



# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE:**

**INGENIERIA EN DISEÑO GRÁFICO**

**TEMA: MANUAL DE DISEÑO DE ETIQUETAS BAJO LA NORMATIVA  
ECUATORIANA**

**AUTOR: LUIS HERNAN ALLAICA YANCHALIQUIN**

**TUTOR METODOLÓGICO: PHD. VALERIA YARAD JEADA**

**TUTOR TÉCNICO: MG. JOSÉ VERGELIN**

**AÑO: 2018 -2018**

## **AGRADECIMIENTO**

*“Dad gracias en todo, porque esta es la voluntad de DIOS para con vosotros en Cristo Jesús” 1 Tesalonicenses 5:18*

Agradezco a la Universidad Israel y a su personal académico, especialmente al área de Artes y Humanidades, por haber sido una guía constante en mi proceso de formación y ante todo a los maestros: Mg. Darío Arboleda, Mg. Diego Machado, Mg José Vergelin Mg. Silvia Arciniegas, Mg. Valeria Yarad, que me apoyaron de manera oportuna con sus conocimientos y consejos.

También quiero agradecer a la empresa Fullservices y a sus directivos, por el apoyo constante y la oportunidad de formar parte de su compañía durante el proceso que me lleva el día de hoy a culminar con mis estudios.

## DEDICATORIA

*“Adquiere sabiduría, adquiere inteligencia; no te olvides ni te apartes de las palabras de mi boca.”* Proverbios 4:5

A Dios por la vida que me da y permitirme culminar mis estudios.

A mi madre, Luzmila Yanchaliquin, por alentarme permanentemente y no permitir que desfallezca, por tenerme siempre presente en sus oraciones y por estar cada día velando por mí.

A mis hermanos Henry y Marco por su apoyo inquebrantable, para animarme a salir adelante, y que a pesar de los problemas que nunca faltan entre hermanos han sabido ser mi ayuda constante.

A mi gran amiga y hermana en Cristo, Gabriela Mazón, quien me ha demostrado que nuestra amistad es sincera.

Finalmente, dedico este trabajo de titulación a todos los hermanos de la Iglesia por sus consejos, a los amigos y personas que han formado parte de mi vida.

## RESUMEN

El presente proyecto propone la creación de un manual para elaborar etiquetas de alimentos con el propósito de que sea usado por diseñadores gráficos, debido a la falta de documentos que detallen la información que existe actualmente. Se toma como prioridad cada una de las normativas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) para la elaboración del rotulado y etiquetado de productos alimenticios de consumo humano.

Dentro de los objetivos se detecta la problemática actual que tiene el diseñador gráfico en la elaboración de etiquetas, del mismo modo se presenta la fundamentación teórica para el desarrollo del material visual, así como las piezas gráficas de las etiquetas y, por último, se determinan los componentes para el buen uso del manual.

Para desarrollar el siguiente trabajo de titulación se recopiló información relevante a través de la metodología cuantitativa, aplicada por medio de encuestas, a diseñadores gráficos profesionales encargados de la elaboración de etiquetas de productos alimentarios, que trabajan para empresas privadas, mini Pymes y de *freelance*.

El manual va a reflejar en su contenido cada uno de los componentes indispensables a la hora de elaborar una etiqueta para alimentos, por consiguiente, aborda desde la colocación de la imagen corporativa del producto, el tamaño o proporciones de la etiqueta hasta el semáforo nutricional del mismo. Obteniendo como resultado, para el diseñador gráfico, una guía precisa y adecuada para la correcta elaboración de su trabajo y un producto de mayor calidad.

Palabras Claves: Diseño, Color, Manual, Etiquetas, Catálogo

## **ABSTRACT**

The present project proposes the creation of a manual to elaborate food labels with the purpose of being used by graphic designers, Due to the lack of information that currently exists. Each of the regulations established by the Ecuadorian Institute for Standardization ( INEN ) for the elaboration of labels and labeling of food products for human consumption is taken as a priority.

Within the objects the current problema that the graphic designer has in the elaboration of labels is detected, in the same way the theoretical foundation por the development of the visual material is presented, as well as the graphic pieces of the labels and, finally, they are determined the components for the proper uses of the manual. To develop the following titulation proyect, information was collected through quantitative methodology, applied through surveys, to profesional graphic designers responsable for the elaboration of labels of food products, working for private companies, mini SMES and freelancers.

The manual will reflect in its content each of the components of the indispensables components at the time of elaborating a food label, therefore, it addresses from the placement of the corporate image of the product, the size or proportions of the label to the nutritional samaphore of the same. Obtaining as a result, for the graphic designer, an accurate and adequate guide for the correct elaboration of his work and a higher quality product.

Keywords: Design, Color, Manual, Labels, Catalog

## ÍNDICE

AGRADECIMIENTO .....	I
DEDICATORIA.....	II
RESUMEN.....	III
ABSTRACT.....	IV
ÍNDICE.....	V
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
Introducción .....	1
<b>OBJETIVO GENERAL:</b> .....	3
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	3
<b>Justificación</b> .....	3
CAPÍTULO I.....	4
<b>Marco Teórico</b> .....	4
Etiquetas de Alimento a Nivel Mundial.....	4
Etiquetado Obligatorio de los Alimentos - Mundial .....	4
Ejemplo a nivel europeo: Caso España sobre etiquetado .....	5
<b>Etiquetado en América del Sur</b> .....	5
<b>Normativa INEN de Ecuador</b> .....	6
Etiquetado de productos alimenticios en Ecuador .....	7
Introducción de Etiquetado y Packaging.....	7
Etiqueta para productos alimenticios.....	8
<b>Etiqueta Promocional</b> .....	8
<b>Packaging Primario</b> .....	9
<b>Packaging Secundario</b> .....	9
<b>Packaging Terciario</b> .....	9
<b>¿Qué es un Manual?</b> .....	9
<b>Diseño Editorial</b> .....	10
<b>Uso de tipografías</b> .....	10
<b>Uso de imágenes</b> .....	10
<b>El color</b> .....	10

<b>La retícula.....</b>	<b>11</b>
<b>Investigaciones Previas.....</b>	<b>11</b>
CAPÍTULO II.....	12
<b>Marco Metodológico y Diagnósticos de Necesidades .....</b>	<b>12</b>
<b>Enfoque Metodológico .....</b>	<b>13</b>
Población, unidades de estudio y muestra .....	13
<b>Métodos y técnicas empleadas.....</b>	<b>15</b>
<b>Análisis de la Encuesta.....</b>	<b>15</b>
CAPÍTULO III.....	22
<b>Desarrollo del Producto .....</b>	<b>22</b>
<b>Propuesta y conceptualización.....</b>	<b>22</b>
<b>1. Diseño de contenido.....</b>	<b>22</b>
<b>2. Machote .....</b>	<b>23</b>
<b>3. Diagramación.....</b>	<b>23</b>
<b>3.3.1 Banderines de Títulos .....</b>	<b>26</b>
<b>3.3.2 Pie de Página .....</b>	<b>27</b>
<i>Figura 14 Pie de pagina .....</i>	<i>27</i>
<b>3.3.3 Números de Páginas.....</b>	<b>27</b>
<b>3.3.4 Cuadrados de información .....</b>	<b>27</b>
<i>Prensa de color digital Xerox 700i / 700 .....</i>	<i>36</i>
CONCLUSIONES.....	39
RECOMENDACIONES.....	40
BIBLIOGRAFIA.....	41
ANEXOS .....	44

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1. Etiquetas en América del Sur y México</b> .....	6
<b>Figura 3. ¿Conoce usted sobre el diseño de envases y etiquetas?</b> .....	16
<b>Figura 4. ¿Tiene conocimiento de la normativa INEN?</b> .....	17
<b>Figura 5. ¿Porcentaje de conocimiento de la normativa INEN?</b> .....	18
<b>Figura 6. ¿Por qué medio conoció la normativa INEN?</b> .....	19
<b>Figura 7. ¿Qué tan presente tiene la normativa INEN al momento de diseñar las etiquetas?</b> .....	20
<b>Figura 8. ¿Al momento de diseñar usted tomó como referencia alguna otra etiqueta ya realizada?</b> .....	21
<i>Figura 9. Diagrama de machote</i> .....	23
<b>Figura 10. Diagrama de retícula</b> .....	25
<b>Figura 11. Diagrama de páginas maestras</b> .....	25
<b>Figura 12. Banner derecho</b> .....	26
<b>Figura 13. Banner izquierdo</b> .....	26
<b>Figura 14. Pie de página</b> .....	27
<b>Figura 15. Numeración derecha</b> .....	27
<b>Figura 16. Numeración izquierda</b> .....	27
<b>Figura 17. Item de las etiquetas de las infografías</b> .....	28
<b>Figura 18. Páginas internas del manual</b> .....	28
<b>Figura 19. Contenido del manual</b> .....	28
<b>Figura 20. Portada del manual</b> .....	29
<b>Figura 21. Uso tipográfico</b> .....	30
<b>Figura 22. Paleta cromática del manual</b> .....	31



## **Introducción**

En la actualidad se utilizan las etiquetas, delanteras y posteriores, de los productos alimentarios como una guía para los consumidores. Este etiquetado tiene la intención de comunicar las principales características de lo que se va a consumir en cada producto, así pues, se puede también valorar la calidad del alimento en cuestión. De ahí parte que sea importante realizar el rotulado alimentario con etiquetas que reúnan las condiciones y características necesarias, por ejemplo: deben ser claras y concisas con la información que emplean, pero sobre todo deben indicar las propiedades que desea saber el consumidor, en concreto fecha de elaboración y vencimiento, calidad del producto, condiciones de conservación, entre otras cosas. Es decir que se espera que la etiqueta alimentaria ayude a la clientela como un elemento de gran importancia al aportar información muy útil del producto alimenticio que va a comprar y en consiguiente a consumir, como indica Thompson (2017):

Thompson, (2017) Menciona “que el etiquetado de un producto que puede estar visible en el empaque y/o adherida al producto mismo que brinda al cliente información que le permita, identificar el producto mediante su, marca o diseño; de igual manera indicaciones del uso o conservación, precauciones, nombre del fabricante, procedencia, fecha de fabricación y de vencimiento, entre otros datos de interés que dependen de las leyes o normativas vigentes para cada industria o sector” (p. 323).

