plástico solo pueden entrar en el flujo de Store Drop-off de EE. UU. si se ha retirado por completo la etiqueta de papel](#)^[4]. Un panel de etiqueta limpio, plano y sin imprimir facilita aplicar las etiquetas rectas y despegarlas por completo. Imprimir el logotipo bajo esa zona garantiza que la mitad de tus paquetes salgan con la marca oculta.

Si la misma bolsa está pensada para volver, las instrucciones de devolución y el segundo sello necesitan una zona propia. Ese diseño se explica en nuestra página sobre las [bolsas de envío de polietileno retornables personalizadas, pensadas para envíos de marca y devoluciones más sencillas](#).



Paso 2: dimensiona para el observador más lejano y añade detalle para el más cercano

La marca principal debe poder leerse desde la puerta de casa, no solo a la distancia del brazo. Un punto de partida práctico es que la marca principal ocupe aproximadamente el 40-60 % del ancho del panel frontal en tu tamaño más habitual. Por debajo de más o menos un tercio del ancho, el logotipo tiende a parecer una pegatina. Por encima de unos dos tercios, choca con la zona de etiqueta. Toma estas cifras como pautas orientativas que debes comprobar en una prueba impresa, no como reglas fijas.

Después, quita detalle de la versión grande. Los contornos finos, los lemas pequeños dentro de la marca y los degradados muy ajustados son los primeros elementos que se rellenan o se difuminan sobre película de polietileno. Pide a tu impresor el grosor de línea mínimo y el tamaño mínimo de texto en negativo sobre película, y diseña con holgura por encima de ambos. Reserva la versión detallada del logotipo para las superficies que se ven de cerca: el panel trasero, la impresión interior o la solapa que se ve al abrir.

Paso 3: trata el color de la película y el color de la tinta como una sola decisión

El polietileno es un sustrato semitranslúcido, así que el color de la película cambia el aspecto de todas las tintas. Un comprador verificado de una bolsa de envío de stock en azul claro señaló que la escritura en negrita del contenido se transparentaba a través de la bolsa. Eso es aceptable en una bolsa lisa, pero distrae detrás de un logotipo. Las películas más claras y las de tono pastel suelen necesitar una construcción opaca, como una capa interior blanca o plateada, para mantener limpio el color de marca y privado el contenido. Confirma la estructura de la película con tu proveedor antes de elegir un color de marca pálido.

Las películas oscuras hacen lo contrario. Ocultan bien el contenido, pero las tintas claras impresas sobre ellas pueden necesitar una base blanca para mantenerse vivas, lo que afecta al número de planchas y al coste. Pide presupuesto de ambas opciones en lugar de suponer que una es más barata.

Paso 4: usa contraste, no más colores

El reconocimiento nace de la diferencia entre la marca y la película, no del número de colores. Un diseño de 2 colores con un contraste fuerte suele rendir mejor que un logotipo de 4 colores con tonos similares. Las pautas de accesibilidad web (WCAG) fijan 4,5:1 como relación de contraste mínima para el texto normal y 3:1 para el texto grande. Apuntar a 4,5:1 o más entre la tinta principal y la película es una referencia interna útil, sobre todo para cualquier texto pequeño de la bolsa. Comprueba también el contraste en escala de grises. La iluminación de almacén y las cámaras de los móviles aplanan el color, y una paleta que depende solo del tono puede colapsar en un único gris.

Paso 5: diseña el momento de la apertura pensando en compartirlo en redes sociales

Las fotos de apertura de paquetes suelen tomarse desde arriba, de cerca, y recortadas en formato cuadrado o vertical. Dos decisiones ayudan aquí. Primero, centra la marca principal para que sobreviva a cualquier recorte. Segundo, pon algo en el interior de la película, como un patrón, un color de marca o un breve gráfico de agradecimiento, de modo que la bolsa abierta siga viéndose de marca cuando el exterior queda doblado hacia atrás. La impresión interior añade una pasada de impresión, así que pide precio de ambas versiones.

