

**ANÁLISIS DEL NIVEL DE APROPIACIÓN QUE TIENEN LOS EGRESADOS
DEL PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE CON RESPECTO AL TEMA
DEL MARCO LEGAL EN EL DISEÑO DE EMPAQUES DE ALIMENTOS EN
COLOMBIA**

VALERIA RAMÍREZ GÓMEZ

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
SANTIAGO DE CALI
2015**

**ANÁLISIS DEL NIVEL DE APROPIACIÓN QUE TIENEN LOS EGRESADOS
DEL PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE CON RESPECTO AL TEMA
DE MARCO LEGAL EN EL DISEÑO DE EMPAQUES DE ALIMENTOS EN
COLOMBIA**

VALERIA RAMÍREZ GÓMEZ

**Trabajo de Grado para optar al título profesional
de Diseñador de la Comunicación Gráfica**

**Director
BEATRIZ EUGENIA ROA TORRES
Diseñadora Gráfica**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
SANTIAGO DE CALI
2015**

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Diseñadora de la Comunicación Gráfica.

PABLO ANDRÉS SÁNCHEZ

Jurado.

ANDRÉS FABIAN ÁGREDO

Jurado.

Santiago de Cali, 22 de Julio de 2015

Dedico este trabajo a mis padres, ya que mi desarrollo profesional y personal fue apoyado y motivado por ellos, a quienes agradezco su firme y permanente interés.

AGRADECIMIENTOS

El desarrollo de este trabajo fue apuntalado y motivado por mis padres Mario Ramírez y Claudia Gómez, a quienes agradezco su firme y permanente interés en mi desarrollo profesional y personal. A Dios y mi familia por motivarme e impulsarme a culminar a cabalidad este proyecto. Agradezco a los docentes que hicieron parte de este proceso, por su valioso tiempo, sugerencias y enseñanzas, y a la Universidad Autónoma de Occidente por formarme como profesional de Diseño de la Comunicación Gráfica.

CONTENIDO

	pág.
RESUMEN	9
INTRODUCCIÓN	10
1. PROBLEMA	12
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1.1 Formulación del problema	12
1.1.1.1 Sistematización del problema	12
2. JUSTIFICACIÓN	14
3. OBJETIVOS	15
3.1 OBJETIVO GENERAL	15
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
4. MARCOS DE REFERENCIA	16
4.1 ANTECEDENTES	16
4.2 MARCO CONTEXTUAL	16
4.3 MARCO TEÓRICO	20
4.4 MARCO CONCEPTUAL	32
5. METODOLOGÍA	36
5.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO	36
5.2 EL MÉTODO	36
5.3 PROCEDIMIENTO	36
5.4 HERRAMIENTAS	37
5.5 POBLACIÓN	37
6. RECURSOS	39

6.1 RECURSOS HUMANOS	39
6.2 RECURSOS FÍSICOS	39
6.3 RECURSOS FINANCIEROS	39
7. ANÁLISIS DE RESULTADOS	40
7.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO	40
7.2 ANÁLISIS CUALITATIVO	40
7.2.1 Análisis cualitativo del cuestionario número 1	40
7.2.2 Análisis cualitativo del cuestionario número 2	42
7.2.3 Análisis cualitativo del cuestionario número 3	43
7.2.4 Observaciones	44
8. CONCLUSIONES	45
9. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	46
10. RECOMENDACIONES	47
BIBLIOGRAFÍA	49
ANEXOS	52

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Preguntas y respuestas de los cuestionarios	52
Anexo B. Cuestionarios contestados	58
Anexo C. Lista de cuadros	74
Anexo D. Cuadros: preguntas de los cuestionarios	77
Anexo E. Cuadros: respuestas de los cuestionarios	80
Anexo F. Cuadros: tablas de frecuencia estadística	84
Anexo G. Figuras	89

RESUMEN

El presente trabajo sobre “Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente, con respecto al tema de marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia”, comprende las partes metodológicas exigidas por ICONTEC y el contenido pertinente para llegar a determinar previa aplicación de un instrumento de medición, el nivel de conocimiento de los aspectos legales y la aplicación de los mismos en el Diseño Gráfico de los empaques de alimentos que realizan los egresados de la UAO del programa de Diseño Gráfico, que componen la muestra.

En cuanto al contenido en cuestión, se consideraron las normas del régimen legal Colombiano existentes, tanto las generadas por convenios internacionales y ratificadas por el congreso de Colombia, como las de iniciativa local sobre las precisiones y detalles que deben tener los empaques y rótulos de los alimentos envasados y empaquetados, para que a partir de esta labor el usuario final o intermedio tenga acceso a un conocimiento veraz, oportuno y verificable, además de completo sobre las características organolépticas de los alimentos e insumos de origen vegetal, animal y sus derivados.

La presente investigación incluye en el marco de los antecedentes, casos en que se incurre en delitos o se hacen merecedoras de sanciones las empresas por la omisión en observar la regulación y ajuste en los diseños de empaques, según las leyes vigentes, las actualizaciones que en dicha materia nos imponen a través de los tratados comerciales, los países firmantes de acuerdos comerciales, que hoy día están en pleno desarrollo.

Adicionalmente se analiza si hay asignaturas relacionadas con el tema directamente que se ofrezcan en la malla curricular del programa académico de Diseño de la Comunicación Gráfica, ya que la población sobre la cual se cuestiona la apropiación y desarrollo de competencias profesionales es precisamente, la capacidad de actuar en el contexto comercial e industrial teniendo en cuenta la legalidad de las libertades que puede tomarse un diseñador gráfico en su oficio diario.

Los resultados obtenidos por la aplicación de la encuesta entre los egresados se presentan en cuadros, tablas, gráficos y a renglón seguido se realiza las conclusiones y análisis que arrojo el ejercicio investigativo y algunas recomendaciones que podrían resultar.

PALABRAS CLAVE: Currículo, marco legal, egresado, diseño gráfico, diseñador gráfico, empaques, método inductivo, características organolépticas, alérgenos, aditivo alimentario, alimento re-empacado, biotecnología moderna, declaración de propiedades, peso escurrido, etiquetado, código de barras, publicidad engañosa, convenios comerciales, competencia.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de grado titulado “Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente, con respecto al tema de marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia”, pretende comprender y analizar la importancia del marco legal en el diseño de empaques y determinar LA COMPETENCIA apropiada por el estudiante durante su carrera, que le permita el adecuado desempeño profesional al aplicarla en su labor profesional.

En el campo del diseño gráfico, específicamente en el contexto en el que se indaga, se desconoce si existe un nivel superficial de información, acerca del marco legal en el diseño de empaques o si por el contrario los conocimientos son suficientes y apropiados, generando así la Competencia de saber hacer en el contexto Socio-Cultural, en sus variables Ética- legal.

En Santiago de Cali, la Universidad Autónoma de Occidente ofrece poco énfasis y orientación sobre las normativas legales que debe cumplir el diseñador gráfico, reflejadas en las asignaturas ofrecidas en la malla curricular que se analiza en este trabajo.

De acuerdo con lo anterior, se busca saber si se han dado las falencias y como las ha subsanado el egresado para poder establecer un puente entre él y el cliente, manteniendo una relación directa y confiable, que priorice la integridad ética, garantizando así una labor con características competitivas.

En consecuencia es pertinente ahondar en el tema, ya que se lograría detectar, orientar, y brindar la información necesaria, para que a partir de allí, se genere una amplia conciencia en la universidad y egresados que se enfrentan a la vida profesional; de este modo el proyecto busca indagar por medio de una encuesta, que contribuya a establecer el nivel de formación-información y práctica del diseño de empaques de alimentos en Colombia respetando los estándares legales nacionales e internacionales en los egresados de la UAO.

El presente Trabajo de Grado, permite establecer una asociación entre la labor del diseñador egresado con el contexto social, legislativo y cultural, asociación que genera la posibilidad de reflexionar sobre los parámetros legales, en los mercados nacionales y de exportación de países industrializados, con alto estándares de calidad de vida y clientes potenciales que desean empaques altamente funcionales, que reflejen la procedencia y contenidos de los

productos empacados; encontrando legislaciones enfrentadas y consumidores que están en constante cambio.

Asimismo, la indagación teórica y las herramientas de investigación formuladas determinan la posibilidad de profundizar en el tema, para finalmente ir más allá y generar un impacto significativo acerca de los criterios de normatividad, que se deben enseñar y tener en cuenta en el diseño de currículos de los cursos del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, siendo este un trabajo de investigación una herramienta de apoyo y consulta.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Conocer el grado de información y apropiación de los parámetros legales en el diseño de los empaques de alimentos en los egresados de la carrera de Diseño Gráfico de la U.A.O. y su aplicación en su actividad profesional.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El tema de marco legal en el diseño de empaques abarca muchas variables en lo referente a las reglas o normativas que se deben seguir; parece ser que entre los egresados de la UAO y en general en la ciudad de Santiago de Cali existen falencias en cuanto al conocimiento y uso de estas reglas o normativas que obligan al diseñador gráfico.

Resulta oportuno realizar esta investigación para evidenciar el nivel de conocimiento de cómo se deben realizar los empaques teniendo en cuenta los respectivos requisitos legales que conforman el desempeño ético en los empaques.

En este diseño confluyen los productores, los comercializadores, los usuarios o consumidores y el diseñador que debe interpretar y plasmar en un diseño multitud de variables de orden sanitario, legal, disposición final del empaque, características organolépticas del producto, historia del producto e investigaciones científicas que soportan las cualidades del alimento.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de apropiación que tienen los egresados de la Universidad Autónoma de Occidente con respecto al marco legal en el diseño de empaques? Se determina si hay adquisición de competencias ético-legales, basadas en el tránsito por la malla curricular de la UAO.

1.1.1.1 Sistematización del problema

- ¿Qué aspectos resultarían oportuno abordar para determinar el nivel conocimiento y apropiación del marco legal en el que se inscribe el oficio del diseñador gráfico de **empaques de alimentos**?
- ¿Cuáles son las diferentes normativas que el diseñador gráfico debe tener en cuenta para diseñar empaques de alimentos con destino al mercado nacional e internacional?

- ¿Cuál es el nivel de información – formación sobre los aspectos legales que existe en el plan de estudios y malla curricular que garantice a los egresados de la UAO el diseño correcto y competitivo de empaques de alimentos?

2. JUSTIFICACIÓN

Cabe resaltar que el diseño gráfico es un aspecto relevante en la comunicación visual que cumple con el objetivo fundamental de estructurar mensajes y solucionar problemas a nivel gráfico visual, con la responsabilidad de abarcar aspectos significativos en diversos contextos que benefician las organizaciones. Como diseñadores hay varias herramientas entre ellas las legales con las que se pueden desenvolver para crear e innovar en el área de empaques y hacer que los diseños sean funcionales a la vez que originales, exclusivos y que también cumplan con la normatividad legal de cada jurisdicción o país.

Resulta oportuno entonces analizar el nivel de apropiación de los egresados con respecto al tema del marco legal en la práctica del diseño de empaques, específicamente en la categoría de alimentos; de esta manera se obtendrá información que evidencie el grado o nivel de conocimiento del mismo.

Puesto que el diseño de empaques se debe ajustar a los parámetros legales, para proteger las ideas, la creatividad y evitar así las situaciones de plagio donde se benefician al usar un diseño realizado por otro, con el fin de ganar dinero y prestigio a costa de alguien que realmente dedicó su tiempo para realizar algo nuevo; es necesario que los diseñadores gráficos estén informados y atentos a la normatividad que protege no solo los derechos de autor sino también los requisitos que se demandan sobre información del producto alimenticio en el marco de la globalización que ocurre hoy día.

El diseñador gráfico debe actuar con compromiso y transparencia en cada una de las acciones que desempeña para tener la posibilidad de generar un bien común, con dignidad, respeto, y solidaridad, para producir una imagen profesional, física y sensorialmente positiva, con respeto a los valores y los servicios que ofrece, generando al cliente una gran satisfacción, orientación y lealtad.

Los diseñadores tienen la obligación de aprender a comportarse, no sólo en el campo laboral, sino también en la política, en este propósito, se busca entonces determinar si el egresado de diseño de la comunicación gráfica conoce la normatividad estipulada para diferenciar los diferentes componentes que se requieren al plantear un diseño de empaques de alimentos para así anticipar al egresado a los compromisos de su actividad profesional, donde encontrará retos a los que deberá dar respuesta.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar cuál es el nivel de apropiación que tienen los egresados de la Universidad Autónoma de Occidente con respecto al marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar si se conocen o no los parámetros legales para el diseño de empaques por parte del egresado en diseño de la comunicación gráfica.
- Analizar los criterios en que se basa el egresado para realizar la estructura del diseño de un empaque de alimentos teniendo en cuenta contexto social, legislativo y cultural y reportar los casos en que esos criterios se constituyan en violatorios de la normatividad vigente.
- Generar un impacto significativo de concientización entre los egresados y la facultad sobre la importancia de profundizar sobre los aspectos legales a considerar en el diseño de empaques a través de este proyecto de investigación que sirva como herramienta de apoyo y consulta en la UAO.

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1 ANTECEDENTES

Revisados los archivos de la universidad U.A.O. no se encontró ningún trabajo de grado relacionado con el tema de la presente investigación; pero la prensa nacional y medios de comunicación como el internet, radio y televisión reportan multas cuantiosas por violación de las leyes y normas al diseño de empaques de alimentos.

4.2 MARCO CONTEXTUAL

Santiago de Cali (Valle) está ubicada al Suroccidente de Colombia, es la tercera ciudad más poblada del país y la segunda más grande después de Bogotá, es una de las más antiguas de América, fundada por Sebastián de Belalcázar en el año 1536. Tiene un gran desarrollo empresarial y económico, facilitado por la infraestructura y su ubicación geográfica cerca del puerto de Buenaventura y en el corredor de vías que unen a sur América con Centroamérica y el Caribe. Cuenta con más de dos millones de habitantes de diferentes culturas y etnias.

En la ciudad de Cali las personas que pretenden crear empresa están conscientes de la importancia de realizar un buen trabajo de diseño al momento de crear su imagen, porque así pueden competir a nivel de las medianas y grandes empresas; este tema es relevante porque los egresados de la UAO pueden prestar un excelente servicio que lleve a que los empleadores prefieran al egresado de nuestra universidad.

El aspecto cultural es relevante, puesto que las normas legales forman parte de él, como normas **éticas** objetivadas a través del derecho positivo que nos permiten comprender en qué contexto se está realizando el servicio de informar a partir del diseño gráfico sobre un producto alimenticio.

Parecería forzado afirmar que la ética está a la base del diseño gráfico en los empaques de alimentos, pero así es. La cultura empresarial y el contexto legal, regulan el comportamiento de productores, vendedores y creativos.

A continuación se ilustra con dos ejemplos de publicidad engañosa en la actividad comercial de reconocidas marcas de venta de alimentos:

8.2.1 Caso Legal por falencias en Rotulación: Pliego de cargos contra Jumbo.

La Superintendencia de Industria y Comercio profirió pliego de cargos contra Cencosud por no rotular en idioma español los alimentos importados.

La Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), formuló pliego de cargos contra Cencosud de Colombia S.A. (Jumbo), por presuntamente importar y comercializar 38 referencias de alimentos cuyo rotulado se encuentra en idioma distinto del castellano (por ejemplo, inglés).

Adicionalmente, en algunos casos, los productos no cuentan con ningún tipo de información sobre su tabla nutricional e instrucciones de uso, consumo o conservación, lo cual viola los artículos 23 y 24 del Estatuto del Consumidor que obliga a los proveedores a suministrar a los consumidores información veraz y suficiente sobre los productos que se ofrecen.

En abril de 2014, la Superindustria realizó una inspección en las instalaciones de Cencosud de Colombia (Jumbo) ubicadas en Bogotá y Pereira, con el fin de verificar el cumplimiento del Estatuto del Consumidor. Se recolectaron muestras de distintos alimentos en varias presentaciones y en el examen realizado a los empaques de distintas referencias de alimentos (galletas, chocolates, dulces, gomas, entre otros), la SIC encontró que treinta y ocho (38) productos incluyen la totalidad de la información sobre sus ingredientes en un idioma diferente del castellano (ejemplo, inglés).

Además, nueve de ellos, no contienen información sobre las instrucciones de uso, consumo y conservación; y 37 no incluyen información sobre sus ingredientes y/o tabla nutricional.

Si se determina que existió violación del Estatuto del Consumidor, la Superintendencia de Industria y Comercio, impondría, por cada infracción, sanciones de hasta \$1.232 millones equivalentes a 2.000 SMLMV, entre otras sanciones.

Contra la resolución por medio de la cual se formuló pliegos de cargos no procede ningún recurso.”¹

¹ Pliego de cargos contra Jumbo rotulación [en línea], Bogotá D.C.: dinero.com 2014 [consultado 18 de Junio de 2014]. Disponible en Internet: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/investigaciones-contracencosud-violar-estatuto-del-consumidor-colombia/197617>

8.2.2 Caso Pliego de Cargos por publicidad engañosa: Contra Mac DONALD'S

La Superintendencia de Industria y Comercio ,formuló Pliego de Cargos contra ARCOS DORADOS COLOMBIA S.A. -MC DONALD'S- por el presunto incumplimiento en el precio de la promoción denominada "PARA SUBIR TU ÁNIMO MCFLURRY BAJÓ SU PRECIO \$4.900 TODOS LOS LUNES, MARTES Y MIÉRCOLES", en la medida en que cobró precios superiores por el helado que supuestamente se anunciaba en oferta.

La cadena de restaurantes de comida rápida MC DONALD'S habría vendido el producto promocionado a un precio de cinco mil novecientos pesos (\$5.900.00), cuando el precio anunciado en la promoción era de cuatro mil novecientos pesos (\$4.900.00).

La investigación que dio lugar a la formulación del Pliego de Cargos se inició por la denuncia de un "consumidor vigilante" o "consumidor veedor" que puso en conocimiento de la Superindustria esa presunta violación a los derechos de los consumidores.

El comunicado de la superintendencia dice así:

Bogotá, D.C., Mayo 14 de 2014. La Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), mediante Resolución No 28.699 de 2014, formuló PLIEGO DE CARGOS contra **ARCOS DORADOS COLOMBIA S.A. -MC DONALD'S-**, por presuntamente ofrecer al público la promoción "**Para Subir Tu Ánimo Mcflurry Bajó Su Precio \$4.900 Todos los Lunes, Martes y Miércoles.** Promoción válida todos los lunes, martes y miércoles, entre el 17 de marzo y el 31 de mayo de 2014. Válido únicamente en centros de postres de todo el país. No acumulable con otras promociones. 500.000 unidades disponibles" y cobrar en realidad un valor de cinco mil novecientos pesos (\$5.900.00) por dicho producto, en presunta violación de los artículos 29, 30 y 33 de la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) que obligan a los anunciantes a suministrar a los consumidores publicidad cuyo mensaje corresponda a la realidad.

La investigación.

En abril de 2014, la Superintendencia de Industria y Comercio, recibió la denuncia de un "consumidor vigilante" o "consumidor veedor" y efectuó una visita administrativa de inspección en las instalaciones de MC DONALD'S ubicadas en el Centro Comercial TITAN PLAZA de Bogotá, con el fin de verificar el cumplimiento del Estatuto del Consumidor en lo referente a los temas de información y publicidad.

En desarrollo de la visita administrativa de inspección se requirió información sobre la promoción vigente: "Para Subir Tu Ánimo Mcflurry Bajó Su Precio \$4.900 Todos los Lunes, Martes y Miércoles. Promoción válida todos los lunes, martes y miércoles, entre el 17 de marzo y el 31 de mayo de 2014. Válido únicamente en centros de postres de todo el país. No acumulable con otras promociones. 500.000 unidades disponibles", solicitando además las facturas emitidas en dicho establecimiento con ocasión de la citada dinámica comercial.

Los resultados del análisis de la oferta "PARA SUBIR TU ÁNIMO MCFLURRY BAJÓ SU PRECIO \$4.900 TODOS LOS LUNES, MARTES Y MIERCOLES".

