

AGUAS DE MESA

Ficha técnica

PROYECTO

Pruebas de desempeño de productos

INFORME

Agua de mesa embotellada.

-Evaluación de la información al consumidor.

-Análisis de la información presente en la etiqueta y envase del producto.

REALIZADO

Programa de Diseño del INTI

SOLICITADO

Programa de Ensayos y Asistencia Técnica del INTI

FECHA

Septiembre 2009



El presente trabajo es el cuarto de una serie de documentos de divulgación, realizados con el objeto de conocer y brindar al consumidor información específica sobre productos comercializados actualmente en diferentes puntos de nuestro país. En este caso se evaluaron 15 aguas de mesa de diferentes marcas, en envases que variaron desde 1,5 a 6 litros.

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

Una descripción más amplia de este Programa puede encontrarse en: <http://www.inti.gov.ar/productos/>

El informe realizado por el Programa de Diseño se basó en la evaluación de la información presente en el envase del producto.

La evaluación y el informe final fue realizada por la Diseñadora Gráfica Mariela Secchi, el diseñador industrial Federico Paterson Y Cecilia Dorado, del Programa de Diseño; bajo la supervisión del diseñador industrial Rodrigo Ramírez.

Se encuentran disponibles en la web del INTI el informe técnico completo, que incluye los aportes del centro INTI – Química e INTI – Envases y Embalajes.

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

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*

EVALUADOR: *Mariela Secchi, Federico Paterson y Cecilia Dorado*

E-MAIL: prod@inti.gov.ar

Una descripción más amplia de este Programa puede encontrarse en:

<http://www.inti.gov.ar/productos/>

Introducción

La evaluación se realizó a pedido del programa de Ensayos y Asistencia Técnica, para el proyecto “Prueba de Desempeño de Productos”. Se evaluaron 15 envases de AGUA POTABLE de diferentes marcas, que actualmente son comercializadas en el país. El informe realizado por el Programa de Diseño contiene los datos surgidos de la evaluación de la información que suministran los envases de AGUA POTABLE, los cuales debe permitir al consumidor elegir el producto que más se acerque a sus necesidades.

El trabajo se focalizó en la información que suministran las empresas en los envases, en función de aquellos datos que el INTI considera relevantes para tomar una decisión de compra. La postura adoptada por los evaluadores es la del consumidor que busca información para elegir uno u otro producto. En este sentido, se privilegió cuál es la información necesaria para decidir la compra y aquella especificada en la normativa local y no qué datos quiere mostrar la empresa.

Para determinar cuales son los datos necesarios, se utilizó como base la siguiente normativa, y se enriqueció con otros aspectos que se consideraron útiles para el consumidor.

- 1) Ley de lealtad comercial¹
- 2) Ley de Defensa al consumidor²
- 3) Norma general del Codex para el etiquetado de alimentos preenvasados –Organización Mundial de la Salud³
- 4) Código alimentario argentino- Capítulo XII, BEBIDAS HIDRICAS, AGUA Y AGUA GASIFICADA.⁴

1) http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/def_consumidor/22802.php?menu_id=74

2) http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/def_consumidor/26361.php

3) www.codexalimentarius.net/download/standards/32/CXS_001s.pdf

4) http://www.anmat.gov.ar/CODIGO/Capitulo_XII_Agua_2007-05.pdf

Resumen

El análisis realizado arroja algunas cuestiones que han sido desatendidas por los embotelladores y/o distribuidores:

- 1) Existen productos que no cuentan con la totalidad de los datos necesarios para garantizar una decisión a conciencia del consumidor;
- 2) Se presentan datos fundamentales en componentes que son descartados al momento de abrir el envase.
- 3) Existen problemas de impresión que dificultan la lectura de datos importantes en los productos.

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



METODOLOGÍA



En base a la reglamentación vigente se evaluaron los siguientes ítems en tres etapas:

1. Verificación de existencia del dato

Figura / No figura

Se evaluaron los datos presentes en cada una de las etiquetas de los envases.

2. Legibilidad

Adecuado / No adecuado

Nivel de legibilidad, disposición y calidad de impresión de los datos obligatorios.
Se verificaron estos aspectos en los datos considerados principales en cada una de las muestras.

El criterio adoptado para la evaluación fue el siguiente:

Legibilidad

Se verificó: Calidad de impresión, Contraste, Tamaño de tipografía y familia tipográfica.

Calidad de impresión: La impresión debe ser clara, no deben existir superposiciones ni problemas de tintas difusas que puedan dar lugar a errores de interpretación.

Contraste: Los colores seleccionados deben poseer un contraste adecuado (diferencia entre texto y fondo), que permita interpretar la información en forma rápida y sencilla.

Tamaño y familia tipográfica: La tipografía seleccionada debe ser tal que permita a los usuarios comprender claramente la información, además debe poseer un tamaño suficiente para garantizar una lectura sin esfuerzos.

