

Proyecto Integral de Comunicación Audiovisual: Rural Plast

Maria Victoria Slavin

Universidad CAECE

Desarrollo de un Proyecto 2

Hernán De Filippis, Valeria Landa, Jorgelina Huder

20 de Diciembre de 2025

Investigación.....	4
Proyectos.....	6
Sustentabilidad y Sostenibilidad.....	10
Diseño y sustentabilidad.....	14
Rural Plast y su relación con el medio ambiente.....	18
Materialidad.....	21
El proceso de fabricación de la madera plástica.....	22
Ventajas.....	23
Desventajas.....	23
Origen.....	24
Uso a nivel mundial.....	25
Industrias que utilizan madera plastica:.....	26
Instalación.....	27
Estándares de calidad.....	28
Análisis de la información.....	30
Competencias.....	31
Gráfica y Comunicación.....	31
Nombre de la marca.....	32
Imagotipo de la empresa.....	32
Matriz FODA.....	33
Panorama general del problema.....	35
Problemática / Enunciado general del problema.....	40
Objetivos generales y específicos.....	40
Propuesta de Proyecto Integral de Comunicación Audiovisual.....	42
Plan de Trabajo.....	42
Desarrollo de Plan de Trabajo.....	43
1 Etapa - Identidad:.....	43
Resultados Parciales: 1- etapa.....	48
2 Etapa - Comunicación:.....	48
Resultados Parciales: 2- etapa.....	60
3 Etapa - Lanzamiento:.....	60
Resultados Parciales: 3- etapa.....	75
Dificultades:.....	75
Conclusión.....	77
Bibliografía.....	78
Encuesta.....	81

Introducción

El presente trabajo se centra en una investigación y un análisis orientados al desarrollo de una nueva propuesta de comunicación audiovisual para la empresa Rural Plast. Una empresa familiar argentina dedicada a la recuperación, reciclaje y reutilización de residuos plásticos, los cuales son transformados en madera plástica para diversos usos, como mobiliario urbano y materiales de construcción.

A pesar de los beneficios ambientales y funcionales de este material, la empresa presenta una problemática vinculada a la falta de una estrategia de promoción que estimule la demanda de un producto ecológico que no cuenta con competencia directa en la zona, pero cuyo costo inicial es superior al de la madera tradicional.

Frente a esta situación, la propuesta desarrollada busca comunicar de manera clara y efectiva los productos y servicios que ofrece Rural Plast, destacando su compromiso con el medio ambiente y la sociedad. Para ello, se diseñan diversas piezas gráficas y audiovisuales que toman como eje conceptual la idea de vida circular, invitando a optar por materiales más sustentables y responsables con el entorno.

Investigación

RuralPlast

Esta investigación tiene como propósito enmarcar el inicio del proyecto, con el fin de identificar y argumentar la problemática de la empresa asignada, en este caso Rural Plast.

Rural Plast es una empresa familiar argentina que se dedica a la recuperación, reciclaje y reutilización de residuos plásticos, transformándolos en madera plástica para diversos usos, como mobiliario urbano y materiales de construcción. Este material lo descubren y lo comienzan a producir en 2020, en la pandemia de COVID-19.

La empresa ofrece productos personalizados terminados y también listones de madera individuales, que pueden ser usados para la construcción. En cuanto a las ventas, RuralPlast opera principalmente a través de consultas por WhatsApp e Instagram. Los clientes expresan lo que desean y la empresa los asesora para desarrollar un producto que se ajuste a sus necesidades. Sin embargo, según uno de los dueños -quien se encarga personalmente de la gestión-, no cuenta con el tiempo suficiente para responder con rapidez ni para dedicarse por completo a la comunicación. Esto genera la pérdida de algunas ventas.

La planta está ubicada en un predio de 30 hectáreas en General Vidal, que originalmente era una casa de fin de semana familiar. Esta se encuentra conformada por 7 personas (1 preparado de insumos, 2 producción, 1 en carpintería, el casero, encargada de limpieza y el dueño), comprometidos con transformar y capacitar Agentes de Cambio, para que puedan impactar sobre la realidad. De esta manera, llegan a su objetivo, aprender a recuperar, reciclar

y dar valor a los residuos de difícil disposición de un solo uso, convirtiéndolos en madera plástica para múltiples usos.

La motivación inicial de la empresa es generar un impacto positivo en el ambiente.

Comenzaron fabricando mobiliarios sustentables, a partir de desechos de residuos plásticos reciclados, promoviendo así la economía circular. De esta manera, realizaron acciones concretas para lograr algo significativo y convertirse en parte de un nuevo paradigma, donde la sustentabilidad lidera como propósito. Incluso en la producción de madera plástica no utilizan el agua para contribuir al medio ambiente. Por lo tanto su aporte al medio ambiente, es reflejado en todo el proceso productivo, desde el inicio hasta el resultado final.

La visión consiste en diseñar un modelo de negocio como Empresa del Cuarto Sector basado en el concepto de AGENCIA, es decir, en “la capacidad de hacer y la intención de hacerlo”.

La misión se basa en generar valor interviniendo en la comunidad de la que todos somos parte, transformando los modelos productivos y organizativos para incluir los estándares de sostenibilidad y justicia social. Un ejemplo concreto, mencionado por el dueño, es el proyecto realizado con la escuela de Mar Chiquita. En esta iniciativa, se propuso que todos los alumnos recolectaran plásticos que luego serían utilizados para fabricar la madera plástica que iba a ser destinada para armar los juegos. Aunque no se usaron todos los materiales recolectados, la actividad logró que los estudiantes se sintieran parte del proyecto, al saber que cada uno había contribuido a hacerlo posible.

Rural Plast también, está orgulloso de mencionar los siguiente propósitos que desean lograr:

- Punto de inflexión en la manera de entender, aproximarse, planificar, diseñar y desarrollar proyectos de desarrollo (en relación a ser agente de cambio).
- Adoptar y adaptar buenas prácticas y estándares de sostenibilidad que permitan cumplir metas y objetivos internacionales.
- Desarrollo de acciones con impacto en sus tres dimensiones: social, económica y ambiental.
- Iniciativas que favorecen la intervención social, creando comunidad e identidad.

Fuente: <https://www.ruralplast.com.ar/>

Proyectos

El mayor volumen de ventas y proyectos se concentra en los meses previos y durante el verano (de septiembre a febrero). El resto del año, las ventas caen considerablemente, ya que la mayoría de los productos están orientados al uso en exteriores, como muebles de jardín, y no se utilizan tanto durante el invierno. Incluso las escuelas suelen realizar construcciones en verano, aprovechando la falta de actividad escolar. Por otro lado, estos proyectos no suelen originarse por pedidos directos de clientes, sino que surgen principalmente a través de contactos y conocidos vinculados con la empresa.

La mayoría de los proyectos se desarrollan en dos ciudades: Mar Chiquita y Mar del Plata, ambas ubicadas a menos de dos horas del predio.

El catálogo de la empresa se utiliza como herramienta para facilitar el asesoramiento y la comunicación con el cliente. Al visualizarlo, el cliente puede identificar y seleccionar con mayor facilidad los productos que desea.

Los proyectos que presenta RuralPlast se sustentan en tres ejes. El primero es innovar, en esta, desarrollan acciones de sensibilización brindando herramientas mediante la capacitación y formación en plataforma educativa. Diseñados por expertos en la temática, dictan cursos, talleres y charlas promoviendo la educación para el desarrollo sostenible. En este recorrido invitan a las personas a crear soluciones ingeniosas para los desafíos del mundo real y así convertirse en agentes de cambio, transformando el conocimiento en una oportunidad para construir un mundo más justo, equitativo e inclusivo.

El segundo eje es transformar, dar paso a la acción. Sensibilizar a la comunidad en clave de agencia, en potenciar la capacidad que tiene cada individuo para impactar en el mundo. Esto les permite desarrollar eventos con causa, es decir, realizar distintas iniciativas como un miembro activo de la sociedad que participa, se involucra y transforma; demostrando que los productos que ofrecen son los protagonistas en el rediseño del mundo de mañana.

Y por último, el tercer eje es regenerar, “Creamos ecosistemas”, sus productos son el reflejo de un proceso que comienza con la reconversión del material plástico, el trabajo en red y la planificación de una acción participativa y que culmina con la implementación de una política de sustentabilidad que favorece la interacción social, creando comunidad e identidad.

Rural Plast cuenta con algunas marcas aliadas como, Playas del balcón, IPR Sporting Club, Rutenia, Playa limpia, Marca líquida y Ciardi Hnos. Estas mismas colaboran con la empresa de diversas formas: consumiendo sus productos, ofreciendo ayuda, contactos, materiales para su producción, entre otras.

Fuente: <https://www.ruralplast.com.ar/>

Compromiso internacional

Rural Plast integra en su modelo de negocio, objetivos, lineamientos y acciones que favorecen la creación de impacto positivo en sus tres dimensiones: económica, social y ambiental, para convertirse en una empresa del cuarto sector, las cuales tienen como característica esencial, la integración de acciones en su modelo de negocio para crear impactos positivos en el medio ambiente y en la sociedad, mientras que al mismo tiempo obtienen una rentabilidad financiera. Esto lo logran siguiendo los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU, Global Reporting Initiative y United Nations Global Compact.

A través de todos los medios buscan demostrar el compromiso a adaptar sus actividades, productos y políticas para contribuir al cumplimiento de esas metas globales.

En un posteo de su instagram (@ruralplast) relatan lo siguiente:

“Ayer 12 de agosto, fue el día Internacional de la Juventud, como así lo designó la ONU.

Nosotros desde Rural Plast, te contamos que hacemos por ellos, y por qué?

A medida que los jóvenes exigen más oportunidades y soluciones más justas, equitativas y progresivas en sus sociedades, se necesita abordar con urgencia los desafíos a los que este sector poblacional se enfrenta. Ellos pueden ser una fuerza positiva para el desarrollo cuando se les brinda el conocimiento y las oportunidades que necesitan para prosperar. En particular, los jóvenes deben adquirir la educación y las habilidades necesarias para contribuir en una economía productiva.

Las Naciones Unidas han reconocido durante mucho tiempo que la imaginación, los ideales y la energía de los jóvenes son vitales para el desarrollo continuo de las sociedades en las que viven.

Un objetivo primordial de la Agenda 2030 es la garantía de que "nadie se quede atrás". Los Objetivos de Desarrollo Sostenible #ODS están destinados a todas las naciones, todos los pueblos de todas las edades y todas las sociedades. La naturaleza universal de la Agenda 2030 implica que los jóvenes deben ser considerados en todos los Objetivos y metas. Los jóvenes se mencionan específicamente en cuatro áreas: empleo juvenil, adolescentes, educación y deportes por la paz. Además, los jóvenes son reconocidos como AGENTES DE CAMBIO, encargados de explotar su propio potencial y asegurar un mundo apropiado para las generaciones futuras.

Rural Plast, contempla las metas de #Agenda y promueve los objetivos a través de la formación de AGENTES DE CAMBIO. (...)"

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son una herramienta de planificación y seguimiento para los países, tanto a nivel nacional como local. Gracias a su visión de largo plazo, constituirán un apoyo para cada país en su senda hacia un desarrollo sostenido, inclusivo y en armonía con el medio ambiente, a través de políticas públicas e instrumentos de planificación, presupuesto, monitoreo y evaluación. Muestran una mirada integral, indivisible y una colaboración internacional renovada. En conjunto, construyen una visión del futuro que queremos.

Con esta agenda se dejan atrás viejos paradigmas donde unos países donan mientras otros reciben ayuda condicionada. Esta agenda busca también expresar el principio de responsabilidades comunes pero diferenciadas y construir una verdadera alianza para el desarrollo donde todos los países participen.

Ya que por término medio a nivel mundial, las personas con ingresos más elevados viven más tiempo, pero gran parte del desarrollo es insostenible y nos ha llevado al cambio climático, la destrucción del medio ambiente, los conflictos, la pobreza y el hambre, grandes desigualdades e inestabilidad social. Por lo tanto en 2015, los Estados miembros de la ONU convirtieron su visión del desarrollo sostenible en un plan para alcanzarlo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, con ambiciosas metas para 2030, abarcan las tres dimensiones del desarrollo sostenible: la economía, el desarrollo social y el medio ambiente.”

Fuentes: <https://www.ruralplast.com.ar/> , <https://www.instagram.com/p/C-n8jX8vUFu/> , <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2023/08/what-is-sustainable-development/> y <https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods>

Sustentabilidad y Sostenibilidad

Un material sustentable, según la ONU, es aquel que minimiza el impacto ambiental durante su ciclo de vida completo, desde la extracción de la materia prima hasta su disposición final. Esto implica considerar la eficiencia en el uso de recursos, la reducción de residuos y la promoción de la economía circular.

Se usan en la construcción de productos y edificaciones que buscan reducir su huella ecológica y fomentar la sostenibilidad, y se caracteriza por ser renovable, reciclable o biodegradable, lo que significa que puede ser reusado, reciclado al final de su vida útil o descompuesto de manera segura en el medio ambiente sin dejar residuos dañinos. Los materiales suelen ser producidos mediante procesos que utilizan menos energía y generan menos emisiones de carbono, contribuyendo a la reducción de la contaminación y el cambio climático.