Un patrón continuo que recorra la solapa también tiene un beneficio práctico. Si una bolsa se abre y se vuelve a pegar, el patrón repetido deja de coincidir, lo que facilita detectar la manipulación. El informe de la NRF de 2025 estima que [alrededor del 9 % de todas las devoluciones son fraudulentas^{\[5\]}](#), así que merece la pena considerar un patrón que ponga en evidencia cualquier manipulación.

Paso 6: mantén las declaraciones y los iconos fuera de la composición del logotipo

Las marcas suelen intentar colocar un símbolo de reciclaje o un eslogan de sostenibilidad junto al logotipo. Mantén estos elementos en un bloque aparte y editable en el panel trasero. Las normas que los rodean cambian continuamente:

- El programa Store Drop-off de How2Recycle está [limitado a EE. UU. y a las películas de polietileno aptas^{\[6\]}](#).
- En abril de 2025, GreenBlue anunció que [se eliminaría el símbolo de las flechas circulares de las etiquetas de Store Drop-off^{\[7\]}](#).
- La SB 343 de California restringe los símbolos y las menciones de reciclabilidad en productos y envases fabricados a partir del [4 de octubre de 2026^{\[8\]}](#).
- Un eslogan del tipo «reutilizable significa más ecológico» también es arriesgado. Un estudio de ciclo de vida de 2024 realizado por Park et al. concluyó que una [bolsa de envío retornable de recogida centralizada tuvo peor desempeño que una de un solo uso en 9 de las 10 categorías de impacto, incluso tras 40 viajes^{\[9\]}](#), principalmente por la distancia de transporte.

Si una declaración está integrada en el arte del logotipo, cada cambio normativo obliga a hacer planchas nuevas para toda la gama. Si está en un bloque aparte, solo cambia ese bloque. En nuestra página de producto se explica cómo gestionar el texto de reciclaje y de cumplimiento en la propia especificación; consulta la sección sobre [declaraciones de reciclaje y de cumplimiento para bolsas de envío retornables](#).

Paso 7: aprueba sobre una prueba física, no en pantalla

Revisa la prueba como la verá el cliente: colócala en el suelo y mírala desde la altura de una persona de pie, fotografíala con el móvil bajo la iluminación del almacén y pégale una etiqueta real del transportista. La deriva de color entre tiradas, el desajuste de registro y el desprendimiento de la tinta por roce son cuestiones de revisión previa y de aceptación. Esas comprobaciones figuran en la página de producto, así que no se repiten aquí.



Comparativa de patrones de composición: qué diseños de bolsa de envío funcionan y dónde

La mayoría de las bolsas de envío de polietileno de marca usan uno de seis patrones de composición. La tabla valora cada uno según los tres momentos de visualización y las limitaciones prácticas que se derivan de ellos. Las valoraciones son juicios de diseño, no mediciones de laboratorio. El coste de impresión depende de la cobertura de tinta, el número de colores y las pasadas de impresión, así que pide presupuesto de cada opción por separado.

Patrón	En tránsito	En la puerta de casa	Apertura y redes sociales	Riesgo de conflicto con la etiqueta	Escalabilidad entre tamaños	Principal factor de coste
Marca grande centrada sobre película del color de la marca	Fuerte	Fuerte	Moderado	Medio: la etiqueta suele quedar cerca del centro	Fácil	Color de la película más 1-2 tintas
Marca en el tercio superior con panel de etiqueta reservado	Fuerte	Fuerte	Moderado	Bajo	Fácil	Igual que arriba
Patrón repetido en toda la superficie	Fuerte, gracias al color y la textura	Fuerte	Fuerte	Alto, salvo que se mantenga libre una ventana para la etiqueta	Fácil, el patrón simplemente se extiende	Alta cobertura de tinta