En el examen realizado a la pieza publicitaria, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor encontró que analizadas las facturas de venta del helado en oferta, los días martes 1 de abril de 2014 y lunes 7 de abril de 2014, (fechas en las cuales estaba vigente la promoción) **MC DONALD'S** vendió el producto promocionado a un precio superior al de la promoción, es decir, en vez de venderlo a cuatro mil novecientos pesos (**\$ 4.900.00**) lo vendió a cinco mil novecientos pesos(**\$5.900.00**)."²

Posibles sanciones

En caso de que el proceso termine declarando que existió violación del Estatuto del Consumidor, la Superintendencia de Industria y Comercio, de conformidad con lo establecido en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, puede imponer sanciones de hasta MIL DOSCIENTOS TREINTA Y DOS MILLONES DE PESOS (\$ 1.232 millones) equivalentes a DOS MIL SALARIOS MÍNIMOS LEGALES MENSUALES (2.000 SMLMV), entre otras sanciones.

Contra la resolución por medio de la cual se formuló PLIEGOS DE CARGOS no procede ningún recurso."³

² Superindustria formula Pliego de Cargos contra MC DONALD'S Por publicidad engañosa en el premio de promoción de un helado, Superindustria formula Pliego de Cargos contra MC DONALD'S. [en línea] Bogotá D.C.: Superintendencia de Industria y Comercio. 2014 [consultado 14 de Enero de 2015]. Disponible en internet: <http://www.sic.gov.co/drupal/sic-formula-pliego-de-cargos-contra-mc-donalds>

³ Pliego de cargos contra Jumbo rotulación. Op. cit., Disponible en Internet: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/investigaciones-contra-cencosud-violar-estatuto-del-consumidor-colombia/197617>

4.3 MARCO TEÓRICO

Cuando se habla de legislación en diseño gráfico, es necesario abordar temas y conceptos respecto a las normas que se aplican en el diseño de empaques de alimentos en Colombia para consumo interno y para la exportación. En la normatividad que obliga a los diseñadores gráficos, productores de alimentos en todas sus categorías, confluyen también los intereses de los compradores, consumidores y de los comerciantes, por lo tanto es de entera incumbencia y pertinencia para el profesional aplicar cada una de las regulaciones con extrema rigurosidad, sin que se afecte de manera importante la creatividad.

Las reglas a aplicar se fundamentan ante todo en la Ética, en lo referente a la veracidad en general de toda la información como peso, procedencia, composición organoléptica y cualquier otra condición del producto sobre el cual se debe alertar al destinatario final o consumidor.

Las disposiciones legales entre los países difieren; algunos son más exigentes que otros por contar con industrias alimenticias más afines culturalmente como es el caso del mundo occidental. Los países alejados culturalmente como los de extremo oriente (China, Japón, India, Irán) con hábitos y recursos alimenticios extraños a nuestra cultura causan mayor aprehensión, vigilancia y rechazo en el consumidor, pues se ignora el verdadero control de calidad de cada país, para salvar esta circunstancia el diseñador gráfico condensando en un diseño de empaque el máximo de información veraz, oportuna y verificable para permitir que consumidores no habituados consuman el producto.

Como vemos en lo local y en lo internacional las obligaciones legales regulan de tal manera que los diseñadores hoy día podrían estar localizados en cualquier país o migrar profesionalmente, pues su función se globalizó a partir de la normatividad.

8.3.1 LA NORMATIVIDAD COLOMBIANA: EL MERCADO INTERNO.

Desde la constitución política ya hay un mandato claro sobre la observancia de los requisitos que debe tener la producción, agrícola, cría de animales, la transformación, presentación y la información que los debe acompañar para beneficio del usuario; al respecto podemos encontrar los siguientes decretos, leyes y pronunciamientos:

CAPITULO 3: DE LOS DERECHOS COLECTIVOS Y DEL AMBIENTE

ARTICULO 78. VIGILANCIA A PRODUCCION, BIENES Y SERVICIOS.

La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.”

De este artículo se desprenden las normas y decretos decreto 2522 de 2.000 de la superintendencia, Decreto 4003 de 2004, 5109 de 2006 y el 333 de 2011.

Ya con anterioridad a la constitución del 91, existían las siguientes regulaciones: Decreto 3466 de 1962, 2269 de 1993, Ley 170 de 1994, resolución 11488 de 1994 sobre alimentación para lactantes, decisión Andina 376 de 1995, decisión 522 de la comunidad andina, decreto 1112 de 1996.

Para no ser excesivamente extensos resaltamos los siguientes:

ARTICULO 78 “Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

“Que de acuerdo con lo señalado en el Decreto 3466 de 1982, los productores de bienes y servicios sujetos al cumplimiento de normas técnicas oficializadas obligatorias o reglamentos técnicos, serán responsables por que las condiciones de calidad e idoneidad de los bienes y servicios que ofrezcan correspondan a las previstas en la norma o reglamento; Que el artículo 7º del Decreto 2269 de 1993 señala entre otros, que los productos o servicios sometidos al cumplimiento de una norma técnica colombiana obligatoria o un reglamento técnico, deben cumplir con estos independientemente que se produzcan en Colombia o se importen; Que en virtud del artículo 565 de la Ley 9ª de 1979, le corresponde al Ministerio de Salud la oficialización de las normas técnicas colombianas para todos los productos de interés sanitario; Que mediante la

Ley 170 de 1994, Colombia aprueba el “Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio”, el cual contiene, entre otros, el “Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio” que reconoce la importancia de que los Países Miembros adopten medidas necesarias para la protección de los intereses esenciales en materia de seguridad de todos los productos, comprendidos los industriales y agropecuarios, dentro de las cuales se encuentran los reglamentos técnicos.

9.3.2 El consumidor vigilante: Promociones y ofertas.

Por otra parte a partir de las ligas de consumidores, se exige aprobar normas para garantizar un ambiente de seguridad en el mercado alimentario, al respecto veremos algunas:

“La Ley 1480 de 2011. Estatuto del Consumidor. ARTÍCULO 29. FUERZA VINCULANTE. Las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad”.

"ARTÍCULO 30. PROHIBICIONES Y RESPONSABILIDAD. Está prohibida la publicidad engañosa.

El anunciante será responsable de los perjuicios que cause la publicidad engañosa. El medio de comunicación será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave. En los casos en que el anunciante no cumpla con las condiciones objetivas anunciadas en la publicidad, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, deberá responder frente al Consumidor por los daños y perjuicios causados”.

"ARTÍCULO 33. PROMOCIONES Y OFERTAS. Los términos de las promociones y ofertas obligan a quien las realice y estarán sujetas a las normas incorporadas en la presente ley.

Las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro requisito para acceder a la promoción y oferta, deberán ser informadas al consumidor en la publicidad.

Sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, de no indicarse la fecha de iniciación de la promoción u oferta, se entenderá que rige a partir del momento en que fue dada a conocer al público. La omisión de la fecha hasta la cual está vigente o de la condición de que es válida hasta agotar inventario determinado, hará que la promoción se entienda válida hasta que se dé a conocer la revocatoria de la misma, por los

mismos medios e intensidad con que se haya dado a conocer originalmente".⁴

9.3.3 Declaración de propiedades nutricionales:

Más recientemente de acuerdo a la Resolución 333 del 2011, artículo 14. Dice sobre el tema de los requisitos: "Todo alimento que sea objeto de declaraciones de propiedades nutricionales debe cumplir con los requisitos exigidos para la declaración de nutrientes del presente reglamento".

El uso de declaraciones de propiedades nutricionales debe cumplir lo siguiente:

14.1 Requisitos Generales:

14.1.1 Las únicas declaraciones de propiedades nutricionales permitidas serán las que se refieran a energía, proteínas, carbohidratos, grasas y los derivados de las mismas, fibra, sodio, vitaminas y minerales, para los cuales se han establecido valores diarios de referencia en el presente reglamento técnico, incluyendo azúcares, grasas transgénicas, ácidos grasos omega-3 y grasas poli insaturadas, mono insaturadas e insaturadas que no tienen valor de referencia.

14.1.2 En el caso de otros nutrientes que no tienen valor diario de referencia, únicamente se podrán utilizar mensajes que directamente especifiquen la cantidad de nutriente por porción declarada en la etiqueta. Por ejemplo: "contiene (la cantidad en la unidad de medida correspondiente) de nutriente X por porción". El tamaño de letra de este tipo de mensajes deberá cumplir con lo establecido en el numeral 14.1.3 del presente artículo.

14.1.3 El tamaño de letra de los términos o descriptores utilizados para las declaraciones de propiedades nutricionales no podrá exceder más de dos veces el tamaño de las letras usadas en el nombre del alimento.

14.1.4 Si el alimento que es objeto de declaraciones de propiedades nutricionales, excede los niveles de nutrientes especificados en los literales a), b), c), del presente numeral, debe incorporar junto a la declaración de

⁴ COLOMBIA. Estatuto del Consumidor. Ley 1480 de 2011. "POR MEDIO DE LA CUAL SE EXPIDE EL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES". [en línea]. Al día empresarios,2011. [Consultado 19 de Enero 2015]. 11 p. Disponible en: http://www.aldiaempresarios.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3111:ley-1480-12-oct-2011-estatuto-del-consumidor-y-se-dictan-otras-disposiciones&catid=284:ano-2011&Itemid=364

propiedad nutricional la siguiente leyenda: “Ver Información Nutricional para (el nutriente excedido) y otros nutrientes”, la cual debe ser fácilmente legible, en tipo de letra negrilla y de tamaño no menor al de las letras de la declaración del contenido neto. Los niveles de nutrientes por cantidad de referencia y por porción declarada en el rótulo o etiqueta son:

a) 13 g de grasa total; 5 g de grasa saturada; 60 mg de colesterol y 480 mg de sodio.

b) Para producto tipo comida: 26 g de grasa total; 8 g de grasa saturada; 120 mg de colesterol y 960 mg de sodio.

c) Para plato principal de una comida: 19,5 g de grasa total; 6 g de grasa saturada; 90 mg de colesterol y 720 mg de sodio.

14.1.5 En alimentos para niños menores de cuatro (4) años se permiten declaraciones de propiedades nutricionales únicamente relacionadas con vitaminas, minerales y proteína.⁵

Por otra parte en el “ Capítulo VII, Especificaciones y Formatos de la **Tabla de Información Nutricional**, artículo 26. Sobre especificaciones cumplirá las condiciones generales y específicas que se establecen a continuación:

26.1 Condiciones generales.

26.1.1. La información nutricional deberá aparecer agrupada, presentada en un recuadro, en un lugar visible de la etiqueta, en caracteres legibles y en color contrastante con el fondo donde esté impresa.

26.1.2 La información nutricional deberá incluir las cifras y las unidades correspondientes a cada nutriente declarado.

26.1.3 La información nutricional debe aparecer en idioma español y adicionalmente podrá figurar en otro idioma. En caso que en la etiqueta original aparezca la información en un idioma diferente al español, se debe utilizar un rotulo o etiqueta complementaria y adherida en lugar visible. Este rotulo complementario se puede utilizar en productos importados con etiqueta original en español que requieran expresar la información nutricional, de acuerdo con los requisitos establecidos en el presente

⁵ COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución número 333 de 2011 [en línea]. Aladi, 2011. [Consultado 20 de Enero de 2015] Disponible en internet: [http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/543bd5fa59bedc3a032579de00526b80/\\$FILE/Resoluci%C3%B3n%20N%C2%B0%200333-2011.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/543bd5fa59bedc3a032579de00526b80/$FILE/Resoluci%C3%B3n%20N%C2%B0%200333-2011.pdf)

reglamento, y su ajuste se podrá realizar antes, durante o después del proceso de nacionalización.

26.1.4 El tipo de letra de la Información Nutricional debe ser Arial o Helvética, de fácil lectura.

26.1.5 La información sobre energía, nutrientes y tamaño de las porciones puede declararse utilizando las abreviaturas permitidas de conformidad con lo establecido en el Capítulo III del presente reglamento.

26.2 Condiciones específicas:

26.2.1 El título de la Tabla de Información Nutricional debe declararse como "Información Nutricional" o "Datos de Nutrición" o Información Nutrimental utilizando el tipo letra Arial ó Helvética, en un tamaño mínimo de 8 puntos.

26.2.2 El tamaño de la porción debe declararse como: "Tamaño de la porción" o "porción" y aparecer debajo o inmediatamente después del título "Información Nutricional" o "Datos de Nutrición" según el formato utilizado, usando el tipo de letra Arial o Helvética, con un tamaño mínimo de 5 puntos e incluir los siguientes elementos, de conformidad con lo especificado en el Capítulo III del presente reglamento:

a) El tamaño de la porción debe ir en medidas caseras seguido de la cantidad en unidades del sistema internacional entre paréntesis.

b) El número de porciones por envase, que deberá declararse debajo o enseguida del título "Tamaño de la Porción" o "Porción". Esta declaración no se requiere para envases que contienen una sola porción.

26.2.3 El título "Cantidad por Porción" debe declararse como: "cantidad por porción" o "cantidad por ración", debajo o seguido de "porciones por envase", utilizando el tipo de letra legible, en un tamaño mínimo de 5 puntos.

26.2.4 La información sobre energía, valor energético o calorías debe declararse conforme se establece en el artículo 9° del presente reglamento, debajo o seguido del título "cantidad por porción" o "cantidad por ración" utilizando Arial o Helvética, en un tamaño mínimo de 5 puntos. Esta información debe declararse en una misma línea con suficiente espacio para distinguir fácilmente entre calorías y calorías de grasa cuando corresponda. Sin embargo, si se declaran las calorías de grasas saturadas, la declaración de calorías puede aparecer en columna, bajo el título calorías, seguida por calorías de grasa y calorías de grasa saturada en forma de sangría.

26.2.5 La declaración del porcentaje de valor diario indica el aporte que un determinado nutriente presente en el alimento, hace a dicho valor diario, expresado en porcentaje. El título % de Valor Diario debe declararse como: “Valor Diario”, “% del Valor Diario”, “Porcentaje del Valor Diario” o “% VD”, seguida por un asterisco, usando el tipo de letra Arial o Helvética, en un tamaño mínimo de 5 puntos y estar ubicado de manera tal que la lista de los nombres y las cantidades de los nutrientes aparezcan a la izquierda y debajo del título.

26.2.6 El nombre de cada nutriente, excepto para vitaminas y minerales, debe aparecer en una columna seguido inmediatamente por la cantidad en peso del nutriente, usando “g” para gramos o “mg” para miligramos. El porcentaje de valor diario correspondiente debe aparecer a la derecha del nutriente respecto del cual se declara, en una columna alineada bajo el título indicado en el numeral 26.2.5 utilizando el tipo de letra Arial o Helvética, en un tamaño mínimo de 5 puntos.

La declaración de grasa saturada, poli insaturada, y en sangría cuando corresponda, de ácidos omega-3, grasa mono saturada y grasas trans debe aparecer en este orden en forma de sangría inmediatamente debajo de la declaración de grasa total. La declaración de fibra dietaria y azúcares debe aparecer en forma de sangría inmediatamente debajo de la declaración de carbohidratos totales y, cuando corresponda, la declaración de fibra soluble e insoluble debe aparecer en este orden en forma de sangría inmediatamente debajo de la declaración de fibra dietaria. Si se declara potasio, su información debe aparecer inmediatamente debajo de la de sodio, con el porcentaje de valor diario alineado en la columna.

26.2.7 La información sobre vitaminas y minerales, excepto sodio y potasio, debe separarse de la información de los demás nutrientes con una línea y presentarse horizontalmente en una o dos líneas, utilizando el tipo de letra Arial o Helvética, en un tamaño mínimo de 5 puntos. Si se declaran más de cuatro vitaminas o minerales, la información debe aparecer verticalmente indicando los porcentajes bajo la columna titulada “% Valor Diario”.

26.2.8 Debajo de la declaración de vitaminas y minerales debe aparecer una declaración precedida por un asterisco, que indique que los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta diaria de 2.000 calorías, utilizando el tipo de letra Arial o Helvética, en un tamaño mínimo de 4 puntos.”

De acuerdo al Capítulo VII especificaciones y formatos de la tabla de información nutricional:

“ARTÍCULO 28. Formatos de Tabla de Información Nutricional. La tabla de Información Nutricional debe presentarse en uno de los siguientes tipos de formato, dependiendo del área de impresión disponible en la etiqueta, nutrientes declarados, formas y otras consideraciones del alimento:

- a) Vertical estándar.
- b) Con declaración lateral.
- c) Con declaración dual.
- d) Simplificado.
- e) Tabular y lineal.”⁶

Teniendo en cuenta la Globalización de la Economía, el desarrollo de la normatividad nacional ha sido jalonado desde la función exportación, como cumplimiento de requisitos exigidos y exigibles a los exportadores nacionales, en esa dinámica desarrollada desde afuera podemos distinguir los siguientes grandes temas que fueron apropiados por los productores nacionales con miras a la aceptación de los productos colombianos.

Muchos de los países latinoamericanos y europeos se rigen por criterios de normatividad diferentes y es pertinente ahondar como está establecida la legislación del diseño de empaques en la categoría de alimentos en algunos de los países, pues es una fuente de información que complementa esta investigación, ya que permite construir un sustento de mayor valor al contenido del trabajo.

Según la Cartilla de empaques y embalajes, Proexport Colombia, La legislación relativa a empaques y embalajes se puede clasificar de la siguiente manera:

- Legislación relacionada con la protección del consumidor
 - Legislación sobre materiales en contacto con alimentos para prevenir migraciones del material al producto.
 - Legislación sobre prácticas higiénicas durante los procesos de fabricación de alimentos.
 - Legislación sobre manejo y transporte de mercancías peligrosas.
 - Legislación sobre especificaciones técnicas en los diseños de empaques para proteger al consumidor.

- Legislación relacionada con la protección del medio ambiente.
- Legislación relacionada con las prácticas comerciales.
- Legislación relacionada con aspectos fitosanitarios.

⁶ COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución número 333 de 2011 Op. cit., Disponible en internet: [http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/543bd5fa59bedc3a032579de00526b80/\\$FILE/Resoluci%C3%B3n%20N%C2%B0%200333-2011.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/543bd5fa59bedc3a032579de00526b80/$FILE/Resoluci%C3%B3n%20N%C2%B0%200333-2011.pdf)

De acuerdo con lo anterior es importante abarcar los aspectos que debe considerar el exportador al momento de seleccionar un sistema de empaque, porque se debe conocer la legislación y normativa en los países a donde se planea llegar, ya que el objetivo es proteger la salud y la seguridad de los consumidores y aun así también la actividad económica del país.

Un referente significativo es la legislación que tiene la Unión Europea relativa a empaques y embalajes, ya que según la cartilla de empaques y embalajes Pro-export, se tienen en cuenta los materiales de empaque en contacto con alimentos, lo cual hace relación a una serie de regulaciones que están relacionadas en cuanto al material del empaque y el alimento o contenido; El etiquetado de productos, los cuales deben contener obligatoriamente información que son el nombre bajo el que se vende el producto o denominación de venta, la lista de ingredientes, la cantidad porcentual o categoría de ingredientes, la cantidad neta para productos pre-empacados, la fecha de duración mínima o fecha de caducidad para productos perecederos, nombre o razón social y dirección del fabricante o empacador, modo de empleo en caso de que, de no haberlo, no se pueda hacer uso adecuado del producto, lugar de origen, grado alcohólico volumétrico adquirido para las bebidas que tengan un grado alcohólico en volumen superior a un límite preestablecido y los requisitos medioambientales.⁷

Es pertinente abordar el tema del marco legal en el diseño de empaques en la categoría de alimentos, en otros países, como México ya que se establecen otras normas como la Ley Federal del Derecho de Autor y la Ley de la Propiedad Industrial.