Al investigar los procesos de elaboración de etiquetas se han observado varios factores negativos. En primer lugar, la desinformación de las normas INEN sobre el etiquetado de los productos alimenticios, que ocasiona que los diseñadores encargados de los procesos de elaboración de etiquetas tengan información errada. En segundo lugar, se encuentra la falta de interés, por parte de los diseñadores gráficos, de investigar las nuevas normas establecidas, para la creación de las etiquetas en los productos alimenticios, que se mantienen hoy en día en el Ecuador. En tercer lugar, al no poseer una guía que sirva de soporte visual no se realizan etiquetas que sean del agrado del diseñador, el jefe de producción y del equipo de marketing. Y finalmente la mayor parte de empresas, de productos alimenticios, prefieren establecer un ahorro en el gasto de la creación de

etiquetas para sus productos, por consiguiente, se observan varias carencias de información para el consumidor de los productos que se encuentran en el mercado.

Al obtener todos estos factores negativos, se analizan los efectos que provocan cada uno de ellos. Por un lado, el desconocimiento sobre los nuevos elementos gráficos visuales que ayudan a mantener una guía estándar sobre los procesos de elaboración de etiquetas, conlleva a que los productos y sus referentes informativos no estén vigentes bajo las normativas y técnicas de etiquetado actuales. Por otro lado, el diseñador gráfico es la fuente primordial para la creación de etiquetas, por lo tanto, debe estar actualizado en los diferentes temas que subyacen en la elaboración del etiquetado para productos alimenticios, con el propósito de proporcionar ideas innovadoras en la creación de las etiquetas y empaques, cumpliendo a cabalidad las normativas que establece el país.

Los productos alimenticios mantienen varios elementos implícitos. El diseñador debe utilizar soportes gráficos como guía de elaboración en el proceso de etiquetado, pero al no poseer estos elementos se crean artes gráficas inservibles que carecen de diseño, estilización y proporcionan información errónea sobre el proceso de elaboración de los productos. Un factor primordial, al momento de diseñar un empaque (packaging), debe ser cumplir con todas las normativas INEN que establece el Ecuador. Este debe contener información importante como el área de la etiqueta, el semáforo correspondiente a cada producto, fecha de preparación y los demás elementos informativos notables que contenga el producto.

Etirapid en su blog (<https://etirapid.com/etiquetas-de-productos-para-alimentos/>) afirma que: hoy en día es obligatorio tener en cuenta todas las medidas importantes para garantizar que los productos que son consumibles y que se comercializan en territorio nacional contengan los requisitos necesarios en su etiquetado, con el fin de garantizar los aspectos de información comercial más importantes y así lograr una efectiva y sana protección del consumidor.

## **PROBLEMA**

¿Cómo informar a los diseñadores gráficos el uso correcto de las normativas INEN del proceso de elaboración de etiquetas de productos alimenticios?

## **OBJETIVO GENERAL:**

Diseñar un manual bajo las normativas vigentes de etiquetado para los diseñadores gráficos en la elaboración de etiquetas de productos alimenticios en el Ecuador en el año 2018 - 2018.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Diagnosticar la problemática actual sobre el uso de etiquetas y el empleo de las normativas INEN vigentes.
- Fundamentar teóricamente desde el diseño gráfico el material visual y piezas gráficas para la creación de etiquetas sobre productos alimenticios en el Ecuador.
- Determinar los componentes del manual para el uso de los diseñadores gráficos.

## **Justificación**

El presente proyecto tiene como propósito fundamental informar a los diseñadores gráficos todas las normativas vigentes que establece la legislación, para que cumplan con el uso correcto de las etiquetas, en los diferentes productos alimenticios, que se mantienen en el Ecuador. Asimismo, tiene la intención de aportar al crecimiento de empresas por medio del desarrollo de diferentes esquemas de diseño, en el uso de las etiquetas, para poder ofertar a los consumidores la información necesaria a través de las mismas, en otras palabras, dar a conocer por medio del manual diferentes diseños que puedan atraer a los compradores, no únicamente a observar sino a leer todo el contenido que ofrece el producto.

## CAPÍTULO I

### Marco Teórico

#### **Etiquetas de Alimento a Nivel Mundial**

El etiquetado de los alimentos constituye el principal medio de comunicación de los productos alimenticios. Las normas y directrices del Codex Alimentarius son aplicadas en productos y categorías de productos las cuales son publicadas en formato compacto para permitir el uso y la implementación por parte de los gobiernos, dando como seguridad a cada producto y facilita la exportación internacional. (FAO, 2018).

#### **Etiquetado Obligatorio de los Alimentos - Mundial**

En la etiqueta de alimentos preenvasados, según sea aplicable al comestible que ha de ser etiquetado, excepto cuando expresamente se indique otra cosa en una norma individual del Codex: el nombre debe indicar la verdadera naturaleza del alimento y normalmente tiene que ser específico y no genérico, y deberá aparecer la siguiente información:

- Cuando se hayan establecido uno o varios nombres para un alimento, en una norma del Codex, se debe utilizar por lo menos uno de estos nombres.
- En otros casos se utilizará el nombre prescrito por la legislación nacional.
- Cuando no se disponga de tales nombres se tendrá que manejar un nombre común o usual consagrado por el uso corriente, como término descriptivo apropiado, que no induzca a error o engaño al consumidor.
- Se podrá emplear un nombre “acuñado”, “de fantasía”, “de fábrica”, o de una “marca registrada”, siempre y cuando vaya acompañado de uno de los nombres indicados en las disposiciones.
- En la etiqueta junto al nombre del alimento o muy cerca del mismo aparecerán las palabras o frases adicionales necesarias para evitar que se induzca cualquier error o engaño al consumidor, con respecto a la naturaleza y condición física auténticas que se incluyen en el alimento, pero estas no se limitan al tipo de medio de cobertura, la forma de presentación, su condición o el tipo de tratamiento al que ha sido sometido, por ejemplo, deshidratación, concentración, reconstitución, ahumado (Organización Mundial de la Salud, 2007).

## **Ejemplo a nivel europeo: Caso España sobre etiquetado**

En España la normativa del etiquetado, de la descripción de las propiedades nutritivas de los productos alimenticios, está regulado por el Real Decreto 930/1992 del 17 de julio. El Real Decreto define “etiquetado sobre propiedades nutritivas” a toda información que aparezca en la etiqueta en relación con el valor energético y los nutrientes como son: proteínas, hidratos de carbono, grasas, fibra alimentaria, sodio, vitaminas y sales minerales. Siendo de carácter voluntario siempre y cuando, no se haga mención de que el producto posee propiedades nutritivas o de carácter saludable, en dicho caso, las modalidades de información en el etiquetado sobre propiedades nutritivas corresponderán bien al grupo 1, o bien al grupo 2. Valor energético (KJ y Kcal). Cantidad de proteínas (g), hidratos de carbono (g) y grasas (g).

- Valor energético (KJ y Kcal). Cantidad de proteínas (g), hidratos de carbono (g), azúcares (g), grasas (g), ácidos saturados (g), fibra alimentaria (g) y sodio (g)

Wärnberg et al. (2014)

## **Etiquetado en América del Sur**

En general el etiquetado frontal nutricional es un medio prometedor que influye en los consumidores y presenta diferentes alternativas u opciones de alimentos envasados, que se exhiben en el mercado, para mejorar la dieta de una población con creciente de sobrepeso y obesidad. Ecuador y Chile han implementado el etiquetado frontal como estrategia de salud pública, sin embargo, aún no existe evidencia de la evaluación y monitoreo de estas estrategias. Otros países como Argentina y Perú están haciendo esfuerzos para introducir regulaciones; pero a la fecha, los proyectos de ley no han sido aprobados (FAO, 2009)



Figura 1. Etiquetas en América del Sur y México

Elaborado por: Rpp noticias

Recuperado de: <http://vital.rpp.pe/expertos/como-es-el-etiquetado-de-alimentos-en-latinoamerica-grafica-noticia-1001919>

### Normativa INEN de Ecuador

La norma NTE INEN 1334-1 del Instituto Ecuatoriano de Normalización, establece los requisitos mínimos que deben cumplir los rótulos o etiquetas en los envases o empaques en que se expenden los productos alimenticios para consumo humano. Esta norma se aplica a todo producto alimenticio procesado, envasado y empaquetado que se ofrece como tal para la venta directa al consumidor (Norma Técnica Ecuatoriana, 2014).

## **Etiquetado de productos alimenticios en Ecuador**

Ecuador es el primer país en el mundo que implementó el etiquetado gráfico de tipo semáforo de manera obligatoria, con el fin de garantizar el Derecho Constitucional de las personas a la información oportuna, clara, precisa y no engañosa, sobre el contenido y características de los alimentos, que permita al consumidor la correcta elección para su adquisición y consumo. En la actualidad existen muchos medios para elegir los productos, debido a que, se ha desarrollado una forma de comunicación clara y amigable en el país, cumpliendo con la normativa legal. “La información de nuestras etiquetas se compone de varios elementos: el sistema gráfico (semáforo nutricional), la lista de ingredientes, la tabla nutricional y la fecha de caducidad” (Paho, 2012)

En el sistema gráfico, cada color hace referencia a una clasificación, que se establece por la cantidad de azúcares, grasa y sal que contiene cada 100g o 100ml de producto: ALTO contenido en rojo, MEDIO contenido en amarillo y BAJO contenido en verde. Los productos reconstituidos, como el polvo de cacao más leche, se evalúan en la forma final de consumo, es decir, una vez que ha sido “preparado”. Algunos productos como el café o la leche no muestran sistema gráfico, ya que en su composición no se ha adicionado grasa, azúcar o sodio.

- Azúcares: Se refiere a los azúcares simples: azúcar añadida (sacarosa), lactosa (azúcar natural de la leche) y fructosa (azúcar natural de las frutas).
- Grasa: Grasa total del producto.
- Sal: Se evalúa en base al contenido de sodio del producto (INEN, 2015).

## **Introducción de Etiquetado y Packaging**

En los últimos años el concepto de empaque ha pasado de ser de un simple contenedor a un elemento multifuncional de mucha trascendencia en la vida del producto. La importancia del empaque ha sido revalorada y considerada en su justa proporción, teniendo hoy una trascendencia estratégica en la concepción de los mercados de consumo y no únicamente de contenedor, una protección o un elemento que facilita el empleo, la dosificación y el manejo del producto. Además, se ha convertido en un promotor sobresaliente en las ventas de los productos alimenticios. En este contexto la etiqueta autoadherible se ha transformado en una

relevante herramienta de mercadotecnia y en uno de los medios de ornato de empaques que ha demostrado mayor crecimiento en los últimos años. El etiquetado del producto es sumamente versátil y ha sabido adaptarse a un mercado de cambios constantes, ofreciendo soluciones atractivas, funcionales y rentables (Magdaleno, 2008).