Patrón	En tránsito	En la puerta de casa	Apertura y redes sociales	Riesgo de conflicto con la etiqueta	Escalabilidad entre tamaños	Principal factor de coste
Campo de color intenso con una pequeña marca en una esquina	Fuerte, solo por el color	Moderado	Débil a moderado	Bajo	Fácil	Color de la película
Sistema de banda o franjas horizontales	Moderado	Fuerte	Moderado	Bajo si la banda queda por encima de la zona de etiqueta	Requiere una regla de altura de banda fija	Cobertura de tinta de la banda
Exterior minimalista con impresión interior como sorpresa	Débil	Débil a moderado	El más fuerte	Bajo	Fácil	Pasada de impresión adicional en el interior

Para la mayoría de las marcas de ropa de venta directa al consumidor, la marca en el tercio superior con un panel de etiqueta reservado es la opción por defecto más segura. Las marcas que dependen de compartir en redes sociales suelen combinarla con una impresión interior. El patrón repetido en toda la superficie ofrece la mayor presencia, pero solo funciona si se protege la ventana de la etiqueta. De lo contrario, cada operario de embalaje cubrirá una parte distinta del patrón.

Diseño de bolsas de envío de polietileno de marca para toda una gama de tamaños

Las marcas rara vez envían en un solo tamaño, y la tendencia es hacia más tamaños, no menos. Packaging Dive informó en mayo de 2026 de que los proveedores de bolsas de envío están invirtiendo en [innovaciones que facilitan el ajuste de tamaño o la devolución sencilla de productos por parte de los consumidores](#)^[10]. Ajustar el tamaño significa tener una familia de bolsas. Si cada tamaño se diseña por separado, la marca se ve ligeramente distinta en cada pedido. Un sistema de gama lo evita fijando un conjunto reducido de reglas y dejando que todo lo demás se escale.

Regla	Qué se fija	Qué puede cambiar según el tamaño
Punto de anclaje	La posición del logotipo respecto al borde superior y a la línea central, expresada como proporción del panel	Distancia absoluta en pulgadas o milímetros
Escala del logotipo	Ancho del logotipo como proporción del ancho del panel, dentro de un mínimo y un máximo	Tamaño absoluto del logotipo; las bolsas muy pequeñas usan una marca simplificada
Espacio libre	Un margen definido por una parte de la marca, por ejemplo la altura de uno de sus elementos	Nada; se escala con el logotipo
Panel de etiqueta	Posición y tamaño mínimo, según la etiqueta de transportista más grande que uses	Espacio adicional en las bolsas más grandes
Lógica de color	La tinta del logotipo se mantiene constante en toda la gama	El color de la película puede codificar líneas de producto, temporadas o bolsas de devolución

Regla	Qué se fija	Qué puede cambiar según el tamaño
Patrón	El tamaño del patrón repetido se mantiene constante	El patrón se extiende para llenar los paneles más grandes en lugar de estirarse

Mantener constante la tinta del logotipo y variar el color de la película es la regla más útil para las bolsas de envío de polietileno personalizadas en distintas líneas de producto. Una marca puede usar un color de película para los productos principales y otro para una edición limitada o un nivel de suscripción, y los clientes siguen reconociendo el paquete al instante porque la marca y su posición nunca cambian. Además, reduce al mínimo los cambios de plancha cuando se añade un tamaño.

Prueba el sistema en ambos extremos. La bolsa más pequeña muestra si la marca simplificada sigue siendo legible. La más grande muestra si la marca parece perdida o si el patrón repetido necesita una escala mayor. Si ambos extremos superan una comprobación desde la puerta de casa, los tamaños intermedios casi siempre la superarán también.



Preguntas frecuentes

Preguntas frecuentes: ¿dónde debe ir el logotipo para que no lo cubra la etiqueta de envío?

