

LAVANDINAS

Ficha técnica

PROYECTO

Pruebas de desempeño de productos

INFORME

Evaluación de información al consumidor contenida
en el envase

PRODUCTO

Lavandinas

REALIZADO

Programa de Diseño del INTI

SOLICITADO

Programa de Ensayos y Asistencia Técnica del INTI

FECHA

mayo 2008



La metodología que se describirá a continuación fue utilizada por el equipo del Programa de Diseño del INTI, en el proyecto «Prueba de Desempeño de Productos», que está llevando adelante el Programa de Ensayos y Asistencia Técnica de la misma institución.

Una descripción más amplia de este Programa puede encontrarse en: <http://www.inti.gov.ar/productos/>. Se evaluaron 14 envases de «aguas lavandinas» de diferentes marcas, que actualmente son comercializados en el país.

De los 14 envases ensayados, 9 correspondieron a aguas lavandinas tradicionales y 5 de ellos a aguas lavandinas aditivadas. El informe realizado por el Programa de Diseño se basa en la evaluación de la información que suministran los envases de las aguas lavandinas, la cual debería permitir al consumidor elegir el producto que más se acerque a sus necesidades.

La evaluación fue realizada por la diseñadora gráfica Mariela Secchi y el diseñador industrial Rodrigo Ramírez, del Programa de Diseño; y el informe final fue elaborado por Rodrigo Ramírez con la supervisión de la Directora del Programa de Diseño, D.I. Raquel Ariza.

Se encuentran disponibles en la web del INTI el informe técnico completo (que incluye los aportes del centro INTI-Envases Embalajes e INTI-Química) y además de la nota de divulgación.

http://www.inti.gov.ar/productos/pdf/informe_lavandinas.pdf

<http://www.inti.gov.ar/sabercomo/sc69/inti2.php>

PRESIDENTE DEL INTI: *Enrique Martínez*
DIRECTOR PEYAT: *Pedro Brunetto*
RESPONSABLE DEL PROYECTO: *Pablo Herrero*
E-MAIL: peyat@inti.gov.ar

EQUIPO DEL PROGRAMA DE DISEÑO
DIRECTORA: *Raquel Ariza*
COORDINADOR DE LA UT DE TRANSFERENCIA: *Rodrigo J. Ramírez*
EVALUADORES: *Mariela C. Secchi y Rodrigo J. Ramírez*
E-MAIL: prod@inti.gov.ar



Introducción

Tras la solicitud de cooperación del Programa de Ensayos y Asistencia Técnica, el Programa de Diseño desarrolló una metodología para evaluar la información enunciada en los envases de productos de consumo masivo, que le permitirá al consumidor comparar, a pie de góndola, entre las cualidades de los productos de distintas marcas.

Para la definición de la presente metodología, se tomó en cuenta la experiencia adquirida en el estudio realizado sobre los envases de papel higiénico¹.

Para ello analizamos las reglamentaciones y disposiciones vigentes, tanto del ámbito nacional como del Mercosur, y tomamos el rol de «consumidores inteligentes» fijando qué información es la que una persona necesitaría para poder elegir qué producto comprar, sin que le demande un tiempo excesivo.

Las siguientes normativas fueron utilizadas como guía orientativa para la definición de los aspectos prioritarios considerados:

- 1) Ley de lealtad comercial NRO. 22.802
- 2) Reglamento Técnico Mercosur para productos con acción antimicrobiana. (Derogación de la res. GMC N° 28/02)
Incorporada como Anexo XI de la Disposición ANMAT N° 7292/98
- 3) RESOLUCIÓN 364/1991
Emisor: Sec. de Industria y Comercio (S.I. y C.)
Sumario: Agua Lavandina. Normas para su comercialización. Derogación de la Res. 322/90-
Fecha de emisión: 28/11/91
Publicado en: Boletín oficial 04/12/1991. ADLA 1991. D, 4149
- 4) PRODUCTOS DOMESTICOS
Disposición 1796/2005
ANMAT - Incorpórase como anexo XI de la Disposición ANMAT N° 7292/98, la Resolución GMC Mercosur N° 10/04 Reglamento Técnico Mercosur para Productos de Limpieza y Afines.