### **Etiqueta para productos alimenticios**

La etiqueta es la pegatina que se encuentra junto a cualquier producto, o su embalaje, y proporciona información como ingredientes o componentes, fabricante, lugar y fecha de fabricación, o forma de uso, entre otros aspectos que varían dependiendo del bien que se vende. La etiqueta es una parte fundamental del producto, sirve para identificar, describir, diferenciar, dar un servicio al cliente y cumplir con las leyes, normativas o regulaciones establecidas para cada producto (Joan, 2017).

### **Etiqueta Informativa**

Proporciona asesoría de conveniencia a los clientes, como: renombre o marca, de lo que está formado o sus componentes, recomendaciones o método de uso, nacionalidad y fabricante. Estas etiquetas son las que generalmente cumplen con la vigencias, normativas o regulaciones para cada industria o sector. Su función acerca del producto es explicativa hacia el consumidor, para que estos no sean estafados.

### **Etiqueta Promocional**

Se utiliza para llamar la atención de los posibles compradores, ya sea con ilustraciones, con frases que exalten ciertas características del producto u ofertando alguna promoción que se obtenga al comprar el producto. Aquí la comunicación no es lo principal, más bien es atraer al mayor número de personas exclusivamente con la visualización de la etiqueta.



## **Packaging Primario**

Contiene al producto en su presentación básica o individual. Un ejemplo son las latas, botellas, bolsas de plástico, etc. El empaque debe contener su etiqueta con todas las especificaciones pertinentes (marca, logotipo, peso, producto, especificaciones del mismo, país de origen, código de barras.), este producto es un vendedor silencioso, ya que gracias a la forma y lo llamativo del envase, se logra la venta directamente con el consumidor (Pérez, 2012, p.37).

## **Packaging Secundario**

Es un complemento, pues agrupa varios envases primarios y su función principal es proteger el producto para mantener un buen manejo, distribución y almacenamiento del mismo. Por ejemplo, cajas de cartón, canastas, guacales, entre otros. Estos embalajes deben de ir marcados con la cantidad de unidades que transporta, especificaciones especiales, peso, entre otros (Pérez, 2012, p.37).

## **Packaging Terciario**

Son los utilizados para transportar o almacenar grandes cantidades de productos secundarios, como son los contenedores, cajas alambradas, estibas de madera. Este tipo de embalajes se ocupa para exportación/importación de productos. Y deben de cumplir con las regulaciones y normas arancelarias pertinentes (Pérez, 2012, p.37).

## **¿Qué es un Manual?**

Según Duhalt (2014) el manual es: “ un documento que contiene en forma ordenada y sistemática información y/o instrucciones sobre historia, política, procedimientos, organización de un organismo social, que se consideran necesarios para la mejor ejecución del trabajo, se vale de un lenguaje simple, empleado en textos, imagen, diagramas y esquemas, detalladas y explicadas las funciones y las opciones disponibles del contenido”.

## **Diseño Editorial**

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación (Ghinaglia, 2009 p 3).

## **Tipografía**

Juárez, (2011) Menciona “que la tipografía es una disciplina del diseño gráfico estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica del mensaje verbal. El diseñador gráfico en su tarea cotidiana debe conocer las familias tipográficas para poder expresar correctamente la idea que requiere conceptuar. Existen diferentes ejemplos de tipografías, sobre todo en la Internet, y su elección cumple usualmente con los parámetros establecidos en los corporativos (p.7)

## **La imagen**

El ser humano se ha ido adaptando a vivir en una sociedad dominada por los signos, los iconos o las representaciones gráficas que suelen estar relacionadas con un carácter comunicativo. Al desarrollar la propuesta creativa del manual se establece el uso de imágenes, como un referente demostrativo, con un estilo vanguardista. En efecto, se utilizarán varias iconografías que se inserten según lo ameriten, en una página completa, media página o un cuarto de página; de forma vertical u horizontal, y se tomará en cuenta que algunas imágenes estarán acompañadas de diseños y textos cortos, sean estos titulares o subtítulos.

## **El color**

El color se puede decir que es simple y a la vez complejo, porque significa distintas cosas para diversas personas en cultura diferentes, es decir, ningún color es visto del mismo modo por dos personas insertas en culturas diferentes, ya que es personal y puede enviar mensajes de inagotable variedad (Bernis 2009, p.17). Tomando en cuenta el tema de investigación se ha establecido que los colores serán variados, se escogerán los mismos de acuerdo al tema a tratar en cada sección, dado que no se quiere incurrir en un manual monótono e inoportuno para el lector. Para seleccionar los colores se hará una prueba de color, para examinar los estándares de calidad que se va manejar, en el proceso de impresión.

### **La retícula**

La retícula subdivide la página vertical y horizontal en márgenes, columnas, espacios entre columna, líneas de texto y espacios entre bloques de texto e imágenes. Estas subdivisiones son la base de un enfoque modular sistemático de la maquetación, aplicable especialmente a documentos de varias páginas, lo cual acelera el proceso de diseño y garantiza la coherencia visual de las páginas relacionadas entre sí (Romero, 2012).

La retícula en el manual se inicia desde la creación de la estructura jerárquica, esto ayuda a ordenar coherentemente todos los elementos de la composición, destacando los fundamentos importantes en el proceso de etiquetado.

### **Investigaciones Previa**

Por lo que respecta a investigaciones previas se han encontrado tres tesis elaboradas que servirán al presente trabajo como fuente de información para su elaboración. La primera tesis es: *“Utilización del etiquetado nutricional por semáforo en bebidas procesadas por parte de los compradores adultos, que realizan sus compras en un supermercado del centro de Quito en los meses de octubre-noviembre del 2015”*. Esta tesis planteó como objetivo general el análisis de la utilidad del nuevo etiquetado nutricional por semaforización en bebidas procesadas. (Iza, 2015)

La siguiente tesis es: *“Análisis del impacto de las etiquetas de alimentos procesados que se a realizado en el año 2015”*, realizada por estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito, su objetivo central fue analizar el impacto de las etiquetas de alimentos procesados, plantea la problemática actual y a su vez proporciona medidas ejecutables y confiables para el correcto uso del impacto que poseen la etiquetas en el mercado (De Sousa, 2015). Por ultimo se encuentra la tercera tesis: *“Estudio del impacto en la decisión de compra de las amas de casa del sur de la ciudad de Guayaquil, frente a la información que se presenta en el etiquetado semáforo nutricional en los empaques de productos procesados, implementado por la (arcsa) en Ecuador”*. Con las presentes fuentes de investigación e información referentes al tema central de este trabajo de titulación se obtienen bases para inquirir, analizar y desarrollar nuevas estrategias en el proceso de etiquetado y que se cumpla con toda la normativa INEN (Pérez, 2016).

## **CAPÍTULO II**

### **Marco Metodológico y Diagnósticos de Necesidades**

## Enfoque Metodológico

Por lo que respecta al siguiente trabajo de titulación, está basado en un estudio descriptivo de enfoque cuantitativo, pues se recolectarán datos y componentes para seguido realizar un análisis y medición de los mismos. La investigación se realizará mediante una encuesta de preguntas cerradas, la cual está orientada a ser desarrollada por diseñadores gráficos y *freelance* profesionales que trabajan en el diseño de etiquetas de productos alimenticios. La técnica de recolección de datos informativos que se va a realizar ayudará a mostrar los diversos conocimientos y opiniones, en cuanto a obtener un compendio que facilite el desarrollo y elaboración de etiquetas de productos alimenticios en el Ecuador. El informe de los resultados obtenidos será analizado y procesado para tener una guía relevante, que sirva para la creación del manual de etiquetas y oriente su diseño bajo las normativas técnicas que se requieren en el país.

## Población, unidades de estudio y muestra

La población está constituida por los diseñadores de Quito que trabajan en: empresas privadas, mini Pymes y como *freelance* que se encuentran dedicados a la elaboración de etiquetas de productos alimenticios. De esta población de 10 empresas y mini Pymes se tomará a un diseñador por cada una y a 15 diseñadores *freelance*, dicho de otro modo, para la muestra se tomará intencionalmente a 25 diseñadores gráficos en total, dedicados a la elaboración de etiquetas de productos alimenticios, para el desarrollo de la investigación.

En la selección de profesionales de empresas y mini Pymes se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Empresas privadas y de alcance local.
- Que el diseñador tenga más de 2 años de servicio en la misma empresa.

<b>NOMBRE</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>AÑOS DE EXPERIENCIA</b>
DAVID NAVARRO	CORPORACION FAVORITA	6 AÑOS
CARLOS GARCIA	LECHERA ANDINA	5 AÑOS

ELIZABETH ARAQUE	REYBAMPAK	4 AÑOS
PABLO MOLINA	AMAZONAS FOOD	5 AÑOS
XAVIER YANAYACU	DULACS	5 AÑOS
RICARDO PUJOTA	LACTEOS YAZNAN	6 AÑOS
ANDREA GRIJALVA	CORPORACION FAVORITA	3 AÑOS
JOHANNA ESPINOZA	PRONACA	4 AÑOS
DAVID FLORES	PRODUCTOS ZUU	3 AÑOS
DIANA MUÑOZ	LACTEOS SAN PABLO	5 AÑOS

Para la selección de los diseñadores *freelance* se tendrá en cuenta:

- Que posean estudios superiores.
- Que tengan más de 2 años de experiencia en el área.

<b>NOMBRES</b>	<b>FREELANCE</b>	<b>AÑOS DE EXPERIENCIA</b>
LILIAN CUMBAL VERGARA	INDEPENDIENTE	4 AÑOS
JOSFO ANDRANGO	INDEPENDIENTE	3 AÑOS
MISHELL CAIZA	INDEPENDIENTE	3 AÑOS
ANTONIO ORTIZ	INDEPENDIENTE	4 AÑOS
RICARDO PUJOTA	INDEPENDIENTE	6 AÑOS
STEVEN PEREZ	INDEPENDIENTE	3 AÑOS
JESSICA OSPINA	INDEPENDIENTE	2 AÑOS
JHONNY TERAN	INDEPENDIENTE	3 AÑOS
DAVID LANDA	INDEPENDIENTE	4 AÑOS
DARIO ARBOLEDA	INDEPENDIENTE	6 AÑOS
SILVIA ARSINIEGAS	INDEPENDIENTE	5 AÑOS
WILLIAN RAMIREZ	INDEPENDIENTE	2 AÑOS
ANA CASTILLO	INDEPENDIENTE	4 AÑOS
PAUL CUEVA	INDEPENDIENTE	8 AÑOS
GUSTAVO BARRAGAN	INDEPENDIENTE	7 AÑOS

**Indicadores o categorías a medir**

La encuesta está basada en varias preguntas cerradas, sobre el conocimiento de la normativa técnica de etiquetado de Ecuador. De acuerdo a la necesidad de estudio para nuestro proyecto se realizó la encuesta a expertos en la materia y en la creación de etiquetas, y se sustrajo información acerca del:

- Conocimiento de la normativa ecuatoriana.
- Medio por el cual conocen las normativas ecuatorianas.
- Formato para la aplicación de la normativa ecuatoriana.
- Proceso de validación de propuesta gráfica.