Hoy en día la sustentabilidad es un concepto ampliamente extendido que forma parte del imaginario colectivo. Está presente en las agendas de muchas empresas y en las políticas públicas, forma parte de los ideales de vida de muchas personas y, por supuesto, es un elemento muy común en la mercadotecnia actual; desde los materiales de los empaques, hasta los estilos de vida prometidos en los desarrollos habitacionales, pasando por destinos y actividades turísticas, alimentos y medios de transporte.

Según la ONU, el desarrollo sostenible implica cómo debemos vivir hoy si queremos un futuro mejor, ocupándose de las necesidades presentes sin comprometer las oportunidades de las generaciones futuras de cumplir con las suyas. La supervivencia de nuestras sociedades y de nuestro planeta común pasa por un mundo más sostenible. El desarrollo sostenible requiere un enfoque integral que tome en consideración las preocupaciones ambientales junto con el desarrollo económico. Por lo tanto, la definición de sustentabilidad, habla de la capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de las generaciones futuras.

Un factor importante en el cuidado ambiental es que sea sostenible. Este tiene un enfoque más amplio que abarca la capacidad de un sistema o práctica para perdurar a lo largo del tiempo sin comprometer su funcionalidad o viabilidad. Esto incluye no sólo la dimensión ambiental, sino también aspectos económicos y sociales. Un enfoque sostenible busca integrar y equilibrar estas tres dimensiones: medioambiental, económico y social, para garantizar que las actividades y prácticas puedan continuar de manera eficaz y equitativa en el largo plazo.

Desde la óptica expresada por la Sociedad de la Información y el Desarrollo Sustentable (2005: recuperado) se encuentra:

"La sociedad sustentable [...] representa mucho más que una simple sociedad de la información. Es la propuesta de un paradigma alternativo de organización al que hoy prevalece en las sociedades de la información y el proceso de globalización. Pretende ser un modo más eficiente de usar los recursos humanos y naturales, una sociedad más justa desde el punto de vista distributivo y más democrática desde la perspectiva de la participación en los procesos de decisión."

Como lo señala Alfaro (2005: recuperado):

"Si la calidad del ambiente y su sustentabilidad, dependen de la actuación humana, la calidad de la actuación humana deberá cambiar por medio de la educación, para que la acción transformadora del hombre permita mantener y/o generar un ambiente ideal de relación entre el hombre y su mundo."

"La educación ambiental para el desarrollo sustentable debe formar parte de todos los ciclos escolares, desde el básico hasta el superior, así como de todos los espacios y ámbitos de la

cultura, asumirse como un proceso de aprendizaje permanente en la vida y observarse como un principio que es de incumbencia para los distintos sectores, niveles y grupos sociales."

Cuando Agustín Alzuarde habla acerca de Rural Plast, lo hace con orgullo. No lo ve simplemente como un trabajo, sino como un proyecto que genera un impacto positivo real en el medio ambiente. Esa satisfacción se nota incluso en su entorno más cercano: cuenta con emoción que su hijo suele hablar en la escuela sobre a qué se dedica su papá, destacando con entusiasmo que trabaja en una empresa que transforma residuos en productos útiles y lleva esta conciencia ambiental hacia los padres del colegio ya que sus hijos les hablan de esto.

Además, todas las escuelas que visitan la planta de Rural Plast tienen que participar en el curso de "Agentes de Cambio", una iniciativa que busca educar y concientizar a los más jóvenes sobre la importancia del reciclaje y la sustentabilidad, sembrando desde temprano una nueva forma de ver los materiales y el consumo.

Entonces, la sustentabilidad debe entonces ser entendida, y utilizada, como un concepto multidimensional, el cual abarca una transformación ecológica, social, educativa y política.

En este sentido, se comparte la visión de Alfaro (Ibíd.):

"Hacerlo desde los modelos educativos actuales sería una realimentación de las inercias y supuestos operativos de la educación; se requiere afrontarlo con nuevos modelos, que propicien los sinergismos coincidentes, donde la educación y la capacitación permitan recrear y fortalecer una conciencia pública de sustentabilidad a partir del sujeto social, es decir, de cada uno de los individuos como sujetos particulares".

La Madera Plástica es un claro ejemplo de material sustentable y sostenible. Esta se fabrica a partir de plásticos reciclados, evitando que terminen en vertederos o en el medio ambiente.

Reemplazando a la madera natural en muchas aplicaciones, ayudando a conservar los bosques. Posee vida circular al final de su vida útil, puede reciclarse nuevamente, cerrando el ciclo de uso de materiales. Su producción genera menos impacto ambiental que la extracción de madera o la fabricación de otros materiales.

Cuando un determinado proyecto toma en cuenta las variables ambientales involucradas y contempla acciones de manejo para disminuir los impactos negativos, aumenta considerablemente su viabilidad a largo plazo. Por lo tanto, tendrá efectos positivos sobre los factores sociales.

Fuentes:

Libro: “Diseño y sustentabilidad: Visiones para una Latinoamérica posible”

[https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/page/producci%C3%B3n-y-consumo-responsables#:~:text=El%20consumo%20y%20la%20producci%C3%B3n,calidad%20de%20vi](https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/page/producci%C3%B3n-y-consumo-responsables#:~:text=El%20consumo%20y%20la%20producci%C3%B3n,calidad%20de%20vida%20para%20todos.)

<https://torkalpormayor.cl/blogs/tork-ph-blog/que-es-un-producto-sustentable#:~:text=Los%20materiales%20sustentables%20son%20aquellos,la%20eficiencia%20de%20los%20recursos y>

<https://consultoriasustentable.com/la-sustentabilidad-en-la-actualidad/>

Diseño y sustentabilidad

El diseño sustentable, también llamado diseño ecológico, diseño con conciencia ambiental o eco-diseño, tiene como objetivo ofrecer soluciones de diseño a largo plazo que reduzcan los impactos sociales y ambientales negativos.

La sociedad siente una gran urgencia de actuar frente al cambio climático. Esto impulsa a empresas, diseñadores y gobiernos a buscar soluciones que cuiden el planeta y ayuden a proteger los recursos naturales para las futuras generaciones. Para lograrlo se apoya en tres principios claves:

Reducir: Los diseños sustentables reducen la cantidad de nuevos materiales y el consumo de energía necesarios para la producción.

Reutilizar: Un producto o material reutilizable está diseñado para usar nuevamente o reutilizar en otra cosa.

Reciclar: Al final de su ciclo de vida, un producto o material reciclable puede convertirse en un producto nuevo o biodegradarse.

Hay varias maneras en que las empresas pueden seguir los principios de diseño sustentable:

- **Reducir los materiales:** Las aplicaciones y los servicios tecnológicos pueden reducir la cantidad de materiales, el uso de energía o los combustibles fósiles necesarios durante la producción.
- **Implementar un diseño modular:** Subdividir procesos complejos en módulos simples puede hacer que el proceso de diseño sea más eficiente.
- **Diseñar para la longevidad:** Integrar los conocimientos empresariales, las condiciones del mercado, las capacidades de la empresa y las posibilidades técnicas en los conceptos de diseño puede ampliar la durabilidad y utilidad de los productos.
- **Invertir en simulación:** Los modelos generados por computadora y los entornos simulados pueden emplearse para probar piezas y métodos de montaje antes de iniciar la producción.

- Diseño para el reciclaje: Los fabricantes y diseñadores pueden considerar el final de la vida útil de un producto durante la etapa de diseño y desarrollo.

Luego la tarea de un buen diseñador no es solo lograr un diseño sustentable sino que también entender y lograr lo que el ser humano necesita y desea. Ya que el conjunto de aspectos, físicos, culturales, económicos y sociales que rodea a las personas, se denomina medio ambiente. Por eso un diseñador debe indagar en la educación, la cultura y el medio ambiente.

El diseño tiene un papel importante en el planeamiento de un futuro con responsabilidad ambiental y social. Son los diseñadores quienes transforman ideas y deseos, en productos útiles y durables. Por este motivo, y no sólo por motivos estéticos, es que el diseño, la ciencia y la investigación juntos son esenciales para la innovación con responsabilidad socioambiental.

"Aquel que atiende las necesidades del presente, sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras para que atiendan sus propias necesidades. Respeta la capacidad de soporte de la biosfera. Contribuye para la reducción de la pobreza. Mejora la calidad de vida"

El diseño no debe limitarse a colocar productos materiales en los comercios, para construir una sociedad sustentable, se debe: hacer sustentable cada etapa del proceso del diseño. Para eso debemos entender, que todo tiene límites: que los recursos naturales no son eternos, que la biósfera está con problemas para asimilar la contaminación que producimos, y que la diferencia existente entre el ingreso per cápita de los países ricos y de los países pobres es muy grande, lo que puede llevar a grandes convulsiones sociales,

El diseño del producto determina el 80% de las emisiones durante la vida útil de un producto. Por eso el diseño sustentable integra la sustentabilidad en todo el ciclo de vida del producto, desde la planeación, el desmontaje y hasta el fin de la vida útil. El diseño de productos sustentables se relaciona con la economía circular que busca mantener los materiales en uso el mayor tiempo posible.

La economía circular es un modelo de producción y consumo que implica compartir, reutilizar, reparar y reciclar materiales durante el mayor tiempo posible.

Al extender todo el ciclo de vida de los productos, promueve la sustentabilidad, reduce los residuos y minimiza las emisiones de carbono.

Los productos y servicios provocan impactos sobre el medio ambiente; estos impactos pueden ser provocados en todas las etapas del ciclo de vida del producto: Materia prima, fabricación, distribución, o disposición final. Es necesario entender cómo afecta al medio ambiente el proceso de desarrollo de productos. Este proceso debe ser continuo y flexible, debe llevar en consideración la función del producto, su comportamiento, seguridad y salud, costo, aceptación por el mercado, calidad y la legislación y las reglas de cada país.

Es muy difícil decir cuáles son los mejores materiales para ser utilizados al pensar un nuevo producto, pues esta respuesta depende de una serie de factores, como por ejemplo: Si el material elegido es un metal abundante en la Tierra (con baja probabilidad de escasez en el corto o largo plazo), Facilidad de reciclaje (que puede favorecer los metales que son menos abundantes); menor impacto ambiental en la fase de mineralización, transporte, transformación y fabricación del producto.

Todos estos datos juntos van a definir cuánto estamos contaminando al crear un nuevo producto, ya que no existe el producto ecológico perfecto.

Beneficios del diseño ambiental:

- Reducción de costos.
- Reducción de pasivo ambiental.
- Mayor satisfacción de los clientes.
- Mejor aprovechamiento de los recursos disponibles.
- Nuevos mercados.
- Mejora de la imagen de la empresa.
- Mayor permanencia del producto en el mercado.

Fuentes: <https://www.ibm.com/mx-es/think/topics/sustainable-design>

<https://www.globalsuitesolutions.com/es/que-son-normas-iso/>

Libro: “Diseño y sustentabilidad: Visiones para una Latinoamérica posible”

Rural Plast y su relación con el medio ambiente

Rural Plast está constantemente promoviendo el reciclado de residuos, ellos mismos reciclan aproximadamente ciento cincuenta mil kilos de plástico por año. Siempre tratando de transmitir la importancia del reciclado y cuidado del medioambiente a través de los más chicos, ya que creen que es como llega la información más fácil a la familia.

La empresa se encuentra en trámite del certificado de Empresa B. Las Empresas B Certificadas™, son empresas que cumplen altos estándares de desempeño social y ambiental,

transparencia y responsabilidad, que han pasado por un proceso de verificación con B Lab™, y que se comprometen pública y legalmente a transitar un proceso de mejora continua de su impacto.

Tienen buenas prácticas y/o un Modelo de Negocio de Impacto, indicando que solucionan problemas sociales y ambientales a través de sus modelos de negocio. Cumplen con el requisito de responsabilidad legal para proteger su propósito, comprometiéndose legalmente a beneficiar no sólo a los accionistas, sino a todos los grupos de interés de la empresa: trabajadores, clientes, comunidades y el medio ambiente. No son perfectas, pero están comprometidas con la rendición de cuentas, la transparencia y la mejora continua. Juntas, forman parte de un movimiento global que trabaja por un sistema económico inclusivo, equitativo y regenerativo.

Al momento de certificar, todas las Empresas B™ firman la Declaración de Interdependencia, comprometiéndose a encarnar los valores de la comunidad de Empresas B y a trabajar por nuestra visión colectiva de las Empresas como Fuerza para el Bien.

La Evaluación de Impacto B™ (BIA, por sus siglas en inglés) evalúa cómo las operaciones y el modelo de negocio de la empresa repercuten en sus trabajadores, comunidad, medio ambiente y clientes. Desde la cadena de suministro e insumos hasta su gobernanza y políticas y beneficios para los empleados, la Certificación de Empresa B demuestra que la empresa cumple altos estándares de rendimiento verificado.

La BIA proporciona una medida exhaustiva y objetiva del impacto positivo de una empresa en la sociedad y el medio ambiente a través de un conjunto de preguntas personalizadas que reflejan indicadores de impacto, mejores prácticas y resultados. La empresa recibe una

puntuación compuesta en una escala de 200 puntos representativa de su impacto global en sus trabajadores, comunidades y el medio ambiente.