Reserva primero un panel de etiqueta plano, claro y sin imprimir, normalmente en la mitad inferior o en la parte inferior derecha del frente, y coloca el logotipo en la mitad superior. Indica a tu equipo de embalaje cuál es la zona de etiqueta. Un panel limpio también facilita retirar por completo las etiquetas de papel, algo que How2Recycle exige antes de que una bolsa de envío de plástico pueda entrar en el flujo de Store Drop-off.

Preguntas frecuentes: ¿qué tamaño debe tener un logotipo en una bolsa de envío de polietileno?

Como punto de partida, haz que la marca principal ocupe aproximadamente el 40-60 % del ancho del panel frontal en tu tamaño más habitual. Luego compruébalo en una prueba impresa colocada en el suelo y vista desde la altura de una persona de pie. Si no puedes identificarla desde esa distancia, agrándala o simplifícala antes de añadir colores.

Preguntas frecuentes: ¿vale la pena imprimir por ambas caras?

Normalmente, sí. Las bolsas quedan boca abajo en los contenedores de clasificación y en los porches casi tan a menudo como boca arriba. Una marca más simple o un patrón repetido en la parte trasera mantiene el paquete reconocible en ambos casos. El panel trasero es además el lugar adecuado para los mensajes secundarios y cualquier bloque de declaraciones, lo que mantiene limpio el frente.

Preguntas frecuentes: ¿qué colores de película funcionan mejor con un logotipo?

Los que crean un fuerte contraste con tu tinta principal y son lo bastante opacos para ocultar el contenido. Las películas claras y las de tono pastel suelen necesitar una capa interior opaca. Las películas oscuras pueden necesitar una base blanca para las tintas claras. Comprueba el contraste en escala de grises y pide presupuesto de cada combinación de película y tinta antes de decidirte.

Preguntas frecuentes: ¿puede un mismo diseño funcionar en todos los tamaños de bolsa?

Un sistema sí, pero una única pieza de arte fija normalmente no. Fija el punto de anclaje, la proporción entre logotipo y ancho, el espacio libre y el panel de etiqueta, y deja que los tamaños absolutos se escalen. Usa una marca simplificada en las bolsas más pequeñas y extiende los patrones repetidos en las más grandes en lugar de estirarlos.

Preguntas frecuentes: ¿puedo poner un símbolo de reciclaje junto a mi logotipo?

Mantenlo fuera de la composición del logotipo. Las etiquetas de Store Drop-off ya no usan flechas circulares, y la SB 343 de California restringe los símbolos de reciclabilidad en envases fabricados a partir del 4 de octubre de 2026. Coloca cualquier declaración en un bloque aparte en el panel trasero para poder actualizarla sin redibujar el arte de la marca. El texto en sí se explica en nuestra [página de producto](#).

Preguntas frecuentes: ¿tiene sentido la impresión interior en bolsas de envío personalizadas de marca?

Tiene más sentido para las marcas que dependen del contenido de apertura de paquetes y de compartir en redes sociales, porque la bolsa abierta sigue mostrando la marca en fotos de cerca. Requiere una pasada de impresión adicional, así que compara el presupuesto con la alternativa de un patrón exterior más potente.

Puntos clave

- **Diseña pensando en un segundo viaje, no solo en uno.** — Se espera que el 19,3 % de las ventas en línea se devuelva en 2025 ([Fuente](#))
- **Cada punto de contacto con el cliente, incluidas las devoluciones, afecta a la fidelidad.** — El 71 % de los compradores es menos propenso a volver a comprar tras una mala experiencia ([Fuente](#))
- **Las devoluciones son caras, así que el embalaje debe reducir la confusión en lugar de aumentarla.** — Se estima que una devolución media cuesta aproximadamente el 60 % del

coste del artículo ([Fuente](#))