3. Prohibiciones planteadas en la reglamentación.

Adecuado/ No adecuado

Cumple/No cumple

Legislación de referencia, Codex Stan 227 5.3 Prohibiciones relativas al etiquetado⁵. Se relevaron las leyendas, referencias gráficas y marcas presentes en las etiquetas, con el objeto de verificar si hacían referencia a lugares que no eran concordantes con el lugar de embotellado u obtención del producto.

5) http://www.alimentosargentinos.gov.ar/programa_calidad/Marco_Regulatorio/normativa/codex/stan/CODEX_STAN_227.asp

1. Verificación de existencia del dato



Los datos se seleccionaron en base a la legislación vigente y se consideraron, en forma complementaria, datos que facilitarían el contacto con el distribuidor y/o embotellador.

La siguiente tabla se utilizó para verificar en cada producto la presencia o ausencia de los datos considerados como obligatorios + relevantes.

Tabla A

ITEM	DATO VERIFICADO
1	Denominación del producto
2	Con o sin gas
3	Contenido neto
4	Razón social de planta embotelladora
5	Dirección de la Embotelladora
6	Nro. Registro y Establecimiento emisor
7	Vigencia
8	Partida
9	Atención al consumidor
10	Presevación del producto

TABLA A. EXISTENCIA DEL DATO

Se verificó sobre cada producto la presencia o ausencia de cada uno de estos ítems. Se otorgaron 1 punto por cada uno ausente; y el puntaje óptimo fue fijado en 10 puntos.

2. Legibilidad

Se evaluaron las características de legibilidad de los ítems obligatorios principales. La siguiente tabla se utilizó como medio para recabar información sobre las características de legibilidad presentes en cada una de las muestras.

Tabla B⁷

ITEM	DENOMINACIÓN	CALIDAD DE IMPRESIÓN	CONTRASTE	TAMAÑO TIPOGRÁFICO	FAMILIA TIPOGRÁFICA
1	Marca				
2	Denominación del producto				
3	Sin gas				
4	Nombre o razón social de planta embotelladora				
5	Domicilio				
6	Contenido neto				

TABLA B.
Disposición de los diferentes elementos presentes en los envases

Tabla C⁸

ITEM	DENOMINACIÓN	PRINCIPAL	SECUNDARIO	MARGINAL	CAMPO DE VISIÓN	
					F	L/D
1	Marca					
2	Denominación del producto					
3	Sin gas					
4	Nombre o razón social de planta embotelladora					
5	Domicilio					
6	Contenido neto					

TABLA C
Estado y características de impresión de la etiqueta.

ESTADO
Soporte
Tinta
Fijación

TABLA D⁹

7) Tabla B. Legibilidad.

El puntaje obtenido en cada ítem en caso de ser adecuado fue de 2, mientras que para los no adecuados fue 0.

El mayor puntaje a obtener fue fijado en 48 puntos.

8) Tabla C. Disposición.

Se otorgaron 4 puntos en caso de que la disposición del ítem verificado fuese principal, 2 puntos en caso de que fuese secundaria y 1 punto en caso de que fuese marginal. El máximo puntaje a obtener fue fijado en 64 puntos.

Los campos amarillos constituyen lo que la normativa considera adecuado.

9) Tabla D. Estado.

Se utilizó una ponderación de 2 puntos en caso de que el estado de los ítems fuese correcto y de 0 puntos en caso incorrecto.

En este caso el máximo puntaje a obtener se fijó en 6 puntos.

3. Prohibiciones planteadas en la reglamentación



Adecuado/ No adecuado

La siguiente tabla se utilizó para verificar tanto las leyendas presentes en las etiquetas, como los signos y referencias gráficas que remitieran a ubicaciones que pudieran incurrir en una confusión de la procedencia.

El nombre/marca utilizado en las aguas potables también fue motivo de verificación en la presente tabla, ya que el mismo no debe asociarse con fuentes naturales, es decir no debe relacionarse con ubicaciones geográficas a no ser que corresponda a la real procedencia del producto.

Se constató además la aparición de signos gráficos que puedan confundir a los consumidores, como también la referencia a usos medicinales.

Tabla E¹⁰

ITEM	CONTENIDO NETO	LEYENDA	ORIGEN	PUNTAJE SUBT.	EFFECTOS MEDICINALES	SIGNO IDENTIF.	PUNTAJE TOTAL
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							

10) Tabla E. Observaciones.

Se verificó sobre cada producto la presencia o ausencia de cada uno de estos ítems. Se otorgaron 2 puntos por cada uno ausente; y el puntaje óptimo fue fijado en 6 puntos.