Haciendo referencia a “La importancia de conocer las Leyes que protegen al Diseñador Gráfico y a sus proyectos” de la autora Carmen Sofía López, donde refiere el fracaso de una diseñadora en un proyecto por no tomar las precauciones necesarias para registrar un diseño en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.⁸

Por otra parte Jorge Frascara cita a Karel van der Waarde y Spinillo quienes se refieren a las dificultades, cuando se trata de la defensa de los derechos del público y cómo el diseño gráfico aporta información. En relación con este tema, Joan Costa define que: “Es el lenguaje básico de la imagen y el texto, o lo

⁷ CARTILLA DE EMPAQUE Y EMBALAJE PARA LA EXPORTACIÓN. [en línea] Bogotá D.C.: Proexport, 2003 [consultado 18 de Mayo de 2015]. Disponible en internet: <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo2930DocumentNo8292.PDF>

⁸ López, Carmen. LA IMPORTANCIA DE CONOCER LAS LEYES QUE PROTEGEN AL DISEÑADOR GRÁFICO Y A SUS PROYECTOS [en línea]. Catarina. Udlap, 2015[consultado 25 de Mayo de 2015] Disponible en Internet: <http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/lopez_a_cs/capitulo2.pdf>

que hemos llamado lenguaje bimedia (icónico y tipográfico), que organiza la colaboración expresiva de imágenes y textos.”⁹ Dando lugar al desarrollo técnico y elementos visuales conceptuales, que constituyen el lenguaje de los esquemas, que complementan y amplían los recursos comunicacionales del diseñador gráfico contemporáneo.

Carmen López se refiere a “La importancia de conocer las leyes que protegen al diseñador gráfico y a sus proyectos” donde articula y complementa respecto a los envases de los alimentos: “Los envases o etiquetas forman parte también de nuestra responsabilidad como diseñadores, aparte de que podemos aplicar nuevas formas, colores y tamaños. Tenemos que tener mucho cuidado en el uso de materiales y el diseño para protección del objeto que llevará envase. Se deben tomar en cuenta también las normas oficiales mexicanas establecidas por la Secretaria de Economía, a través de la Dirección General de Normas, que hace referencia también a la Ley Federal sobre Metrología y Normalización. Estas normas se han establecido para regular las medidas, materiales e información obligatoria que un envase debe llevar.”¹⁰

De conformidad con lo establecido en el artículo 26 de la Decisión Andina 376 de 1995 y el numeral 2.2 del artículo 2º del Acuerdo Sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, los reglamentos técnicos se establecen para garantizar, entre otros, los siguientes objetivos legítimos: Los imperativos de la seguridad nacional; la protección de la salud o seguridad humana, de la vida o la salud animal o vegetal, o del medio ambiente y la prevención de prácticas que puedan inducir a error a los consumidores.

Las directrices para la elaboración, adopción y aplicación de reglamentos técnicos en los Países **Miembros de la Comunidad Andina** y a nivel comunitario se encuentran contenidas en la Decisión 562 de la Comunidad Andina, la cual establece en el artículo 9º numeral 3 literal d), que los reglamentos técnicos que se elaboren, adopten y apliquen deberán establecer en relación con los requisitos de envase, empaque y rotulado o etiquetado, las especificaciones técnicas necesarias de los envases o empaques adecuados al producto para su uso y empleo, así como la información que debe contener del producto, incluyendo su contenido o medida;”.¹¹

⁹ Costa, J. DISEÑAR PARA LOS OJOS [en línea] slideshare ,2011[consultado] Disponible en internet: <http://www.slideshare.net/jrosario1/diseñar-para-los-ojos-joan-costa>. p.12

¹⁰ López, Op. cit. Disponible en Internet: <http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/lopez_a_cs/capitulo2.pdf>

¹¹ COLOMBIA, MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 5109 de 2005 [en línea]. Invima, 2005. [consultado el 20 de Mayo de 2015]. Disponible en internet: https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2005/resolucion_005109_2005.pdf

Es preciso abordar el compromiso que tiene el diseñador gráfico al momento de trabajar para mejorar nuestro entorno visual, mejorando la calidad de vida aportando a los intereses colectivos que tengan un alto significado cultural. La finalidad de esta disciplina es transmitir sensaciones, emociones, informaciones y conocimiento.

- **Contenido curricular del programa de diseño gráfico de la UAO.**

Dado el título de la presente investigación donde se busca conocer y analizar el nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAO con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia, es necesario incluir el plan de estudios donde podemos analizar que efectivamente como título de curso no existe el tema legal en la malla curricular.

En los cursos electivos tampoco se considera el tema legal, ya que es un tema de fundamentación no de complementación que es la característica de los cursos electivos.

La ley 115 de 1994 en su Artículo 13 plantea: Objetivos comunes de todos los niveles.

“Es objetivo primordial de todos y cada uno de los niveles educativos el desarrollo integral de los educandos mediante acciones estructuradas encaminadas a: a) Formar la personalidad y la capacidad de asumir con responsabilidad y autonomía sus derechos y deberes; b) Proporcionar una sólida formación ética y moral, y fomentar la práctica del respeto a los derechos humanos; c) Fomentar en la institución educativa, prácticas democráticas para el aprendizaje de los principios y valores de la participación y organización ciudadana y estimular la autonomía y la responsabilidad”.¹²

En la malla curricular está incluida la asignatura de Ética, correspondiente al literal b) del artículo (ver Anexo C. Cuadro 3); pero según lo observado en la malla curricular publicada en la página web de la UAO, los temas sobre asumir responsabilidades y ser consciente de sus deberes no aparece explícito, de manera que de ser cierta esa falencia se está colocando en riesgo el ejercicio profesional y la misma libertad del diseñador quien no conoce los límites de sus acciones y creatividad en el diseño de toda clase de mensajes,

¹² COLOMBIA, CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 115 de 1994 [en línea]. OEI.es, 1994. [consultado el 15 de Mayo de 2015]. Disponible en internet: http://www.oei.es/quipu/colombia/Ley_115_1994.pdf

especialmente en el de alimentos, por lo cual se haría responsable de las falencias en el diseño de etiquetas, rótulos y empaques de alimentos, con posibles consecuencias legales.

El conocimiento de las implicaciones legales del quehacer profesional se denomina COMPETENCIA ÉTICA de la profesión, que no debe circunscribirse a lo relacionado con derechos de autor, debe basarse de manera muy notoria en lo que concierne al respeto de parámetros que vienen de otras ciencias y que son resultado de investigaciones y controles gubernamentales en los diferentes países por donde transitan los productos.

Los alimentos son quizá los productos agroindustriales y biotecnológicos que mayor sensibilidad causan al conglomerado social, pues de ellos se deriva la protección de la salud de los consumidores, muchos de ellos niños, constituyéndose en un tema de salud pública y hoy día con la apertura económica en un tema de salubridad global.

El tema de las COMPETENCIAS profesionales o nivel de apropiación de conocimientos susceptibles de aplicarse y extrapolarse en los contextos normales de la industria y comercio, es de vital importancia pues en ellos confluyen como se observa en el cuadro 2. (Ver Anexo C. Pág. 75), todos los operadores y productores en la cadena de generación, transformación, producción y comercialización de los productos alimenticios, sobre los cuales hay una muy estricta observancia a nivel mundial.

4.4 MARCO CONCEPTUAL

ADITIVO ALIMENTARIO: “cualquier sustancia que no se consume normalmente como alimento por sí mismo, ni se usa como ingrediente básico del alimento, tenga o no valor nutritivo, cuya adición intencional al alimento en la fabricación, elaboración, tratamiento, envasado o empaquetado, transporte o almacenamiento provoque, o pueda esperarse que provoque directa o indirectamente, el que ella misma o sus subproductos lleguen a ser un complemento del alimento o afecten sus características. Esta definición no incluye los “contaminantes” ni las sustancias añadidas al alimento para mantener o mejorar las cualidades nutricionales.”¹³

ALÉRGENOS: “un alérgeno es una sustancia que puede provocar una reacción alérgica. En algunas personas, el sistema inmunitario considera a los alérgenos “extraños” o “peligrosos”. Esto es lo que lleva a que se presenten síntomas de alergias.”¹⁴

ALIMENTO REEMPACADO O REENVASADO: “es todo alimento que en lugares diferentes al sitio de fabricación, es retirado de su empaque o envase original para ser reempacado o reenvasado en presentaciones diferentes, cuyos parámetros microbiológicos, fisicoquímicos, organolépticos y en general, de composición son idénticos a los del alimento del cual proceden.”¹⁵

APROPIACIÓN: “es la acción y resultado de tomar para sí alguna cosa haciéndose dueño de ella.”¹⁶

BIOTECNOLOGÍA: “se define como: a) Técnicas in vitro de ácido nucleico, incluidos el ácido desoxirribonucleico (ADN) recombinante y la inyección directa del ácido nucleico en las células u organismos, o b) La fusión de células más allá de la familia taxonómica, que superan las barreras fisiológicas naturales de la reproducción o de la recombinación y que no son técnicas utilizadas en la reproducción y selección natural.”¹⁷

¹³ COLOMBIA, MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 5109 Op. cit., Disponible en internet: https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2005/resolucion_005109_2005.pdf

¹⁴ MedlinePlus información de salud para usted. Definición de Alergénos [en línea]. nlm.nih.gov, 2013. [consultado 20 de Mayo de 2015]. Disponible en internet: <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/002229.htm>

¹⁵ COLOMBIA, MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 5109 de. Op. cit., Disponible en internet: https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2005/resolucion_005109_2005.pdf

¹⁶ Definición de Apropiación. [en línea]. Wikipedia: La enciclopedia en línea. Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Apropiaci%C3%B3n>

¹⁷ COLOMBIA, MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 5109 de 2005, Op cit. Disponible en internet: https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2005/resolucion_005109_2005.pdf

DECLARACIÓN DE PROPIEDADES: “cualquier representación que afirme, sugiera o implique que un alimento tiene cualidades especiales por su origen, propiedades nutritivas, naturaleza, elaboración, composición u otra cualidad cualquiera.”¹⁸

DISEÑO GRÁFICO: “el diseño como entidad, en estado puro, no existe. De hecho, es una actividad casi exclusivamente humana y al igual que la técnica no se conoce en el resto de las manifestaciones de la naturaleza, con la excepción de algunas especies de primates avanzados. Por lo tanto, y desde el principio de los tiempos del hombre, el diseño no nace sino que se hace. Toda acción de diseñar ha sido y es premeditada, provocada, comprada o pedida por alguien, en ocasiones por el propio diseñador”.¹⁹

Y es precisamente, que por ser una acción hecha por el hombre que se construye consciente y premeditadamente, debe hacerse con total profesionalismo.

“El diseño gráfico, aunque no es categóricamente idéntico al arte, es todavía arte en algún nivel (una forma de arte aplicado a la información) y aunque muchas veces el diseño responde a los deseos caprichosos del cliente, este es finalmente una búsqueda de expresión gráfica sobre una necesidad específica.”²⁰

Y allí es donde yace la raíz del problema, ya que como tal la efectividad de un diseño como forma de expresión no puede medirse. Aun cuando la certificación aumenta las normas profesionales respecto al diseño como negocio, no significa necesariamente que aumentará los estándares profesionales con respecto al diseño en su totalidad, incluso en los aspectos relacionados con la comunicación dentro del mismo.”²¹

DISEÑADOR GRÁFICO: “es la persona encargada de transmitir, planear, comunicar y efectuar determinados mensajes o ideas para plasmarlos gráficamente, con el propósito de darle solución a las falencias que se encuentren a nivel gráfico-visual.”²²

¹⁸COLOMBIA, MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 5109 de 2005, Op cit. Disponible en internet: https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2005/resolucion_005109_2005.pdf

¹⁹ FUENTES, Rodolfo. La práctica del diseño gráfico. Barcelona: Editorial Páidos Ibérica, S.A., 2005. p. 27.

²⁰ Ibid., p.27.

²¹ ASOCIACIÓN DE DISEÑADORES GRÁFICOS DE COLOMBIA. La NO certificación en diseño (...o la TARJETA PROFESIONAL). [en línea]. Adgcolombia,2009 [citado en 16 de junio del 2009] Disponible en Internet: <<http://www.adgcolombia.org/tag/legal>>

²² FUENTE. Op. cit., p. 14.

EMPAQUES: “se entiende por empaque todo producto fabricado con materiales de cualquier naturaleza y que se utilice para contener, proteger, manipular, distribuir, y presentar mercancías, desde materias primas hasta artículos acabados, en cualquier fase de la cadena de fabricación, distribución, y consumo.”²³

ÉTICA: “la ética es la rama de la filosofía que estudia los comportamientos en cuanto pueden ser considerados como buenos o malos. Tiene como centro de atención las acciones humanas y aquellos aspectos de las mismas que se relacionan con el bien, la virtud, el deber, la felicidad y la vida realizada. El estudio de la ética se remonta a los orígenes mismos de la filosofía en la Antigua Grecia, y su desarrollo histórico ha sido amplio y variado.

La ética estudia qué es lo moral, cómo se justifica racionalmente un sistema moral, y cómo se ha de aplicar posteriormente a nivel individual y a nivel social. En la vida cotidiana constituye una reflexión sobre el hecho moral, busca las razones que justifican la adopción de un sistema moral u otro.”²⁴

INDUCTIVO: “el método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.”²⁵

Para ello entonces se habla de los mensajes gráficos como ideas planteadas o propuestas de diseño desarrolladas y lanzadas a un público, el cual se puede diferenciar por el contexto donde se transmite una información o necesidades, deseos y gustos de las personas.

LEGISLACIÓN: “en la normativa técnica aplicable a los empaques para exportación, “Dicha legislación expone los requerimientos y restricciones de tipo obligatorio para comercializar en cada país. A diferencia de la legislación, la normatividad es de aplicación voluntaria; sin embargo, debe respetarse como

²³ CARTILLA DE EMPAQUE Y EMBALAJE PARA LA EXPORTACIÓN. Op. cit., Disponible en internet:
<http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo2930DocumentNo8292.PDF>

²⁴ Definición de Ética [en línea]. México: academica.mx, 2015. [consultado 18 de Mayo de 2015]. Disponible en Internet:
www.academica.mx/sites/default/.../TRABAJO_ETICA.1434077466.doc

²⁵ Definición de método inductivo - Qué es, Significado y Concepto [en línea]. Definición, 2015 [consultado 18 de Mayo de 2015]. Disponible en internet: <http://definicion.de/metodo-inductivo/#ixzz3YoeRFFzn>

si tuviera carácter obligatorio, ya que su observancia aumenta la aceptabilidad del producto en el mercado objetivo, y con ello las posibilidades de venta”.²⁶

MARCO LEGAL: “el marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí.”²⁷

NORMAS INTERNACIONALES: “las normas internacionales son dictaminadas por entidades que aglutinan los organismos de normalización de diferentes países. Estas normas son de ámbito mundial. Los dos mayores organismos internacionales de normalización son el International Organization for Standardization, ISO, y la International Electrotechnical Commission, IEC/CEI.”²⁸

ORGANOLÉPTICAS: “las propiedades organolépticas son todas aquellas descripciones de las características físicas que tiene la materia en general, según las pueden percibir los sentidos, por ejemplo: su sabor, textura, olor, color. Su estudio es importante en las ramas de la ciencia en que es habitual evaluar inicialmente las características de la materia sin la ayuda de instrumentos científicos.”²⁹

PESO ESCURRIDO: “cantidad de producto sólido una vez se ha retirado el líquido de cobertura.”³⁰

RÓTULO O ETIQUETADO: “marbete, marca, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o en huecograbado o adherido al envase de un alimento.”³¹

²⁶ CARTILLA DE EMPAQUE Y EMBALAJE PARA LA EXPORTACIÓN. Op. cit., Disponible en internet:

<<http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo2930DocumentNo8292.2005>.

²⁷ Concepto de Marco Legal [en línea]. es.scribd.com, 2011. [consultado 18 de Mayo de 2015] Disponible en internet: <https://es.scribd.com/doc/75951216/Concepto-de-Marco-Legal>

²⁸ CARTILLA DE EMPAQUE Y EMBALAJE PARA LA EXPORTACIÓN. Legislación y normativa técnica aplicable a los empaques y embalajes de para exportación. Op. cit.,. Disponible en internet:

<<http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo2930DocumentNo8292.2005>.

²⁹ Definición de propiedades organolépticas. Op. cit. Disponible en internet: https://es.wikipedia.org/wiki/Propiedad_organol%C3%A9ptica

³⁰ COLOMBIA, MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 5109 de 2005. Op cit.,. Disponible en internet: https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2005/resolucion_005109_2005.pdf

³¹ Ibíd., Disponible en internet: https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2005/resolucion_005109_2005.pdf

5. METODOLOGÍA

5.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO

Este proyecto tiene un enfoque cuantitativo ya que a partir de la técnica de recolección utilizada suministra información susceptible de ser cuantificada lo que nos dará respuesta al problema formulado sobre el porcentaje de la muestra de egresados que conocen o no la legislación sobre su oficio.

El enfoque también es de tipo cualitativo, ya que permitirá determinar la falta de formación en su nivel de profundidad y/o si corresponde a algunas áreas específicas.

5.2 EL MÉTODO

El método de investigación usado es de tipo Inductivo, puesto que la recolección de información sobre el conocimiento y uso de la normatividad legal en el diseño de empaques se inicia en la aplicación de instrumentos de recolección individual que llevará a concluir cual es el grado de apropiación que tienen, al egresar del programa académico en la Universidad Autónoma de Occidente.

Se formulan preguntas que indagan sobre el conocimiento puntual de toda la gama de los más importantes aspectos legales a tener en cuenta.

El tiempo que se realiza y se delimita la investigación; se lleva a cabo en el periodo lectivo desde el 2014 hasta el 2015.

5.3 PROCEDIMIENTO

El procedimiento que se llevará a cabo para la recolección de información es la del FOCUS GROUP, de forma escrita donde se entregará a cada participante un listado de preguntas con opciones de respuesta “SI”, “NO” Y “ NO SE.”.

Igualmente una segunda parte del cuestionario tiene preguntas abiertas y preguntas sobre imágenes que se presentan, donde el participante deberá encontrar las falencias en el diseño del producto presentado. Al final del ejercicio de indagación se realizará un conversatorio sobre la impresión que causó en los participantes y con ello se complementará las respuestas emitidas por escrito.

5.4 HERRAMIENTAS

Entre las herramientas o instrumentos tenemos: El cuestionario, el registro visual o grabación, el Focus Group, las estadísticas de análisis del promedio y porcentajes y los gráficos tipo barras o torta.

Para esta investigación se establece como instrumento que permite recoger información el FOCUS GROUP, el cual se aplicara en este caso a través de matrices que identifican las respuestas a cerca del conocimiento que el egresado tiene sobre los requisitos legales en el diseño de empaques de alimentos.

La técnica del FOCUS GROUP es una forma participativa que involucra de manera dinámica y entretenida, permitiendo, un análisis detallado, que finalmente arroja resultados para responder al problema formulado.

Inicialmente se entregara de manera individual un cuestionario que una vez contestado será discutido en el FOCUS GROUP, el cual será registrado de manera Audiovisual, para ser retomadas las discusiones en el análisis posterior y así llegar a las conclusiones a las que se pretende llegar, como son determinar un indicador del nivel de competencias o apropiación del estudiante de último año y egresado del programa. (Ver Anexo C. Cuadro 1. Página 74)

Parámetros de calificación en rangos de:

1 – 3 – 3,3 = Insuficiente.

4 – 7 – 6,6 = Suficiente.

8 – 10 – 9,9 = Excelente.

A partir de 4 respuestas + 7 adecuadas se puntúa como suficiente – excelente.

5.5 LA POBLACIÓN

La población o universo objeto de la investigación está conformada por los estudiantes de último grado y egresados de la Universidad Autónoma con el título profesional de diseñador gráfico, que desempeñen una labor en empresas de alimentos o que hayan cursado más del 90 % de las asignaturas de la carrera.

Selección de la muestra: Como fuente primaria se han seleccionado los participantes que serán elegidos por la disponibilidad de tiempo de los egresados remitidos por la docente y los conocidos de la autora.

6. RECURSOS

6.1 RECURSOS HUMANOS

El proyecto tendrá el acompañamiento y seguimiento de un director de trabajo de grado de la facultad de comunicación social, Programa de Diseño gráfico quien brindará información sobre los egresados que puedan participar en la investigación.

6.2 RECURSOS FÍSICOS

Para el desarrollo de la investigación se cuenta con: biblioteca, instalaciones de la universidad, laboratorios digitales con plataforma Mac, software especializado e internet.

6.3 RECURSOS FINANCIEROS

Se establece un presupuesto para invertir en las diversas actividades propias de la investigación, como la movilidad, refrigerio u obsequio a los participantes. Todos estos costos corren por cuenta de la estudiante.