### **Métodos y técnicas empleadas**

Se ha llevado a cabo el método estadístico y como técnica la encuesta, con la intención de que la encuesta sea capaz de dar respuestas a los problemas planteados, tanto en términos descriptivos como de relación de variables y, tras la recogida de la información sistemática, se asegure el rigor de la información obtenida. Siendo aplicada a diseñadores gráficos para conocer cómo realizan y diseñan las etiquetas, el conocimiento que poseen y como aplican el mismo en la ejecución de las normativas ecuatorianas. El propósito fundamental es obtener datos estadísticos de la aplicación de la Normativa INEN, al responder ciertas preguntas relacionadas con el tema de la elaboración de etiquetas para productos alimenticios en la ciudad de Quito.

## **ORGANIZACIÓN Y TABULACIÓN DE DATOS**

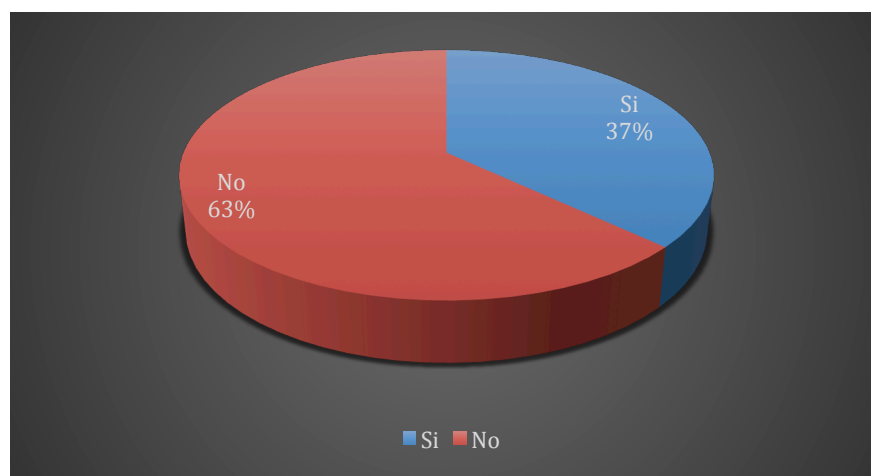
### **Análisis de la Encuesta**

A continuación, se presenta la tabulación de las encuestas realizadas. La encuesta estuvo conformada de 6 preguntas cerradas y se la realizó a un grupo de 25 diseñadores gráficos, que trabajan para las industrias alimenticias que se dedican a la creación de etiquetas de productos alimenticios.

#### **1.- ¿Conoce usted sobre el diseño de envases y etiquetas?**

Sí                      No

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	37%
No	15	63%
<b>Total</b>	25	100%



**Figura 2. ¿Conoce usted sobre el diseño de envases y etiquetas?**

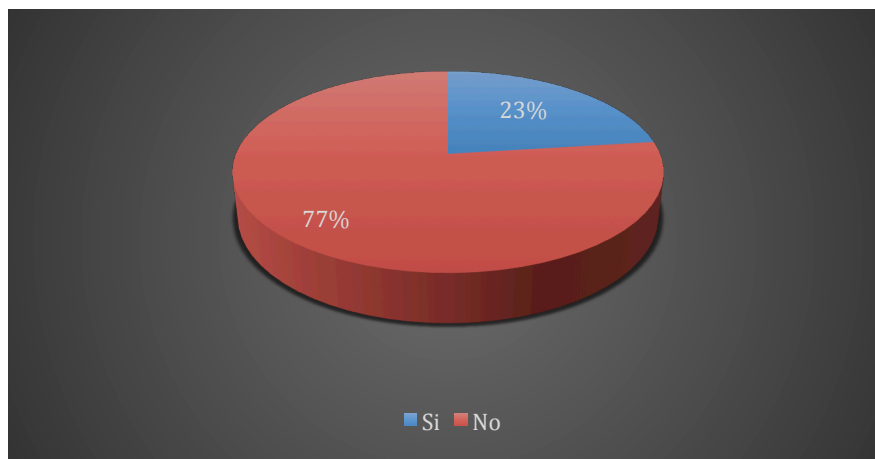
Interpretación: la mayoría de personas encuestadas consideran que no tienen conocimientos sobre el diseño de envases y etiquetas, mientras que la minoría reconoce saber del tema.

**2.- ¿Tiene conocimiento de la normativa INEN?**

Sí                      No

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	23%
No	20	77%
<b>Total</b>	25	100%





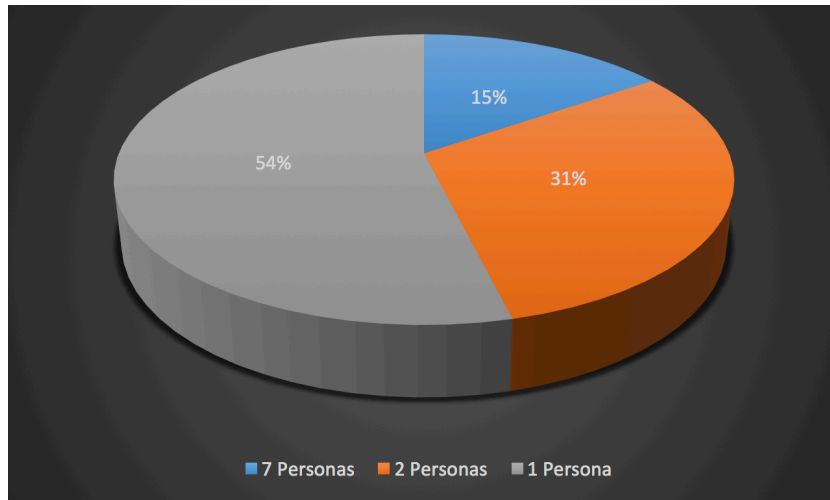
**Figura 3. ¿Tiene conocimiento de la normativa INEN?**

Interpretación: el 77% de los profesionales encuestados demuestran que no poseen los conocimientos necesarios de las normas INEN para realizar un etiquetado de alimentos debido. Por esa razón se ha desarrollado una guía para el correcto etiquetado que esté regulado por las normativas INEN.

**3.- ¿Porcentaje de conocimiento de la normativa INEN?**

.....%

Opciones	Frecuencia	Conocimiento	Porcentaje
Personas	12	10%	15%
Personas	8	20%	31%
Persona	5	35%	54%
<b>Total</b>	25		100%



**Figura 4. ¿Porcentaje de conocimiento de la normativa INEN?**

Interpretación: todos los profesionales encuestados poseen conocimientos mínimos sobre las normativas INEN para elaborar etiquetas de alimentos.

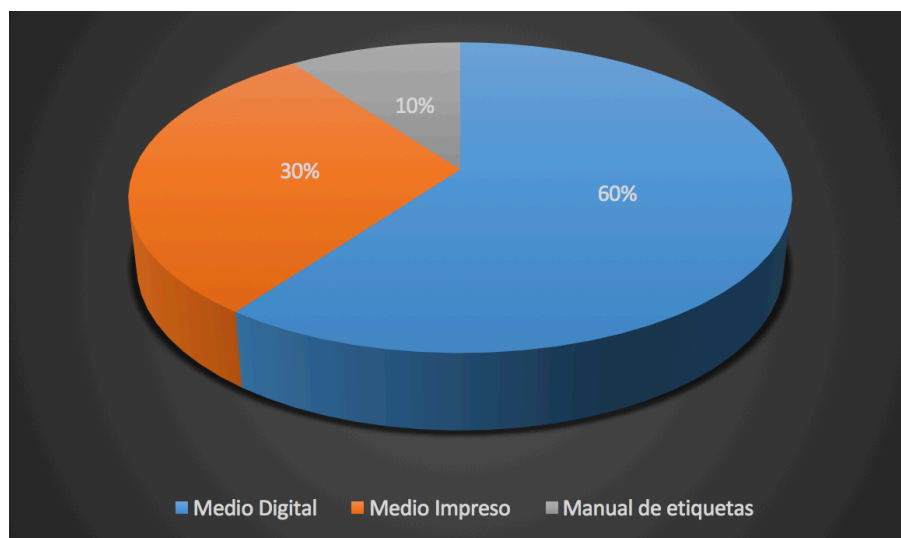
**4.- ¿Por qué medio conoció la normativa INEN?**

Medio digital

Medio Impreso

Manual de etiquetas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Medio Digital	16	60%
Medio Impreso	7	30%
Manual de Etiquetas	2	10%
<b>Total</b>	25	100%



**Figura 5. ¿Por qué medio conoció la normativa INEN?**

Interpretación: la mayor parte de los encuestados ha obtenido información mediante los medios digitales y solo un pequeño porcentaje lo ha obtenido por medio de manuales de etiquetas. Por tal motivo el proyecto está enfocado en la elaboración de un manual y también catálogo, para que sea una ayuda rápida y accesible de información sobre la elaboración de etiquetas.