¹Informe de papel higiénico a disposición en http://www.inti.gov.ar/productos/pdf/informe_papelhigienico.pdf

A través del siguiente análisis se ha detectado:

- La información presente en los productos se encuentra, en líneas generales, desordenada dificultando la ubicación de los datos específicos que puede necesitar el consumidor.
- La legibilidad de la información es dificultosa debido a la cantidad de datos presentes en relación al tamaño reducido de la etiqueta.
- En general, el diseño gráfico de la etiqueta está bien resuelto, teniendo en cuenta el tipo de tecnología utilizada en su impresión.
- Puede apreciarse que como norma común, todos los envases de las lavandinas tradicionales poseen una gama de colores similares, Esta situación se replica, aunque en una forma menos evidente, en los envases de lavandinas aditivadas.

Los invitamos a escribir cualquier duda o comentario a prodis@inti.gov.ar, para construir entre todos los parámetros de evaluación a utilizar en los próximos ensayos, y para enriquecer y potenciar la disciplina del Diseño.

Programa de Diseño

Las Pruebas de Desempeño de Productos, del Programa de Ensayos y Asistencia Técnica del INTI, tienen entre sus objetivos concientizar a la comunidad acerca de las normas de calidad y seguridad que los productos de consumo masivo deben cumplir, difundiendo información que oriente hacia una mejor elección de compra, en resguardo del bienestar social.

La evaluación de desempeño busca generar parámetros estándares en términos de calidad. Los resultados de los ensayos deben ser tomados como una «foto» de la realidad, que pone de relieve una situación de mercado en un tiempo determinado, brindando al consumidor la posibilidad de decidir su compra en base a parámetros reales.

En este sentido, el rol que juega el envase del producto es fundamental, dado que es el medio directo por el cual el consumidor recibe los datos que la empresa suministra. El envase no sólo protege al producto, sino que actúa como vinculante entre la empresa comercializadora y el consumidor. La empresa decide qué información transmitir y cómo hacerlo. El diseño constituye el instrumento adecuado para componer la pieza de manera intencionada, es decir para disponer la información de manera tal que genere niveles de lectura y así comunicar de un modo directo aquellos datos que se desea destacar. Por lo tanto, es significativamente importante no sólo determinar qué datos se comunican, sino cómo llega esa información.

Tomando como objeto de análisis a los envases de las aguas lavandinas, la evaluación realizada por el equipo de trabajo de ProDiseño se centró en la información que suministran las empresas en dichos envases, en función de los datos que el INTI consideró más relevantes para que un comprador pueda tomar una decisión. Se adoptó la postura del «consumidor inteligente» que busca información para elegir un producto u otro. En este sentido, se privilegió cual es la información que realmente busca el consumidor, y no qué datos quiere mostrar (u ocultar) la empresa.

Los criterios de evaluación no se basaron en razones subjetivas de gusto o agrado, sino en la aplicación práctica de conceptos técnicos de diseño gráfico y teóricos ligados a cómo la mente configura los elementos que llegan a ella a través de los canales sensoriales (percepción) o de la memoria (pensamiento, inteligencia y resolución de problemas).

Para la evaluación de «cantidad» (qué datos se presentan) se utilizaron ítems que permiten identificar datos del fabricante y características del producto.

Los datos verificados pueden separarse en datos de inclusión obligatoria (leyendas), datos de identificación del producto y datos que permiten el contacto entre el cliente y la empresa fabricante y distribuidora.



METODOLOGÍA



1 Verificar la existencia del dato. «Que el dato figure».
Evaluación cuantitativa.

2 Análisis de la información «Se tomaron dimensiones de algunos parámetros específicos según definen las legislaciones vigentes».
Evaluación cualitativa.

Basándonos principalmente en lo expresado en los artículos 5º y 6º, y de los puntos 1 y 2 del Anexo I de la Resolución 364/1991 de la Sec. de Industria y Comercio (S.I. y C.).

Aclaración: si bien la norma hace referencia a las lavandinas comunes y concentradas, el análisis se hace extensivo para las aditivadas. que además se destaque del resto de datos y pueda ser leído con facilidad».