Obtener este certificado significa un paso más para que la empresa, pueda llegar a obtener un bono verde. Los bonos verdes son un tipo de deuda emitida por instituciones públicas o privadas para financiarse y, a diferencia de otros instrumentos de crédito, comprometen el uso de los fondos obtenidos con un proyecto medioambiental o relacionado con el cambio climático. Los bonos verdes se usan íntegramente en proyectos verdes que impactan de manera positiva en el medio ambiente. Entre ellos: Instalaciones renovables, Eficiencia energética, Transporte limpio y Gestión de residuos.

En Argentina, los brinda el Ministerio de Economía. Con esto, el país busca canalizar recursos hacia programas que contribuyan al cumplimiento de los objetivos ambientales y sociales del país, la protección ambiental y la biodiversidad, la resiliencia al cambio climático, la reducción de la pobreza y otras desigualdades, asegurando la igualdad de género y la diversidad, así como el aumento de la competitividad del país en una senda de desarrollo sostenible. El objetivo es lograr un crecimiento bajo en carbono alineado con los compromisos asumidos en los acuerdos internacionales ambientales y sociales, incluido el Acuerdo de París y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

El Marco de Financiamiento Sostenible identifica las siguientes categorías de proyectos elegibles, todos ellos contribuyendo al menos a un ODS:

- Programas verdes elegibles: Aprovechamiento y gestión sostenible de los recursos hídricos, Conservación de los sistemas ecológicos y la biodiversidad, Eficiencia

energética, Energías renovables, Manejo forestal sostenible, Movilidad Sostenible, Producción agropecuaria sostenible.

- Programas sociales elegibles: Acceso, calidad, permanencia y terminalidad en el sistema educativo, Acceso a vivienda e infraestructura básica asequible, Acceso a un sistema de salud integral y de calidad, Generación y fomento del empleo y desarrollo de las economías regionales, Avance socioeconómico y empoderamiento de grupos vulnerables y minoritarios, Promoción de la igualdad de género y la diversidad, Seguridad alimentaria sostenible.

Fuentes:

<https://www.sistemab.org/sobre-las-empresas-b/>

<https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/inversiones-bonos-verdes>

<https://www.argentina.gob.ar/economia/bonossostenibles#:~:text=El%20Ministerio%20de%20Econom%C3%ADa%20p%C3%9Bblica,Pr%C3%A9stamos%20Verdes%2C%20Sociales%20y%20Sostenibles>

Materialidad

Rural Plast para la producción de madera plástica reutiliza y recicla: Tapas de gaseosas, botellas, paragolpes, carcasas de televisores viejos. Estos materiales o elementos plásticos son obtenidos por donaciones de empresas o de la comunidad, pero también son comprados a recolectores urbanos, que son entregados limpios y ya clasificados, omitiendo un paso en la producción y evitando que estos residuos terminen en el basural.

Se precisan estos materiales ya que la madera plástica o WPC, está hecha de plástico reciclado o material virgen, típicamente resina de polietileno (HDPE y LPDE), poliestireno o

cloruro de polivinilo (PVC). Es un material compuesto de fibra o harina de madera y termoplásticos (como PE, PP, PVC o PLA). Las fibras de madera suelen derivar de residuos de madera como aserrín, fibras de pulpa, cáscaras de cacahuete, bambú, paja, digestato, etc. Los materiales plásticos suelen ser reciclados o vírgenes. La combinación de madera y plástico en el WPC da lugar a un material duradero y resistente a la intemperie, apto para diversas aplicaciones en terrazas, cercas y barandillas de exterior, así como en muebles y suelos de interior.

Fuente: <https://recicladodecauchoyplastico.com/que-es-la-madera-plastica/>

El proceso de fabricación de la madera plástica

El proceso de fabricación consta de seis pasos para su producción. Primero se selecciona la basura que llega para luego pasar a los molinos que lo trituran en pedacitos, una vez molidos algunos plásticos pasan por la aglutinadora, la cual aumenta su peso específico. Luego se alimenta la extrusora con el plástico molido, la cual lo funde y rellena unas matrices que pasan por una bacha de enfriado que hace que el producto se contraiga y sea más fácil moldearlo después. Se dejan 24 horas en una superficie plana para que no se doble y se termine de enfriar. Una vez fabricada la madera plástica, se utiliza para construir los productos, los cuales son 100% sustentables y mucho más resistentes y duraderos que la madera tradicional.

Fuente: <https://www.instagram.com/p/Cxtad0LLT-Y/?hl=es>

Ventajas

Ofrece muchas ventajas sobre la madera tradicional como material de cubierta: Se puede moldear en muchas formas y tamaños diferentes, incluidas curvas, impermeable y resistente a la pudrición y al moho sin sellador, resistente a las manchas contra muchos productos químicos y sustancias, fabricado en una gama de colores y no requiere pintura, resistente a la decoloración contra los elementos, anti-deslizante, no contiene tratamientos químicos, no se astilla, agrieta ni deforma, resiste insectos, putrefacción, la descomposición y las infestaciones de termitas, es incombustible y es 100% reciclable. También algunos compuestos de madera y plástico están especialmente diseñados para mantener su integridad estructural y rendimiento incluso en condiciones extremas de alta presión y temperatura. De esta manera alargando significativamente su vida útil en comparación con la madera tradicional. Su uso requiere un mantenimiento mínimo, lo que ahorra tiempo y dinero al usuario.

Fuentes: <https://www.instagram.com/ruralplast/>,
<https://vaovao.com.ar/propiedades-y-usos-de-la-madera-plastica/> y
<https://www.hosungdeck.com/es/wpc-industry-trends/wood-plastic-composite-2/>

Desventajas

Una desventaja es que el WPC es susceptible a los arañazos, lo que puede afectar su apariencia y durabilidad. También la capacidad antioxidante y anti fotodescomposición es deficiente, por lo que la acción del sol tiende a oscurecerla motivo por el cual suele ser de color gris claro, que afecta su atractivo estético. Si el producto es para uso en exteriores, la vida útil es limitada; se utiliza actualmente durante 3-5 años.

Los productos de madera-plástico son menos rígidos que la madera, su resistencia también es menor, se deforman cuando están sometidos a cargas, se reblandecen bajo la acción del calor y son quebradizos a bajas temperaturas. Sus resistencias a la tracción y a la compresión son similares a la de la madera de coníferas, pero en la mayoría de las aplicaciones estas propiedades no son relevantes. En aquellas aplicaciones que requieran unas mayores rigideces, como por ejemplo en los suelos de terrazas exteriores, la solución es aumentar su sección transversal o su espesor o reducir la distancia entre apoyos.

Fuentes:

<https://es.hannuowood.com/info/advantages-and-disadvantages-of-pe-wood-plasti-74894624.html>

<https://tecnologiadelosplasticos.blogspot.com/2012/09/compuestos-de-madera-y-plastico.htm>

Origen

Los compuestos de madera y plástico se vieron por primera vez en Estados Unidos durante los años 1960, principalmente en aplicaciones de marcos de ventanas y puertas. La industria de las ventanas y puertas, que tiene experiencia con materiales de madera, plástico y aluminio, buscó la forma de utilizar materiales más económicos, de allí que el aserrín parecía un material tanto ligero como barato.

<https://tecnologiadelosplasticos.blogspot.com/2012/09/compuestos-de-madera-y-plastico.htm>

!

Uso a nivel mundial

El país con mayor producción de este material es Estados Unidos de América, aunque en Europa su investigación y desarrollo ha aumentado en los últimos años, debido a que el uso de este tipo de materiales puede disminuir costos ya que se aprovecha todo el desperdicio de madera y plástico reciclado. La densidad del material se puede controlar por medio de espumantes o por el tipo de proceso.

En Estados Unidos, donde actualmente se consume cerca del 85% de la producción mundial de madera plástica, la aplicación más importante ha sido la de porches y suelos tanto interiores como exteriores. Sin embargo, debido a que en el resto del mundo este tipo de aplicación arquitectónica no se encuentra, se está buscando el crecimiento en aplicaciones como cercas, tableros de construcción, ventanas y láminas para reemplazar el "plywood". Así mismo está creciendo el interés en usar compuestos plástico-madera en aplicaciones estructurales. Sin embargo, para conquistar estos mercados todavía es necesario trabajar en la mejora de propiedades de fluencia, resistencia al impacto y rigidez, sobre todo en función del contenido de humedad. Todo depende de la adhesión entre la fibra de madera y la matriz termoplástica. En algunos casos se considera utilizar rellenos minerales inorgánicos, como el talco o el carbonato de calcio, pues podrían incrementar las propiedades mecánicas y en algunos casos mejorar la retardancia a la llama.

El crecimiento de aplicaciones de plástico y madera se ha visto disminuida por la falta de conocimiento de parte de los usuarios. Expertos de la industria citan además la falta de estándares para calificar el desempeño como otra de las limitantes para el crecimiento, así como la falta de consistencia en el desempeño.

<https://www.plastico.com/es/noticias/desarrollos-tendencias-y-perspectiva-del-mercado-de-las-maderas-plasticas>

Industrias que utilizan madera plastica:

Los compuestos de madera y plástico se utilizan comúnmente en diversas industrias, como en la construcción, las resinas plásticas se utilizan en una variedad de aplicaciones, desde tuberías y accesorios hasta revestimientos y aislamientos. La durabilidad y resistencia a la intemperie de estos materiales los hacen ideales para su uso en entornos exigentes, como exteriores e interiores expuestos a condiciones climáticas extremas.

Sumado a esto, los plásticos son ligeros y fáciles de instalar, lo que puede ayudar a acelerar el proceso de construcción y reducir los costos laborales.

También en la fabricación de automóviles, los tipos y usos de resinas o polímeros plásticos desempeñan un papel crucial en la fabricación de una amplia gama de componentes, desde parachoques hasta paneles de instrumentos y componentes del motor.

Éstos materiales ofrecen una excelente resistencia a los impactos, son resistentes a la corrosión y pueden moldearse en formas complejas, lo que permite a los fabricantes cumplir con los rigurosos estándares de seguridad y diseño del sector automotriz.

El paisajismo y la fabricación de muebles es otro de los usos que se le puede dar a este material, entre ellos están los muebles de exterior (bancos, mesas, maceteros, etc), tranqueras, decks, senderos, revestimientos exteriores (fachadas, terrazas, balcones, etc), juegos de parque, revestimientos interiores.

Por último, en la industria médica, son esenciales para la fabricación de una amplia gama de dispositivos y equipos, incluidos envases para medicamentos, equipos de diagnóstico, dispositivos quirúrgicos y prótesis. Estos materiales deben cumplir con estándares estrictos de seguridad y calidad, ofreciendo los polímeros plásticos una combinación única de esterilidad, biocompatibilidad, así como de facilidad de fabricación que las convierte en la elección preferida para aplicaciones médicas críticas.

Fuente

<https://quimisor.com.mx/6-industrias-que-prosperan-gracias-a-los-polimeros-plasticos/>

Instalación

El compuesto de madera y plástico (WPC) es un material versátil que se instala fácilmente con herramientas y técnicas comunes de carpintería. Ya sea cortando, taladrando o fijando, trabajar con este material es bastante similar a trabajar con madera tradicional, pero no requiere lijado ni mantenimiento adicional. Su compatibilidad con los métodos tradicionales de carpintería lo convierte en una opción popular tanto para constructores profesionales como para aficionados al bricolaje.

Su instalación requiere seguir una serie de pasos fundamentales:

1. Preparación de la superficie: Se debe asegurar de que la superficie donde se instalará la madera plástica esté limpia, nivelada y seca.
2. Corte y preparación: Se cortan las tablas de madera plástica a la medida deseada, utilizando herramientas de carpintería como sierra circular, caladora o router.

3. Fijación: Las tablas se pueden fijar a la estructura base con tornillos de acero inoxidable o galvanizados, asegurándose de que cada tabla esté fijada con al menos dos tornillos por soporte o viga, a una distancia mínima de $\frac{3}{4}$ " del borde.

4. Acabado: Una vez instaladas, las tablas pueden ser cortadas y terminadas para crear diseños o bordes específicos.

Fuentes:

<https://www.claddeck.com/que-es-wpc/#:~:text=Versatilidad,con%20cualquier%20tipo%20de%20herramientas.>

<https://shopcaocao.com/blogs/noticias/que-es-el-wpc-wood-plastic-composite#:~:text=La%20combinaci%C3%B3n%20de%20madera%20y,alternativa%20a%20la%20madera%20natural.>

Estándares de calidad

Como la mayoría de los elementos y materiales de construcción, los materiales compuestos de madera y plástico deben cumplir con normas específicas para garantizar su calidad y rendimiento. Estas normas son: ASTM D7032 y ASTM D7031.

Las normas ASTM (American Society for Testing Materials), reconocidas a nivel internacional, son clave para asegurar la calidad y la seguridad en el ensayo de materiales y componentes, en múltiples sectores. Estas normas establecen especificaciones detalladas sobre los métodos de ensayo, las condiciones y los equipos necesarios, que permiten evaluar las propiedades de los materiales, como su resistencia, dureza, elasticidad, etc.

ASTM D7032: Esta especificación presenta los procedimientos estándar para establecer la clasificación de rendimiento de las tablas de terraza de compuesto de madera-plástico (WPC) y los sistemas de barandillas (protecciones o pasamanos). El propósito de esta especificación es sentar las bases para el reconocimiento normativo de estos productos o sistemas en aplicaciones exteriores donde se permite la construcción combustible. Los requisitos generales para estos productos se determinarán en función de su rendimiento en los siguientes métodos de prueba: pruebas flexurales; efectos de temperatura y humedad; prueba de resistencia ultravioleta; prueba de resistencia al ciclo de congelación y descongelación; pruebas de biodeterioro; y pruebas de comportamiento al fuego. Las tablas de terraza se examinarán adicionalmente mediante: prueba de recuperación de fluencia; determinación de la carga admisible no ajustada; pruebas de sujeción mecánica de fijaciones; y prueba de resistencia al deslizamiento. De igual manera, las protecciones y pasamanos se analizarán adicionalmente mediante pruebas de carga concentrada y requisitos para viviendas unifamiliares y bifamiliares.