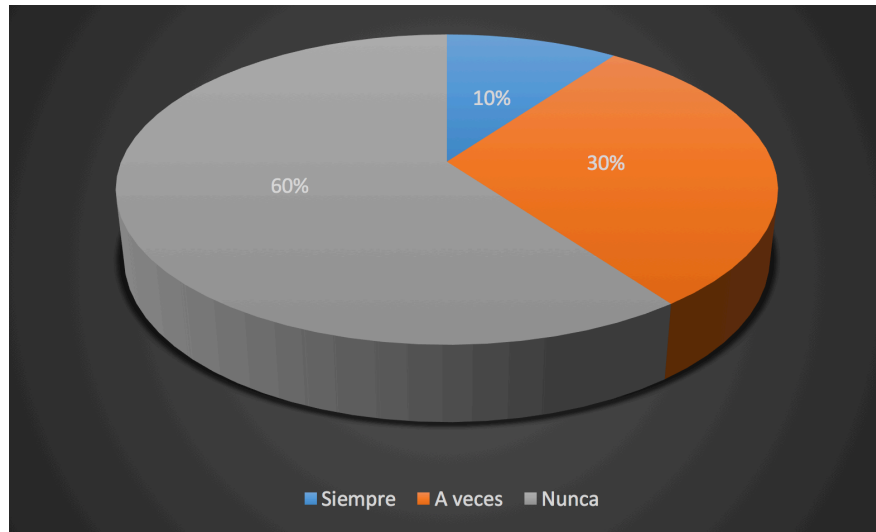
**5.- ¿Qué tan presente tiene la normativa INEN al momento de diseñar las etiquetas?**

Siempre

A veces

Nunca

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	10%
A veces	6	30%
Nunca	15	60%
<b>Total</b>	25	100%



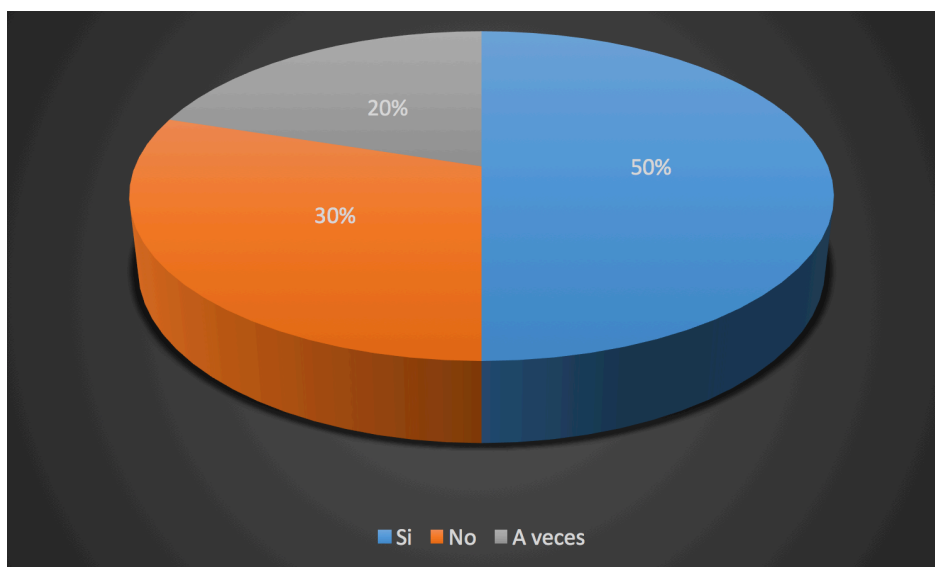
**Figura 6. ¿Qué tan presente tiene la normativa INEN al momento de diseñar las etiquetas?**

Interpretación: la mayor parte de encuestados no se rigen a las normas INEN establecidas para el correcto etiquetado del producto.

**6.- ¿Al momento de diseñar usted tomó como referencia alguna otra etiqueta ya realizada?**

Si    No    A veces

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
<b>Sí</b>	12,5	50%
<b>No</b>	8	30%
<b>A veces</b>	5,5	20%
<b>Total</b>	25	100%



**Figura 7. ¿Al momento de diseñar usted tomó como referencia alguna otra etiqueta ya realizada?**

Interpretación: al momento de diseñar una etiqueta de alimentos la mayoría de los encuestados toma como referencia de diseño, el modelo antes realizado y únicamente la minoría lo hace sin referencia.

### **Regularidades del Diagnóstico**

Luego de haber analizado e interpretado los gráficos sobre el conocimiento y la aplicación de las normativas INEN de etiquetado, podemos argumentar lo siguiente:

- El 70% de los diseñadores encuestados muestran un bajo nivel de conocimiento de las normas INEN, frente a un 30% de diseñadores que conocen y trabajan bajo la normativa generada por el Estado ecuatoriano.
- Los diseñadores conocen de manera regular de la normativa ecuatoriana.
- Existe una aplicación deficiente de la normativa INEN.
- El medio a través del cual se comunica la normativa INEN ecuatoriana es la prensa escrita y medios digitales.

Según varias opiniones de diseñadores gráficos existen muchas debilidades y/o carencias de información de la técnica y normativa de etiquetado en Ecuador. Por este motivo muchas empresas no pueden sacar su producto al mercado, debido a que no cumplen con el etiquetado correcto y los responsables de elaborar la etiqueta se basan en otros elementos gráficos ya existentes.

## CAPÍTULO III

### Desarrollo del Producto

#### Propuesta y conceptualización

Con la intención de proporcionar información técnica y gráfica para la correcta aplicación de las normas INEN en el etiquetado de productos alimenticios del país, se propone la elaboración y construcción de un manual de etiquetas. Dicho compendio proporcionará información visual y teórica de la normativa actual que rige en el Ecuador, en ese sentido se podrá observar de una manera gráfica cómo se debe aplicar cada elemento en la etiqueta. Tendrá a su vez explicaciones del porqué se utiliza cada elemento gráfico y la forma adecuada de ser representado según el tipo de alimento que se quiera comercializar. En general, este manual poseerá información detallada, de cada una de las partes fundamentales, del etiquetado preciso para los productos alimenticios.

#### 1. Diseño de contenido

Los contenidos del manual han sido desarrollados a partir de los resultados estadísticos recolectados en este trabajo de titulación. Con el propósito de detallar el diseño de su contenido se procede enseguida a exponer sus partes. Para comenzar se encuentra una introducción breve del manual, seguida del índice de temas con las respectivas numeraciones de sus páginas, más adelante se hallan las partes de cada gráfico de las etiquetas; además en cada cambio de sección se podrán visualizar fotografías referentes al argumento que continúa, las descripciones de los temas, las características y funciones específicas representadas mediante íconos gráficos, y por último todo el proceso detallado de manera clara y sencilla para la fácil interpretación de los futuros lectores, idealmente constituido para diseñadores gráficos.

A continuación, se presenta la estructura consolidada en el índice del contenido:

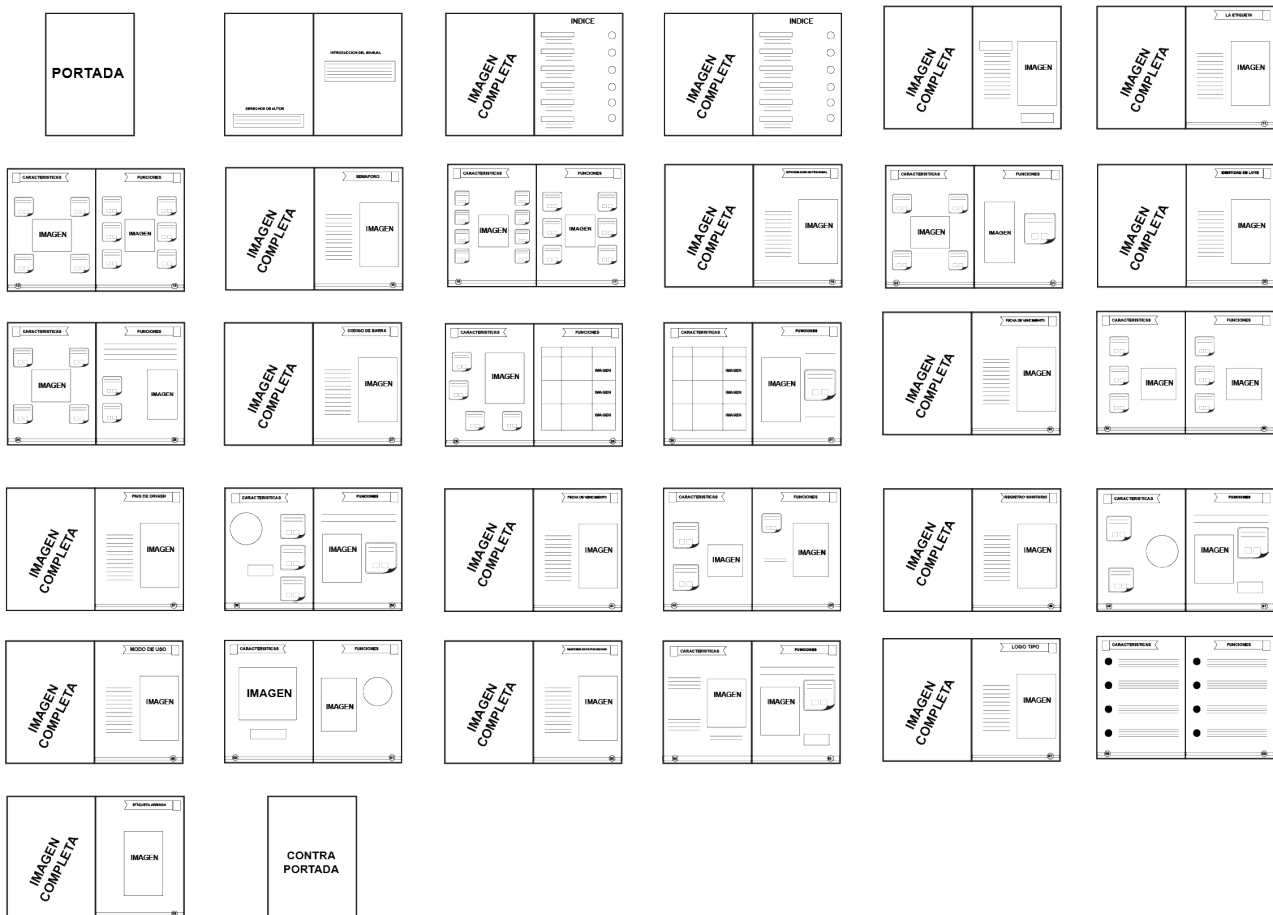
#### Partes de una etiqueta de productos alimenticios

- |                                  |                             |
|----------------------------------|-----------------------------|
| - <b>Etiqueta</b>                | - <b>País de origen</b>     |
| - <b>Semáforo</b>                | - <b>Ingredientes</b>       |
| - <b>Información nutricional</b> | - <b>Registro sanitario</b> |
| - <b>Identidad de lote</b>       | - <b>Modo de uso</b>        |
| - <b>Código de barras</b>        | - <b>Refrigeración</b>      |
| - <b>Fecha de vencimiento</b>    | - <b>Logo – marca</b>       |

Después de recolectar toda la información de contenido se empieza a establecer un formato prediseñado, es decir que se construirá un machote.

## 2. Machote

En la plantilla predeterminada se van a establecer los contenidos, el tamaño de las diferentes infografías, la numeración y la propuesta preliminar de páginas, los esquemas generales de diagramación, imágenes y texto. El machote es de gran utilidad, puesto que sirve como guía para la planificación del contenido y la distribución visual del manual.



**Figura 8. Diagrama de machote**

A partir del desarrollo del machote se trabajaron las propuestas preliminares del diseño de páginas y de diagramación general, de modo que se establecieron puntos generales tales como: retícula, páginas maestras, entre otros.

### **3. Diagramación**

Con la intención de distribuir los elementos determinados en cada página se da paso al proceso de diagramación o maquetación, para la construcción del manual. De esta manera se trabajó en aspectos como la retícula, el diseño de páginas maestras, la jerarquía visual de contenidos y los demás aspectos puntuales que conciernen al diseño de página.