3 Facilidad de lectura de la información. Determinar que los datos tengan un nivel de legibilidad adecuado.
Evaluación cualitativa.

1

Verificar la existencia del dato. (Evaluación cuantitativa)

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR. Se verificó la existencia de datos en el envase que permitieran al comprador estar mejor informado acerca de las cualidades de los productos exhibidos, para hacer una elección fundada en algunos datos concretos.

El listado se definió en base a algunos de los datos que figuran en las reglamentaciones vigentes.

ITEM	DENOMINACIÓN
1	Nombre comercial del producto. Marca.
2	Agua lavandina:
3	Contenido neto
4	Empresa titular del producto o Nombre o razón social del fabricante
	Teléfono y/o datos de atención al cliente
	Domicilio completo
	Web y/o e-mail
5	Mes y año de envasado
	Fecha de vencimiento
	«Usar preferentemente antes de los 120/180 días».
6	País de origen
7	Nº de lote o partida o lote de elaboración
8	Pictograma con la cruz de San Andrés
9	Instrucciones de uso
10	Instrucciones para el almacenaje
	La indicación hipoclorito de sodio.
11	«Solución con una concentración de cloro activo de... g/l.»
	Principios activos o composición

ITEM	DENOMINACIÓN
12	«ANTES DE USAR LEA LAS INSTRUCCIONES DEL ROTULO» «Lea atentamente el rótulo antes de usar el producto»
13	«¡CUIDADO! Irritante para los ojos, piel y mucosa.» «En caso de contacto con los ojos y piel, lavar con agua en abundancia durante 15 minutos. Si la irritación persiste, consulte un médico llevando el envase o el rótulo del producto.» «En caso de contacto con ojos, lave inmediatamente con abundante agua».
14	«No mezclar con otros productos» «En contacto con ácidos libera gases tóxicos». «¡ATENCIÓN! NO MEZCLAR CON DETERGENTE ES PELIGROSO PARA LA SALUD.»
15	No ingerir. En caso de ingestión no provoque el vómito y consulte inmediatamente al Centro de Intoxicaciones o al Médico llevando el envase o rótulo del producto. En caso de ingestión accidental beber agua. consultar a un centro asistencial o toxicológico más próximo, llevando el envase o el rótulo. Número telefónico de un centro de intoxicaciones.

ITEM	DENOMINACIÓN
16	«Mantener fuera del alcance de los niños y animales domésticos».
17	SI/NO utilizar para desinfección de alimentos.

TABLA A. INFORMACION AL CONSUMIDOR.
Se verificó sobre cada producto la presencia o ausencia de cada uno de estos ítems.

2

Análisis de la información. *(Evaluación cualitativa)*

A) DENOMINACIÓN Y CONCENTRACIÓN DE CLORO ACTIVO. El primer paso consistió en chequear cuál era la denominación que acompañaba a «agua lavandina», dentro de tres posibilidades: común, concentrada o aditivada.

Posteriormente se midió la altura de ese texto, para verificar si el mismo era igual o mayor a 1 cm. (medida indicada por la Sec. de Industria en la resolución 364/1991).

	FICHA	DENOMINACIÓN		CONCENTRACIÓN DE CLORO ACTIVO		
				CIFRA		g Cl/l
		MARCA	ALTURA DEL TEXTO MAYOR A 10 MM	ALTURA MÍNIMA DEL N°: 10 MM	ESPESOR MÍNIMO DEL N°: 1,2 MM	ALTURA Y ESPE-SOR DEL TEXTO DE ACUERDO CON REGLA 2/3
ADITIVADAS	A					
	B					
	C					
	D					
	E					
TRADICIONALES	F					
	G					
	H					
	I					
	J					
	K					
	L					
	M					
	N					

TABLA B. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN PRESENTE
Denominación y concentración de cloro activo.

B) TAMAÑO DEL RÓTULO Y PRESENCIA DE DATOS. El segundo paso consistió en medir el tamaño del texto que acompaña a la denominación e identifica a la concentración de Cloro activo: «Cifra» por un lado, y «g Cl/l» (unidad de medida) por el otro.