ASTM D7031: es una guía estándar para evaluar las propiedades mecánicas y físicas de los productos compuestos de madera y plástico (WPC). Describe las características de rendimiento y proporciona información sobre el manejo de estos materiales.

Se desarrolló a partir de evaluaciones de productos experimentales y de fabricación actual, y no pretende sugerir que todas las pruebas enumeradas sean necesarias o apropiadas para cada aplicación de un WPC. El usuario debe determinar qué métodos de ensayo son aplicables a la aplicación específica que se está evaluando (véase el Apéndice X1).

Es fundamental que los fabricantes y usuarios de materiales compuestos de madera y plástico cumplan con estas normas para cumplir con los requisitos de la industria y garantizar la calidad del producto.

Fuentes: <https://store.astm.org/d7032-21.html>, <https://store.astm.org/d7031-11r19.html>,
<https://www.zwickroell.com/es/sectores/astm-standards/>

Análisis de la información

Mediante el análisis de los datos obtenidos, se puede describir que el público que Rural Plast quiere o conviene dirigirse son: Consumidores responsables con el medio ambiente, que no sólo buscan satisfacer sus necesidades personales, sino que también se preocupan por reducir su huella ecológica y contribuir al bienestar del planeta. Puede ser dirigido también a empresarios o responsables estatales que busquen soluciones ecológicas. Estos consumidores se encuentran dentro del siguiente target: Adultos de 25 a 40 años, clase media alta, con conciencia en la ecología.

El propósito de la empresa es la venta de madera plástica, este producto está destinado a satisfacer la demanda de consumidores y organizaciones comprometidas con el cuidado del medio ambiente, ofreciendo una alternativa sustentable a la madera tradicional. La empresa se enfocará en la comercialización de madera plástica para diversos usos, promoviendo prácticas de consumo responsable y apoyando la economía circular a través del reciclaje y la reutilización de materiales.

El contexto en el que RuralPlast se encuentra es: El mercado de materiales sustentables y reciclados. En los últimos años, el mercado de materiales sustentables y reciclados ha

experimentado un crecimiento, sobre todo en los países más desarrollados. Este crecimiento se debe a la creciente preocupación ambiental, la necesidad de reducir el uso de recursos naturales no renovables y el avance de normativas ecológicas a nivel global.

Competencias

Por un lado, las competencias directas de RuralPlast son: 4e Madera Plástica; Fabrican muebles hechos con madera plástica a partir de la reutilización de plásticos de un solo uso. Se encuentra en Domingo Martinto 351, Buenos Aires. Otra competencia es Wood Idea, convierten los residuos plásticos en productos sustentables y funcionales. Realizan muebles de jardinería, se encuentran en División Norte 2460, Buenos Aires.

Y por otro lado, las competencias indirectas que se ubican en el radio de Buenos Aires son Madera Plástica ZENPLAS (Luis María Campos 171), 4e Madera Plástica (Domingo Martinto 351), Woodplast, Vao Vao, Terekua. Y fuera de Buenos Aires, se encuentra la empresa Madera Plástica Mendoza (Los Barriales, Mendoza).

Gráfica y Comunicación

Tipografías de la marca. Los catálogos tipográficos que utiliza la empresa para su comunicación son, por un lado, “Shapirit Medium” para escribir el nombre de la marca en su Imagotipo: Trazos geométricos y limpios, típicos del diseño contemporáneo y sin serifas. Luego, como tipografía principal sobre todo en su página web utilizan “Helvetica Now Pro Display ExtraBold” sin serifas y diseñada específicamente para llamar la atención en títulos grandes, carteles, portadas o interfaces digitales.

Nombre de la marca

El nombre “RuralPlast” se debe a sus orígenes, en el que la empresa apuntó a la venta de postes y varillas para el campo. Por ende, actualmente, este nombre no representa lo que producen y venden.

De igual manera no se considera el cambio de nombre como un paso necesario para resolver su problemática principal, la cual es la falta de comunicación sobre el producto a vender. Pero es un factor que se debe tener en cuenta a la hora de comunicar su historia y sus orígenes. Va a lograr transmitir un mensaje de una empresa que está en constante búsqueda de nuevos caminos y actualizaciones, que lleven a cumplir las necesidades de su comunidad y consumidores como las de la empresa misma

Imagotipo de la empresa

En el imagotipo de la empresa Rural Plast se representa una casa de campo rodeada por flechas dispuestas en forma circular. Esta composición visual parece centrarse en una traducción literal del nombre de la marca, sin lograr transmitir adecuadamente aspectos clave como la historia de la empresa, la naturaleza de sus productos o su compromiso con la sostenibilidad.

Desde una perspectiva gráfica, el imagotipo presenta una sobrecarga visual debido a la cantidad de elementos que lo componen, lo que dificulta su comprensión y disminuye su eficacia comunicativa. Además, cuando es reducido de tamaño, pierde legibilidad y detalle, lo que afecta negativamente su aplicación en distintos soportes. El diseño evidencia una falta de equilibrio compositivo, y resulta aparente que no se ha utilizado una grilla o retícula como guía estructural, lo cual contribuye a la sensación de desorden visual.

Matriz FODA

<p>Factores internos -</p> <p>Fortalezas:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Se destaca por ser la única en la zona que comercializa madera plástica, lo que le otorga una ventaja competitiva inicial y la posibilidad de dirigirse a un segmento de consumidores interesados en productos innovadores y sustentables. ● La materia prima utilizada es accesible, lo que facilita su abastecimiento constante. ● El producto final se caracteriza por su alta durabilidad y bajo requerimiento de mantenimiento, lo que lo convierte en una opción atractiva para múltiples usos a largo plazo. ● Su adaptabilidad permite su aplicación en distintos sectores, como la construcción, el mobiliario urbano y el paisajismo, ampliando así el alcance del negocio.
<p>Factores internos -</p> <p>Debilidades:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Una de las principales es la escasa presencia en canales digitales, como redes sociales y sitio web, lo que dificulta su visibilidad y contacto con nuevos clientes. ● La marca aún no cuenta con un gran reconocimiento dentro del mercado. ● En cuanto al producto, sólo se ofrece en un único color, lo que reduce las opciones de personalización.

	<ul style="list-style-type: none"> ● La madera plástica, por otro lado, todavía no es ampliamente conocida ni demandada, lo que dificulta su posicionamiento frente a materiales tradicionales. ● Elevado costo de producción y una limitada variedad de productos disponibles, lo que restringe la competitividad frente a otras empresas más diversificadas.
<p>Factores externos -</p> <p><i>Oportunidades:</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● El aumento del consumo sustentable, impulsado por una mayor conciencia ambiental en la sociedad, abre un nicho atractivo para productos reciclados como la madera plástica. ● Existe un margen amplio para innovar en el diseño y desarrollo de nuevos productos, que les permitiría diversificar la oferta y responder a las diferentes necesidades del mercado. ● También se presenta la posibilidad de ampliar la presencia en redes sociales y plataformas digitales, ya que son herramientas clave para atraer nuevos clientes, comunicar los beneficios del producto y construir una imagen de marca sólida.
<p>Factores externos -</p> <p><i>Amenazas:</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Una de ellas es la preferencia de algunos consumidores por la madera tradicional, debido a su menor costo, especialmente en contextos de alta sensibilidad al precio.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Además, la competencia cuenta con mayor presencia en redes sociales, una mejor estrategia de comunicación y una oferta más amplia, tanto en colores como en variedad de productos. ● Los problemas logísticos o de transporte también representan un riesgo, especialmente si se trabaja con grandes volúmenes o se pretende ampliar la distribución. ● Finalmente, un posible cambio en la tendencia de consumo, donde los consumidores prioricen opciones más económicas antes que sustentables, podría debilitar la demanda de este tipo de productos.
--	---

Panorama general del problema

Problemas:

La empresa presenta varios problemas relacionados con su comunicación y presencia digital. Por un lado, en Instagram, la ubicación no está correctamente especificada lo que puede generar confusión o dificultad a potenciales clientes ubiquen a la empresa. Además, falta una identidad visual definida en esta plataforma, lo que debilita el reconocimiento de marca. En cuanto al sitio web, el mensaje del “llamado a la acción” es poco claro, ya que se limita a un texto genérico sin orientar al usuario hacia una acción concreta. A esto se suma que los botones en la sección de información están mal direccionados, ya que redirigen a la página principal en lugar de llevar al contenido específico que indican, lo cual puede frustrar al usuario y afectar la conversión. Otro problema importante es la falta de claridad sobre el

producto principal: aunque se hace mención al reciclaje y la sustentabilidad, no se comunica de manera efectiva que el foco es la venta de productos hechos con madera plástica. La página web tampoco desarrolla adecuadamente este concepto, ya que ofrece poca información sobre sus características, beneficios o aplicaciones. Esta carencia de contenido también se refleja en las redes sociales, donde no se educa al consumidor sobre qué es la madera plástica ni por qué representa una alternativa valiosa, lo que podría afectar la confianza de los potenciales compradores. Esto diluye el mensaje de marca y puede confundir al consumidor sobre qué se está ofreciendo exactamente. Además el instagram no presenta una identidad visual definida, lo que afecta la percepción profesional de la marca y dificulta el reconocimiento por parte del público. Por último, el imago tipo presenta un diseño visualmente sobrecargado, que dificulta su adaptación a distintos formatos digitales y afecta la recordación de marca.

Luego de analizar los problemas que enfrenta Rural Plast, se concluyó que el problema principal es la falta de comunicación. Los demás inconvenientes son solo síntomas derivados de esta causa. Esto se refleja en sus redes sociales, en su identidad de marca y en su página web. Rural Plast no tiene claridad sobre qué información debe priorizar al comunicarse con el público, cuando lo esencial debería ser la promoción de sus servicios y de la madera plástica.

Motivos para elegir la madera plástica:

Los principales motivos para elegir la madera plástica como material de construcción o diseño se centran en sus múltiples ventajas ambientales, funcionales y económicas. En primer lugar, destaca por su sostenibilidad, ya que se fabrica a partir de plásticos reciclados, lo que ayuda a reducir la acumulación de residuos y a combatir la deforestación. Además, su durabilidad la convierte en una opción ideal para exteriores, ya que es resistente a la intemperie, insectos y hongos, lo que disminuye la necesidad de mantenimiento constante. La

madera plástica también ofrece una amplia variedad de diseños, con acabados y colores que imitan a la madera natural, permitiendo a los clientes personalizar sus espacios según su estilo y preferencias. Por último, representa un beneficio económico a largo plazo, dado que no requiere tratamientos ni reemplazos frecuentes, lo que se traduce en un ahorro significativo con el tiempo.

Miedos del usuario hacia el material:

Los principales miedos incluyen dudas sobre su durabilidad en comparación con la madera tradicional. Los consumidores se cuestionan si realmente resiste los cambios del tiempo y diversas condiciones climáticas. También hay preocupaciones sobre su apariencia estética, ya que existe la duda de si imita de manera natural a la madera o si es evidente que es plástico. Otro factor relevante es el precio elevado, lo que genera incertidumbre sobre si realmente vale la pena la inversión. En cuanto al mantenimiento, algunos usuarios se preguntan qué tan fácil o difícil es mantener el producto en buen estado a lo largo del tiempo. También, surge la inquietud sobre la instalación, si se requiere la contratación de profesionales o si es posible hacerlo de manera independiente. Finalmente, la disponibilidad y variedad del producto son aspectos clave, ya que los consumidores desean conocer las opciones de texturas y tamaños disponibles y si es fácil encontrarlo en el mercado.

Usuarios:

Los usuarios pueden ser varios, primero tenemos a los adultos con conciencia ecológica, quienes se preocupan por el impacto ambiental de sus decisiones diarias, valoran productos y servicios que minimicen el uso de recursos no renovables y fomenten prácticas de economía circular. Luego se encuentran los consumidores responsables, que investigan y comparan activamente distintas opciones antes de comprar. Buscan etiquetas de certificación y están

dispuestos a pagar un poco más por alternativas sostenibles. Después se ubican los empresarios concienciados, que pueden ser dueños y/o directivos de empresas que desean integrar prácticas verdes en sus operaciones, puede ser para mejorar su imagen de marca y cumplir con regulaciones ambientales. Además se encuentran los responsables estatales y de espacios públicos que buscan soluciones y alianzas para implementar políticas de sostenibilidad. También se apunta a profesionales del sector ambiental, pueden estar especializados en ecología, gestión ambiental y/o energías renovables, quienes están interesados en herramientas y servicios que faciliten su trabajo de investigación, evaluación de impacto y asesoría a terceros. Y por último, se encuentran las comunidades organizadas y ONG, que promuevan la conservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

Propuesta de valor:

RuralPlast trabaja para impulsar la transformación y sostenibilidad, brindando servicios que se conviertan en una oportunidad de cambio. Se especializan en diseñar y ofrecer productos realizados con madera plástica, pensados para maximizar la eficiencia de recursos y minimizar el impacto ambiental. A través de un enfoque colaborativo, acompañan a empresas, instituciones y personas individuales en la adopción de modelos de economía circular. Rural Plast cree que cada servicio puede convertirse en una oportunidad de cambio, generando beneficios tangibles para las comunidades y el entorno. Su compromiso es brindar soluciones a medida, basadas en la innovación, la capacitación continua y la medición rigurosa de resultados, asegurando así que la sostenibilidad deje de ser una meta lejana y se convierta en una práctica cotidiana.