Al final del Focus Group se ofrecerá a los participantes un refrigerio y se agradecerá su participación.

7. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de resultados se realizará según las normas estadísticas de donde se obtendrán los siguientes datos:

Porcentaje de egresados que conozcan las normas legales, % de egresados que ignoran las normas legales, % de egresados que obtuvieron la información legal durante sus estudios en la universidad Autónoma de Occidente y porcentaje de egresados que se informaron extramuralmente.

Con los resultados obtenidos se construirá una gráfica donde se observen los grupos en columnas o diagrama de barras. (Ver Anexo G. Figuras)

7.1 ANÁLISIS CUÁNTITATIVO

Parámetros de calificación.

Para calificar las respuestas se tomó como referencia, las respuestas correctas basadas en la bibliografía revisada y citada.

Igualmente se adjunta el listado de respuestas, los cuadros de frecuencia estadística y los porcentajes representados en el diagrama de barras en: (Ver Anexos A-G)

Se usó la fórmula de regla de tres para obtener los % así:

$$\frac{12}{b} = \frac{100}{x}$$

$$x = \frac{b \times 100}{12}$$

Sigma € de incorrectas + “no se” = % de respuestas negativas.

7.2 ANÁLISIS CUALITATIVO

7.2.1 Análisis Cualitativo del cuestionario número 1

Respuestas suficientes

Con base en los resultados obtenidos según la tabla de porcentajes del cuestionario número 1 (Ver anexo F. Pág. 89), las respuestas que obtuvieron

porcentajes por encima del 70%, que implican un conocimiento suficiente sobre los temas preguntados y son los siguientes: la pregunta número 1 obtuvo un 83,3%, la pregunta número 2 obtuvo un 100%, la pregunta número 3 obtuvo un 75%, la pregunta número 4 obtuvo un 75%, y la pregunta número 9 obtuvo un 75%.

Por el contrario las respuestas insuficientes o por debajo del 70% son: la pregunta número 5 obtuvo un 16,6 %, la pregunta número 6 obtuvo un 16,6%, la pregunta número 7 obtuvo un 66,6%, la pregunta número 8 obtuvo un 33,3 %, la pregunta 10 obtuvo un 25%, y pregunta número 11 obtuvo un 66,6 %.

Si se toman los puntajes suficientes (54,54%), se confirma que efectivamente los estudiantes tienen muy claro la responsabilidad legal que tendrían debido a las falencias en los diseños, pues podemos agrupar las respuestas 1, 2, 3, 4, 7 y 9 en esta categoría.

De igual manera comprenden los retos que el comercio internacional le plantea al profesional de diseño de la comunicación gráfica, lo cual se evidencia en las respuestas 3 y 9.

Respuestas Insuficientes

No obstante tener claro las exigencias legales hay un gran desconocimiento de la resolución 5109 del 2011 a que se refiere la pregunta número 6, que obtuvo el puntaje de 16,6%, y la respuesta a la pregunta número 5, sobre las propiedades organolépticas de los llamados productos “naturales”.

En la respuesta a la pregunta número 10, y la respuesta a la pregunta número 8, se nota un desconocimiento específico de la labor del diseñador gráfico.

El conocimiento promedio sobre el que se refiere la pregunta número 7 y la pregunta número 11, no se refiere ya a lo legal si no a circunstancias muy detalladas y específicas sobre el diseño gráfico de rótulos y empaques de alimentos.

Por lo anterior se puede afirmar que hay un desconocimiento promedio (45%) de la información que permita cumplir a cabalidad con los requisitos que el diseñador de la comunicación gráfica debe tener al momento de asesorar a un empresario de alimentos en el diseño de los empaques ya sea para consumo nacional o exportación, confirmándose la hipótesis del presente estudio.

7.2.2 Análisis Cualitativo del cuestionario número 2

Respuestas suficientes

Tomando las respuestas obtenidas en las 16 preguntas formuladas en el cuestionario número 2, se agrupo en dos grandes categorías siendo respuestas “correctas” unas de ellas, e “incorrectas” las respuestas contestadas negativamente o con comentarios insatisfactorios.

En la categoría correctas tenemos los siguientes puntajes: 83,3% en la pregunta número 1, 100% en la pregunta número 7, basándose ambas en los temas de protección del medio ambiente y fechas de producción y expiración de productos alimenticios.

Se obtiene un 12,5% de la sumatoria del número de respuestas correctas a la pregunta número 1 y a la pregunta número 7, teniendo en cuenta que son 16 preguntas y solo estas dos están por encima del nivel satisfactorio o suficiente de 70%.

Respuestas Insuficientes

En la pregunta número 2 sobre el registro sanitario se obtuvo un puntaje de 66,6% calificando en la categoría de insuficiente, igualmente en las preguntas referidas a peso, ingredientes, y la disposición final de los envases, preguntas en las que se obtuvo puntajes de 33,3%.

En las respuestas número 3, número 6 y número 15, sobre el ente que rige la regulación en la presentación y empaque de los alimentos y sobre embalajes y empaques se observa un puntaje de solo 25%.

En las respuestas a la pregunta número 9, y número 13, sobre las características organolépticas que cualifican un producto como alimento se obtiene un puntaje de 16,6% mostrando claramente una falencia informativa sobre los productos específicamente para el consumo humano.

En la pregunta número 14 se observa que lo relacionado con alimentos que tienen reemplazos y aditivos del azúcar hay muy poca información, pues obtuvo un puntaje de 8,3%.

En las restantes respuestas como son la número 5, número 10, número 11, y la número 12 se obtuvo un puntaje de 0% lo cual denota la falta de conocimiento de la regulación legal sobre la materia.

Por lo anterior se puede afirmar que hay un desconocimiento porcentualmente alto (del 87,5%) de la información que permita cumplir a cabalidad con los requisitos que el diseñador de la comunicación gráfica debe tener al momento de asesorar a un empresario de alimentos en el diseño de los empaques, ya sea para consumo nacional o exportación, confirmándose la hipótesis del presente estudio.

7.2.3 Análisis Cualitativo del cuestionario número 3

Respuestas suficientes

Como se puede apreciar en la tabla de resultados y porcentajes, donde se preguntó a partir de una matriz que contiene una imagen de un producto de miel de abeja, se observa que los puntajes son entre respuesta excelente y suficiente fue de 41,6% e insuficiente notándose que quedaron muy niveladas las respuestas de los que conocen y desconocen el texto que debe ir en el empaque de este alimento.

En sentido negativo se plantea la misma pregunta solicitando al evaluado que diga el número de errores que encuentra en la misma imagen observándose más claramente la falta de claridad sobre las falencias en el diseño gráfico, no tanto a las exigencias legales como a las de carácter estético como son la falta de claridad de la imagen, saturación de información textual, entre otras.

Vale la pena aclarar que la imagen presentada a los evaluados era de tamaño suficiente.

En la tercera pregunta sobre los elementos ubicados en la cara principal se encuentra que las respuestas excelentes y suficientes suman 16,6% y las insuficientes 83,3%.

Con estos puntajes obtenidos en el cuestionario número 3 se confirma la hipótesis del presente trabajo sobre el desconocimiento del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia.

7.2.4 Observaciones

Teniendo en cuenta el objetivo del trabajo, que es determinar el nivel de apropiación de los conocimientos legales por parte de los egresados de la UAO, se le preguntó adicionalmente a los cuestionarios 1, 2, y 3 de donde provenía la información que contestaron y estas son las respuestas obtenidas de:

- Los que consultaron documentos sobre el artículo de la Constitución Política Colombiana que hace alusión al rotulado de alimentos: 2 participantes
- Los que aprendieron en talleres, conferencias por fuera de la UAO, ó trabajo en empresa: 2 participantes.
- Los que respondieron a conciencia: 6 de los participantes
- Los que aprendieron por algunos docentes de la UAO: 2 participantes

En consecuencia a las preguntas de los cuestionarios se generó una pregunta por parte de uno de los encuestados:

- ¿Por qué algunos envases de bebidas, sobre todo Coca Cola Company tienen un pequeño texto que dice que el producto se debe consumir preferentemente antes de: Ver Envase?, ¿No es esto peligroso para quien sea alérgico a alguno de los componentes del producto?

Para compensar a los participantes por su tiempo y amabilidad se les envió por correo electrónico toda la información correspondiente al tema investigado, plasmado en las respuestas correctas de los cuestionarios.

8. CONCLUSIONES

Se puede afirmar si tenemos en cuenta los resultados obtenidos en los cuestionarios 1 y 2, en donde en el primero se obtuvo un porcentaje positivo o suficiente de 54% y al contrario cuando se va al cuestionario 2 se observa que las respuestas suficientes son de solo 12,5%, esto nos indica que resulta más fácil como instrumento de medición los cuestionarios diseñados como "Sí", "No", "No sé", que las preguntas formuladas de manera abierta.

Además del tipo de instrumento al que se adjudica el mayor acierto en las respuestas, es de suponerse que algunas respuestas se contestaron por descarte.

Los aspectos que resultaron oportunos para determinar el nivel de conocimiento y apropiación del marco legal están plasmados en los 3 cuestionarios, donde se abordan temas de legalidad, tanto nacional como internacional en el Diseño de Empaques de alimentos.

Teniendo en cuenta las conclusiones parciales producto de los resultados de la aplicación de los 3 cuestionarios se concluye que el nivel de apropiación y conocimiento del marco legal en el que se inscribe el oficio del Diseñador de la Comunicación Gráfica es deficiente siendo los egresados del programa de Diseño de la comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente.

9. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La realización del presente proyecto se vio afectado por:

- En el año 2014 por motivos personales y realización de la práctica no se pudo presentar el trabajo de grado.
- No se pudo realizar más amplia la población, debido a la falta de apoyo con los correos de los egresados, el cual fue solicitado pero por razones de reglamento de la Universidad no se podían facilitar.
- Debido a las dificultades logísticas para realizar la aplicación del instrumento de manera presencial y simultánea (Focus Group), puesto que no disponían de tiempo y reunirlos todos a la vez fue dispendioso.

10. RECOMENDACIONES

En concordancia con los resultados del presente trabajo de grado sobre "El nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia", las recomendaciones obvias señaladas por los porcentajes de desconocimiento de las normas legales exigibles en el diseño de empaques, rótulos y publicidad de alimentos diversos, hoy día manipulados genéticamente, altamente elaborados y muchos con pretensiones de ser naturales, son:

Incluir en el curso de **Ética**, que es un curso de fundamentación exigible por el MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL, temas orientados hacia el oficio y responsabilidades del futuro diseñador gráfico, en sus bases éticas generales, como son el desarrollo de los derechos humanos y su relación con los derechos de los consumidores, la historia de estos derechos y la honestidad y buena fé que debe impregnar la acción profesional teniendo en cuenta **la dignidad humana, la igualdad y la libertad que incluyen la protección de la vida y la salud** como derecho derivado y que por lo tanto le incumbe al diseñador para que no acolite conductas delictivas y abusivas de los productores y comercializadores. Como se puede apreciar en el cuadro de la cadena de gestión del producto alimenticio (Ver Anexo C. Pág. 75), uno de esos eslabones.

La labor del diseñador no es solamente lo relacionado con el gráfico y lo estético, su labor trasciende esas artes y va hasta la **honestidad** que debe exigir a sus empleadores en el sentido de que lo anunciado en la publicidad y lo solicitado al diseñador gráfico sea veraz, verificable, completo y oportuno.

Estamos en un sector geográfico donde abundan los medicamentos y alimentos con información falsa sobre su procedencia, contenidos y usos, causando ninguna mejoría o beneficios a los usuarios, cuando no es que les causan grandes problemas; estos alimentos proceden de diversos puntos de la tierra y son re envasados colocándoseles calcomanías con traducciones erradas e indicaciones sobre la tabla de nutrientes muy alejadas de la realidad, como es el hecho de que ahora todos se dicen **naturales**, para evitar la alerta del usuario interesado que se preocupa por lo que ingiere.

Posteriormente en cursos del ciclo de profundización y profesionalización, como son los de DISEÑO se podrían realizar aplicativos como ejercicio de la adquisición de la **competencia profesional** referente a la dimensión ÉTICA en la formación profesional del Diseñador de la Comunicación Gráfica.

Resulta pues obvio que se deben realizar ajustes curriculares, para que la Universidad Autónoma de Occidente provea a los egresados de herramientas que les eviten castigos legales, pues los empleadores asumen que sus diseñadores contratados saben sobre estas advertencias y restricciones.

No se debe pensar como algunos lo harán de que son temas de posgrados o especializaciones, pues esto resulta una concepción errada. La ética profesional es un curso de fundamentación y debe en sí mismo ser necesario y suficiente en la formación no solo de los diseñadores gráficos sino de todos los profesionales de Colombia; no fue otro el motivo por el cual el legislador de la Constitución Nacional de 1991, por el cual propuso esta materia de Ética, como obligatoria de ley junto con Deporte Formativo, Lecto -Escritura, Idioma Extranjero y Constitución Política de Colombia.

No fue al azar que se seleccionaron estos cursos, surgieron de un estudio de la realidad colombiana donde se determinaron las falencias de la población empezando por la fallas en la ética, en los hábitos sedentarismo, la ignorancia de las leyes ,las fallas en comprensión de lectoescritura y la falta de conocimiento de idiomas extranjeros.

El diseñador gráfico desde que egresada puede tener la fortuna de ser empleado en una gran empresa y por ello no se debe pensar que ya habrá tiempo para que se forme en la dimensión ética, si bien es más lo que se aprende fuera de la universidad que en ella, la dimensión ética no puede ser soslayada como lo exige la ley.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN DE DISEÑADORES GRÁFICOS DE COLOMBIA. La NO certificación en diseño (...o la TARJETA PROFESIONAL) [en línea]. Adgcolombia, 2009 [citado en 16 de junio del 2009] Disponible en Internet: <http://www.adgcolombia.org/tag/legal>

CARTILLA DE EMPAQUE Y EMBALAJE PARA LA EXPORTACIÓN. [en línea] Bogotá D.C.: Proexport, 2003 [consultado 18 de Mayo de 2015]. Disponible en internet: <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo2930DocumentNo8292.PDF>

COLOMBIA. Estatuto del Consumidor. Ley 1480 de 2011. POR MEDIO DE LA CUAL SE EXPIDE EL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES [en línea]. Al día empresarios, 2011. [Consultado 19 de Enero 2015]. Disponible en: http://www.aldiaempresarios.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3111:ley-1480-12-oct-2011-estatuto-del-consumidor-y-se-dictan-otras-disposiciones&catid=284:ano-2011&Itemid=364

COLOMBIA, CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 115 de 1994 [en línea]. OEI.es, 1994 [consultado el 15 de Mayo de 2015]. Disponible en internet: http://www.oei.es/quipu/colombia/Ley_115_1994.pdf

COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución número 333 de 2011 [en línea]. Aladi, 2011. [Consultado 20 de Enero de 2015] Disponible en internet: [http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/543bd5fa59bedc3a032579de00526b80/\\$FILE/Resoluci%C3%B3n%20N%C2%B0%200333-2011.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/543bd5fa59bedc3a032579de00526b80/$FILE/Resoluci%C3%B3n%20N%C2%B0%200333-2011.pdf)

COLOMBIA, MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 5109 de 2005 [en línea]. Invima, 2005 [consultado el 20 de Mayo de 2015]. Disponible en internet: https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2005/resolucion_005109_2005.pdf

CONCEPTO DE MARCO LEGAL [en línea]. es.scribd.com, 2011 [consultado 18 de Mayo de 2015] Disponible en internet: <https://es.scribd.com/doc/75951216/Concepto-de-Marco-Legal>

Costa, J. DISEÑAR PARA LOS OJOS [en línea]. slideshare ,2011[consultado] Disponible en internet: <http://www.slideshare.net/jrosario1/diseñar-para-los-ojos-joan-costa>. p.12

Definición de Ética [en línea].México: academica.mx, 2015 [consultado 18 de Mayo de 2015]. Disponible en Internet: www.academica.mx/sites/default/.../TRABAJO_ETICA.1434077466.doc

Definición de método inductivo - Qué es, Significado y Concepto [en línea]. Definición, 2015 [consultado 18 de Mayo de 2015].Disponible en internet: <http://definicion.de/metodo-inductivo/#ixzz3YoeRFFzn>

FUENTES, Rodolfo. La práctica del diseño gráfico. Barcelona: Editorial Páidos Ibérica, S.A., 2005. 182 p.

López, Carmen. LA IMPORTANCIA DE CONOCER LAS LEYES QUE PROTEGEN AL DISEÑADOR GRÁFICO Y A SUS PROYECTOS [en línea]. Catarina. Udlap, 2015[consultado 25 de Mayo de 2015] Disponible en Internet: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/lopez_a_cs/capitulo2.pdf
>

MedlinePlus información de salud para usted. Definición de Alergénos [en línea]. nlm.nih ,2013 [consultado 20 de Mayo de 2015]. Disponible en internet: <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/002229.htm>

Pliego de cargos contra Jumbo rotulación [en línea], Bogotá D.C.: dinero.com 2014 [consultado 18 de Junio de 2014]. Disponible en Internet: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/investigaciones-contracencosud-violar-estatuto-del-consumidor-colombia/197617>

Superindustria formula Pliego de Cargos contra MC DONALD'S Por publicidad engañosa en el premio de promoción de un helado, Superindustria formula Pliego de Cargos contra MC DONALD'S [en línea] Bogotá D.C.: Superintendencia de Industria y Comercio. 2014 [consultado 14 de Enero de 2015]. Disponible en internet: <http://www.sic.gov.co/drupal/sic-formula-pliego-de-cargos-contramc-donalds>

WAARDE DER VAN, K & Spinillo, C. La legislación y el diseño. “¿Qué es el diseño de información?”. Buenos Aires: Editorial Infinito, 2011. Parte III Estudio de caso 7. p. 167 – 170

ANEXOS

Anexo A. Preguntas y respuestas de los cuestionarios

Preguntas con opciones de respuesta si/no/ no sé. – (cuestionario 1)

1. ¿El registro de marca es obligatorio para todo producto? ¿Existen excepciones?.
2. ¿Los diseñadores de empaques en general pueden causar algún perjuicio a los productores, según las omisiones que incurran?.
3. ¿Los convenios y acuerdos internacionales afectan la presentación de los productos de exportación al área andina a otro país no latinoamericano?.
4. ¿Existe una exigencia taxativa en el lenguaje que se debe usar en los empaques de acuerdo a la ley?.
5. ¿Un producto alimenticio con aditivos puede ser declarado natural?.
6. ¿Usted sabe a qué se refiere la resolución 5109 de 2011?.
7. ¿Si un producto es re empacado esta información debe ir en el envase?.
8. ¿Conoce las reglamentaciones especiales que se deben tener en cuenta para suministrar la información adecuada de los productos?.
9. ¿Hay alguna diferencia en cuanto a las exigencias en la presentación de productos ya sean importados o producidos en el país?.
10. ¿Los alimentos envasados pueden su rotulado referirse a propiedades medicinales?.
11. ¿Las sustancias que no se consumen separadamente, pero que se agregan al alimento y afectan sus características deben ser incluidas en los ingredientes señalados en la tabla nutricional del empaque?.

Respuestas

1. Si.
2. Si.
3. Si.

4. Si.
5. No.
6. Si, no, no sé.
7. Si.
8. Si, No, no sé.
9. Si.
10. No, según resolución 5109, capítulo II artículo 4to numeral 2.
12. Si.

Preguntas abiertas (cuestionario – 2)

1. Si un envase es plástico, ¿Cuáles son los símbolos de protección del medio ambiente que debe tener?.
2. ¿Qué puede pasar con un producto sin registro sanitario?.
3. ¿Qué requisitos debe cumplir un producto importado?.
4. ¿Cómo se maneja en el diseño de los empaques el peso de un producto?.
5. ¿En qué artículo de la constitución política colombiana se hace alusión al rotulado de alimentos?.
6. En el estado colombiano, ¿A qué se ministerio le compete la expedición de normas reguladoras en la presentación de alimentos?.
7. ¿Cuáles son las fechas que deben aparecer en el empaque?.
8. ¿Cuáles son las excepciones para no colocar lista de ingredientes?.
9. ¿Cuál es el criterio para ordenar los ingredientes de un producto?.
10. ¿Qué disposiciones rigen sobre fechas de vencimiento?.
11. ¿Qué decreto regula la obligatoriedad del registro sanitario?.
12. ¿Qué es CODEX ALIMENTARIO?.