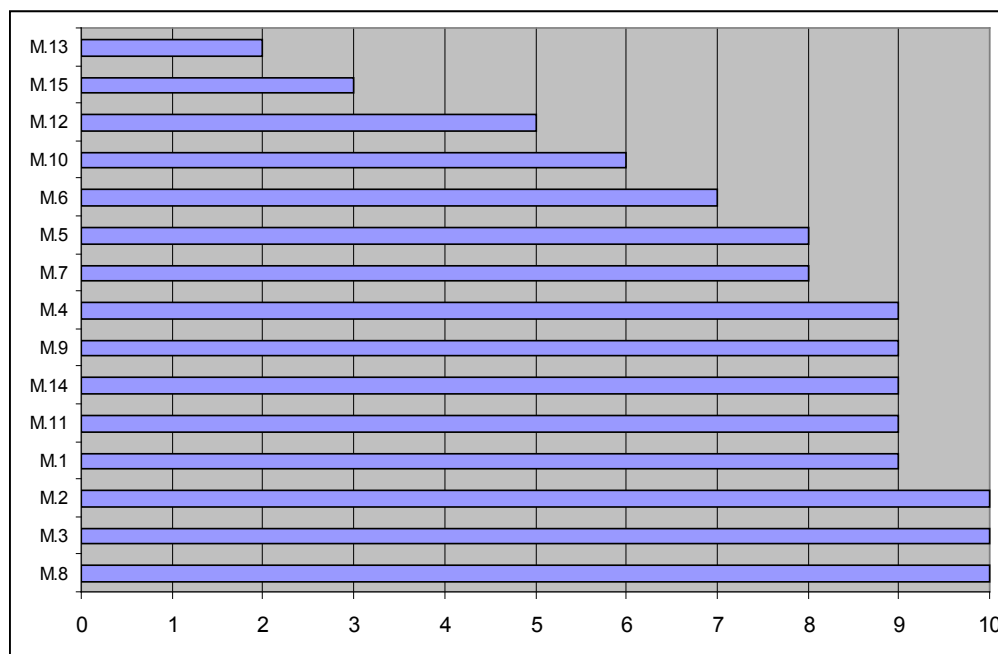


RESULTADOS

Resultados

1. Verificación de la existencia del dato

A continuación se reflejan los resultados obtenidos en relación a la información presente en cada una de las muestras relevadas.

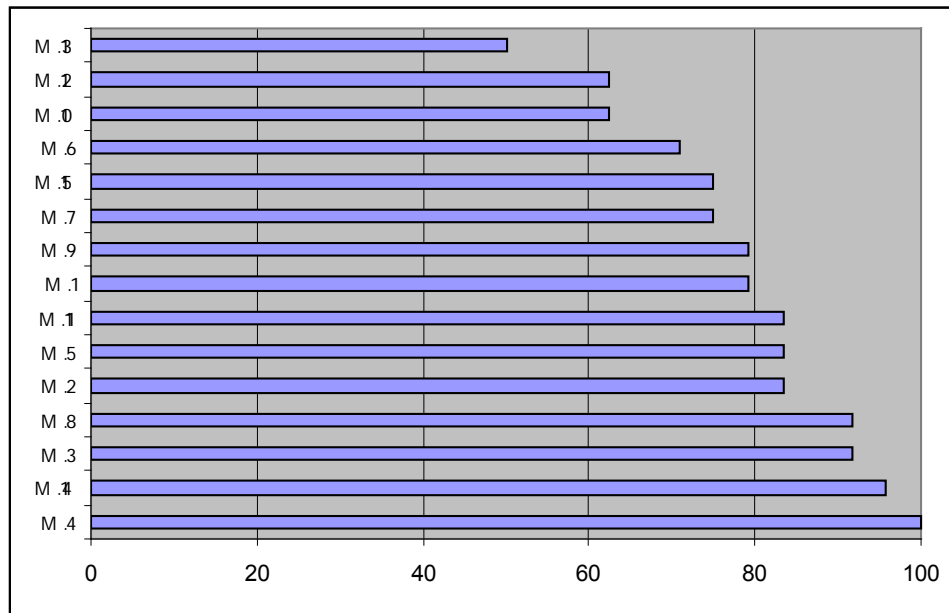


- Considerando un porcentaje de 70% para la aprobación de los productos podemos concluir que:
- Sólo 3 productos obtienen el 100% de aprobación (Muestra 2, 3 y 8).
 - Cuatro productos se encuentran por debajo del límite planteado para su aprobación (10, 12, 13 y 15).
 - La muestra que obtiene el porcentaje mas bajo es la 13 con un 20%.