Posteriormente se verificó si las medidas en cada caso estaban de acuerdo a las indicadas por la Sec. de Industria en la resolución de referencia: altura mínima 10 mm y espesor mínimo 1,2 mm para la cifra, y 2/3 de ésta para la unidad de medida.

FICHA	MARCA	TAMAÑO RÓTULO (52 x 74 MM)			PICTOGRAMA CON LA CRUZ DE SAN ANDRÉS	«¡CUIDADO! IRRITANTE PARA LOS OJOS, PIEL Y MUCOSA.»	»SOLUCIÓN CON UNA CON- CENTRACIÓN DE CLORO ACTIVO DE... G/L.»	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL FABRICANTE	TABLA C. «EN CONTACTO CON ÁCIDOS LIBERA GASES TÓXICOS».	«MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS Y ANIMALES DOMÉSTICOS.»	MES Y AÑO DE ENVASADO	«USAR PREFERENTEMENTE ANTES DE LOS 120 DÍAS».	SUMATORIA	DE ACUERDO CON ART. 6º (6.5 PUNTOS)
		ANCHO (EN MM)	ALTO (EN MM)	DE ACUERDO CON ART. 6º										
A														
B														
C														
D														
E														
F														
G														
H														
I														
J														
K														
L														
M														
N														

TABLA C. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN PRESENTE. Tamaño del rótulo y presencia de datos.

3

«Facilidad de lectura de la información». (Evaluación cualitativa)

El último parámetro evaluado fue la facilidad o dificultad de lectura de los datos consignados, tomando como referencia 5 características que favorecen o condicionan la lectura:

CALIDAD DE IMPRESIÓN. Se analiza el registro de impresión, la fijación de la tinta al soporte y se controla el retintado en la impresión de la etiqueta.

CONTRASTE. Se corrobora que la diferencia tonal entre la figura/fondo permita una lectura óptima.

CUERPO TIPOGRÁFICO. El tamaño de la letra seleccionada va en conjunto con la familia tipográfica escogida y la calidad de impresión de la que se dispone. Un cuerpo tipográfico reducido con una impresión no adecuada limitará la lectura de los textos.

TIPOGRAFÍA. Para determinar si la fuente «tipo de letra» es adecuada o no se evalúa entre otras cosas la composición del trazo, es decir, si está compuesta con rasgos finos y gruesos o uniformes; el tamaño de los ojos de las mismas, la longitud de los rasgos ascendentes y descendentes. Se analizaron sus terminaciones, puede ser una tipografía con serif (adornos en sus terminales) o de palo seco.

DISPOSICIÓN. Para determinar la adecuada disposición de los bloques de información se evalúa el recorrido de lectura establecido.

Como resultado de evaluar los 14 envases pasando siguiendo los 3 pasos se detectó cuales presentan de manera adecuada los datos más relevantes a la hora de elegir un producto.

ITEM	DATOS	ASPECTOS A EVALUAR					
	DENOMINACIÓN	CALIDAD IMPR.	CONTRASTE	CUERPO TPG	TPG	DISPOSICIÓN	PUNTAJE TOTAL
1	Nombre comercial del producto. Marca.						
2	Agua lavandina ...						
8	Pictograma con la cruz de San Andrés						
13	«¡CUIDADO! Irritante para los ojos, piel y mucosa.»						
11	«Solución con una concentración de cloro activo de... g/l.»						
4	Nombre o razón social del fabricante						
14	«En contacto con ácidos libera gases tóxicos.»						
16	«Mantener fuera del alcance de los niños y animales domésticos.»						
5	Mes y año de envasado						
5	«Usar preferentemente antes de los 120 días.»						

TABLA D. FACILIDAD DE LECTURA DE LA INFORMACIÓN



RESULTADOS

Información al consumidor

1. Verificar la Existencia del Dato

Ninguna de las «lavandinas tradicionales» (9 envases) presentó todos los ítems evaluados.

De las «lavandinas aditivadas» (5 envases) sólo dos marcas lograron el puntaje óptimo (100%), las otras tres marcas obtuvieron un puntaje aceptable (95%).