13. Para denominar ALIMENTO a una sustancia comercializada como tal, ¿Qué nombre se le debe colocar en el rótulo de denote este contenido?.
14. Cuando a un alimentos le sea adicionado ASPARTANTE como edulcorante, ¿Qué características debe cumplir según la ley?.
15. ¿Cuáles son los tres estratos o embalajes de empaques?.
16. ¿De qué manera está regulada la preservación del medio ambiente en la disposición final de los envases?.

Respuestas

1. Conceptos

Reducir: Es disminuir el desperdicio innecesario.

Reutilizable: Son aquellos envases que no es necesaria su destrucción. Ejemplo: botellas de vidrio (vino, cervezas, etc.).

Reciclables: Es el empleo de los materiales para nuevamente producir uno nuevo. Ejemplo: latas de aluminio, hojalata, papel, cartón.

2. INVIMA puede retirarlo del mercado, ya que no posee las condiciones aptas para su consumo legalmente.
3. Si un producto es importado la traducción del idioma debe estar acorde al país.
4. Se sitúa en la parte frontal del empaque, que sea de fácil lecturabilidad y legibilidad, el contenido neto debe ir en volumen para alimentos líquidos, en peso para los sólidos y en peso ó volumen para los alimentos semisólidos o viscosos, (l, ml, gr, kg, lb,mg).
5. Artículo 78 de la constitución política de Colombia.
6. Según la ley 9na de 1979, artículo 565 Ministerio de Salud.
7. - Fecha de fabricación.
- Fecha de envasado.
- Fecha límite de utilización (caducidad).
8. Salvo que tenga un solo ingrediente, 5.2 lista de ingredientes, ó que su composición tenga un nombre en la legislación sanitaria que constituya menos del 5% del alimento (LITERAL C).

9. Por EL PESO, capítulo II, Artículo 5, 5.1 LITERAL B.

10. Día, mes, año – Día escrito con números y NO con letras, mes con las tres primeras en el letras ó números y luego año indicado sus últimos 2 dígitos. Visible, legible e indeleble.

11. El decreto 3065 de 1967, artículo 41 y las normas que lo modifiquen, sustituyen o adicionen.

12. Lista de alimentos que han sido establecidos, ingredientes que causan híper sensibilidad, huevos, gluten, maní, lo produce el ministerio de la protección social.

13. Capítulo II, Artículo 5, numeral 5.1.1 (LITERAL A,B) Chocolisto- Chocolate, cada nombre acuñado debe tener sus especificaciones.

14. “FENILCETONURICOS: Contiene fenilaladiina”.

15. - Empaque primario: Contacto con el producto; botella, lata, papel.
- Empaque secundario: Agarrar (leche, practi - jarra).
- Empaque terciario: Aislamiento térmico.

15. A través de símbolos gráficos que simbolizan que es reciclable.

Preguntas según el producto - (cuestionario 3)

1. Según la imagen que usted ve, ¿Qué texto debe ir en el empaque?.
2. ¿Qué errores encuentras en este producto?.
3. ¿Qué elementos deben ir ubicados en la cara principal del empaque?.

Respuestas

1. Respuestas correctas

Se realizó un listado de detalles de impresión, diseño y requisitos que deben tener los productos según sus características organolépticas y aplicaciones.

- Tabla nutricional.
- Código de barras.
- Marca registrada.
- Contenido neto.

- Fecha de fabricación y caducidad.
- Símbolos de protección del medio ambiente.
- Registro sanitario.
- Lista de ingredientes.
- Información destacada en el rótulo y presencia de leyenda de país de origen.
- Indicaciones de consumo y contraindicaciones.

2. Lista de defectos

- La ubicación de los textos laterales, se monta en la cara principal del empaque. (Continuidad de diseño en las caras).
- Diagramación de textos.
- Legibilidad de la información textual.
- Saturación de elementos.
- Deficiencia de Imago tipo. (representación gráfica).
- Bajo contraste entre el texto, la imagen y el fondo.
- Gama cromática en la tipografía.
- Ubicación de elementos en la cara frontal.
- El nombre excede el tamaño del ancho en la cara frontal, lo cual no se diferencia en exhibición.
- Altura mínima de textos se observa inferior a 3mm en algunos textos.

3. Lista de elementos en la cara frontal del producto alimenticio.

- El empaque evidencia la naturaleza del producto y no genera una impresión errónea del mismo.
- Las palabras, ilustraciones o representaciones fotográficas soportadas en el empaque, no dan lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza del alimento empacado, ni hacen alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas.

- Cuando en el empaque se usan representaciones gráficas, figuras o ilustraciones que hacen alusión a ingredientes naturales que no contiene el producto y son otorgados por saborizantes artificiales, aparece siguiendo lo que dice la normativa, la expresión: "sabor artificial".
- El nombre del producto no induce al consumidor a la confusión en relación con la naturaleza del mismo.
- En caso de que el nombre sea "de fantasía" y no remita a la naturaleza del producto, se utiliza, siguiendo la normativa, un término descriptivo apropiado que de una idea correcta del producto empacado.
- Se presenta de manera clara en un texto, el tipo de tratamiento al que ha sido sometido el alimento.
- Los datos que aparecen soportados en el empaque son claros, visibles, indelebles y fáciles de leer por el consumidor.
- Marca registrada.
- Contenido neto.
- Slogan si se requiere.

Anexo B. Cuestionarios contestados

ENCUESTADO NÚMERO 1

PREGUNTAS CON OPCIÓN DE RESPUESTA

1. Si
2. Si
3. Si
4. Si
5. No
6. No se
7. No se
8. Si
9. Si
10. No se
11. Si

PREGUNTAS ABIERTAS

1. Símbolos de reciclaje
2. No se
3. Debe tener la información en español en caso de que venga de un país de diferente habla.
4. Se pone el peso neto del producto en kg, gr, ml, l.
5. No se
6. No se
7. Fecha de fabricación y de vencimiento.
8. No se
9. No se
10. No se
11. No se
12. No se
13. No se
14. No se
15. Empaque primario (contiene el producto directamente).
Empaque secundario (contiene al primario).
Empaque terciario (para transportar y demás)
16. No se

PREGUNTAS SEGÚN LA IMAGEN

1. Marca, tipo de producto, peso neto, algún slogan o distintivo e información como lugar y fecha de fabricación, contacto, vencimiento, modo de uso y símbolos relacionados con el medio ambiente.
2. Tiene errores de diagramación, legibilidad, marca, tipografía, el diseñador no tuvo en cuenta las dimensiones de las caras del envase, en la principal se alcanzan a ver los laterales de la etiqueta.

3. En la cara principal debe ir la marca del producto, el nombre descriptivo del producto, el peso neto y una imagen si se quiere.

ENCUESTADO NÚMERO 2

PREGUNTAS CON OPCIÓN DE RESPUESTA

1. Si
2. Si
3. Si
4. Si
5. No
6. No
7. Si
8. No
9. Si
10. No se
11. Si

PREGUNTAS ABIERTAS

1. Símbolo de reciclaje, el tipo de plástico contenido en el envase, y el de colocar en la basura
2. Es perjudicial para el medio ambiente y para las personas
3. Que se cumplan las leyes pertinentes dentro del territorio
4. Por los gramos
5. N se
6. No se
7. Las de vencimiento y creación
8. No se
9. No estoy segura
10. No estoy segura
11. No se
12. Un código que debe seguirse para un óptimo manejo y distribución del producto
13. Que sea comestible y no sea dañino o perjudicial para la salud
14. Si
15. No se
16. Por el símbolo

PREGUNTAS SEGÚN LA IMAGEN

1. El nombre del producto, la marca, la compañía, tabla nutricional, ingredientes, fechas de vencimiento y creación, símbolos necesarios, peso
2. Muchos elementos que saturan y no dan un enfoque claro en cuanto a la información.
3. El nombre del producto, la marca madre, e peso y algo alusivo al producto (no es necesario).

ENCUESTADO NÚMERO 3

PREGUNTAS CON OPCIÓN DE RESPUESTA

1. no
2. si
3. no se
4. si
5. si
6. no se
7. si
8. no
9. no
10. no
11. no se

PREGUNTAS ABIERTAS

1. reciclable, no bio degradable
2. Sin registro sanitario quiere decir que no esta aprobado por la entidad que controla todos los productos que se comercian en el país es decir que no se han hecho exámenes o controles sobre lo que contiene el producto y su efecto
3. IMVIMA
4. NO SE
5. no se
6. IMVIMA o registro sanitario
7. expedición y lote
8. no se
9. no se
10. no se
11. no se
12. no se
13. no se
14. no se
15. no se
16. no se

PREGUNTAS SEGÚN LA IMAGEN

1. Supongo que diga NATURAL
2. poco contraste entre el texto y el fondo , por lo tanto se pierden las letras
3. no tengo idea jaja

ENCUESTADO NÚMERO 4

PREGUNTAS ABIERTAS:

1. Envase reciclable
2. Puede considerarse pirata

3. Procedencia del producto (Hecho en), fecha de expedición y de vencimiento, componentes, y/o contraindicaciones.
4. Debe exponerse en la parte frontal y que sea visible en el empaque.
5. No se
6. Invima
7. De expedición y de vencimiento
8. Cuando son productos naturales sin tratamientos
9. No se
- 10.No se
- 11.No se
- 12.Códigos que regulan los productos alimenticios
- 13.No se
- 14.No se
- 15.No se
- 16.A través del símbolo de reciclable o cuidado al medio ambiente

RESPONDA SEGÚN LA IMAGEN

1. No se
2. Poca legibilidad y lecturabilidad de los atributos e indicaciones del producto, poco contraste entre la imagen y el texto
3. Logo, logo de la línea, Nombre del producto, cantidad, slogan..

PREGUNTAS CON OPCIONES DE RESPUESTA

1. si
2. si
3. si
4. no se
5. no
6. no se
7. no
8. no
9. si
- 10.no se
- 11.si

ENCUESTADO NÚMERO 5

PREGUNTAS CON OPCIÓN DE RESPUESTA

1. Si
2. Si
3. Si
4. No se
5. No
6. No
7. Si
8. No

9. No se
- 10.No se
- 11.Si

PREGUNTAS ABIERTAS

1. Pienso que propios del reciclaje y anti contaminación al planeta.
2. Podría ser demandado por sanidad y por ende salir del mercado.
3. Todo completo en términos de sanidad, reciclaje, autenticación.
4. Pienso que proporcional a la cantidad y dimensiones del producto.
5. No se
6. No se, creo que algo relacionado al comercio.
7. Fechas de elaboración, y vencimiento del mismo.
8. No se
9. En términos de jerarquía podría ser teniendo en cuenta el proceso de elaboración del producto o también podría ser por nivel de nutrición.
- 10.No se
- 11.No se
- 12.No se
- 13.No se
14. Que no es un producto natural
15. Rígidos – flexibles – papel/cartón creo
- 16.No se

PREGUNTAS SEGÚN LA IMAGEN

1. Creo que los textos están completos en términos y condiciones.
2. El problema en la etiqueta esta en la jerarquía de los textos, porque ingredientes, nutriciones y demás condiciones están en un segundo o tercer plano de interés.
3. Pienso que marca, condiciones, cantidad, beneficios.

ENCUESTADO NÚMERO 6

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

PREGUNTAS ABIERTAS

- Si un envase es plástico, ¿Cuáles son los símbolos de protección del medio ambiente que debe tener?
Reciclaje, protección del medio ambiente
- ¿Qué puede pasar con un producto sin registro sanitario?
No es apto para sacar al mercado ya que no está aprobado por la ley
- ¿Qué requisitos debe cumplir un producto importado?
Asegurarse de los requisitos de cada país.
- ¿Cómo se maneja en el diseño de los empaques el peso de un producto?
De acuerdo si es litros, gramos etc se coloca en la etiqueta
- ¿En qué artículo de la constitución política colombiana se hace alusión al rotulado de alimentos?
No se, pero me puede decir!
- En el estado colombiano, ¿A qué se le compete la expedición de normas reguladoras en la presentación de alimentos?
No se, pero me puede decir!
- ¿Cuáles son las fechas que deben aparecer en el empaque?
Expedición y lote
- ¿Cuáles son las excepciones para no colocar lista de ingredientes?
Productos 100% naturales?
- ¿Cuál es el criterio para ordenar los ingredientes de un producto?
No se
- ¿Qué disposiciones rigen sobre fechas de vencimiento?
No se
- ¿Qué decreto regula la obligatoriedad del registro sanitario?
No se
- ¿Qué es CODEX ALIMENTARIO?
No se
- Para denominar ALIMENTO a una sustancia comercializada como tal, ¿Qué características debe cumplir según la ley?
No se
- Cuando a un alimentos le sea adicionado ASPARTANTE como edulcorante, ¿Qué nombre se le debe colocar en el rótulo que denote este contenido?
No se
- ¿Cuáles son los tres estratos o embalajes de empaques?
No se
- ¿De qué manera está regulada la preservación del medio ambiente en la disposición final de los envases?
No se

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

RESPONDA SEGÚN LA IMAGEN

- Según la imagen que usted ve, ¿Qué texto debe ir en el empaque?
Si lleva otro componente fuera de la miel
Miel
Calorías
Vitaminas
- ¿Qué errores encuentras en este producto?
Color en la tipografía
Tamaño de la tipografía
Creo que no se entiende bien la abeja
Y si no tiene por detras, faltan los símbolos de reciclaje
- ¿Qué elementos deben ir ubicados en la cara principal del empaque?
Nombre
Lo que es el producto
Presentación sugerida (si lo necesita)
Fecha de vencimiento



ENCUESTADO NÚMERO 7

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

PREGUNTAS CON OPCIONES DE RESPUESTA (SI /NO/NO SE)

- ¿El registro de marca es obligatorio para todo producto?
¿Existen excepciones?
SI NO NO SE
- ¿Los diseñadores de empaques en general pueden causar algún perjuicio a los productores, según las omisiones que incurran?
SI NO NO SE
- ¿Los convenios y acuerdos internacionales afectan la presentación de los productos de exportación al área andina a otro país no latinoamericano?
SI NO NO SE
- ¿Existe una exigencia taxativa en el lenguaje que se debe usar en los empaques de acuerdo a la ley?
SI NO NO SE
- ¿Un producto alimenticio con aditivos puede ser declarado natural?
SI NO NO SE
- ¿Usted sabe a qué se refiere la resolución 5109 de 2011?
SI NO NO SE
- ¿Si un producto es reempacado esta información debe ir en el envase?
SI NO NO SE
- ¿Conoce las reglamentaciones especiales que se deben tener en cuenta para suministrar la información adecuada de los productos?
SI NO NO SE
- ¿Hay alguna diferencia en cuanto a las exigencias en la presentación de productos ya sean importados o producidos en el país?
SI NO NO SE
- ¿Los alimentos envasados pueden su rotulado referirse a propiedades medicinales?
SI NO NO SE
- ¿Las sustancias que no se consumen separadamente, pero que se agregan al alimento y afectan sus características deben ser incluidas en los ingredientes señalados en la tabla nutricional del empaque?
SI NO NO SE

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

PREGUNTAS ABIERTAS

- Si un envase es plástico, ¿Cuáles son los símbolos de protección del medio ambiente que debe tener?
Instrucciones de reciclado, tipo de plástico y si es reciclable o no.
- ¿Qué puede pasar con un producto sin registro sanitario?
- ¿Qué requisitos debe cumplir un producto importado?
Debe decir de dónde es, tener información nutricional en el idioma del país al que llega
- ¿Cómo se maneja en el diseño de los empaques el peso de un producto?
El peso neto del producto en la cara principal.
- ¿En qué artículo de la constitución política colombiana se hace alusión al rotulado de alimentos?
No sé.
- En el estado colombiano, ¿A qué ministerio le compete la expedición de normas reguladoras en la presentación de alimentos?
Ministerio de salud y sanidad.
- ¿Cuáles son las fechas que deben aparecer en el empaque?
Fecha de fabricación y fecha de vencimiento
- ¿Cuáles son las excepciones para no colocar lista de ingredientes?
Que sea un solo ingrediente y que se especifique en la cara principal.
- ¿Cuál es el criterio para ordenar los ingredientes de un producto?
No sé.
- ¿Qué disposiciones rigen sobre fechas de vencimiento?
Debe ser especificada en el empaque.
- ¿Qué decreto regula la obligatoriedad del registro sanitario?
No sé.
- ¿Qué es CODEX ALIMENTARIO?
No sé.
- Para denominar ALIMENTO a una sustancia comercializada como tal, ¿Qué características debe cumplir según la ley?
Tener ingredientes regulados por la comisión de sanidad y tener registro sanitario.
- Cuando a un alimento le sea adicionado ASPARTANTE como edulcorante, ¿Qué nombre se le debe colocar en el rótulo que denote este contenido?
Debe ser especificado de manera clara que el producto contiene ASPARTAME
- ¿Cuáles son los tres estratos o embalajes de empaques?
No sé.
- ¿De qué manera está regulada la preservación del medio ambiente en la disposición final de los envases?
A través de símbolos que deben ser mostrados de manera clara en los empaques.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

RESPONDA SEGÚN LA IMAGEN

1. Según la imagen que usted ve, ¿Qué texto debe ir en el empaque?.

Nombre del producto, peso neto, ingredientes, fecha de vencimiento, información nutricional, información de reciclaje y manejo de empaque para su adecuado desecho.

2. ¿Qué errores encuentras en este producto?.

No veo una tabla nutricional marcada ni los símbolos adecuados para su correcto desecho, tampoco veo lote, fecha de fabricación ni de vencimiento.

3. ¿Qué elementos deben ir ubicados en la cara principal del empaque?.

El nombre del producto, descripción adecuada, peso neto, nombre del fabricante.



ENCUESTADO NÚMERO 8

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

PREGUNTAS CON OPCIONES DE RESPUESTA (SI/NO/NO SE)

1. ¿El registro de marca es obligatorio para todo producto?
¿Existen excepciones?.

SI NO NO SE

2. ¿Los diseñadores de empaques en general pueden causar algún perjuicio a los productores, según las omisiones que incurran?.

SI NO NO SE

3. ¿Los convenios y acuerdos internacionales afectan la presentación de los productos de exportación al área andina a otro país no latinoamericano?.

SI NO NO SE

4. ¿Existe una exigencia taxativa en el lenguaje que se debe usar en los empaques de acuerdo a la ley?.

SI NO NO SE

5. ¿Un producto alimenticio con aditivos puede ser declarado natural?.

SI NO NO SE

6. ¿Usted sabe a qué se refiere la resolución 5109 de 2011?.

SI NO NO SE

7. ¿Si un producto es reempacado esta información debe ir en el envase?.

SI NO NO SE

8. ¿Conoce las reglamentaciones especiales que se deben tener en cuenta para suministrar la información adecuada de los productos?.

SI NO NO SE

9. ¿Hay alguna diferencia en cuanto a las exigencias en la presentación de productos ya sean importados o producidos en el país?.

SI NO NO SE

10. ¿Los alimentos envasados pueden su rotulado referirse a propiedades medicinales?.

SI NO NO SE

11. ¿Las sustancias que no se consumen separadamente, pero que se agregan al alimento y afectan sus características deben ser incluidas en los ingredientes señalados en la tabla nutricional del empaque?.

SI NO NO SE

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

PREGUNTAS ABIERTAS

1. Si un envase es plástico, ¿Cuáles son los símbolos de protección del medio ambiente que debe tener?

El símbolo de reciclable

2. ¿Qué puede pasar con un producto sin registro sanitario?

Que sea sacado del mercado y multado

3. ¿Qué requisitos debe cumplir un producto importado?

No se, pero también se debe diligenciar su registro sanitario invima

4. ¿Cómo se maneja en el diseño de los empaques el peso de un producto?

No entiendo a que se refiere la pregunta.

5. ¿En qué artículo de la constitución política colombiana se hace alusión al rotulado de alimentos?

No se.

6. En el estado colombiano, ¿A qué se le compete la expedición de normas reguladoras en la presentación de alimentos?

Invima?