Ventajas competitivas:

Dentro de sus ventajas competitivas podemos encontrar el compromiso que tienen con la sustentabilidad, la empresa nace con un propósito claro, ofrecer soluciones sostenibles que contribuyan activamente al cuidado del medio ambiente. El impacto ambiental positivo que genera, a través del uso de madera plástica reciclada, se reducen significativamente la cantidad de residuos plásticos que terminan en vertederos o contaminando los ecosistemas. Y la participación comunitaria y educativa, la empresa constantemente remarca que el cambio real comienza en lo local. Por eso, trabajan activamente con comunidades, escuelas e instituciones para promover la educación ambiental y generar conciencia sobre la importancia del reciclaje y la economía circular.

Alternativas:

- Dalí Termoplásticos
- Madera Plástica ZENPLAS
- WoodPlast
- Wood Idea
- Vao Vao
- Terekua
- Madera Plástica Mendoza

Son las posibles competencias de la empresa, las cuales se encuentran en un radio cercano entre ella.

Soluciones:

1. Durabilidad
2. Mantenimiento casi nulo
3. Solución ecológica y sustentable

4. Ahorro a largo plazo

6. Fácil instalación

Problemática / Enunciado general del problema

Una vez que se enunció el brief, Rural Plast planteó el siguiente problema: “Estrategia de promoción de demanda de madera plástica”. La empresa quiere aumentar las ventas de la madera plástica pero en ninguno de sus canales comunican información sobre eso, más que algunas fotos de los productos terminados.

En base a la información obtenida el problema principal que se encontró es: La falta de comunicación sobre el producto a vender, no se sabe qué se quiere vender, ya que se perdió la importancia del producto que ofrecen. En cambio se priorizo comunicar la importancia de la materia prima que aunque sea su diferencial, no se encuentra por encima de lo que venden. Por lo tanto lo ideal sería lograr un balance en la comunicación de ambos tipos de información. De tal manera que el consumidor pueda recibir toda la información adecuada sobre la empresa y su producto.

Objetivos generales y específicos

Como objetivo general, se tomó el que emitió la empresa en el brief, el cual es estimular la demanda de madera plástica y sus productos derivados. Este se va a dar como consecuencia del desarrollo de los objetivos específicos, los cuales comunicarán todo acerca del material y así se podrá dar a conocer junto con Rural Plast y sus productos.

Y luego de un extenso análisis sobre la empresa Rural Plast, se definieron los siguientes objetivos específicos:

- Potenciar la comunicación de la madera plástica y sus beneficios
- Comunicar de manera clara los productos/servicios que ofrece la empresa
- Ayudar a posicionar la marca en un mercado más amplio
- Fortalecer el canal de ventas digital y la atención al cliente online
- Comunicar su compromiso en relación al medio ambiente y con la sociedad
- Transmitir sentido de familiaridad

Para lograrlos, se propone comunicar de forma clara los beneficios y la sustentabilidad de la madera plástica, reorganizar la información existente y desarrollar una nueva propuesta de diseño que refleje los valores principales de Rural Plast, corrigiendo además los errores visuales presentes actualmente.

Propuesta de Proyecto Integral de Comunicación Audiovisual

La siguiente propuesta tiene como finalidad brindar una solución a la problemática de la empresa y abordar la comunicación desde una perspectiva alternativa. La misma se encuentra fundamentada en un proceso de investigación y análisis que permite llegar a una comunicación clara y efectiva. Asimismo, tiene como propósito articular e integrar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en el desarrollo de un proyecto final.

Plan de Trabajo

El plan de trabajo que se estructuró para el desarrollo del proyecto consta de tres etapas, las cuales están organizadas para poder cumplir con los objetivos propuestos y consolidar Rural Plast como marca e identidad visual.

1. Identidad:

En esta primera etapa se desarrollarán todos los elementos gráficos y conceptuales que permitan definir la identidad visual y comunicacional de Rural Plast. Este paso es clave para establecer una base sólida sobre la cual se construirá el resto del proyecto, facilitando la coherencia en las siguientes fases.

2. Comunicación:

En esta etapa se diseñará el sistema integral de comunicación de Rural Plast, abarcando todas las piezas y canales de interacción con el público objetivo: material gráfico impreso, redes sociales, campañas publicitarias, contenido audiovisual y demás soportes necesarios para transmitir el mensaje de manera efectiva. Esta etapa se centrará en modelar el sistema de comunicación para lograr el mensaje que se quiere transmitir, tanto de Rural Plast como de sus campañas.

3. Lanzamiento:

Esta etapa comprende la implementación y presentación final de la identidad y el sistema de comunicación. Se perfeccionarán los diseños, se ajustarán los detalles necesarios y se desarrollarán los materiales complementarios para dar por finalizado el proyecto y dejar listo el sistema de diseño para su uso.

Desarrollo de Plan de Trabajo

1 Etapa - Identidad:

En esta etapa se consolidó una marca e identidad visual acorde a los valores de Rural Plast, con el objetivo de establecer una base sólida sobre la cual se construirá el resto del proyecto, facilitando la coherencia en las siguientes fases.

Investigación

Esta etapa se justificó y centró alrededor del concepto “La vida circular de la madera plástica”. A partir de esta idea, al momento de realizar las piezas gráficas no solo se buscó transmitir la vida circular o el concepto de vida continua, sino también la solidez y estructura, propias de la madera plástica.

Luego de definir el concepto, se llevó a cabo una investigación sobre sistemas de identidad visual, señaléticas e íconos pertenecientes a empresas u organizaciones del mismo rubro.

Por último, todas las decisiones vinculadas a la identidad visual fueron realizadas tomando como referencia la identidad actual, con el objetivo de crear y reforzar un sistema visual que logre comunicar de manera efectiva dichas características.

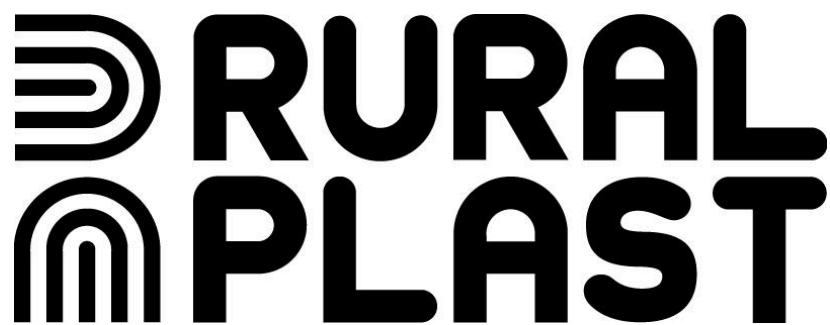
Logotipo

Una vez definido el logotipo de Rural Plast, el cual busca transmitir el concepto de vida circular: Basada en los principios de las 4R: Reducir, Reutilizar, Recuperar y Reciclar, los cuales buscan que empresas, académicos y la sociedad en general colaboren en la construcción de un modelo sostenible. En consecuencia, dicho concepto es representado en el diseño, mediante la estructura circular que se encuentra en la parte superior de las letras, logrando representar la idea de vida continua.

La madera plástica se caracteriza por su integridad estructural y rendimiento incluso en condiciones extremas de alta presión y temperatura. Alargando significativamente su vida útil en comparación con la madera tradicional. Esta cualidad se representa visualmente con las terminaciones en ángulo que se encuentran en las partes inferiores de las letras.

También se incorporó un isotipo, que va a funcionar como elemento distintivo y principal de la marca. Es decir, puede utilizarse tanto de manera individual como acompañado del texto, pero el texto por sí solo no debe ser usado.

Este isotipo busca emular el patrón de la madera tradicional, pero adaptándolo al concepto planteado. Además, fue creado a partir de la combinación de las iniciales del nombre de la empresa, “R” y “P”.



**RURAL
PLAST**

Manual de Marca

Se desarrolló su Manual de Marca, el cual tiene como finalidad establecer y comunicar las pautas de usos correctos de la identidad visual. Este manual no se limita únicamente al logotipo o isotipo, sino que también incluye lineamientos sobre la paleta de colores, combinaciones, uso de fotografías, tipografías y estilo estético general.

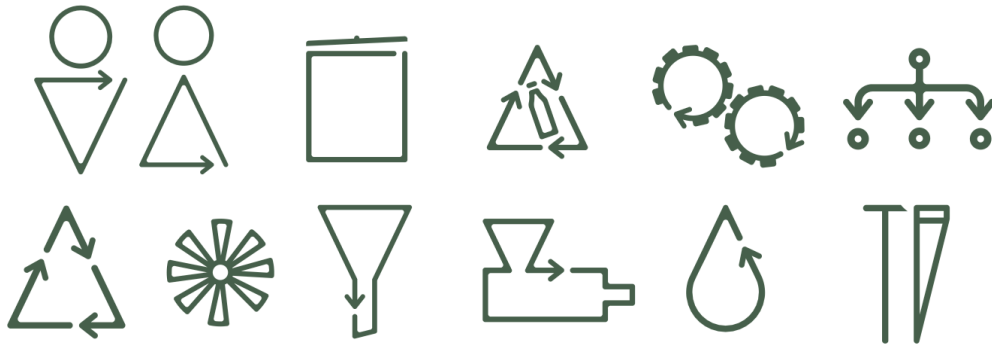
El manual incluye:

- Rediseño de logo
- Área de seguridad
- Colores corporativos
- Tipografías
- Usos y aplicaciones gráficas
- Reductibilidad
- Elementos gráficos
- Voz de marca
- Fotografía
- Sistema de señalética



Sistema de Señalética

Luego se continuó con el sistema de señalética, utilizando la grilla del logotipo como base para todos los elementos a señalar. Estos abarcan todo el proceso de armado de madera plástica y los sectores del predio de la fábrica de Coronel Vidal.



Packaging

También se realizaron dos tipos de packaging para sostener y transportar los listones de madera plástica. En primer lugar, una caja pensada para trasladar menores cantidades, que lleva la frase “Producto y empaque sustentable, cuidamos todo”, reforzando así el concepto de sustentabilidad que promueve y busca transmitir Rural Plast.

También, se diseñaron cintas para el transporte de grandes volúmenes, cuya función principal es asegurar los listones. Estas cintas presentan un patrón repetitivo con el isologotipo de Rural Plast, manteniendo la identidad visual de la marca en cada etapa del proceso.



Catálogo de Productos

Se elaboró el Catálogo de Productos, destinado a informar a los clientes sobre los bienes y servicios que ofrece la empresa. Este catálogo presenta información como descripciones, precios, imágenes y especificaciones, y funciona como una herramienta de ventas para aumentar el conocimiento de marca, captar nuevos clientes y facilitar el proceso de compra, tanto en formato impreso como digital.

Este fue realizado en formato “almanaque”, con la finalidad de que, al momento de abrirlo, sea posible visualizar en primer lugar los detalles del producto y, en la parte inferior, el producto en uso. De esta manera, se busca facilitar al posible comprador la comprensión y visualización del uso que puede darse a dicho producto.



Resultados Parciales: 1- etapa

Con la primera etapa se logró establecer la base de la comunicación audiovisual, alcanzando un sistema que responde tanto a la investigación realizada por el diseñador como a los requerimientos de la empresa.

2 Etapa - Comunicación:

En esta etapa se debe consolidar un sistema comunicativo tanto digital como físico abarcando todos los canales con el público. Los cuales deben retratar la esencia y valores de Rural Plast.

Esto Incluye:

Comunicación Física

- Pieza editorial de hasta tres páginas (tríptico)

- Avisos en diarios y revistas.
- Cartelería en transporte público gigantografías
- Folletos y flyers
- Cartel de ruta

Comunicación Digital

- Redes sociales: Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok, WhatsApp
- Publicaciones (posts)
- Historias (stories)
- Banners destacados
- Contenido patrocinado

Campañas y Submarcas

- Rural Educa: campaña educativa para generar conciencia en los menores sobre el reciclaje.
- Comunidad Rural: campaña de venta destinada a fomentar la comunicación con el público y mostrar los trabajos realizados para la comunidad.

Gráfica Vehicular

Spot Publicitario menos de 30 sgs

Silogismo:

Se comenzó estableciendo un Silogismo, razonamiento que está formado por dos premisas y una conclusión que es el resultado lógico que se deduce en las dos premisas. Así ayuda a estructurar argumentos de forma lógica y persuasiva, haciendo los mensajes más claros y fáciles de seguir para el consumidor.

Este Silogismo va a estar acompañado de una retórica y ambos van a funcionar como base para establecer la comunicación publicitaria.

Silogismo utilizado:

Todo material reciclable ayuda al ambiente.

La madera plástica es reciclable.

⇒ La madera plástica ayuda al ambiente.