A continuación, se van a revisar los siguientes aspectos:

- Retícula.
- Páginas maestras.

#### **3.1. Retícula**

Romero, (2012) Menciona que “La reticula subdivide la página vertical y horizontal en márgenes, columnas, espacios entre columna, líneas de texto y espacios entre bloques de texto e imágenes”. La retícula seleccionada es Jerárquica la cual nos permite unificar elementos impares para manuales y catálogos, para este manual se ha definido considerando los siguientes aspectos:

- formato de los contenidos textuales e infográficos y,
- formato de páginas.

a partir de esta consideración se propuso un trabajo a dos columnas guardando márgenes de medianil, reservando elementos como banderines de título y pie de página.

Columnas: 2

Medianil: 0,4233 cm

Tamaño: 25x21 cm

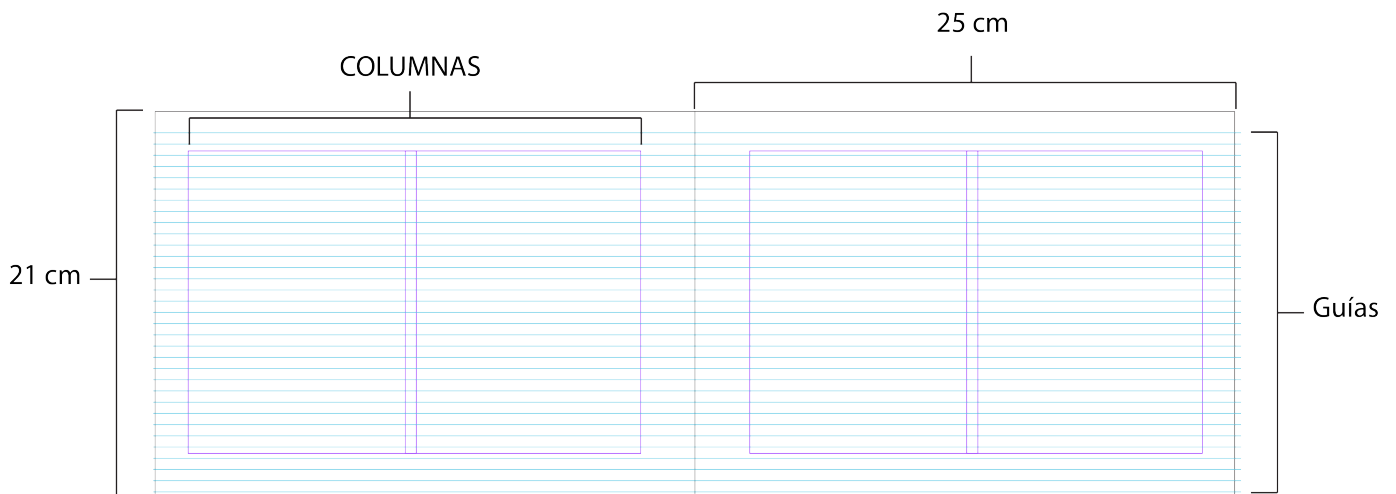
Margen superior: 2,2 cm

Margen inferior: 2,2 cm

Margen externo: 2,9 cm

Margen interno: 2,4 cm





**Figura 9. Diagrama de retícula**

### 3.2. Diseño de páginas maestras

Ghinaglia,(2009), Define que “Los objetos de una página maestra aparecen en todas las páginas con dicha página maestra aplicada pueden contener texto vacío o marcos de gráficos que sirven para posición en las páginas de documentos”. Los elementos definidos en el diseño de páginas maestras contienen: formato de página y márgenes, retícula general, los espacios reservados para elementos de títulos, subtítulos o similares, pie de página y folio.

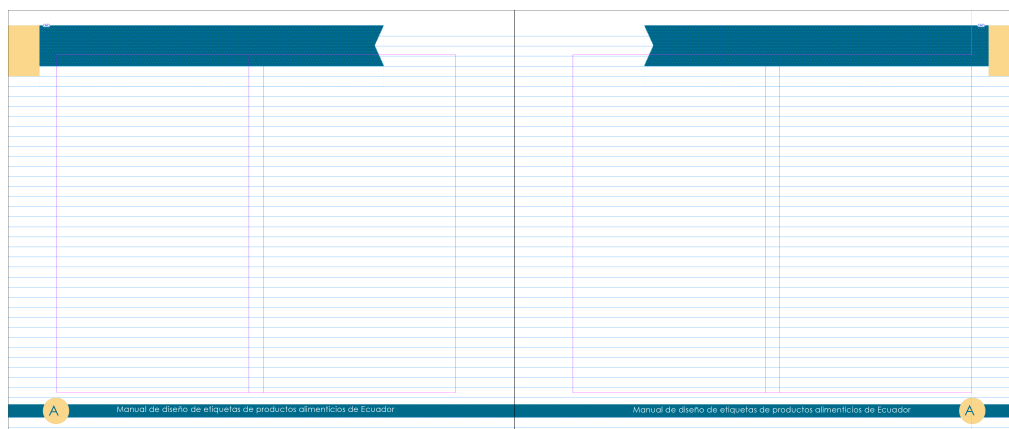
Los parámetros utilizados son:

**Margen superior:** 2,2 cm

**Margen inferior:** 2,2 cm

**Margen externo:** 2,9 cm

**Margen interno:** 2,4 cm



**Figura 2. Diagrama de páginas maestras**

### 3.3. Jerarquía visual de contenidos

La jerarquía visual ayuda a que la información presentada sea procesada de manera más sencilla, por lo que se procedió a organizar los contenidos con el objetivo de concebir en el lector una identificación rápida de los temas principales, a través de los siguientes elementos:

1. banderines,
2. pie de página,
3. cuadro de información, y
4. números de páginas

#### 3.3.1 Banderines de títulos

Perez (2016), Afirio “que la función del banner en un medio impreso como: manual, catalogo o revistas, anuncian el tema o titulo del tema que va ha contener”. Por ende se tomo para nuestro manual aplicar lo siguiente: para los títulos se empleó un banner en forma horizontal, con el fin de resaltar las características y funciones de cada ítem que corresponden a las etiquetas de productos alimenticios, así el diseñador podrá diferenciar cada pagina o sección que este revisando.

Tamaño: 18,5 x 2,5 cm



**Figura 3. Banner derecho**



**Figura 4. Banner izquierdo**

### 3.3.2 Pie de página

Para los pies de páginas se manejó una barra horizontal, para que el diseñador de etiquetas de productos alimenticios resalte el tema del trabajo a efectuar, y así siempre esté atento a lo que está revisando.

Tamaño: 25 x 0,5 cm



**Figura 5. Pie de página**

### 3.3.3 Números de páginas

En cuanto a la numeración de las hojas se utilizó un círculo sobre la barra del pie de página, con el propósito de resaltar el número, y este sea muy visible para los lectores.

Tamaño del círculo: 1 x 1 cm



**Figura 6. Numeración derecha**



**Figura 7. Numeración izquierda**

### 3.3.4 Cuadros de información

Para lo que se refiere a la descripción de cada fracción del contenido se recurrió a la utilización de un cuadrado con unas líneas entrecruzadas internamente y con la parte inferior de la esquina izquierda con un doblez desprendible.

Tamaño: 4x5 cm



Figura 8. Item de las etiquetas de las infografías

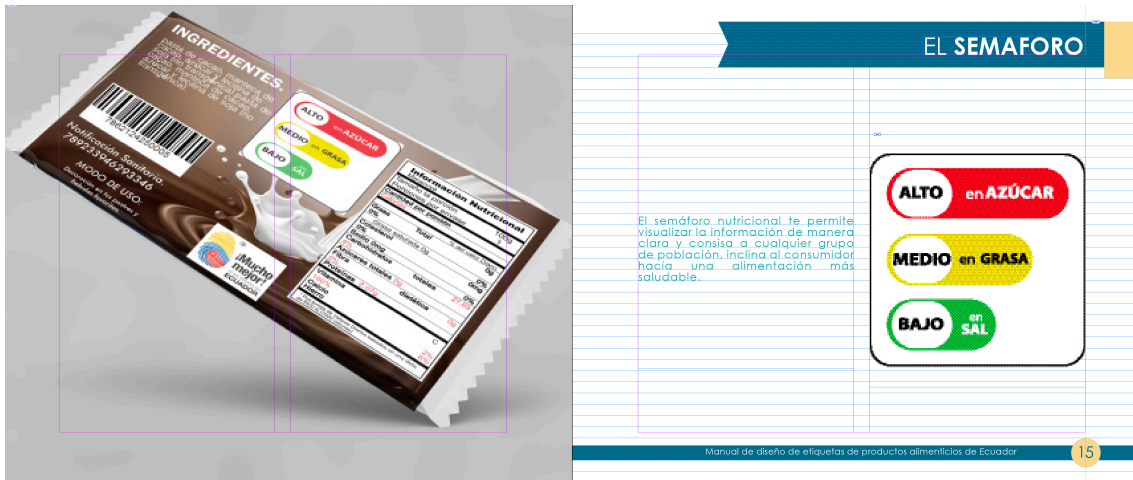


Figura 9. Páginas internas del manual

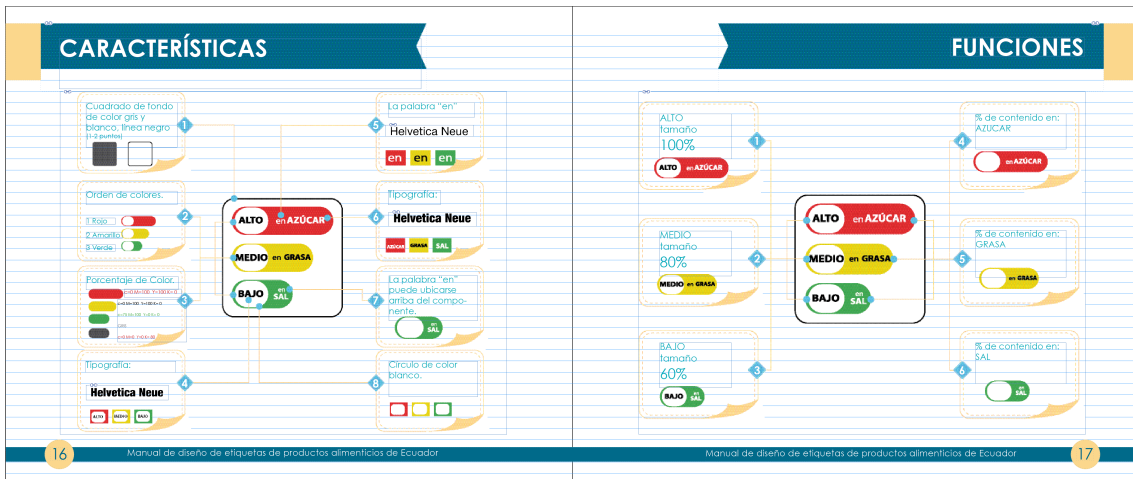


Figura 10. Contenido del manual

### 3.3.5. Diseño de portadas

Para la creación de la portada y contraportada del manual se trabajó en Adobe Ilustrador, y se tomó en cuenta todos los parámetros establecidos y los lineamientos de diseño. Se dio uso a la tipografía seleccionada y a la paleta de colores establecida en la fase creativa. También se utilizó el icono de un envase para demostrar el objetivo planteado, con la intención de resaltar las expectativas y el interés de los diseñadores gráficos.