7. ¿Cuáles son las fechas que deben aparecer en el empaque?

Fecha de fabricación y vencimiento.

8. ¿Cuáles son las excepciones para no colocar lista de ingredientes?

Cuando es fórmula propia o secreta, algo así.

9. ¿Cuál es el criterio para ordenar los ingredientes de un producto?

De mayor a menor contenido.

10. ¿Qué disposiciones rigen sobre fechas de vencimiento?

No se.

11. ¿Qué decreto regula la obligatoriedad del registro sanitario?

Creo que es el decreto 3075 de 1997

12. ¿Qué es CODEX ALIMENTARIO?

Es un listado de normas internacionales para los alimentos

13. Para denominar ALIMENTO a una sustancia comercializada como tal, ¿Qué características debe cumplir según la ley, **que aporte al organismo humano los nutrientes y la energía necesaria para el desarrollo de los procesos biológicos.**

14. Cuando a un alimento le sea adicionado ASPARTAME como edulcorante, ¿Qué nombre se le debe colocar en el rótulo que denote este contenido?

Creo que sí

15. ¿Cuáles son los tres estratos o embalajes de empaques?

Creo que sí

16. ¿De qué manera está regulada la preservación del medio ambiente en la disposición final de los envases?

No se

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

RESPONDA SEGÚN LA IMAGEN

1. Según la imagen que usted ve, ¿Qué texto debe ir en el empaque?

Fecha de envasado y vencimiento, peso del producto, composición, nombre, características.

2. ¿Qué errores encuentras en este producto?

En el frente se ven objetos de la parte de atrás como tabla nutricional y código de barras, además de que el nombre excede el ancho del frente del producto lo que hace que se pierda un poco en exhibición.

3. ¿Qué elementos deben ir ubicados en la cara principal del empaque?

Peso, nombre, descripción del producto



ENCUESTADO NÚMERO 9

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

PREGUNTAS CON OPCIONES DE RESPUESTA (SI/NO/NO SE)

- ¿El registro de marca es obligatorio para todo producto? ¿Existen excepciones?
SI NO NO SE
- ¿Los diseñadores de empaques en general pueden causar algún perjuicio a los productores, según las omisiones que incurran?
SI NO NO SE
- ¿Los convenios y acuerdos internacionales afectan la presentación de los productos de exportación al área andina a otro país no latinoamericano?
SI NO NO SE
- ¿Existe una exigencia taxativa en el lenguaje que se debe usar en los empaques de acuerdo a la ley?
SI NO NO SE
- ¿Un producto alimenticio con aditivos puede ser declarado natural?
SI NO NO SE
- ¿Usted sabe a qué se refiere la resolución 5109 de 2011?
SI NO NO SE
- ¿Si un producto es reempacado esta información debe ir en el envase?
SI NO NO SE
- ¿Conoce las reglamentaciones especiales que se deben tener en cuenta para suministrar la información adecuada de los productos?
SI NO NO SE
- ¿Hay alguna diferencia en cuanto a las exigencias en la presentación de productos ya sean importados o producidos en el país?
SI NO NO SE
- ¿Los alimentos envasados pueden su rotulado referirse a propiedades medicinales?
SI NO NO SE
- ¿Las sustancias que no se consumen separadamente, pero que se agregan al alimento y afectan sus características deben ser incluidas en los ingredientes señalados en la tabla nutricional del empaque?
SI NO NO SE

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

PREGUNTAS ABIERTAS

- Si un envase es plástico, ¿Cuáles son los símbolos de protección del medio ambiente que debe tener?
de reciclaje, el personaje que lo desecha a la basura (no recuerdo su nombre) y el del material del plástico.
- ¿Qué puede pasar con un producto sin registro sanitario?
Puede afectar la salud de quien lo consume, ya que no se ha comprobado las condiciones sanitarias en las que se elabora el producto, es decir que la empresa que lo produce puede ser sancionada.
- ¿Qué requisitos debe cumplir un producto importado?
Principalmente la información sobre el producto (como la tabla nutricional o las advertencias), deben adaptarse al idioma del país donde será importado. Además debe cumplir con las normas sanitarias nacionales.
- ¿Cómo se maneja en el diseño de los empaques el peso de un producto?
Se emplea en la parte principal del producto, podría decirse que en la "fachada".
- ¿En qué artículo de la constitución política colombiana se hace alusión al rotulado de alimentos?
No conozco la respuesta.
- En el estado colombiano, ¿A qué ministerio le compete la expedición de normas reguladoras en la presentación de alimentos?
No se, pensaría que al de salud.
- ¿Cuáles son las fechas que deben aparecer en el empaque?
Las de expedición y las de vencimiento.
- ¿Cuáles son las excepciones para no colocar lista de ingredientes?
No las conozco.
- ¿Cuál es el criterio para ordenar los ingredientes de un producto?
Creería que en orden alfabético.
- ¿Qué disposiciones rigen sobre fechas de vencimiento?
Los elementos que contiene el producto, por ejemplo si son alimentos perecederos y sin conservantes tienen menor fecha.
- ¿Qué decreto regula la obligatoriedad del registro sanitario?
No se.
- ¿Qué es CODEX ALIMENTARIO?
No se.
- Para denominar ALIMENTO a una sustancia comercializada como tal, ¿Qué características debe cumplir según la ley?
No se según la ley, pero a mi criterio, no deben causar ningún perjuicio a la salud o generar algún efecto secundario al consumirse.
- Cuando a un alimento le sea adicionado ASPARTAME como edulcorante, ¿Qué nombre se le debe colocar en el rótulo que denote este contenido?
No se.
- ¿Cuáles son los tres estratos o embalajes de empaques?
No se.
- ¿De qué manera está regulada la preservación del medio ambiente en la disposición final de los envases?
No se.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

RESPONDA SEGÚN LA IMAGEN

1. Según la imagen que usted ve, ¿Qué texto debe ir en el empaque?.

Debe incluir la tabla nutricional, el registro sanitario, advertencias, normas ambientales, marca registrada, ingredientes, código de barras e información del producto y finalmente el peso y recomendaciones si la empresa lo desea.

2. ¿Qué errores encuentras en este producto?.

No aparecen las normas ambientales, ni la tabla nutricional. No se ve la marca registrada, ni se alcanza a ver el número del registro sanitario.

3. ¿Qué elementos deben ir ubicados en la cara principal del empaque?.

Nombre del producto (registrado), marca madre registrada. Peso del producto, en lo posible que se vea o tenga una imagen alusiva del producto.



ENCUESTADO NÚMERO 10

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

PREGUNTAS CON OPCIONES DE RESPUESTA (SI /NO/NO SE)

1. ¿El registro de marca es obligatorio para todo producto? ¿Existen excepciones?.

SI NO NO SE

2. ¿Los diseñadores de empaques en general pueden causar algún perjuicio a los productores, según las omisiones que incurran?.

SI NO NO SE

3. ¿Los convenios y acuerdos internacionales afectan la presentación de los productos de exportación al área andina a otro país no latinoamericano?.

SI NO NO SE

4. ¿Existe una exigencia taxativa en el lenguaje que se debe usar en los empaques de acuerdo a la ley?.

SI NO NO SE

5. ¿Un producto alimenticio con aditivos puede ser declarado natural?.

SI NO NO SE

6. ¿Usted sabe a qué se refiere la resolución 5109 de 2011?.

SI NO NO SE

7. ¿Si un producto es reempacado esta información debe ir en el envase?.

SI NO NO SE

8. ¿Conoce las reglamentaciones especiales que se deben tener en cuenta para suministrar la información adecuada de los productos?.

SI NO NO SE

9. ¿Hay alguna diferencia en cuanto a las exigencias en la presentación de productos ya sean importados o producidos en el país?.

SI NO NO SE

10. ¿Los alimentos envasados pueden su rotulado referirse a propiedades medicinales?.

SI NO NO SE

11. ¿Las sustancias que no se consumen separadamente, pero que se agregan al alimento y afectan sus características deben ser incluidas en los ingredientes señalados en la tabla nutricional del empaque?.

SI NO NO SE

Preguntas abiertas:

1. Los que indican si el envase o contenedor es de un polímero específico o de polímeros combinados, pero, el nombre en concreto no lo conozco; En cuanto a la parte comunicativa el símbolo que indica donde desechar este tipo de envases (caneca especial de residuos plásticos).
2. No podría salir al mercado, ya que no cumple con una de las condiciones esenciales de productos para consumo humano.
3. Además, de cumplir con las normas nacionales (País a donde se importa), debe cumplir una serie de requisitos de alta calidad, de salubridad, etc. Para su distribución.
4. Se reglamenta y acostumbra a utilizar en la parte frontal de cualquier tipo de empaque en letra legible y lecturable, donde, el consumidor final pueda identificar el peso del contenido ya sea en miligramos, mililitros, gramos, kilos, libras, etc.
5. Ni idea.
6. Al ministerio de comercio, industria y turismo, además al ente regulador, Superintendencia de industria y comercio.
7. Fecha de elaboración, la de consumo preferente, y la de caducidad.
8. Ni idea.
9. Imagino yo, normas internacionales.
10. Ni idea.
11. Ni idea.
12. En serio? Ni idea!
13. Que se apto para consumo humano, que cumpla con el registro INVIMA, que estén claros los ingredientes utilizados, etc,etc.
14. Ni idea.
15. No sabe, no responde.
16. Con símbolos alusivos al buen uso de los residuos y la invitación a depositarlos en canecas especiales para su recolección y posterior reciclaje.

Responda según la imagen:

1. Según la etiqueta envolvente:
 - Título o logotipo
 - Slogan
 - Información destacada o balazo
 - Peso del contenido
 - Ingredientes
 - Tabla nutricional
 - Indicaciones de consumo y contraindicaciones
 - Fecha de elaboración, caducidad y consumo preferente.
 - Registro INVIMA
2. En la parte estética y de diseño muchos.

Ejemplos:

- En la parte de diagramación no se jerarquiza el contenido de mayor importancia para el consumidor.
 - En cuanto a las tipografía utilizada no se tiene en cuenta los factores legibilidad y lecturabilidad,
 - Los elementos gráficos utilizados en el fondo de la etiqueta no permiten una buena lectura de la información planteada.
 - Etc.
3. Marca gráfica, slogan, información del peso del producto, información destacada (pros del producto), etc.

ENCUESTADO NÚMERO 11

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

**PREGUNTAS CON OPCIONES DE RESPUESTA
(SI/NO/NO SE)**

<p>1. ¿El registro de marca es obligatorio para todo producto? ¿Existen excepciones?.</p> <p>SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SE <input type="checkbox"/></p> <p>2. ¿Los diseñadores de empaques en general pueden causar algún perjuicio a los productores, según las omisiones que incurran?.</p> <p>SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SE <input type="checkbox"/></p> <p>3. ¿Los convenios y acuerdos internacionales afectan la presentación de los productos de exportación al área andina a otro país no latinoamericano?.</p> <p>SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SE <input type="checkbox"/></p> <p>4. ¿Existe una exigencia taxativa en el lenguaje que se debe usar en los empaques de acuerdo a la ley?.</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SE <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>5. ¿Un producto alimenticio con aditivos puede ser declarado natural?.</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> NO SE <input type="checkbox"/></p> <p>6. ¿Usted sabe a qué se refiere la resolución 5109 de 2011?.</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> NO SE <input type="checkbox"/></p>	<p>7. ¿Si un producto es reempacado esta información debe ir en el envase?.</p> <p>SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SE <input type="checkbox"/></p> <p>8. ¿Conoce las reglamentaciones especiales que se deben tener en cuenta para suministrar la información adecuada de los productos?.</p> <p>SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SE <input type="checkbox"/></p> <p>9. ¿Hay alguna diferencia en cuanto a las exigencias en la presentación de productos ya sean importados o producidos en el país?.</p> <p>SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SE <input type="checkbox"/></p> <p>10. ¿Los alimentos envasados pueden su rotulado referirse a propiedades medicinales?.</p> <p>SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SE <input type="checkbox"/></p> <p>11. ¿Las sustancias que no se consumen separadamente, pero que se agregan al alimento y afectan sus características deben ser incluidas en los ingredientes señalados en la tabla nutricional del empaque?.</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SE <input checked="" type="checkbox"/></p>
--	--

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

PREGUNTAS ABIERTAS

1. Si un envase es plástico, ¿Cuáles son los símbolos de protección del medio ambiente que debe tener? _____

reciclaje y el ecológico

2. ¿Qué puede pasar con un producto sin registro sanitario? _____
puede ser fácilmente sacado del mercado ya que debe presentar certeza de que el producto no afecte la salud del individuo y por lo tanto ha sido valorado apto para su consumo

3. ¿Qué requisitos debe cumplir un producto importado? _____
que su etiqueta presente el país donde se importó nombre del producto, que certificaciones tiene, registro sanitario.

4. ¿Cómo se maneja en el diseño de los empaques el peso de un producto? _____
al diseñar un empaque se tiene en cuenta el peso para hacer que este sea liviano, para que se pueda manipular de una manera fácil y ágil.

5. ¿En qué artículo de la constitución política colombiana se hace alusión al rotulado de alimentos? _____
no me acuerdo

6. En el estado colombiano, ¿A qué ministerio le compete la expedición de normas reguladoras en la presentación de alimentos? _____
no me acuerdo

7. ¿Cuáles son las fechas que deben aparecer en el empaque? _____
expedición y vencimiento

8. ¿Cuáles son las excepciones para no colocar lista de ingredientes? _____
que el alimento este en estado puro. eje: agua

9. ¿Cuál es el criterio para ordenar los ingredientes de un producto? _____
ni idea

10. ¿Qué disposiciones rigen sobre fechas de vencimiento? _____
ni idea

11. ¿Qué decreto regula la obligatoriedad del registro sanitario? _____
registro invima 19112207

12. ¿Qué es CODEX ALIMENTARIO? _____
xxx

13. Para denominar ALIMENTO a una sustancia comercializada como tal, ¿Qué características debe cumplir según la ley? _____
que no atente con la salud de la personas y no afecte al medio ambiente y que cumpla toda las leyes de registros simbología cuadro alimenticio y esas cosas

14. Cuando a un alimento le sea adicionado ASPARTANTE como edulcorante, ¿Qué nombre se le debe colocar en el rótulo que denote este contenido? _____
ni idea

15. ¿Cuáles son los tres estratos o embalajes de empaques? _____
xxx

16. ¿De qué manera está regulada la preservación del medio ambiente en la disposición final de los envases? _____
reciclaje

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

RESPONDA SEGÚN LA IMAGEN

1. Según la imagen que usted ve, ¿Qué texto debe ir en el empaque? _____

nombre del producto que es, de donde proviene región donde esta ubicada la apicultura, datos de conservación peso, donde fue producido y empaçado, números de servicio al cliente, registro sanitario decretos, código de barras, fecha de vencimiento de expedición, nombre de la compañía y si es manipulada con otros químicos agregar ingredientes, instrucciones de uso

2. ¿Qué errores encuentras en este producto? _____

forma del empaque, demasiado común a lo que ya existe, parece que toda la información se encuentra condensada en la parte de adelante por lo que hay saturación de contenido, información desorganizada, manejo de diferentes tipografías por lo que genera mucho peso visual que al final solo se va a leer al nombre y lo demás se ignorara por que causa fastidio. NO hay armonía con texto y la imagen que se presenta en el fondo, mucho manejo de color de tonalidades fuertes. tapa demasiado común al de su competencia, por lo tanto no se destacaría de los demás.

3. ¿Qué elementos deben ir ubicados en la cara principal del empaque? _____

nombre (marca), peso de donde proviene, nombre de la empresa, nombre de lo que es en este caso sería "miel de abejas"



ENCUESTADO NÚMERO 12

Preguntas con opciones de respuesta (SI/NO/NOSE)

1. NO (pero solo si te refieres a patentes de propiedad industrial, que sepa no es obligatorio pero si seria lo mejor registrar, y tengo entendido que se efectua si la marca madre es la que lleva el registro).
2. SI (no falta quien la embarre en algún requerimiento legal del empaque, o algo en el mismo diseño, tan pendejo como la ortografía).
3. SI (pues creo que se referieren a cambios como lo que se ve en papas margarita y lays en otras regiones).
4. SI (hay ciertos parámetros de interacción producto/usuario con un lenguaje técnico pero no precisamente especializado, o sea no le vamos a hablar a la gente el compuesto químico, con sus formulas y eso de un jugo pero al menos que contiene ciertas cosas).
5. SI (hay desde los enriquecimientos vitamínicos hasta los conservantes naturales como los de encurtidos y cosas así, todo eso son aditivos)
6. SI (esa es la de las normas de etiquetas de alimentos de consumo humano, de lo que están hechos y todo eso).
7. NO SE (pues se que muchos alimentos que son de diferentes sitios al de la fabrica los re empaacan pero no se si eso se declara en el empaque, tampoco me he fijado en algún empaque que tenga una referencia de esas).
8. SI (propiedades, aditivos, ingredientes, contenido neto, fechas de envasado y vencimiento o de “utilícese hasta”, lote, direcciones e info de fabricante y distribuidor, instrucciones registro sanitario, gráficas de qué clasificación del empaque si es reciclable y eso, no recuerdo más).
9. SI (pues en el marco legal de la información proporcionada en el empaque, debe ir el fabricante y su procedencia).
- 10.SI (más tengo entendido que debe ser ese su uso particular, y la diferenciación entre suplementos o alimentos con propiedades suplementarias y de medicinas)
- 11.SI (por ejemplo cuando dicen ya contiene azúcar en frutiños y eso, o contiene sal como en el caldo maggie)

PREGUNTAS ABIERTAS DE VERDAD JAJA

1. Bueno creo que primero es la clasificación del material por los diferentes plásticos o aleaciones no se como se diga bien la verdad, si tiene propiedades biodegradables (que no tienen en la mayoría) y si es reciclable o reutilizable, y si es tóxico o no tóxico, parece bobada por si es de alimentos pero creo que enserio cuenta.
2. Sancionan a la marca y puede salir del mercado el producto por no haber pasado por las inspecciones reglamentarias para exponer el producto al mercado.
3. Pues eso seria pasar por aduana (pues me imagino que todooo producto que entre pasa por ahí asi como cuando uno viaja y trae cualquier chuchería), y debe haber como un consenso de precios para la nacionalización del producto, que a larga eso es lo que hace carísimos

- algunos productos con respecto a su país de origen o a otros que por alguna razón ese traspaso de precios no es como tan fuerte.
4. Depende del tipo de empaque y producto, el peso neto puede ser por gramaje, o lo que ocupa en mililitros.
 5. Resolución 5109 creo que el último cambio fue entre 2004 y 2006 o 7 no estoy seguro del año pero si se que en la 5109 que se nombro y todo ya aquí en la encuesta.
 6. Ministerio de protección social y creo que salud.
 7. Expedición, vencimiento, "utilícese hasta".
 8. Uy ahí si no se que excepciones hayan, pues en mi experiencia a uno le llegan los ingredientes y uno lo que puede hacer es revisar en la resolución esa que son los obligatorios.
 9. Creo que es por pesos y en como son agregados al producto de menos a más (creo)
 10. No tengo idea ajajaja, pues si unos se fija cuando vence el jamónsito de los sándwiches si vence hoy, hay canchita de casi una semanita para seguir comiéndoselo sin morir jajajajaja.
 11. El 374
 12. Son las normas recogidas de productos de consumo alimenticio
 13. uish no se, el contenido y descripción del rótulo?
 14. Al aspartante se le pone otro nombre que es como del grupo al que pertenece creo se pone contiene fenilatina o fenilamina no recuerdo bien, algo así lombana me enseñó jaja
 15. Embalaje terciario, el que lleva muchas cosas cantidades grandes y contiene al secundario y sirve para distribuir y no se dañen – Embalaje secundario, son las cajas que llevan los productos repartidos por docenas y así, las cajas de carton y eso – envase, es el que lleva el producto, sea bolsa flexible o botellas o caja plegable etc.
 16. Pues tengo entendido que según las revisiones previas del producto, y luego que este esté listo con respecto a empaque, se vuelve a revisar de que coincida y pueda salir al mercado, si alguno falla sancionan.