Aviso diario y revista:

En base al silogismo realizado, se diseñaron los avisos para diario y revista. La retórica visual elegida fue la metáfora, que consiste en utilizar una expresión con un significado diferente al habitual, modificando su sentido literal, o bien mediante elementos visuales distintos al producto o servicio anunciado, con el fin de reforzar un mensaje.

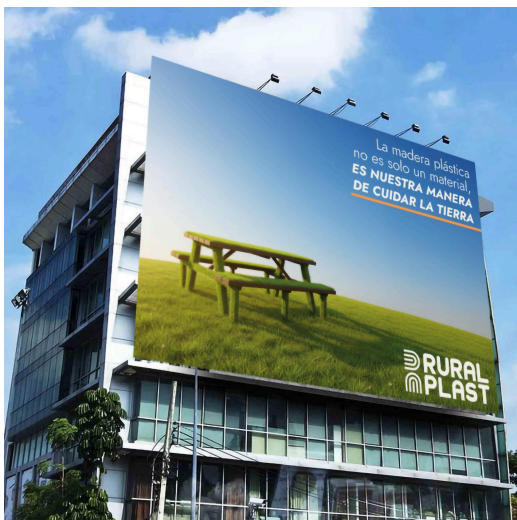
En este caso, se tomó el banco, producto de Rural Plast, y se lo transformó ,sin alterar su estructura, en un banco de pasto sobre una colina. A esto se le sumó la frase: “Elegís un producto y también elegís menos basura en el planeta”.

De esta manera, el espectador, al encontrarse con el aviso, comprende que al elegir Rural Plast también está eligiendo cuidar y ayudar al planeta.



Gigantografías

Siguiendo la misma retórica visual que el aviso anterior, se realizó la gigantografía, la cual, en lugar de un banco, presenta una mesa. Esta pieza se desarrolló de manera similar, manteniendo así una línea visual coherente dentro de la campaña publicitaria y reforzando el mensaje que se busca transmitir al espectador.



Cartelería en transporte público

Luego se realizó un cartel destinado a la parada de colectivos, en el cual se utilizó como retórica visual la comparación. Esta figura consiste en establecer una relación entre dos o más

elementos o circunstancias para fundamentar un argumento, mostrar diferencias, similitudes o incluso un antes y después.

En base a esta retórica, se representaron dos mundos: uno sano y libre de contaminación, y otro contaminado e inhabitable. Ambos se enfrentan visualmente, con la madera ubicada entre ellos como elemento central. La pieza se acompaña con la frase: “En apariencia son iguales, en impacto no”, mostrando al espectador cómo la madera tradicional genera un impacto ambiental negativo en comparación con la madera plástica.



Cartel de Ruta

Para esta publicidad se siguió la misma retórica visual que la cartelería en transporte público, por varios motivos.

Primero, para mantener una línea visual coherente dentro de la campaña publicitaria, en la cual se utilizan la metáfora y la comparación como recursos para reforzar el mensaje que busca transmitir Rural Plast.

Segundo, porque al tratarse de un cartel de ruta, no debe contener una gran cantidad de información, sino un mensaje claro y directo, que el conductor pueda leer y comprender en menos de un minuto.

Por eso, se diseñó un símbolo de guardado de Instagram, dentro del cual se pueden ver botellas de plástico, acompañado de la frase “Guarda el futuro”. A su costado, se agregó un corazón con textura de madera plástica junto a la frase “Y cuida la tierra”.

Finalmente, a la derecha se incluyó el texto “Cuidar la tierra empieza en Rural Plast”, con la dirección del predio ubicada en la parte inferior.

De esta manera, el conductor comprende que al guardar y reciclar botellas de plástico, contribuimos a crear madera plástica sustentable, ayudando a reducir la contaminación ambiental.



Con respecto a la comunicación digital, se desarrolló contenido comunicativo y visualmente atractivo, ya que actualmente las redes sociales de Rural Plast no transmiten un mensaje claro ni logran comunicar al 100% a qué se dedica la marca.

A partir de este análisis, se definió que las redes sociales tendrán como prioridad comunicar las características y ventajas de la madera plástica, de modo que el posible consumidor pueda asociar automáticamente a Rural Plast con este material.



Subcampañas

También se realizaron las dos subcampañas que va a poseer Rural Plast:

Rural Educa: Campaña educativa orientada a generar conciencia ambiental en las nuevas generaciones. A través de actividades didácticas, talleres y acciones participativas, Rural Educa busca promover el valor del reciclaje y la reutilización de materiales, incentivando hábitos sostenibles desde la infancia.

Esta línea refuerza el compromiso de Rural Plast con la educación ambiental y con el desarrollo de una comunidad más responsable con su entorno.

Viví Rural: Campaña comercial destinada a fortalecer el vínculo con el público y dar a conocer los productos y proyectos que Rural Plast lleva adelante en la comunidad. Viví Rural busca transmitir la esencia de la marca, su compromiso con la innovación, la sustentabilidad y el trabajo local, a través de una comunicación cercana, inspiradora y auténtica.

Esta línea promueve la participación, la visibilidad y la confianza en torno al valor de elegir productos que cuidan el ambiente.

Una vez definidos los objetivos de ambas campañas, se diseñaron sus logos, los cuales mantienen la misma línea estética. En ambos casos se buscó combinar dos tipografías ,la original del logo y una en cursiva, fusionando así las características y el concepto de Rural Plast con la participación activa de la comunidad y el trabajo conjunto con ella.



Publicidad Rural Educa:

Para estos afiches se utilizó el color principal de la subcampaña, el naranja, con el objetivo de diferenciarse del resto de las publicidades de la empresa. De esta manera, a medida que el público conoce Rural Plast, puede identificar y comprender más rápidamente a qué acción y subcampaña hace referencia cada pieza.

A nivel gráfico, los afiches están compuestos por imágenes hiperrealistas de niños utilizando productos de Rural Plast, acompañadas por un efecto de papel rasgado en los bordes de color naranja. Por último, se incorpora una frase que funciona como llamado a la acción, dirigida a los padres, invitándolos a llevar a sus hijos a conocer y concientizar sobre el cuidado ambiental.

Estas piezas fueron diseñadas de forma simple y fácil de comprender, con un tratamiento más colorido y “artístico” que otras campañas publicitarias de la empresa. El objetivo es generar identificación con los niños, al verse representados en la publicidad, y facilitar que los padres comprendan que este llamado a la acción está dirigido principalmente a las generaciones más jóvenes.



Publicidad Viví Rural:

Los afiches correspondientes a la subcampana VivíRural presentan una estética más minimalista y limpia, tomando como referencia el diseño editorial propio del ámbito del diseño de interiores. De esta manera, se busca dirigirse a un público adulto y específico. A nivel conceptual, se utilizó una metáfora visual en la que se muestra el producto o diseño de madera plástica solo en una mitad, mientras que la otra mitad está compuesta por plástico. Esta composición se acompaña de frases que incentivan la elección de estos productos como nuevos muebles sustentables para el hogar, reforzando la idea de transformación y valor agregado del material.



Flyers

Se realizaron tres flyers para la comunicación física de Rural Plast. Uno de ellos corresponde a la campaña principal de la empresa, mientras que los otros dos están destinados a sus subcampanas: VivíRural y RuralEduca.

La base del diseño de los flyers fue trabajar con un llamado a la acción. El flyer de Rural Plast invita a las personas a recolectar botellas para que luego puedan ser utilizadas en la producción de la madera plástica. El de ViviRural convoca a participar de una feria de diseño de interiores, mientras que el de RuralEduca invita a niños y niñas a formar parte de un taller de concientización.

Los tres flyers fueron realizados con la intención de comunicar el mensaje y el concepto de la empresa. Cada uno fue diseñado respetando las características gráficas establecidas en el manual de marca, asegurando coherencia visual y conceptual entre las distintas piezas de comunicación.



Gráfica Vehicular

La gráfica vehicular, que será colocada en el camión de Rural Plast, acompañará el transporte del producto, convirtiéndose así en una oportunidad para publicitar tanto la empresa como su propuesta sustentable.

Para su diseño, se utilizó de fondo la textura de la madera plástica, y en primer plano se incorporó la frase “De la madera plástica al mundo, movemos sustentabilidad”, haciendo referencia tanto al camión como al producto que transporta.

El diseño y el mensaje se mantuvieron simples y directos, priorizando una lectura rápida y clara, ya que el vehículo estará en movimiento la mayor parte del tiempo.



Spot Publicitario menos de 30 sgs

Por último se hizo un spot publicitario con el propósito de dar a conocer a Rural Plast, porque según las investigaciones, el 96% de la gente no sabe qué es.

Se busca que esta producción audiovisual sirva como una primera impresión, una especie de presentación de la marca, mostrando su lado más simple, relajado y distendido.

No busca vender directamente, sino generar cercanía, curiosidad y una sonrisa.

Que la gente vea el video y diga: “ah, mirá, no sabía qué era Rural Plast... pero me cae bien”.

De alguna manera, este spot funcionaría como la puerta de entrada al mundo Rural Plast.

Resultados Parciales: 2- etapa

En la segunda etapa, se definió el objetivo de abarcar todos los medios de comunicación y puntos de contacto con el público, con el fin de lograr una comunicación clara, coherente y efectiva sobre la empresa y su producto.

3 Etapa - Lanzamiento:

Esta etapa engloba la implementación, corrección y presentación final de todos los elementos que acompañan al lanzamiento de identidad y sistema de comunicación.

Esta incluye:

Landing Page

Regalos tour

- Mate
- Bolsas de tela para llevar recuerdos
- Cuaderno con Lapicera

Sistema educativo

- Plantilla de presentaciones educativas

Indumentaria / Merchandising-

- Remeras y buzos
- Gorras
- Chalecos reflectivos
- Termos de acero inoxidable
- Delantales de lona reciclada para talleres, stands o ferias-

Juego didáctico

Papelería corporativa

- Tarjeta de presentación
- Sobres
- Hojas
- Carpeta
- Libreta
- Anotadores
- Identificadores con lanyards

Spot publicitario de 30 sgs en adelante.

Se empezó a realizar todos los elementos que constan con un proceso de sublimación, pintado o bordado,, de tal manera poder tenerlas realizadas para la fecha designada.

Estos son:

-Mate

Bolsas de tela para llevar recuerdos

Remeras y buzos

Gorras

Chalecos reflectivos

Termos de acero inoxidable

Delantales de lona reciclada para talleres, stands y ferias

Lanyard

Bolsa de tela:

Esta pieza fue realizada con material sustentable, confeccionada en tela, emulando una tote bag. Se buscó priorizar un mensaje claro y conciso, por lo que se incorporó la frase “De

residuo a recurso”, reafirmando así la idea de reutilizar el plástico desechado y darle una nueva vida.

Además, se amplió el isotipo de manera que no se vea en su totalidad, invitando al espectador a completarlo mentalmente y generando una composición visual más dinámica.



Remeras y buzos

Se realizaron piezas de indumentaria que van a funcionar como ropa distintiva del staff o aquellos que trabajan en Rural Plast.

La remera lleva en la parte delantera, del lado derecho, el logo de Rural Plast en su color principal. En la parte trasera se colocaron cuatro imágenes dispuestas a modo comparativo: del lado izquierdo se muestran botellas de plástico junto a un bosque deforestado, mientras que del lado derecho se puede ver la madera plástica acompañada de un bosque sano.

Debajo de las imágenes se incorporó la frase “El futuro es reciclado”, presentada de forma clara y legible, para que al leerla rápidamente se entienda el concepto principal de Rural Plast.

Por otro lado, en el buzo, se siguió en la parte delantera la misma consigna que en la remera, colocando el logo de Rural Plast de manera sutil y coherente con la identidad visual.

En la parte trasera, utilizando el patrón establecido en el manual de marca, se realizó un juego de figura y fondo, donde el conjunto del patrón forma el isotipo completo, reforzando así la identidad visual de la marca de una manera creativa y coherente.



Chalecos reflectivos

Los chalecos reflectivos fueron diseñados para ser utilizados en armados o construcciones de mayor escala, o en situaciones donde se emplean máquinas de alto riesgo, garantizando así una mayor visibilidad del trabajador y, por lo tanto, más seguridad.

En este caso, únicamente se incorporó el logotipo en la parte superior izquierda, sin añadir ningún otro elemento gráfico, ya que los chalecos reglamentarios no permiten grandes variaciones de diseño. Cualquier alteración podría comprometer su función principal de alta visibilidad.



Termos de acero inoxidable

Se diseñó una botella que formará parte de los regalos para quienes realicen el tour en el predio de Coronel Vidal.

A su alrededor se aplicó un patrón continuo que recorre toda la circunferencia, el cual finaliza con la frase “Hecho para durar, no para desechar”. Esta frase hace referencia a que no se trata de una botella plástica desechable, sino de un objeto reutilizable que busca fomentar la sustentabilidad y reforzar los valores de Rural Plast.



Delantales

Se realizaron delantales para ser utilizados en talleres, stands o ferias, los cuales funcionarán como uniforme para los trabajadores de Rural Plast durante las muestras o actividades recreativas con la comunidad.

Cumplen 3 funciones principales: la de identificación, permitiendo que cualquier persona pueda reconocer fácilmente al personal y resolver dudas o consultas; y la de protección, cuidando la ropa de posibles manchas o suciedad; y como portaherramientas, el bolsillo se transforma en una solapa que permite al trabajador colocar las herramientas, asegurando que las mismas se encuentren a disposición y de fácil acceso durante su uso.