DATOS PRESENTES

Los datos que pudieron encontrarse en todos los envases fueron:

- Nombre comercial del producto. Marca.
- Agua lavandina...
- Contenido neto
- Domicilio completo
- «Usar preferentemente antes de los 120 días».
- País de origen
- Instrucciones de uso
- Instrucciones para el almacenaje
- »Solución con una concentración de cloro activo de... g/l.»
- «¡CUIDADO! Irritante para los ojos, piel y mucosa.»
- «No mezclar con otros productos»
- No ingerir.
- «Mantener fuera del alcance de los niños y animales domésticos.»
- Si/No utilizar para desinfección de alimentos.

DATOS AUSENTES

Los datos que menos aparecen son:

- Nº de lote o partida o lote de elaboración
- «ANTES DE USAR LEA LAS INSTRUCCIONES DEL RÓTULO»

2. Análisis de la información

Denominación y concentración de cloro activo.

- Al evaluar la tipografía utilizada para el texto con que se comunica la denominación del producto («AGUA LAVANDINA... COMUN / CONCENTRADA / ADITIVADA»), sólo 6 envases lo presentaban con una altura igual o mayor a 10 mm².
- Al analizar el modo en que se comunica la «Concentración de cloro activo» se evaluaron dos componentes: Cifra y sigla (g Cl./L). En el caso de la cifra, solo dos productos presentaron esta información con la altura y el espesor de línea adecuado.
- En ninguna de las aguas lavandinas aditivadas se encontró la leyenda correspondiente al ítem «Concentración de cloro activo»³.

TAMAÑO DEL RÓTULO Y PRESENCIA DE DATOS

Resulta fundamental destacar la importancia que tiene para el consumidor encontrar rápidamente (de manera clara, concisa y ordenada) cierta información que no sólo le será de utilidad al momento de decidir la compra, sino que además podrá recurrir a ella a la hora de utilizar el producto (en particular en caso de accidentes). A esto apunta la normativa al intentar “estandarizar” un tamaño de rótulo para las lavandinas tradicionales. Al analizar la información que recibe el consumidor por medio de este rótulo, tanto en lavandinas tradicionales como aditivadas, los resultados que se observaron son los siguientes:

- La cantidad de envases que presentaron la información en un rótulo formal fue dispar: 3 envases de lavandinas aditivadas sobre un total de 5; y 4 envases de lavandinas tradicionales sobre 9.
- Más allá de las dimensiones del rótulo, se verificó en cuántos envases se agrupaban los ocho ítems de información de importancia que este rótulo debe contener. Solamente 8 envases presentaron todos o la gran mayoría de esos datos.
- El dato que todos los envases presentaban en el rótulo es «Mantener fuera del alcance de los niños y animales domésticos».
- El dato que en la mayoría de los casos se omitía en el rótulo es «Mes y año de envasado», que suele figurar en el envase mismo.

²Para realizar la medición se tomó la altura de la mayúscula, aunque este no es el modo adecuado técnicamente de realizar la medición.

³Posiblemente esto está provocado porque, para el caso de las lavandinas aditivadas, no tenemos referencia de que esté normado específicamente. Sin embargo, para el consumidor es de suma importancia poder «leer» fácilmente esta información, para evitar confusiones y poder hacer la elección adecuada a la necesidad.



3. Facilidad de lectura de la información

-Ninguno de los productos alcanza el puntaje óptimo en cuanto a la legibilidad de la información presentada.

Sobre un total de 100 puntos posibles (10 puntos por leyenda evaluada), sólo dos aguas lavandinas aditivadas alcanzan 70 puntos.

En cambio, en las aguas lavandinas tradicionales son tres las que alcanzan o superan los 70 puntos.