RESPONDA SEGÚN LA IMAGEN

Aquí no voy a numerar porque me queda un poquito difícil ver bien la imagen de la botella, cosas por encima que veo, sobrecarga de información, problemas tipográficos y de contraste, posible problemas de legibilidad y legibilidad, creo que no hay buena distribución de los elementos de la etiqueta pero no estoy seguro al no ver la botella en físico, no alcanzo a ver bien los textos legales, creo que puede faltar el tipo de envase y sus propiedades, no veo el registro sanitario, pero como digo, no alcanzo a ver bien la imagen.

Anexo C. Lista de cuadros

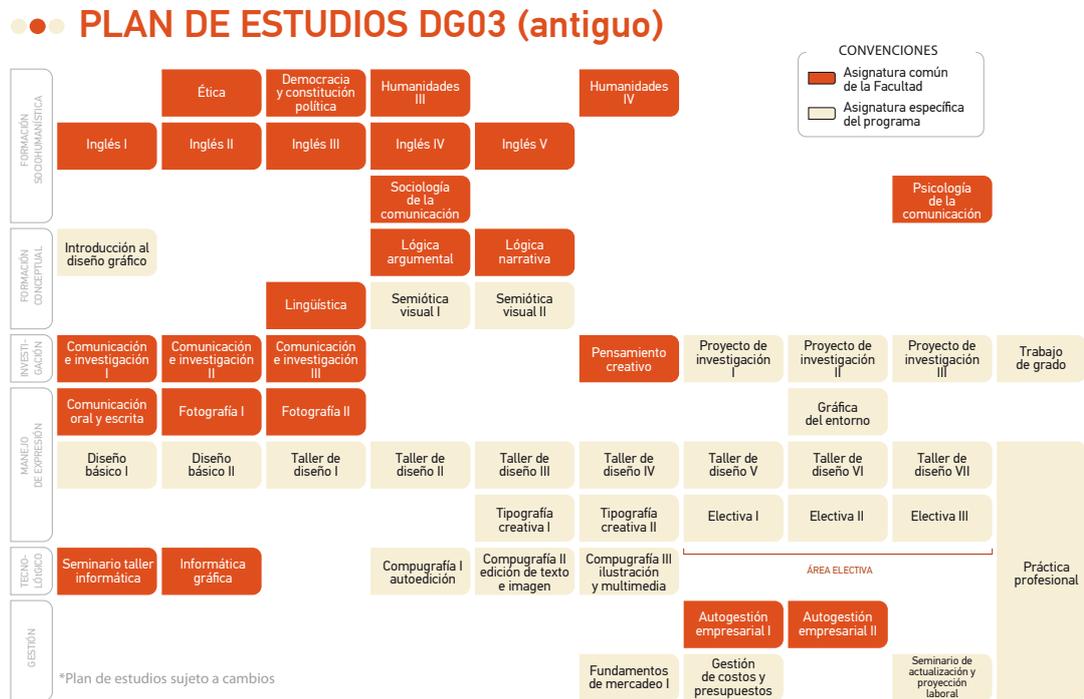
Cuadro 1. Técnicas de recolección de información

Técnicas de recolección de información		
Análisis de documentos y medios actuales	Personal y virtual	En Libros, documentos, y egresados de diseño de la comunicación gráfica, de la UAO.
Focus Group (Creación de la dinámica creativa)	Aplicación de cuestionario y discusión grupal. Personal	Participación de los Egresados de diseño de la comunicación gráfica de la UAO, para determinar el conocimiento y el nivel de apropiación por medio de sus respuestas acerca del tema.

Cuadro 2. Cadena de gestión del producto alimenticio y la normatividad exigible

LEGISLACIÓN	ACTORES	EJEMPLOS
Sobre eticidad en la experimentación.	CIENTÍFICOS	Exp. Que cause daño en animales, origen de las materias primas, manipulación genética.
Sobre prácticas higiénicas durante la producción	PRODUCTORES	Protocolos de higiene de medida, etc. Cumplimientos de exigencia de ministerio de salud. Regulación de herbicidas
Sobre la aplicación de las alertas en la presentación visual.	DISEÑADOR	Insertar toda información necesaria y suficiente sobre el alimento.
Sobre publicidad engañosa, ofertas y promociones.	COMERCIALIZADORES	Condiciones de transporte y almacenamiento que deterioren el producto.
Sobre requisitos exigibles, vencimiento, preparación, etc.	CONSUMIDORES	Ligas de usuarios y consumidores, superintendencias.
Protección de agus, atmósfera.	MEDIO AMBIENTE	Disposición final de los envases, reciclables.

Cuadro 3. Plan de estudios del programa de diseño gráfico en la UAO (antiguo)



Fuente: <http://www.uao.edu.co/admisiones/pregrado/pdf/UAO20118.pdf>

Cuadro 4. Plan de estudios del programa de diseño gráfico en la UAO (nuevo)



Fuente: <http://www.uao.edu.co/admisiones/pregrado/pdf/UAO20118.pdf>

Anexo D. Cuadros: preguntas de los cuestionarios

Cuadro 5. Preguntas cuestionario 1

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN - CUESTIONARIO 1	
<i>Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."</i>	
PREGUNTAS CON OPCIONES DE RESPUESTA (SI /NO/NO SE)	
1. ¿El registro de marca es obligatorio para todo producto? ¿Existen excepciones?.	7. ¿Si un producto es reempacado esta información debe ir en el envase?.
SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO SE <input type="radio"/>	SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO SE <input type="radio"/>
2. ¿Los diseñadores de empaques en general pueden causar algún perjuicio a los productores, según las omisiones que incurran?.	8. ¿Conoce las reglamentaciones especiales que se deben tener en cuenta para suministrar la información adecuada de los productos?.
SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO SE <input type="radio"/>	SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO SE <input type="radio"/>
3. ¿Los convenios y acuerdos internacionales afectan la presentación de los productos de exportación al área andina a otro país no latinoamericano?.	9. ¿Hay alguna diferencia en cuanto a las exigencias en la presentación de productos ya sean importados o producidos en el país?.
SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO SE <input type="radio"/>	SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO SE <input type="radio"/>
4. ¿Existe una exigencia taxativa en el lenguaje que se debe usar en los empaques de acuerdo a la ley?.	10. ¿Los alimentos envasados pueden su rotulado referirse a propiedades medicinales?.
SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO SE <input type="radio"/>	SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO SE <input type="radio"/>
5. ¿Un producto alimenticio con aditivos puede ser declarado natural?.	11. ¿Las sustancias que no se consumen separadamente, pero que se agregan al alimento y afectan sus características deben ser incluidas en los ingredientes señalados en la tabla nutricional del empaque?.
SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO SE <input type="radio"/>	SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO SE <input type="radio"/>
6. ¿Usted sabe a qué se refiere la resolución 5109 de 2011?.	
SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO SE <input type="radio"/>	

Cuadro 6. Preguntas cuestionario 2

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN - CUESTIONARIO 2

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

PREGUNTAS ABIERTAS

1. Si un envase es plástico, ¿Cuáles son los símbolos de protección del medio ambiente que debe tener?

2. ¿Qué puede pasar con un producto sin registro sanitario?

3. ¿Qué requisitos debe cumplir un producto importado?

4. ¿Cómo se maneja en el diseño de los empaques el peso de un producto?

5. ¿En qué artículo de la constitución política colombiana se hace alusión al rotulado de alimentos?

6. En el estado colombiano, ¿A qué ministerio le compete la expedición de normas reguladoras en la presentación de alimentos?

7. ¿Cuáles son las fechas que deben aparecer en el empaque?

8. ¿Cuáles son las excepciones para no colocar lista de ingredientes?

9. ¿Cuál es el criterio para ordenar los ingredientes de un producto?

10. ¿Qué disposiciones rigen sobre fechas de vencimiento?

11. ¿Qué decreto regula la obligatoriedad del registro sanitario?

12. ¿Qué es CODEX ALIMENTARIO?

13. Para denominar ALIMENTO a una sustancia comercializada como tal, ¿Qué características debe cumplir según la ley?

14. Cuando a un alimento le sea adicionado ASPARTANTE como edulcorante, ¿Qué nombre se le debe colocar en el rótulo que denote este contenido?

15. ¿Cuáles son los tres estratos o embalajes de empaques?

16. ¿De qué manera está regulada la preservación del medio ambiente en la disposición final de los envases?

Cuadro 7. Preguntas cuestionario 3

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN - CUESTIONARIO 3

Señor(a) participante de la investigación sobre el "Análisis del nivel de apropiación que tienen los egresados del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.O. con respecto al tema del marco legal en el diseño de empaques de alimentos en Colombia."

RESPONDA SEGÚN LA IMAGEN

1. Según la imagen que usted ve, ¿Qué texto debe ir en el empaque?.

2. ¿Qué errores encuentras en este producto?.

3. ¿Qué elementos deben ir ubicados en la cara principal del empaque?.



Anexo E. Cuadros: respuestas de los cuestionarios

Cuadro 8. Respuestas los cuestionarios 1

CUESTIONARIO 1											
PARTICIPANTE	PRE. 1	PRE. 2	PRE. 3	PRE. 4	PRE. 5	PRE. 6	PRE. 7	PRE. 8	PRE. 9	PRE. 10	PRE. 11
P 1	Si	Si	Si	Si	No	No se	No se	Si	Si	No se	Si
P 2	Si	Si	Si	Si	No	No	Si	No	Si	No se	Si
P 3	No	Si	No se	Si	Si	No se	Si	No	No	No	No se
P 4	Si	Si	Si	No se	No	No se	No	No	Si	No se	Si
P 5	Si	Si	Si	No se	No	No	Si	No	No se	No se	Si
P 6	Si	Si	Si	Si	No	Si	No se	Si	Si	No se	Si
P 7	Si	Si	No se	Si	No se	No se	Si	No	Si	Si	Si
P 8	Si	Si	No se	Si	No se	No	Si	No	No se	No	No se
P 9	Si	Si	Si	Si	No	No se	Si	No se	Si	No se	Si
P 10	Si	Si	Si	Si	No	No	Si	No	Si	No se	No
P 11	Si	Si	Si	No se	No	No	Si	Si	Si	Si	No se
P 12	No	Si	Si	Si	Si	Si	No se	Si	Si	Si	Si

Cuadro 9. Respuestas al cuestionario 2

CUESTIONARIO 2												
	Participante 1	Participante 2	Participante 3	Participante 4	Participante 5	Participante 6	Participante 7	Participante 8	Participante 9	Participante 10	Participante 11	Participante 12
PRE 1	Símbolos de reciclaje.	Símbolo de reciclaje, el tipo de plástico contenido en el envase, y el de colocar en la basura.	Reciclable, no bio degradable.	Envase reciclable.	Pienso que propios del reciclaje y anti contaminación al planeta.	Reciclaje, protección del medio ambiente.	Instrucciones de reciclaje, tipo de plástico, y si es reciclable o no.	Símbolos de reciclaje.	Símbolo de reciclaje.	Los que indican si el envase o contenido es de un polímero específico o de polímeros combinados, pero, el nombre en concreto no lo conozco. En cuanto a la parte comunicativa al símbolo que indica donde desecharlo este tipo de envases (cuencia especial de residuos plásticos).	Reciclaje y Ecología.	Bueno creo que primero es la clasificación del material por los diferentes plásticos o aleaciones no se como se diga bien la verdad, si tiene propiedades biodegradables (que no tienen en la mayoría) y si es reciclable o reutilizable, y si es tóxico o no tóxico, parece bodada por si es de alimentos pero creo que ensario cuenta.
PRE 2	No se.	Es perjudicial para el medio ambiente y para las personas.	Sin registro sanitario quiere decir que no está aprobado por la entidad que controla los productos que se comercializan en el país es decir que no se han hecho exámenes o controles sobre lo que contiene el producto y su efecto.	Puede considerarse pirata.	Podría ser demandado por sanidad y por ende salir del mercado.	No es apto para sacar al mercado, ya que no está aprobado por la ley.	No se.	Que sea sacado del mercado y multado.	Puede afectar la salud de quien lo consume, ya que no se ha comprobado las condiciones sanitarias en las que se elabora el producto, es decir que la empresa que lo produce puede ser sancionada.	No podría salir al mercado, ya que no cumple con una de las condiciones esenciales de productos para consumo humano.	Puede ser fácilmente sacado del mercado, ya que debe prevenir ciertas de que el producto no afecte la salud del individuo y por lo tanto ha sido valorado apto para su consumo.	Sancionan a la marca y puede salir del mercado el producto por no haber pasado por las inspecciones reglamentarias para exponer el producto al mercado.
PRE 3	Debe tener la información en español en caso de que venga de un país de diferente habla.	Que se cumplan las leyes pertinentes dentro del territorio.	INVIMA	Procedencia del producto (hecho en), fecha de expedición y de vencimiento, componentes, y/o contra indicaciones.	Todo completo en términos de sanidad, reciclaje, autenticación.	Asegurarse de los requisitos de cada país.	Debe decir de donde es, tener información nutricional en el idioma del país al que llega.	No se, pero también se debe diligenciar su registro sanitario INVIMA.	Principalmente información sobre el producto (como la tabla nutricional o las advertencias), deben adaptarse al idioma del país donde será importado. Además debe cumplir con las normas sanitarias nacionales.	Además, de cumplir con las normas nacionales (País a donde se importa), debe cumplir una serie de requisitos de alta calidad, de salud, etc. Para su distribución.	Que su etiqueta presente el país donde se importó, nombre del producto, que certificaciones tiene, registro sanitario.	Puede ser pasar por aduana (para eso me imagino que todos los productos que entre para por ahí así como cuando uno viaja y trae cualquier chuchería, y debe haber como un consentimiento de precios para la nacionalización del producto, que a larga eso es lo que hace castimos algunos productos con respecto a su país de origen o a otros que por alguna razón ese traspaso de precios no es como tan fuerte.
PRE 4	Se pone el peso neto del producto en kg, g, ml, l.	Por los gramos.	NO SE.	Debe exponerse en la parte frontal y que sea visible en el empaque.	Pienso que proporcional a la cantidad y dimensiones del producto.	De acuerdo a si es litros, gramos, etc, se coloca en la etiqueta.	El peso neto del producto en la cara principal.	No entiendo a que se refiere la pregunta.	Se emplea en la parte principal del producto, podría decirse que en "la fechada".	Se reglamenta y acostumbra a utilizar en la parte frontal de cualquier tipo de empaque en letra legible y lecturable, donde, el consumidor final pueda identificar el peso del contenido ya sea en miligramos, mililitros, gramos, kilos, libras, etc.	Al diseñar el empaque se tiene en cuenta el peso, peso neto que será ocupado por el producto, para que se pueda manipular de una manera fácil y agíl.	Depende del tipo de empaque y producto, el peso neto puede ser en gramos, mililitros, etc.

Cuadro 10. Continuación respuestas al cuestionario 2

CUESTIONARIO 2												
	Participante 1	Participante 2	Participante 3	Participante 4	Participante 5	Participante 6	Participante 7	Participante 8	Participante 9	Participante 10	Participante 11	Participante 12
PRE 3	No se.	No se.	No se.	No se.	No se.	No se.	No se.	No se.	No conozco la respuesta.	Ni idea.	No me acuerdo.	Resolución 5199 como que el último cambio fue entre 2004 y 2006 o 7 no estoy seguro del año pero si se que en la 5199 que se nombra y todo ya aquí en la encuesta.
PRE 4	No se.	No se.	INVIMA o registro sanitario.	INVIMA.	No se, creo que algo relacionado al comercio.	No se.	No se.	Ministerio de salud y sanidad.	INVIMA?	No se, pensaría que al de salud.	Al ministerio de comercio, industria y turismo, además al ente regulador, Superintendencia de industria y comercio.	Ministerio de protección social y creo que salud.
PRE 7	Fecha de fabricación y de vencimiento.	Las de vencimiento y creación.	Expedición y lote.	De expedición y de vencimiento.	Fechas de elaboración y vencimiento del mismo.	Expedición y lote.	Fecha de fabricación y fecha de vencimiento.	Fecha de fabricación y vencimiento.	Las de fabricación y las de vencimiento.	Fecha de elaboración, la de consumo preferente, y la de caducidad.	Expedición y vencimiento.	Expedición, vencimiento, "útilense hasta".
PRE 8	No se.	No se.	No se.	Cuando son productos naturales sin tratamientos	Productos 100% naturales?	No se.	Que sea un solo ingrediente y que se especifique en la cara principal.	Cuando es fórmula propia o secreta, algo así.	No las conozco.	Ni idea.	Que el alimento esté en estado puro. Ejemplo: agua	Uy ahí si no se que excepciones haya, pues en mi experiencia a uno le llegan los ingredientes y uno lo que puede hacer es revisar en la resolución esa que son los obligatorios.

Cuadro 11. Continuación respuestas al cuestionario 2

CUESTIONARIO 2												
	Participante 1	Participante 2	Participante 3	Participante 4	Participante 5	Participante 6	Participante 7	Participante 8	Participante 9	Participante 10	Participante 11	Participante 12
PRE 9	No se.	No estoy segura.	No se.	No se.	No se.	No se.	No se.	De mayor a menor contenido.	Caveita que en orden alfabético.	Imagino yo, normas internacionales.	Ni idea.	Creo que es por pesos y en como son agregados al producto de menos a más (creo).
PRE 10	No se.	No estoy segura.	No se.	No se.	No se.	No se.	Debe ser especificada en el empaque.	No se.	Los elementos que contiene el producto, por ejemplo si son alimentos perecederos y sus conservantes tienen menor fecha.	Ni idea.	Ni idea.	No tengo idea alguna, pues si uno se fija cuando vence el jamón de los sandwiches si vence hoy, hay cachita de casi una semana para seguir comiéndolo sin morir jajajaja.
PRE 11	No se.	No se.	No se.	No se.	No se.	No se.	No se.	Creo que es el decreto 3075 de 1997.	No se.	Ni idea.	Registro Inmua 19 12207.	El 374
PRE 12	No se.	Un código que debe seguirse para un óptimo manejo y distribución del producto.	No se.	Códigos que regulan los productos alimenticios.	No se.	No se.	No se.	Es un listado de normas internacionales para los alimentos.	No se.	Enserio? Ni idea!	xxx	Son las normas recogidas de productos de consumo alimenticio.

Cuadro 12. Continuación respuestas al cuestionario 2

CUESTIONARIO 2												
	Participante 1	Participante 2	Participante 3	Participante 4	Participante 5	Participante 6	Participante 7	Participante 8	Participante 9	Participante 10	Participante 11	Participante 12
PRE 13	No se.	Que sea comestible y no sea dañino o perjudicial para la salud.	No se.	No se.	No se.	No se.	Tener ingredientes regulados por la comisión de sanidad y tener registro sanitario.	Que aporte al organismo humano los nutrientes y la energía necesaria para el desarrollo de los procesos biológicos.	No se según la ley, pero a mi criterio, no deben causar ningún perjuicio a la salud ó generar algún efecto minse.	Que se apto para consumo humano, que cumpla con el registro INVIMA, que estén claros los ingredientes utilizados, etc.etc.	Que no atente con la salud de las personas y no afecte el medio ambiente y que cumpla todas las leyes de registros, simbología, cuadro alimenticio y esas cosas.	Usa no se, el contenido y descripción del rotulaj
PRE 14	No se.	Si.	No se.	No se.	Que no es un producto natural.	No se.	Debe ser especificado de manera clara que el producto contiene ASPARTAME.	Creo que si.	No se.	Ni idea.	Ni idea.	Al aspartame se le pone otro nombre que es como del grupo al que pertenece creo se pone fenilalanina o fenilalanina no recuerdo bien, algo así lombana me ensenó jaja
PRE 15	Empaque primario (contiene el producto directamente). Empaque secundario (contiene al primario). Empaque terciario (para transportar y demás).	No se.	No se.	No se.	Rígidos: - flexibles - papel/cartón crevo.	No se.	No se.	Creo que si.	No se.	No sabe, no responde.	xxx	Embalaje terciario, el que lleva muchas cosas: cantidades grandes y contiene al secundario y sirve para distribuir y no se dañen - Embalaje secundario, son las cajas que llevan los productos repartidos por docenas y así, las cajas de cartón, y eso - empaes, es el que lleva el producto, sea bolsa flexible o botella o caja plegable etc.
PRE 16	No se.	Por el símbolo.	No se.	A través del símbolo de reciclable o cuidado al medio ambiente.	No se.	No se.	A través de símbolos que deben ser mostrados de manera clara en el empaque.	No se.	No se.	Con símbolos alusivos al buen uso de los residuos y la invitación a depositarlos en canecas especiales para su recolección y posterior reciclaje.	Reciclaje.	Pues tengo entendido que según las revisiones previas del producto y luego que este está listo con respecto a empaes, se vuelve a revisar de que coincida y pueda salir al mercado, si alguno falla sancionan.