- **Un panel de etiqueta limpio protege tanto el logotipo como la reciclabilidad.** — Las bolsas de envío de plástico solo cumplen los requisitos de Store Drop-off cuando se retira por completo la etiqueta de papel ([Fuente](#))
- **Mantén las declaraciones fuera de la composición del logotipo.** — La fecha de cumplimiento de la SB 343 de California, el 4 de octubre de 2026, se aplica a los símbolos de reciclabilidad ([Fuente](#))
- **No imprimas eslóganes del tipo «reutilizable significa más ecológico».** — Una bolsa de envío retornable de recogida centralizada obtuvo peor resultado en 9 de las 10 categorías de impacto, incluso con 40 viajes ([Fuente](#))

Conclusión: construye el sistema de marca y después especifica la bolsa de envío

Las bolsas de envío de polietileno personalizadas con logotipo que se reconocen nacen de unas pocas decisiones tomadas en el orden correcto: primero las zonas, luego una marca dimensionada para la puerta de casa, después la película y la tinta elegidas juntas por contraste y opacidad, y por último un sistema de gama que mantiene fijo el punto de anclaje en todos los tamaños. Con ese sistema, añadir un tamaño, un color de película de temporada o una bolsa de devolución pasa a ser una tarea de producción en lugar de un rediseño.

Cuando tu diseño esté listo, el siguiente paso es convertirlo en una especificación de producción. Eso incluye el sello de devolución, la disposición de las instrucciones, las comprobaciones del arte y la aprobación de la muestra. Nuestra página sobre las [bolsas de envío de polietileno retornables personalizadas](#) explica cada uno de esos pasos. Envíanos tu arte y tu plan de gama para recibir un presupuesto de tamaños, colores de película y opciones de impresión.

Notas al pie

1. National Retail Federation y Happy Returns, «Se prevé que los consumidores devuelvan casi \$850 mil millones en mercancías durante 2025», comunicado de prensa, 15 de octubre de 2025. Cifras citadas: tasa de devolución en línea: 19,3 %; tasa de devolución global: 15,8 %; consideración de las devoluciones gratuitas: 82 %; menor propensión a volver a comprar tras una mala experiencia: 71 %; cita de Katherine Cullen. [nrf.com](#) ↵
2. Retail TouchPoints, «La NRF prevé devoluciones por casi \$850 mil millones en 2025», 15 de octubre de 2025. Muestra: 2,006 consumidores con al menos una devolución en línea en el último año; 358 US minoristas estadounidenses con ingresos anuales superiores a \$500 millones. [retailtouchpoints.com](#) ↵
3. Investopedia, «¿Qué ocurre realmente cuando haces una devolución?», 6 de diciembre de 2025, citando a Simone Peinkofer, Michigan State University. [investopedia.com](#) ↵
4. How2Recycle, preguntas frecuentes, «¿Se pueden reciclar las bolsas de envío de plástico?», consultado en octubre de 2026. [how2recycle.info](#) ↵
5. National Retail Federation, «Panorama de las devoluciones minoristas de 2025», página de investigación, octubre de 2025. Cifra citada: aproximadamente el 9 % de las devoluciones son fraudulentas. [nrf.com](#) ↵
6. How2Recycle, «Store Drop-off: solo en EE. UU.», consultado en octubre de 2026. [how2recycle.info](#) ↵
7. GreenBlue, «How2Recycle presenta un nuevo diseño para la etiqueta de Store Drop-off», 23 de abril de 2025. [greenblue.org](#) ↵
8. Waste Dive, cobertura de las etiquetas de reciclabilidad de How2Recycle y de la SB 343 de

California, 1 de octubre de 2026. También informa de que aproximadamente el 71 % de la población de EE. UU. vive a menos de 3 millas de un punto de entrega de película de polietileno. wastedive.com ↵

9. Park et al., Journal of Industrial Ecology, 2024, DOI 10.1111/jiec.13537. Estudio de caso canadiense de comercio electrónico de ropa que compara bolsas de envío retornables y de un solo uso. doi.org ↵
10. Packaging Dive, informe sobre innovación en sobres y bolsas de envío para comercio electrónico, 21 de mayo de 2026. packagingdive.com ↵

octubre 21, 2026