Tamaño: 25 cm x 21 cm.

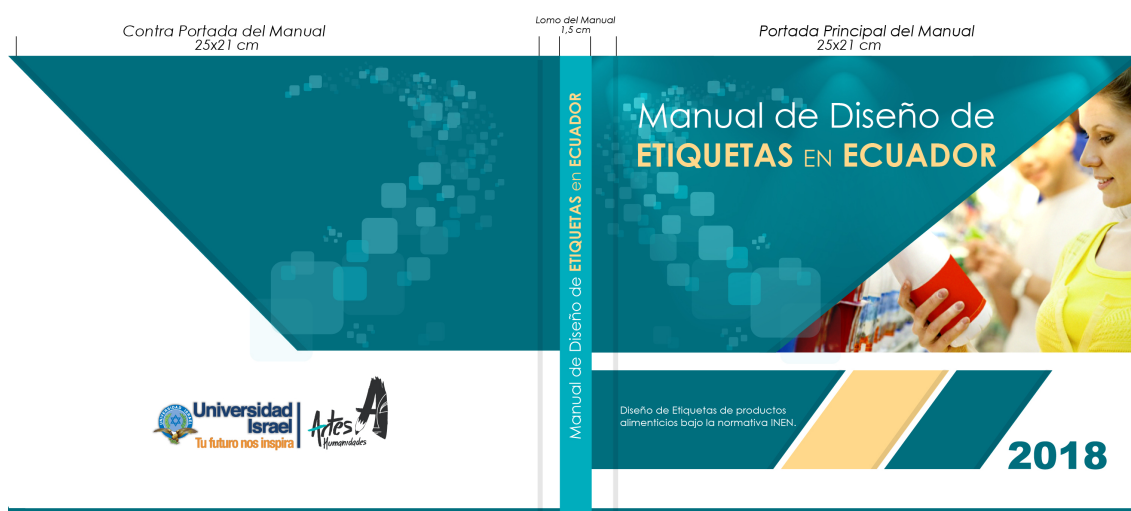


Figura 11. Portada del manual

### 3.3.6. Manejo tipográfico

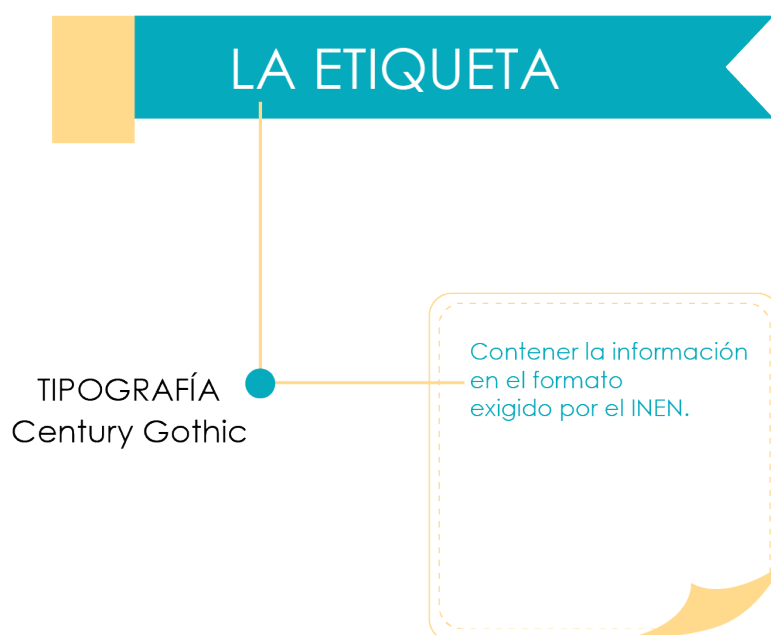
Juárez, (2011), Describió “la familia tipografica debe expresar correctamente la idea que requiere conceptuar”. La tipografía elegida Century Gothic, nos permite transmitir una mayor legibilidad del contexto, por eso es importante seleccionar el estilo adecuado para la función que se requiere. La fuente tipográfica Century Gothic está dentro de las categorías modernas en el presente siglo, siendo de las más utilizadas en la creación de artes gráficas. Con el uso de esta tipografía se logra mantener un aspecto dinámico, deliberado y a la vez conserva la elegancia y estética que requiere el manual, por este motivo fue elegida para su elaboración.

### Características de la tipografía Century Gothic:

Juárez, (2011) Informa que “la tipografía geométrica Sin Serif, elaborado en 1991. La tipografía Century Gothic aumentada la altura de la “X” y modificada ligeramente para asegurar una buena reproducción en los modernos sistemas digitales. Su diseño claro y limpio nos permite la legibilidad en cualquier tamaño y su amplia gama de estilos le da la resistencia para prosperar en cuerpos de texto”.

- Tamaño de títulos 30 pt
- Tamaño de cada párrafo 12 pt
- Tipografía – Century Gothic

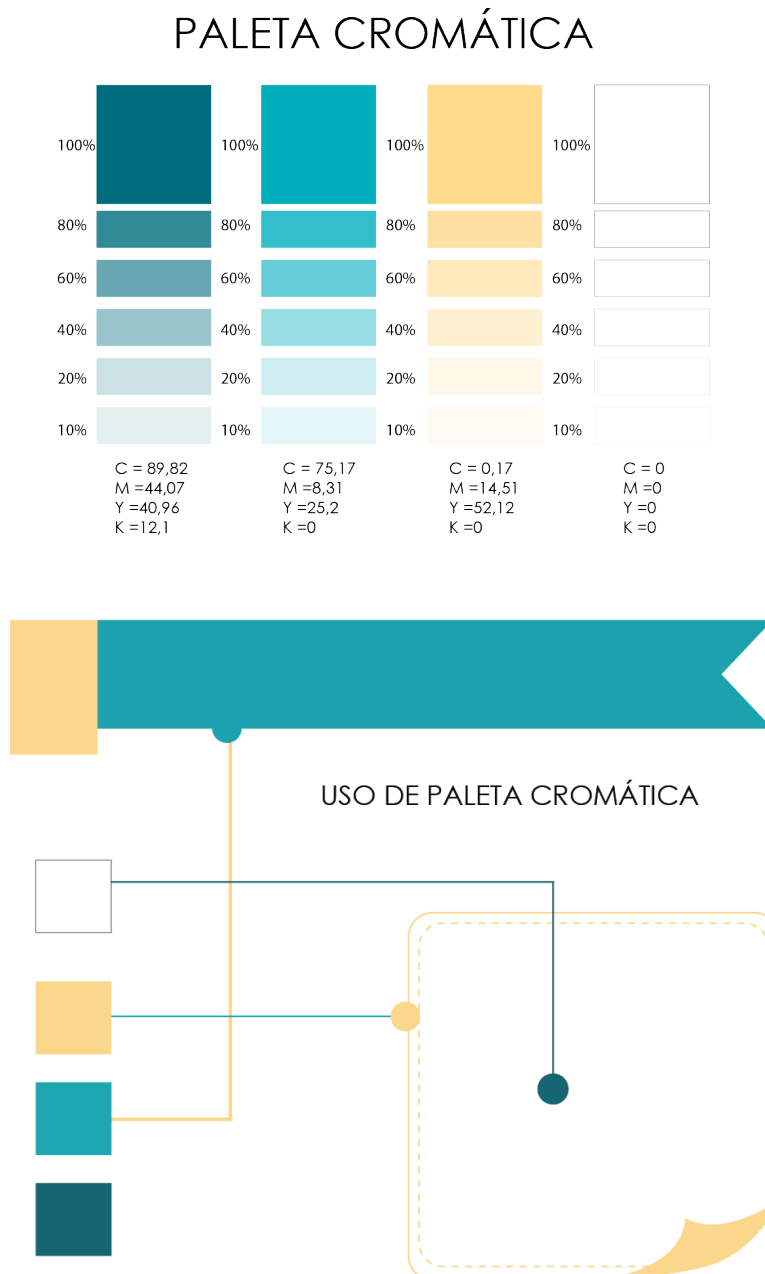
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 \$%&! " \* .



**Figura 12. Uso tipográfico**

### 3.3.7. Propuesta cromática

(Bernis 2009 ) Menciona que el color es simple y a la vez complejo y significa distintas cosas para diversas culturas, Po lo cual se propone manejar una paleta cromática en tonos azules y verdes junto a sus combinaciones, además de contrastarlos a un color cálido con una saturación y luminosidad pastel, para lograr con sus combinaciones, una propiedad sobria en el esbozo del manual.



**Figura 13. Paleta cromática del manual**

### 3.3.8. Tratamiento de imágenes

Las ilustraciones: según lo planteado y el mensaje a transmitir las representaciones gráficas fueron creadas y modificadas en color, tamaños, luz y demás; para ser utilizadas como imágenes de inicio en los capítulos o en cada sección.

Montaje de imagen: se aplica para demostrar el correcto uso de la normativa en el diseño de etiquetas de varios productos.



Ilustraciones de imagen: se realiza un trabajo de ilustración para mostrar visualmente el tema principal del argumento que se va a tratar en cada sección o capítulo.







#### 4. Propuesta preliminar

En cuanto a la propuesta preliminar realizada para la elaboración del manual de etiquetas para productos alimenticios, se puede observar cómo se estructuró el índice y cada uno de los puntos más importantes del trabajo, mediante un listado que detalla el contenido del mismo.

## Manual de Diseño de **ETIQUETAS EN ECUADOR**

*Este manual tiene como objetivo facilitar el trabajo del diseñador gráfico recopilando o socializando de manera gráfica todos los parámetros y normativas desde la perspectiva gráfica al momento de diseñar etiquetas de alimentos de consumo humano.*



¿ Ya sabes cómo interpretar la **NORMATIVA INEN** ?