Cuadro 13. Respuestas al cuestionario 3

CUESTIONARIO 3												
	Participante 1	Participante 2	Participante 3	Participante 4	Participante 5	Participante 6	Participante 7	Participante 8	Participante 9	Participante 10	Participante 11	Participante 12
PRE 1	Marca, tipo de producto, peso neto, algún slogan o distintivo e información como lugar y fecha de fabricación, contacto, vencimiento, modo de uso y símbolos relacionados con el medio ambiente.	El nombre del producto, la marca, la compañía, tabla nutricional, ingredientes, fechas de vencimiento y creación, símbolos necesarios, peso.	Supongo que diga NATURAL.	No sé.	Creo que los textos están completos en términos y condiciones.	Si lleva otro componente fuera de la miel, miel, calorías, vitaminas.	Nombre del producto, peso neto, ingredientes, fecha de vencimiento, información nutricional, información de reciclaje y manejo de empaque para su adecuado deshecho.	Fecha de emvasado y vencimiento, peso del producto, composición, nombre y características.	Debe incluir la tabla nutricional, el registro sanitario, advertencias, normas ambientales, marca registrada, datos de contacto, código de barras e información del producto y finalmente el peso y recomendaciones si la empresa lo desea.	Según la etiqueta emvasado: - Título o logotipo - Slogan - Información destacada o balazo - Peso del contenido - Ingredientes - Tabla nutricional - Indicaciones de consumo y contraindicaciones - Fecha de elaboración, caducidad y consumo preferente. - Registro INYMA.	Nombre del producto que es, de donde proviene región donde está ubicada la aplicación, datos de conservación, peso, donde fue producido y empaquetado, número de servicios al cliente, registro sanitario, código de barras, fecha de vencimiento, de e a p e c i o n . - Nombre de la compañía y si es manipulada con otros químicos agregar ingredientes, instrucciones de uso.	Nombre del producto que me queda un poquito difícil ver bien la imagen de la botella, cruzo por encima que veo, sobrecarga de información, problemas tipográficos y de contraste, posible problema de legibilidad y legibilidad, creo que no hay buena distribución de los elementos de la etiqueta pero no estoy seguro al no ver la botella en físico, no alcanzo a ver bien los textos legales, creo que puede faltar el tipo de emase y sus propiedades, no veo el registro sanitario, pero como digo, no alcanzo a ver bien la imagen.
PRE 2	Tiene entre de diagramación, legibilidad, marca, tipografía, el diseñador no tuvo en cuenta las dimensiones de las caras del emase, en la principal se alcanzan a ver los laterales de la etiqueta.	Muchos elementos que saturan y no dan un enfoque claro en cuanto a la información.	Poco contraste entre el texto y el fondo, por lo tanto se pierden las letras.	Poca legibilidad y lecturabilidad de los atributos e indicaciones del producto, poco contraste entre la imagen y el texto.	El problema en la etiqueta está en la jerarquía de los textos, porque ingredientes, nutrición y demás condiciones están en un segundo o tercer plano de interés.	Color en la tipografía, tamaño en la tipografía, creo que no se entiende bien la abaja y si no tiene por detrás fotos los símbolos de reciclaje.	No veo una tabla nutricional marcada, ni los símbolos adecuados para su correcto deshecho, tampoco veo foto de barras, además de que el nombre excede el ancho del frente del producto lo que hace que se pierda un poco en exhibición.	En el frente se ven objetos de la parte de atrás como tabla nutricional y código de barras, además de que el nombre excede el ancho del frente del producto lo que hace que se pierda un poco en exhibición.	No aparecen las normas ambientales, ni la tabla nutricional. No se ve la marca registrada, ni se alcanza a ver el número de registro sanitario.	En la parte estética y de diseño muchos. Ejemplos: - En la parte de diagramación no se jerarquiza el contenido de mayor importancia para el consumidor. - En cuanto a las tipografías utilizadas no se tiene en cuenta los factores legibilidad y lecturabilidad. - Los elementos gráficos utilizados en el fondo de la etiqueta no permitan una buena lectura de la información planteada. -Etc.	Forma del empaque que demasiado común a lo que ya existe, parece que toda la información se encuentra condensada en la parte de adelante por lo que hay saturación de contenido, información desorganizada, manejo de diferentes tipografías por lo que genera mucho peso visual, que al final solo se va a leer el nombre y lo demás se ignora porque causa fastidio. No hay armonía con texto y la imagen que se presenta en el fondo, mucho manejo de color, de tonalidades fuertes, demasiado común al de su competencia, por lo tanto no se destacaría de los demás.	
PRE 3	En la cara principal debe ir la marca del producto, el nombre descriptivo del producto, el peso neto y una imagen si se quiere.	El nombre del producto, la marca madre, e peso y algo alusivo al producto (no es necesario).	No tengo ni idea.	Logos, logo de la línea, Nombre del producto, cantidad, slogan.	Peso que marca, condiciones, cantidad, beneficios.	Nombre, lo que es el producto, presentación, sugerida si lo necesita, fecha de vencimiento.	El nombre del producto, descripción adecuada, peso neto, nombre del fabricante.	Peso, nombre, descripción del producto.	Nombre del producto (registrado), marca madre registrada, Peso del producto en la porción que se va a consumir al producto.	Marca gráfica, slogan, Información del peso del producto, información destacada (pos del producto), etc.	Nombre (marca), peso de donde proviene, nombre de la empresa, nombre de lo que es, en este caso sería "miel de abejas".	

Anexo F. Cuadros: tablas de frecuencia estadística

Tabla 1. Respuestas al cuestionario 1

ANÁLISIS DE RESULTADOS - TABLA CUESTIONARIO 1			
PREGUNTAS	SI	NO	NO SE
1. ¿El registro de marca es obligatorio para todo producto? ¿Existen excepciones?.	10	2	0
2. ¿Los diseñadores de empaques en general pueden causar algún perjuicio a los productores, según las omisiones que incurran?.	12	0	0
3. ¿Los convenios y acuerdos internacionales afectan la presentación de los productos de exportación al área andina a otro país no latinoamericano?.	9	0	3
4. ¿Existe una exigencia taxativa en el lenguaje que se debe usar en los empaques de acuerdo a la ley?.	9	0	3
5. ¿Un producto alimenticio con aditivos puede ser declarado natural?.	2	8	2
6. ¿Usted sabe a qué se refiere la resolución 5109 de 2011?.	2	5	5
7. ¿Si un producto es reempacado esta información debe ir en el envase?.	8	1	3
8. ¿Conoce las reglamentaciones especiales que se deben tener en cuenta para suministrar la información adecuada de los productos?.	4	7	1
9. ¿Hay alguna diferencia en cuanto a las exigencias en la presentación de productos ya sean importados o producidos en el país?.	9	1	2
10. ¿Los alimentos envasados pueden su rotulado referirse a propiedades medicinales?.	3	2	7
11. ¿Las sustancias que no se consumen separadamente, pero que se agregan al alimento y afectan sus características deben ser incluidas en los ingredientes señalados en la tabla nutricional del empaque?.	8	1	3
	76	27	29

Tabla 2. Respuestas en porcentajes al cuestionario 1

ANÁLISIS DE RESULTADOS - TABLA CUESTIONARIO 1			
Tabla correspondiente a % de respuestas sí, no, ó "no se" en los 12 participantes			
PREGUNTAS	SI	NO	NO SE
1. ¿El registro de marca es obligatorio para todo producto? ¿Existen excepciones?	83,3%	16,6%	0 %
2. ¿Los diseñadores de empaques en general pueden causar algún perjuicio a los productores, según las omisiones que incurran?	100%	0%	0%
3. ¿Los convenios y acuerdos internacionales afectan la presentación de los productos de exportación al área andina a otro país no latinoamericano?	75%	0%	25%
4. ¿Existe una exigencia taxativa en el lenguaje que se debe usar en los empaques de acuerdo a la ley?	75%	0%	25%
5. ¿Un producto alimenticio con aditivos puede ser declarado natural?	16,6%	66,6%	16,6%
6. ¿Usted sabe a qué se refiere la resolución 5109 de 2011?	16,6%	41,6%	41,6%
7. ¿Si un producto es reempacado esta información debe ir en el envase?	66,6%	8,3%	25%
8. ¿Conoce las reglamentaciones especiales que se deben tener en cuenta para suministrar la información adecuada de los productos?	33,3%	58,3%	8,3%
9. ¿Hay alguna diferencia en cuanto a las exigencias en la presentación de productos ya sean importados o producidos en el país?	75%	8,3%	16,6%
10. ¿Los alimentos envasados pueden su rotulado referirse a propiedades medicinales?	25%	16,6%	58,3%
11. ¿Las sustancias que no se consumen separadamente, pero que se agregan al alimento y afectan sus características deben ser incluidas en los ingredientes señalados en la tabla nutricional del empaque?	66,6%	8,3%	25%

Tabla 3. Respuestas al cuestionario 2

ANÁLISIS DE RESULTADOS - TABLA CUESTIONARIO 2			
PREGUNTAS	AFIRMATIVA	NEGATIVA	OTRAS
1. Si un envase es plástico, ¿Cuáles son los símbolos de protección del medio ambiente que debe tener?.	10	2	0
2. ¿Qué puede pasar con un producto sin registro sanitario?.	8	2	2
3. ¿Qué requisitos debe cumplir un producto importado?.	3	0	9
4. ¿Cómo se maneja en el diseño de los empaques el peso de un producto?.	4	0	8
5. ¿En qué artículo de la constitución política colombiana se hace alusión al rotulado de alimentos?.	0	1	11
6. En el estado colombiano, ¿A qué ministerio le compete la expedición de normas reguladoras en la presentación de alimentos?.	3	4	5
7. ¿Cuáles son las fechas que deben aparecer en el empaque?.	12	0	0
8. ¿Cuáles son las excepciones para no colocar lista de ingredientes?.	4	1	7
9. ¿Cuál es el criterio para ordenar los ingredientes de un producto?.	2	2	8
10. ¿Qué disposiciones rigen sobre fechas de vencimiento?.	0	3	9
11. ¿Qué decreto regula la obligatoriedad del registro sanitario?.	0	3	9
12. ¿Qué es CODEX ALIMENTARIO?.	0	4	8
13. Para denominar ALIMENTO a una sustancia comercializada como tal, ¿Qué características debe cumplir según la ley?.	2	0	10
14. Cuando a un alimento le sea adicionado ASPARTANTE como edulcorante, ¿Qué nombre se le debe colocar en el rótulo que denote este contenido?.	1	2	9
15. ¿Cuáles son los tres estratos o embalajes de empaques?.	3	0	9
16. ¿De qué manera está regulada la preservación del medio ambiente en la disposición final de los envases?.	4	1	7
	56	136	

Tabla 4. Respuestas en porcentajes al cuestionario 2

ANÁLISIS DE RESULTADOS - TABLA CUESTIONARIO 2				
Tabla correspondiente a % de respuestas +, -, ó "no se" en los 12 participantes				
PREGUNTAS	CORRECTA	INCORRECTA	OTRAS	SUBTOTAL (Inco. + otras)
1. Si un envase es plástico, ¿Cuáles son los símbolos de protección del medio ambiente que debe tener?.	83,3%	16,6%	0 %	16,6%
2. ¿Qué puede pasar con un producto sin registro sanitario?.	66,6%	16,6%	16,6%	32,12%
3. ¿Qué requisitos debe cumplir un producto importado?.	25%	0%	75%	75%
4. ¿Cómo se maneja en el diseño de los empaques el peso de un producto?.	33,3%	0%	66,6%	66,6%
5. ¿En qué artículo de la constitución política colombiana se hace alusión al rotulado de alimentos?.	0%	8,3%	91,6%	99,9%
6. En el estado colombiano, ¿A qué ministerio le compete la expedición de normas reguladoras en la presentación de alimentos?.	25%	33,3%	41,6%	75%
7. ¿Cuáles son las fechas que deben aparecer en el empaque?.	100%	0%	0%	0%
8. ¿Cuáles son las excepciones para no colocar lista de ingredientes?.	33,3%	8,3%	58,3%	66,6%
9. ¿Cuál es el criterio para ordenar los ingredientes de un producto?.	16,6%	16,6%	66,6%	83,2%
10. ¿Qué disposiciones rigen sobre fechas de vencimiento?.	0%	25%	75%	100%
11. ¿Qué decreto regula la obligatoriedad del registro sanitario?.	0%	25%	75%	100%
12. ¿Qué es CODEX ALIMENTARIO?.	0%	33,3%	66,6%	99,9%
13. Para denominar ALIMENTO a una sustancia comercializada como tal, ¿Qué características debe cumplir según la ley?.	16,6%	0%	83,3%	83,3%
14. Cuando a un alimento le sea adicionado ASPARTANTE como edulcorante, ¿Qué nombre se le debe colocar en el rótulo que denote este contenido?.	8,3%	16,6%	75%	91,6%
15. ¿Cuáles son los tres estratos o embalajes de empaques?.	25%	0%	75%	75%
16. ¿De qué manera está regulada la preservación del medio ambiente en la disposición final de los envases?.	33,3%	8,3%	58,3%	66,6%

Tabla 5. Respuestas al cuestionario 3

ANÁLISIS DE RESULTADOS - TABLA CUESTIONARIO 3			
PREGUNTAS	SUFICIENTE	EXCELENTE	INSUFICIENTE
1. Según la imagen que usted ve, ¿Qué texto debe ir en el empaque?.	3	2	7
2. ¿Qué errores encuentras en la imagen de este producto?.	3	0	9
3. ¿Qué elementos deben ir ubicados en la cara principal del empaque?.	2	0	10
	10		26

Tabla 6. Respuestas en porcentajes al cuestionario 3

ANÁLISIS DE RESULTADOS - TABLA CUESTIONARIO 3				
Tabla correspondiente a % de respuestas suficiente, excelente e incorrecta en los 12 participantes				
PREGUNTAS	SUFICIENTE	EXCELENTE	INSUFICIENTE	SUB TOTAL sufic. + excel.
1. Según la imagen que usted ve, ¿Qué texto debe ir en el empaque?.	25%	16,6%	58,3%	41,6%
2. ¿Qué errores encuentras en la imagen de este producto?.	25%	0%	75%	25%
3. ¿Qué elementos deben ir ubicados en la cara principal del empaque?.	16,6%	0%	83,3%	16,6%

Anexo G. Figuras

Figura 1. Gráfica de distribución de valores del cuestionario 1

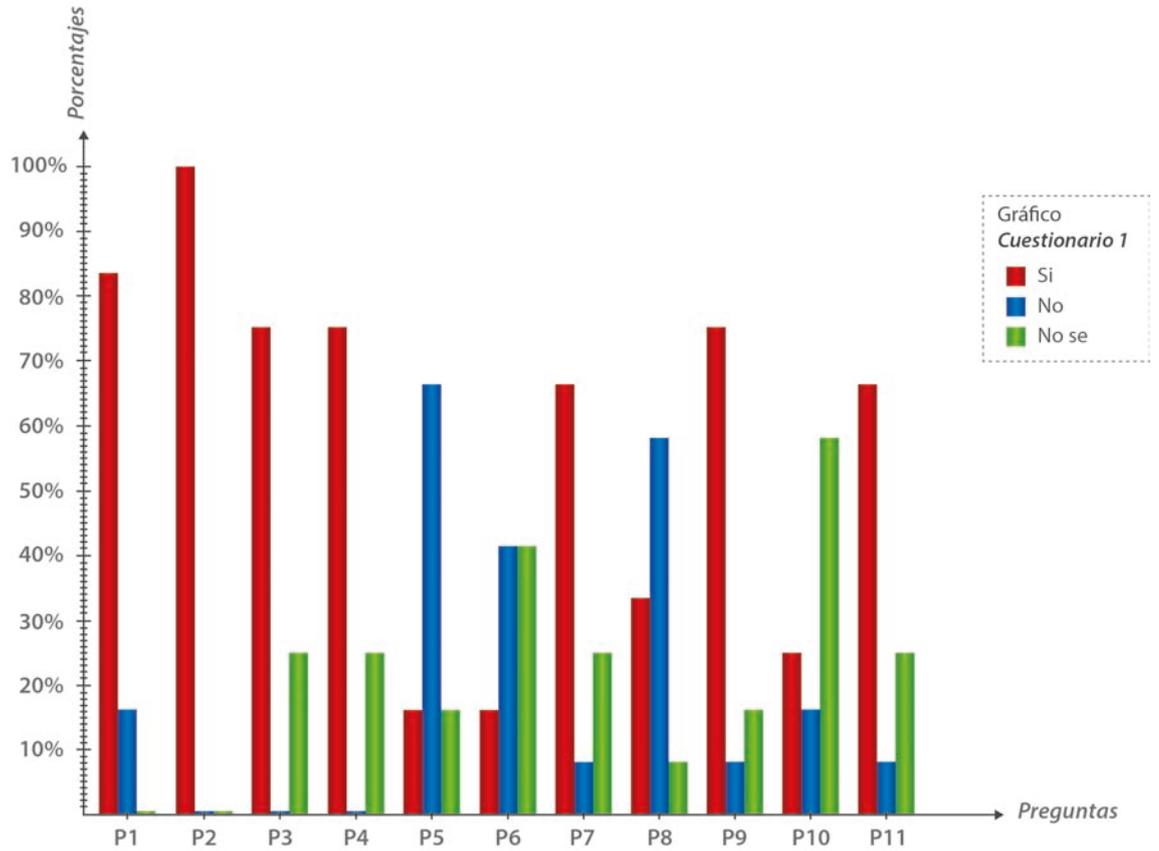


Figura 2. Gráfica de distribución de valores del cuestionario 2

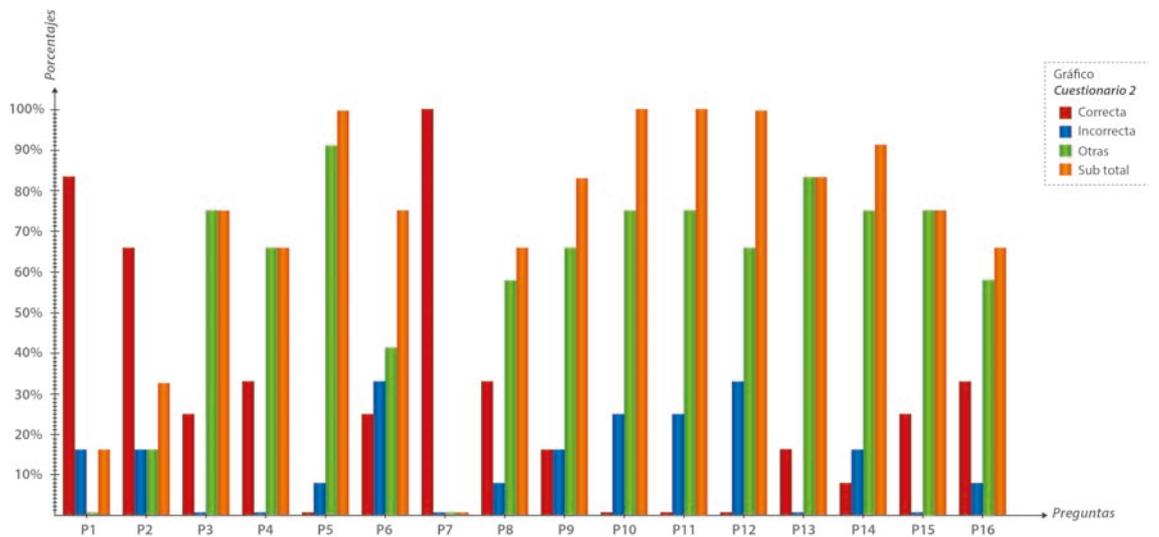


Figura 3. Gráfica de distribución de valores del cuestionario 3