En cuanto al diseño, se colocó el logo centrado en la parte superior, facilitando su identificación y visibilidad. Además, se incorporaron elementos del isotipo, ubicados en los extremos y por debajo del bolsillo, sin mostrarse de forma completa. De esta manera, gracias a la ley de cierre, el observador puede reconocer la forma total, generando un diseño sutil pero claramente asociado a la identidad de Rural Plast.



Lanyard

El lanyard se diseñó con una función de identificación para los eventos, ferias o muestras en los que participe Rural Plast.

Está compuesto por una tira que presenta un patrón formado por los isotipos de la marca, variando en colores y fondo para generar dinamismo visual sin perder coherencia con la identidad institucional.



Mates

Los mates fueron diseñados como un regalo para los trabajadores de la empresa, para que puedan utilizarlo en su día a día, y también como parte del obsequio del tour por el predio.

En la virola, se grabó con láser el logotipo de Rural Plast, reforzando la identidad visual principal de la marca. Además, en el recipiente se realizó un trabajo de pintado donde se pueden visualizar los elementos del isotipo, aplicados con variaciones de tamaño y escala, generando una composición sutil pero representativa.



Gorra

Se realizó una gorra destinada a los trabajadores de la empresa, que funcionará como elemento de identificación y distinción de la marca.

Las gorras son de color verde, el tono establecido en el manual de marca, y cuentan con el logo bordado en color claro en la parte central, logrando una buena visibilidad y manteniendo la coherencia con la identidad visual de Rural Plast.



Luego se siguió por los elementos que poseen menos demora en realizarse o imprimirse.

Juego Didactico

Se diseñó un juego didáctico para niños con el objetivo de transmitir de manera clara y sencilla el concepto de Rural Plast.

El juego está compuesto por ladrillos de madera, que al apilarse y construir con ellos también forman un rompecabezas. En la parte frontal, una vez completado, se puede visualizar el logotipo completo de la empresa, reforzando así su identidad visual a través del aprendizaje y la interacción lúdica.

Este juego ayuda a reforzar el concepto de que la madera plástica no solo sirve para construir objetos o piezas, sino también para construir nuestro futuro.



Página web

Se diseñó una landing page que funcionará como sitio oficial de Rural Plast. La función principal de este sitio es comunicar el producto y el trabajo que realiza la empresa, en este caso la madera plástica, ya que el sitio anterior no lograba transmitir correctamente este mensaje.

El diseño se desarrolló a partir de seis secciones:

- Home: se visualiza el logotipo junto a un breve texto que explica qué hace Rural Plast, unificando el texto con el logo. De esta manera, el primer mensaje que recibe el usuario es una presentación clara de la empresa y su actividad. En la barra superior se encuentran las distintas secciones del sitio y las subcampanas. En la parte inferior se incluye un botón call to action con la leyenda “Solicitar cotización”.
- Beneficios de la madera plástica: esta sección tiene como objetivo motivar al usuario a elegir este producto, especialmente en casos de duda o falta de convencimiento sobre la elección del material.

- Productos: catálogo general de los distintos productos que ofrece Rural Plast, donde el usuario puede seleccionar y acceder al producto de su interés.
- Comparativa: sección en la que se muestran las ventajas y desventajas de la madera plástica.
- Proyectos: muestrario que refleja la experiencia y los conocimientos de Rural Plast en el trabajo con este material.
- Contacto: medios a través de los cuales el usuario puede comunicarse con la empresa.

Con esta página web se logra vender, comunicar e informar de manera clara sobre la madera plástica y el trabajo que realiza Rural Plast.



Eco Totem

Se realizó un tótem compuesto por cuadrados encastrados que, en conjunto, forman una torre. Este elemento no solo fue diseñado para cumplir con los objetivos y comunicar el mensaje de la empresa, sino también para representar la estabilidad de la madera plástica.

El tótem está pensado para ser utilizado en exposiciones educativas, ferias y stands, funcionando como un recurso visual y comunicacional que refuerza los valores del material y de la marca.

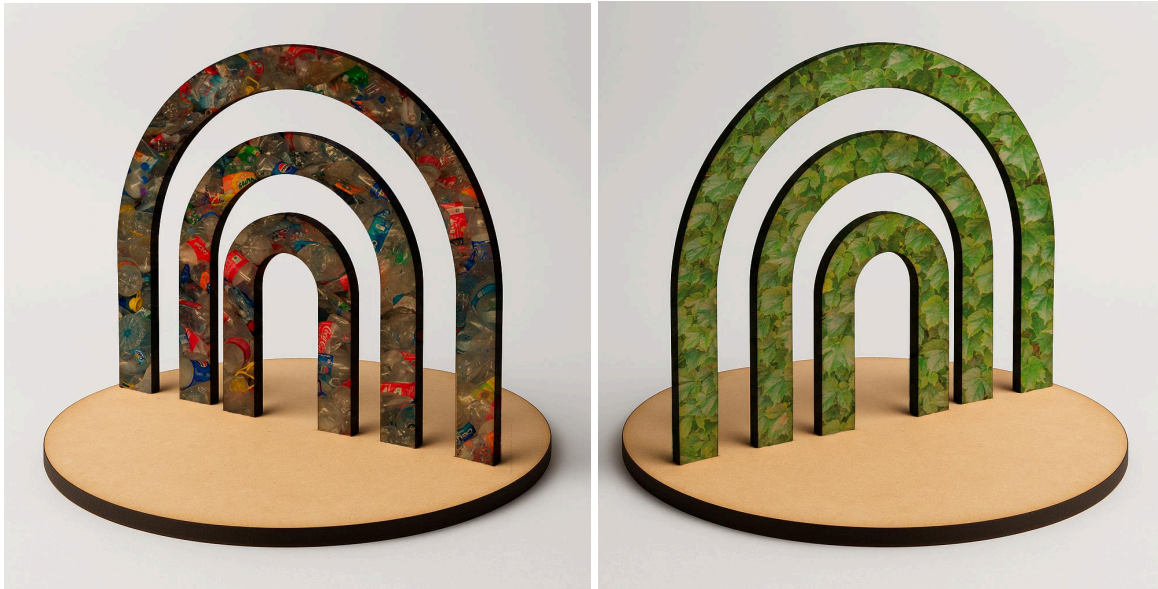


Render Stand

Se sumó un diseño que funcionará a escala, el cual consiste en una plataforma circular donde tres arcos, similares al isotipo de Rural Plast, se encastran entre sí, dividiendo la plataforma en dos semicircunferencias.

La propuesta de esta maqueta es que una mitad funcione como Concientización y Problema (Arco de Hojas), enfocándose en la naturaleza y en el impacto de no reciclar, funcionando como un llamado a la acción. La segunda mitad corresponde a Venta y Solución (Arco de Plásticos Reciclados), donde se pone el foco en la innovación, el reciclaje y la economía circular, conectando la problemática con la solución que ofrece Rural Plast.

Este diseño funcionará como stand en exposiciones o ferias, permitiendo que las personas puedan recorrer y comprender ambas caras de la empresa: la problemática ambiental y la solución propuesta a través de la madera plástica.



Spot Publicitario:

El spot publicitario propuesto para Rural Plast es una pieza audiovisual breve diseñada para presentar la marca desde un enfoque cercano, espontáneo y cotidiano. Su objetivo principal es mostrar de manera simple y auténtica los beneficios de la madera plástica a través de situaciones reales y reconocibles, evitando el discurso técnico y priorizando la conexión emocional con el público.

Este tipo de spot sirve como puerta de entrada al universo de Rural Plast: permite que la audiencia descubra qué es la madera plástica, cómo funciona y por qué representa una alternativa más durable, sostenible y práctica frente a la madera tradicional. A través de un tono natural y escenas que imitan pruebas caseras realizadas por personas comunes, el video busca generar confianza, curiosidad y recordación de marca. Más que vender, apunta a que la gente entienda y experimenten visualmente “qué hace diferente” a Rural Plast.

En síntesis, el spot cumple la función de introducir la marca, demostrar su valor y posicionarla de forma positiva y memorable, apoyándose en su esencia: resistencia, durabilidad y compromiso con el ambiente y el trabajo del campo.

Papelería corporativa

A esta categoría se le agregaron un sobre, hojas membretadas y carpetas corporativas, cuya función es mostrar la gráfica de Rural Plast y sus elementos característicos, así como también reforzar sus objetivos y su llamado a la acción en torno a la concientización sobre el cuidado del medio ambiente.



Cuaderno, Anotadores y Libreta

Los tres fueron realizados en papel sustentable de la marca Nat, elaborado con papel ecológico de la marca Ledesma. Este material está hecho 100% de fibra de caña de azúcar (bagazo), sin blanqueadores químicos, con un color natural (beige/marrón claro) y de origen sostenible.

En cuanto al diseño, los tres fueron desarrollados utilizando los elementos gráficos del isotipo, como los arcos y sus colores principales: verde, naranja y blanco, asegurando coherencia visual y conceptual con la identidad de Rural Plast.



Lapicera

Se realizaron lapiceras de la marca, las cuales siguieron las mismas características que los cuadernos, anotadores y libretas. La intención fue que cada elemento pueda funcionar por separado y ser reconocido de manera individual como parte de la identidad de la empresa, pero que, en conjunto, se comprenda como un set unificado.



Sistema educativo

Para la educación de las futuras generaciones en materia de concientización ambiental, se realizó una plantilla de presentaciones educativas, diseñada para ser visualmente estética y

atractiva. El objetivo es que logre comunicar el mensaje y el objetivo principal de Rural Plast, y a la vez capte y mantenga la atención de los niños.

Esta plantilla funcionará de manera editable, permitiendo que, según el tema de la presentación que se vaya a realizar, se pueda modificar la información y ajustar el set de diseño sin perder coherencia visual ni conceptual.



Resultados Parciales: 3- etapa

Con la tercera etapa, se logró definir en su totalidad la identidad de la empresa, ya que en esta instancia se pudieron plasmar distintos elementos gráficos sobre diversos soportes físicos, explorando diferentes materialidades y texturas de papel. Garantizando un traspaso de los resultados de investigación, análisis y decisiones gráficas a un soporte real y tangible.

Dificultades:

Durante el desarrollo de las tres etapas se presentaron diversas dificultades.

Cuando se estaba realizando el sistema de señalética, surgió el problema de que algunas etapas del proceso de la madera plástica incluían máquinas poco conocidas o no cotidianas, por lo que no se sabía cómo representarlas de una forma clara y fácil de comprender.

Para resolverlo, se utilizó un video del Instagram de la empresa, donde se muestra todo el armado del material. A partir de eso, se pudieron visualizar las máquinas y se trató de representarlas lo más fielmente posible. De esta manera, quien observa la señalética quizás no comprende de inmediato de qué se trata, pero al ver el proceso completo logra asociar visualmente.

Otra dificultad se presentó con los catálogos de productos, al no saber cómo estructurarlos para comunicar de la mejor manera los productos disponibles para la venta. Esto se resolvió en la segunda etapa: se decidió realizar un formato tipo “almanaque”, en el cual, en la parte inferior, se puede visualizar el producto en uso y, en la parte superior, su descripción, detalles y precio.

Por otro lado, una de las grandes dificultades que persisten durante todo el proceso fue el costo económico de las piezas, desde su impresión hasta su armado.

Al momento de diseñar y tomar decisiones gráficas, muchas veces la primera elección o impulso creativo apuntaba a la opción más original o distintiva, pero al evaluar y determinar los costos, esas decisiones limitaban considerablemente la producción de las piezas. Este problema se acentuó especialmente en la tercera etapa, donde la variedad de soportes y materiales incrementó aún más los costos.

Asimismo, la demora en los procesos de impresión o sublimación de los productos implicó la necesidad de tomar decisiones gráficas de manera individual, sin la asistencia o supervisión directa de los profesores de cátedra. Esta situación se resolvió fundamentando dichas

decisiones en la teoría de la forma de Wucius Wong y justificándolas a partir del análisis de la investigación realizada.

Conclusión

A modo de conclusión de este desarrollo de proyecto, puede afirmarse que abordar la problemática planteada representó un gran desafío, ya que implicó integrar distintos campos del diseño gráfico y establecer un sistema unificado, comunicativo y visualmente estético. Se considera que se logró una solución capaz de responder de manera efectiva a la problemática de la empresa. Logrando potenciar el valor que Rural Plast ya ha construido: el de una empresa con propósito.