-Los problemas más comunes que afectan la lectura de la información en los productos son:

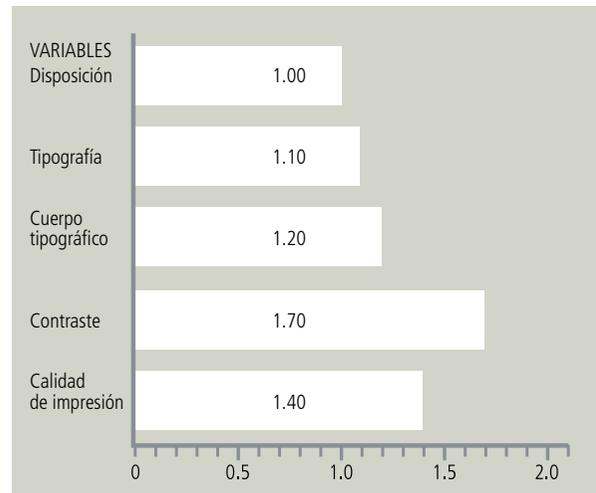
Mala disposición de la información.

Mala calidad de impresión.

Tipografía utilizada (que dificulta la comprensión).

-Tendencia de legibilidad por ítem.

Al analizar el promedio del puntaje obtenido en cada uno de los ítems evaluados (con un puntaje máximo de 2 puntos), los resultados fueron los siguientes:



Este gráfico indica que la variable mejor tratada, en todos los casos, es el contraste.

Aspectos a tener en cuenta

A la hora de diseñar la etiqueta de este tipo de productos los profesionales no pueden pasar por alto la serie de factores que se mencionan a continuación.

1. **INFORMACIÓN NECESARIA:** Se debe conocer toda la información necesaria a volcar en la etiqueta del envase, tanto aquella de carácter obligatorio, como la que no lo es pero contribuye a brindar un mejor servicio hacia el cliente.

Para poder garantizar este requisito el profesional debe ser conciente de las legislaciones y normativas que rigen al producto tanto a nivel nacional como internacional.

El empresario juega un rol fundamental en este punto, ya que el responsable por la omisión de un dato obligatorio es la empresa. Por otro lado debe tenerse en cuenta que, en general, los empresarios son aquellos que poseen el mejor conocimiento del sector en el que se desarrollan.

2. **LEGIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN:** Los textos presentes en la etiqueta deben poseer un tamaño adecuado para permitir su clara lectura e interpretación.
3. **ELECCIÓN DE LA TIPOGRAFÍA:** La elección de una correcta tipografía es un requisito prioritario para garantizar la factibilidad del punto 3, «Facilidad de lectura de la información».
4. **DISPOSICIÓN DE LA INFORMACIÓN:** Este factor es fundamental al momento de identificar la información presente en el envase del producto. Una mala disposición de la información dificulta la lectura e interpretación de los datos contenidos en el envase.
5. **CALIDAD DE IMPRESIÓN:** Debe controlarse este factor para garantizar la correcta lectura de la información presente en la etiqueta del envase.
6. **ICONOGRAFÍA Y SIMBOLOGÍA:** Debe garantizarse que la simbología e iconografía utilizada en el envase sea correcta y garantice una correcta interpretación por parte de los usuarios. La disposición y formato de la misma debe ser clara para evitar así confusiones en las características del producto.

GRÁFICO 4. Foto: Verificación del tamaño de la tipografía presente en la etiqueta



CONCLUSIONES

Conclusión

El tipo de producto analizado, «Lavandinas», cuenta con una serie de normativas que regulan la información que debe brindarse al consumidor en el envase. Este listado de datos y leyendas, que en el caso de las aguas lavandinas tradicionales son obligatorios, pueden generar un flujo informativo que interfiera en la lectura y comprensión de la misma. Esto puede ser producido por múltiples causas:

- En la mayoría de los casos, las empresas no incluyen «literalmente» las leyendas, a modo de punteo, sino que es frecuente encontrarse con largos párrafos descriptivos donde se van incluyendo a modo de relato las diferentes indicaciones y precauciones.
- No se recurre al formato «tabla», como es de uso común por ejemplo en alimentos, con un mismo orden en productos de diferentes marcas. Esta presentación aleatoria de la información hace que sea sumamente difícil la comparación entre productos, o lo que es aún peor, que no permita localizar rápidamente algún dato importante en caso de una emergencia.
- En términos generales parecería ser que la información incluida responde a una «obligación por norma» y no a un modo de comunicación con el usuario.
- El desempeño general de las lavandinas «Aditivadas» resulta ser mejor que las tradicionales. Esto puede darse porque el grupo de lavandinas tradicionales estaba compuesto por productos de primera y segundas marcas, mientras que en las aditivadas sólo por primeras.
- La lavandina cuenta con una característica particular: su desempeño se ve afectado por el paso del tiempo, ya que el porcentaje de cloro activo presente en la misma disminuye con ese factor. La normativa recoge esto incluyendo la obligatoriedad de incluir la leyenda «Usar preferentemente dentro de...» más la inclusión de la fecha de envasado o de vencimiento. Entendemos que la sola inclusión de la fecha de vencimiento cumpliría con el objetivo, sumado a la divulgación y concientización de esta cualidad entre los consumidores.
- En muchos de los casos se incluye información estampada en el mismo envase, en particular n° de lote y fecha de vencimiento. El trabajo realizado no contempló la medición de la resistencia de esta impresión al desgaste por rozamiento, ni su vulnerabilidad a la misma lavandina, que puede alterar la tinta.

-Al evaluar la legibilidad de la información, en términos generales los desempeños fueron pobres, producto del intento que hacen las empresas por resolver en poco espacio la comunicación de, a nuestro entender, demasiada información. Esto resulta perjudicial para la comprensión tanto de los datos que permiten identificar al producto, como de la visualización de las precauciones de uso. Esto queda reflejado en el uso de tamaños reducidos de tipografía, condensada, inclinada, con el espacio entre letras modificado, y otros recursos para aprovechar mejor el área en desmedro de la comprensión.

-La falta de precisión técnica de la normativa en cuanto a los atributos de la tipografía utilizada para identificar al producto y la concentración de cloro activo (en la normativa se habla de «alto y espesor», no siendo estos términos técnicos ni específicos para referirse a la tipografía), provoca que las interpretaciones que de esto hacen los diferentes fabricantes sea dispar. Algo similar sucede con el «rótulo», que no se lo define específicamente más que en sus «dimensiones». Esta libre interpretación genera que el usuario no tenga la posibilidad de observar de manera homogénea la información entre productos.

-La sumatoria de estos y otros factores (tipografías pequeña, espacios reducidos, exceso de información, inexistencia de patrones reconocibles entre productos, mala calidad de impresión) hace pensar que toda la información que se quiere hacer llegar al consumidor termina resultando no solo de difícil lectura, sino que además se transforma en «invisible».

-Puede apreciarse, especialmente en las lavandinas tradicionales, una normalización de hecho de algunos recursos de comunicación, como han de ser: el formato y color del envase, el tamaño del rótulo y los colores predominantes en el mismo. Se genera así una unificación de conceptos que permiten la fácil identificación del producto en góndola. Esto también se ha percibido en las lavandinas aditivadas, donde por fragancia estandarizan la gama de colores. Este recurso podría ser canalizado a través de una norma «real», que diferencie los distintos tipos de producto por los colores utilizados en el envase y/o etiquetas.

Cierre: conclusión final

Por medio del presente análisis pudimos conocer qué tipo de información se vuelca en los envases de este tipo de productos y cómo esta información está presentada.

Los resultados evidenciaron que, a pesar de existir una normativa que define datos específicos a comunicar en los productos; esta situación no se ve reflejada en todos los casos en forma correcta. Por otro lado se evidenció que, el modo en que se diagraman y estructuran los datos presentes en las etiquetas, es generalmente confuso no permitiendo que el usuario identifique con facilidad los datos de mayor relevancia.

NOTA FINAL

Esta metodología de trabajo esta siendo adaptada por el Programa de Diseño para su aplicación en el análisis de otros productos de consumo masivo, sujetos a normativas diferentes. Esto se realiza en el marco del mismo programa de Pruebas de Desempeño de Productos mencionado más arriba.

www.inti.gob.ar/prodiseno
prodis@inti.gob.ar

Sede central
Avenida General Paz 5445
(IGM Edificio 99)
B1650KNA San Martín
Buenos Aires, Argentina
Teléfono: (54 11) 4724 6200
Interno: 6784

Sede Retiro
Leandro N. Alem 1067 7° piso
C1001AAF Buenos Aires
Argentina
Teléfono: (54 11) 4515
5000/01
Fax: (54 11) 4313 2130