## ÍNDICE

<b>ETIQUETAS</b>	<b>11</b>
Características	
Función	
<b>SEMAFORO</b>	<b>15</b>
Características	
Función	
<b>INFORMACIÓN NUTRICIONAL</b>	<b>19</b>
Características	
Función	
<b>IDENTIDAD DE LOTE</b>	<b>23</b>
Características	
Función	
<b>CÓDIGO DE BARRA</b>	<b>27</b>
Características	
Función	
<b>FECHA DE VENCIMIENTO</b>	<b>31</b>
Características	
Función	

### PARTES DE UNA ETIQUETA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

- \* ETIQUETA
- \* SEMAFORO
- \* INFORMACIÓN NUTRICIONAL
- \* IDENTIDAD DE LOTE
- \* CÓDIGO DE BARRAS
- \* FECHA DE VENCIMIENTO
- \* PAIS DE ORIGEN
- \* INGREDIENTES
- \* REGISTRO SANITARIO
- \* MODO DE USO
- \* REFRIGERACIÓN
- \* LOGO TIPO



A continuación, se puede observar la aplicación de los siguientes recursos gráficos:

- Imagen de inicio de sección o tema.
- Página de texto introductorio de la temática.
- Características del arte gráfico de los componentes de la etiqueta, y
- Las funciones del arte gráfico de una sección de la etiqueta.



## 5. Materiales y tecnología

### 5.1 Materiales a utilizar

Después de las fases de diseño el siguiente paso fue hacer las muestras de impresión. En este punto existió la necesidad de realizar varias impresiones en distintos materiales para seleccionar el más adecuado, con el objeto de que el manual cumpla con altos estándares de calidad.

#### Materiales

PAPEL	DESCRIPCION	TAMAÑO	GRAMAJE
BOND	Mate	29X21 cm	90 gr
Couche	Brillante	29X21 cm	115 gr
Couche	Mate	29X21 cm	150 gr
Marfiliza	Hilo - lisa	29X21 cm	250 gr

#### Máquina de impresión

*Prensa de color digital Xerox 700i / 700*

Impresión full color digital

Impresión dos lados

Después de realizar las pruebas pertinentes en cada material mencionado se determina, trabajar en papel COUCHE de 115g MATE.

## **5.2 Software utilizado para el desarrollo**

Para la elaboración del manual se trabajó con software específico de diseño gráfico, las aplicaciones que se utilizaron son las siguientes:

### **ADOBE ILLUSTRATOR CC**

Se utilizó para crear: textos, logotipos, figuras de la portada y contraportada, e ilustraciones de las infografías.

### **ADOBE PHOTOSHOP CC**

Se operó para el retoque fotográfico e imágenes de división de los capítulos.

### **ADOBE INDESIGN CC**

Se utilizó para la realización de la maquetación del manual, manejando algunas de las herramientas como: guías para retícula, páginas maestras, estilos de párrafo y estilos de carácter.

## **6. Modelos preliminares**

En cuanto a la elaboración del modelo preliminar se trabajó con materiales y procesos de impresión, contemplados en la propuesta, con la finalidad de realizar una correcta valoración del producto. A continuación, se presentan imágenes.

### **6.1 Valoración del producto**

En cuanto a la valoración del producto, los especialistas comentaron lo siguiente:

- El manual hace un aporte significativo al conocimiento de diseñadores gráficos, sobre el correcto uso de las normas INEN, en el etiquetado de productos alimenticios dentro del país.
- La información del manual es relevante.
- Se deben realizar más infografías para alcanzar mayor excelencia del manual.
- Es verificable la investigación previa a la diagramación del producto, y
- Se recomienda mejorar el uso de la paleta cromática en la portada y contraportada.

## **7. Producto final**

A partir de las valoraciones teórico-prácticas se establecieron los siguientes elementos a corregir y se elaboró la propuesta final de diseño.

## CONCLUSIONES

Considerando los objetivos planteados en este proyecto, se concluye:

- Una vez identificado la problemática actual en el uso correcto de etiquetas en los productos alimenticios, se ratifican que estos juegan un papel preponderante con el lenguaje visual, utilizado como herramienta para la comprensión y equilibrio con lo que queremos proyectar.
- Conociendo las normativas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalizado INEN , sobre el uso (creación) de etiquetas, se cumplió satisfactoriamente ya que con la información obtenida fue posible relacionar el conocimiento y utilidad sobre su aplicación basados en elementos visuales, tipográficos, que explicaron claramente la implementación del manual, mas allá de cumplir con lo solicitado es el compartir la experiencia de lo vivido.
- Con la creación del material gráfico, se crea una guía que cumplen con las expectativas al usuario, sirve de orientación y encuentre funcionalidad en nuestro medio.

## RECOMENDACIONES

Dentro de este proyecto, se desea que haya una continuidad con el tema a futuros trabajos, por lo tanto se recomienda que exista el interés necesario para utilizar el manual de manera correcta, adecuado, profesional y considerando ciertos aspectos que nos guíen como:

- Trabajar en mejoras en el modelo propuesto en este proyecto, que vaya de acuerdo a las necesidades y comportamientos dentro de nuestro medio y sociedad y aplicarlo de la mejor manera a futuros trabajos, acogiéndose a los cambios exigidos por los distintos departamentos gubernamentales en aquellos tiempos.
- Se recomienda para futuras investigaciones proceder a realizar una plataforma para compartir información actualizada mediante archivos digitales.
- Se recomienda a futuros trabajos, a realizar un sistema de simulador de etiquetas para productos alimenticios bajo la normativa INEN.
- Fomentar el lanzamiento de este manual para que diseñadores dedicados al medio gráfico puedan adquirir e informarse del proceso de etiqueta y el uso correcto de la etiqueta.



## BIBLIOGRAFIA

- Bernis, L. (2011). *Principio del Diseño en Color*. Recuperado de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC080473.pdf>
- Cagliani, M. (2015). *¿Qué Es El Método Cualitativo?*. Obtenido de: <https://tendencias.com/ciencia/que-es-el-metodo-cualitativo/>
- DeConceptos.(21 de mayo del 2018). *Concepto de Encuesta*. Recuperado de <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/encuesta>
- Duhalt K, M. (2014). *La importancia de los manuales como herramientas de comunicación en las MiPyMes*. Recuperado de [www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/importancia-manuales-herramientas-comunicacion-mipymes-1ra](http://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/importancia-manuales-herramientas-comunicacion-mipymes-1ra)
- De Sousa, A. (2015). *Análisis del impacto de las etiquetas de alimentos procesados que se a realizado en el año 2015*” (Bachelor's thesis, USFQ).
- Etirapid. (20 de octubre de 2017). *Etiquetas De Productos Para Alimentos*. Recuperado de <https://etirapid.com/etiquetas-de-productos-para-alimentos/>
- FAO. (2016). *Análisis de regulaciones y prácticas para el etiquetado de alimentos y bebidas para niños y adolescentes en algunos países de América Latina (Argentina, Chile, Costa Rica y México) y recomendaciones para facilitar la información al consumidor*. Recuperado de [www.unicef.org/lac/20161120\\_UNICEF\\_LACRO\\_Etiquetado\\_ResumenLR.pdf](http://www.unicef.org/lac/20161120_UNICEF_LACRO_Etiquetado_ResumenLR.pdf)
- Ghinaglia. (2009). *Taller De Diseño Editorial*. Recuperado de [www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia\\_daniel.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia_daniel.pdf)

Iza, A. (2016). *Utilización del etiquetado nutricional por semáforo en bebidas procesadas por parte de los compradores adultos, que realizan sus compras en un supermercado del centro de Quito en los meses de octubre-noviembre del 2015* (Bachelor's thesis, PUCE).

Joan,V.(28 de Octubre del 2017). *La importancia de la Etiqueta del Producto*. Obtenido de: <https://comohacerpara.com/importancia-etiqueta-producto-7733t.html>

Julián,P. (2016). *Definición de Catalogo*. Recuperado de <https://definicion.de/catalogo/>

Juárez, D. (2011). Sistemas de proporción. *Introducción a la Tipografía*. (p 7).

Magdaleno, A. (2008). *Diseño de packaging – La etiqueta como herramienta de mercadotecnia*. Recuperado de: [www.punto6.com.ar/blog/la-etiqueta-como-herramienta-de-mercadotecnia/](http://www.punto6.com.ar/blog/la-etiqueta-como-herramienta-de-mercadotecnia/)

Norma Técnica Ecuatoriana. (2014). *Rotulado de Productos Alimenticios para el Consumo Huano. Parte 1. Requisitos*. Recuperado de [www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/1334-1-4.pdf](http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/1334-1-4.pdf)

Organización Mundial de la Salud. (2007). *Etiquetado de los Alimentos*. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.corpmontana.com/bitstream/handle/123456789/630/M000034.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Organización Panamericana de la Salud (2012). *Etiquetado de productos alimenticios en Ecuador*. Recuperado de: <https://bit.ly/2Na6Hwl>

Peréz. (2012). Red Tercer Milenio. Barroeta (Ed.). *Empaques y Embalajes* Mexico.

Peréz. (2012). Red Tercer Milenio. Barroeta (Ed.). *Empaques y Embalajes* (p 37). Mexico.

Pérez, B. (2016). *Estudio del impacto en la decisión de compra de las amas de casa del sur de la ciudad de Guayaquil, frente a la información que se presenta en el etiquetado semáforo nutricional en los empaques de productos procesados, implementado por la (arcsa) en Ecuador* (Bachelor's thesis, UG).

Thompson. (2017). La Etiqueta del Producto. Recuperado de [www.marketing-free.com/producto/etiquetas.html](http://www.marketing-free.com/producto/etiquetas.html) (p 323).

Visual. (28 de octubre del 2017). *Qué Es El Packaging*. Obtenido de <https://codigovisual.wordpress.com/2009/07/06/que-es-el-packaging/>

Wärnberg et al. (2014). Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (Ed.). *Estudio de la información nutricional de alimentos procesados a través del etiquetado en España*. (p 9).

## ANEXOS

### DISEÑADORES GRÁFICOS

1.- ¿Conoce usted sobre el diseño de envases y etiquetas?

Si                      No

2.- ¿Tiene conocimiento de la normativa INEN?

Si                      No

3.- ¿Porcentaje de conocimiento de la normativa INEN?

.....%

4.- ¿Por qué medio conoció la normativa INEN?

Medio digital                      Medio impreso                      Manual de etiquetas

5.- ¿Qué tan presente tiene la normativa INEN al momento de diseñar las etiquetas?

Siempre                      A veces                      Nunca

6.- ¿al momento de diseñar usted tomo como referencia alguna otra etiqueta ya realizada?

Si                      No                      A veces

7.- ¿Cómo es su proceso de validación de la etiqueta realizada?

.....