Bibliografía

- Argentina.gob.ar. (s.f.). *Bonos Sostenibles*. Ministerio de Economía.
<https://www.argentina.gob.ar/economia/bonossostenibles>
- ASTM International. (2019). *Standard Guide for Evaluating Mechanical and Physical Properties of Wood-Plastic Composite Products (ASTM D7031-11R19)*.
<https://store.astm.org/d7031-11r19.html>
- ASTM International. (2021). *Standard Specification for Establishing Performance Ratings for Wood-Plastic Composite and Plastic Lumber Deck Boards and Guardrail Systems (ASTM D7032-21)*. <https://store.astm.org/d7032-21.html>
- Caocao. (s.f.). *¿Qué es el WPC (Wood Plastic Composite)?*
<https://shopcaocao.com/blogs/noticias/que-es-el-wpc-wood-plastic-composite>
- CEPAL. (s.f.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*. Naciones Unidas.
<https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods>
- Claddeck. (s.f.). *¿Qué es WPC?* <https://www.claddeck.com/que-es-wpc/>
- Consultoría Sustentable. (s.f.). *La sustentabilidad en la actualidad*.
<https://consultoriasustentable.com/la-sustentabilidad-en-la-actualidad/>
- GlobalSuite Solutions. (s.f.). *¿Qué son las normas ISO?*
<https://www.globalsuitesolutions.com/es/que-son-normas-iso/>
- Hannuo Wood. (s.f.). *Ventajas y desventajas de la madera plástica de PE*.
<https://es.hannuowood.com/info/advantages-and-disadvantages-of-pe-wood-plastic-i-74894624.html>
- Hosung. (s.f.). *Wood Plastic Composite 2: Industry Trends*.
<https://www.hosungdeck.com/es/wpc-industry-trends/wood-plastic-composite-2/>

- Iberdrola. (s.f.). *Inversiones y bonos verdes*.
<https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/inversiones-bonos-verdes>
- IBM. (s.f.). *¿Qué es el diseño sostenible?*
<https://www.ibm.com/mx-es/think/topics/sustainable-design>
- Naciones Unidas. (2023, agosto). *¿Qué es el desarrollo sostenible?*
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2023/08/what-is-sustainable-development/>
- Naciones Unidas. (s.f.). *Producción y consumo responsables*. Impacto Académico de las Naciones Unidas.
<https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/page/producci%C3%B3n-y-consumo-responsables>
- <https://www.google.com/search?q=Pl%C3%A1stico.com>. (s.f.). *Desarrollos, tendencias y perspectiva del mercado de las maderas plásticas*.
<https://www.plastico.com/es/noticias/desarrollos-tendencias-y-perspectiva-del-mercado-de-las-maderas-plasticas>
- Quimisor. (s.f.). *6 industrias que prosperan gracias a los polímeros plásticos*.
<https://quimisor.com.mx/6-industrias-que-prosperan-gracias-a-los-polimeros-plasticos/>
- Reciclado de Caucho y Plástico. (s.f.). *¿Qué es la madera plástica?*
<https://recicladodecauchoyplastico.com/que-es-la-madera-plastica/>
- Rural Plast. (s.f.). *Home* [Sitio web]. <https://www.ruralplast.com.ar/>
- Rural Plast [@ruralplast]. (s.f.). *Publicaciones* [Perfil de Instagram]. Instagram.
Recuperado el 17 de diciembre de 2025, de
<https://www.instagram.com/ruralplast/>

- Sistema B. (s.f.). *Sobre las Empresas B*.
<https://www.sistemab.org/sobre-las-empresas-b/>
- Tecnología de los Plásticos. (2012, 4 de septiembre). *Compuestos de madera y plástico (WPC)*.
<http://tecnologiadelosplasticos.blogspot.com/2012/09/compuestos-de-madera-y-plastico.html>
- Tork al por Mayor. (s.f.). *¿Qué es un producto sustentable?*
<https://torkalpormayor.cl/blogs/tork-ph-blog/que-es-un-producto-sustentable>
- Vaovao. (s.f.). *Propiedades y usos de la madera plástica*.
<https://vaovao.com.ar/propiedades-y-usos-de-la-madera-plastica/>
- Vera, G. (2013). *Diseño y sustentabilidad: Visiones para una Latinoamérica posible*. Editorial Planeta.
- ZwickRoell. (s.f.). *Normas ASTM*.
<https://www.zwickroell.com/es/sectores/astm-standards/>

Encuesta

<https://forms.gle/VqafdkRB261vaYFMA>

*97 personas participaron de la encuesta

Figura 1

¿Conoces Rural Plast?

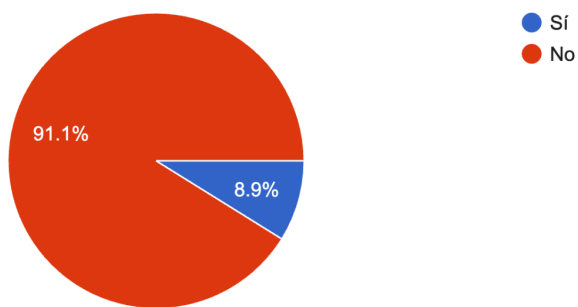
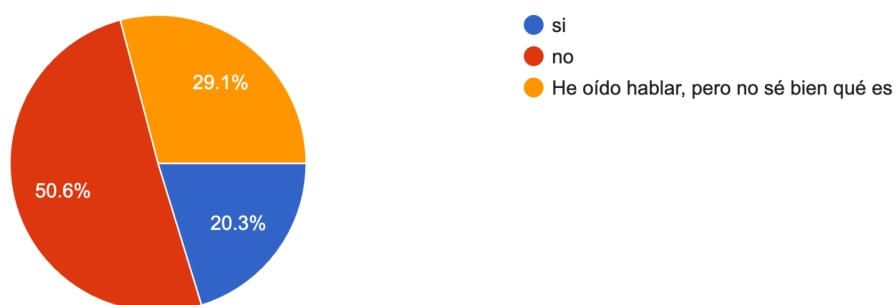


Figura 2

¿Sabes que es la madera plástica?



pregunta 3

¿De dónde conociste la madera plástica?

“Redes sociales” 25%

“Recomendación de un profesional” 11%

“Tiendas de construcción o decoración” 30%

Respuesta menores del 10%:

“No tenía ni idea de su existencia ni para que se usa”

“Del colegio de mi hija”

“Conocimiento propio”

“No conozco”

“escuche hablar de eso algunas veces”

“Creo haber visto en rejas edificios”

“no la conozco”

“La utilicé”

“algunos familiares la nombraron”

“No la conozco”

“No la conocía”

Figura 3

¿Qué uso crees que es más adecuado para la madera plástica? (Puedes elegir más de una opción)

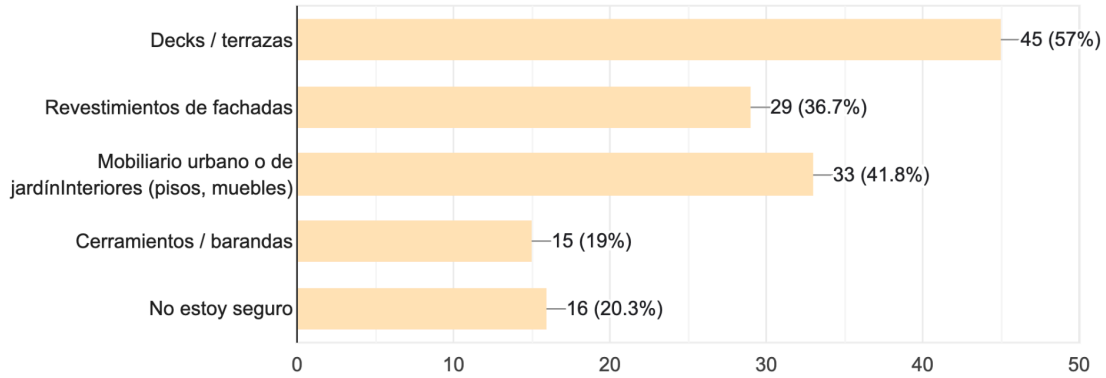


Figura 4

¿Qué características consideras más importantes al elegir un material como la madera plástica? (Selecciona hasta 3)

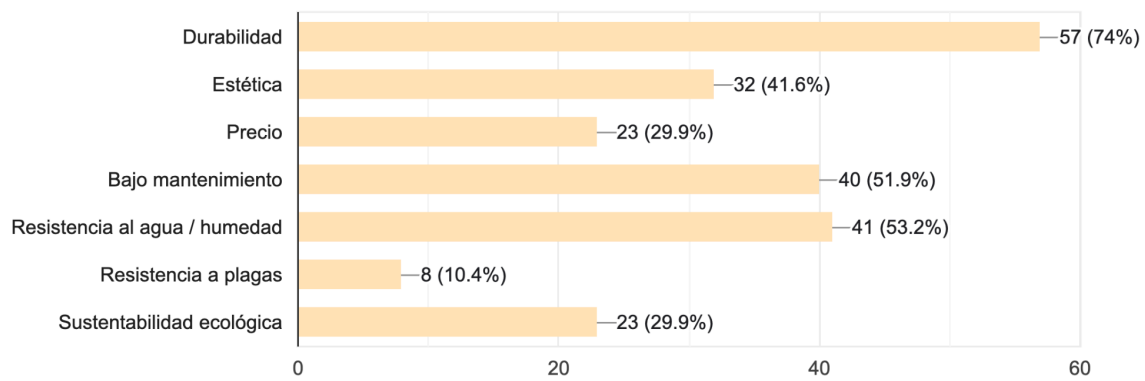


Figura 5

¿Estarías dispuesto(a) a pagar más por un material que sea reciclado y de bajo mantenimiento como la madera plástica?

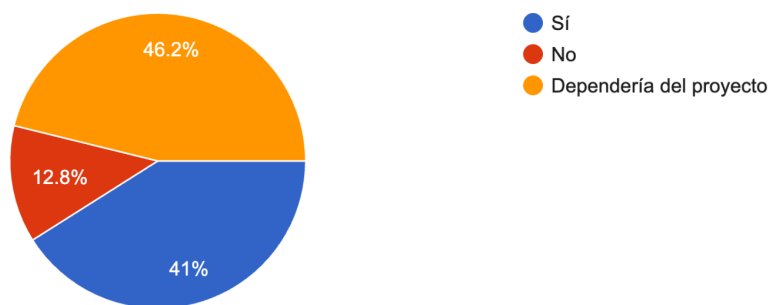


Figura 6

¿Has utilizado madera plástica en algún proyecto?

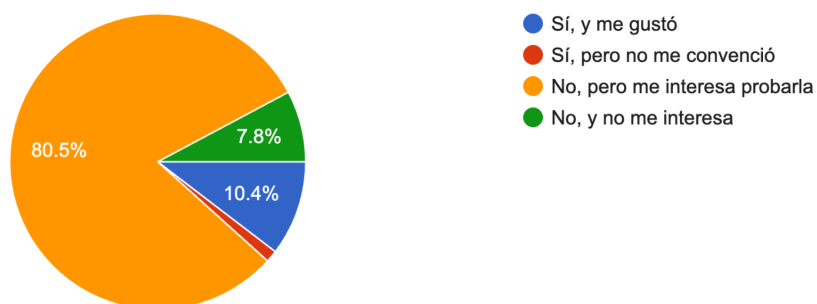


Figura 7

¿Qué te genera dudas o desconfianza sobre la madera plástica? (Puedes elegir más de una opción)

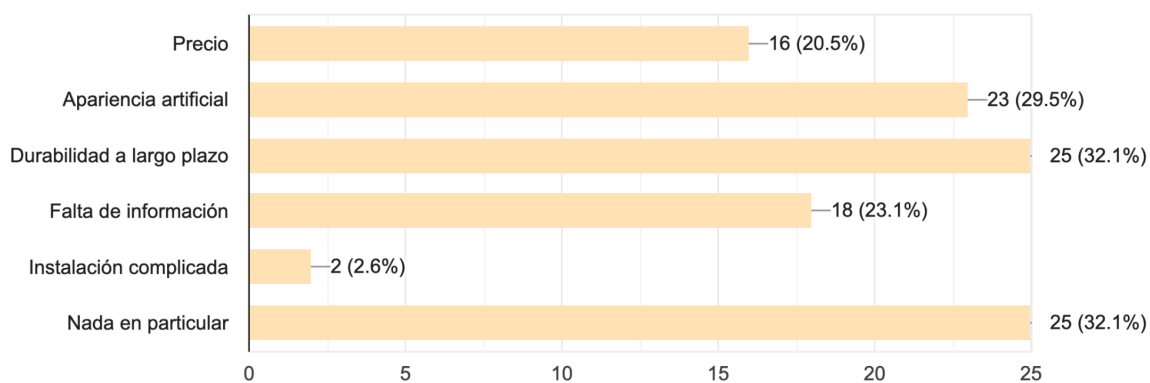
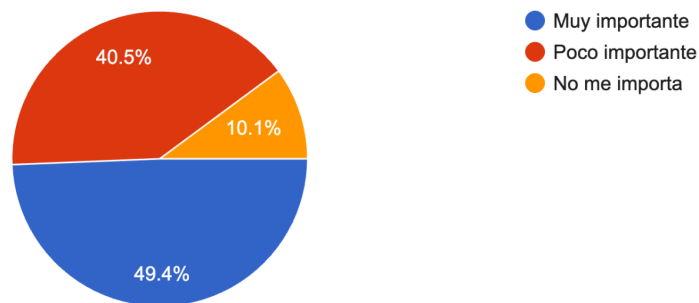


Figura 8

¿Qué tan importante es para ti que un material sea sustentable?



Conclusión

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta realizada, se observa que la principal problemática de RuralPlast no radica en la generación de una estrategia de promoción de la demanda de madera plástica, sino en la falta de comunicación efectiva sobre el producto y en su escasa presencia como marca. Si bien la mitad de los encuestados manifestó conocer o tener una noción sobre el material, el 91,1 % indicó no conocer la existencia de la marca. Solo un 10,4 % ha probado el material y expresó una experiencia positiva, mientras que el 80,5 % no lo ha probado, pero manifestó interés en hacerlo. Asimismo, es relevante destacar que los encuestados valoran los beneficios de la madera plástica y están dispuestos a pagar un precio mayor por tratarse de un material reciclado y de bajo mantenimiento.