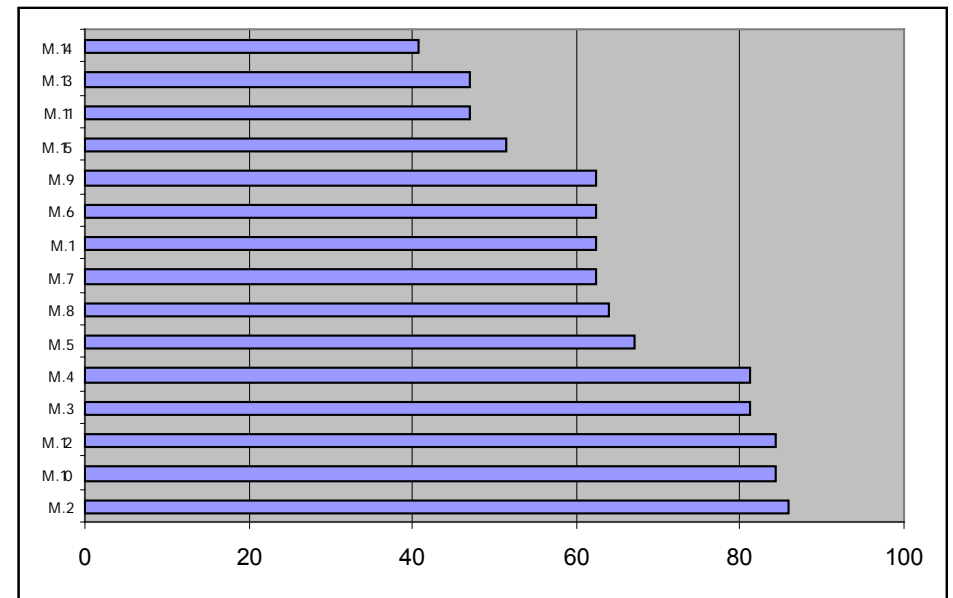
2. Legibilidad

- La muestra que presentó mayor legibilidad en los ítems verificados fue la 4 con un 100%.
- La muestra que presentó la menor legibilidad fue la 13 con un 50%.

2.1 Disposición



Legibilidad



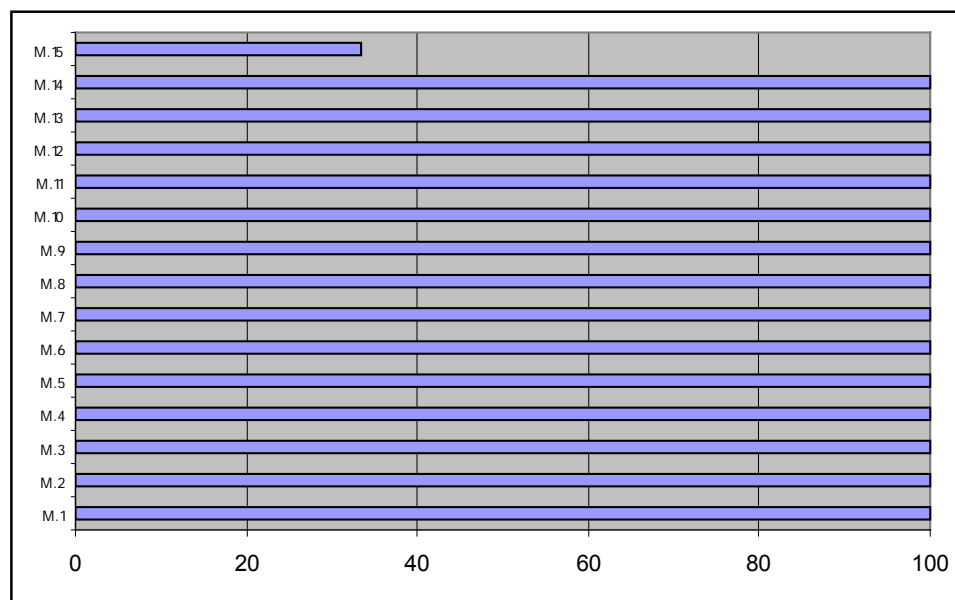
Disposición

- La muestra 2 fue la que mejor cumplió con la disposición de los ítems verificados con un 86%.
- Por otro lado, la muestra 14 fue la que menor puntaje presentó en la disposición de los elementos gráficos fue con un 41%.

2.2 Estado y características de impresión de la etiqueta

Del análisis del siguiente gráfico podemos concluir que:

-Únicamente la muestra 15, presenta inconvenientes en el estado general del soporte gráfico, mas específicamente en el tipo de tinta utilizada y la correcta fijación de ésta en el rótulo del producto.



3. Prohibiciones planteadas en la reglamentación.

De analizar los datos obtenidos en la tabla podemos concluir que:

- La muestra 4, es la única que puede prestar a confusión debido a la facilidad de vincular la marca, con un lugar geográfico que no se corresponde con el real lugar de envasado.
- Solo 3 de las muestras presentaron algún tipo de leyenda en la etiqueta y ninguna de ellas generó confusión en cuanto a la procedencia.
- Ninguna de las muestras hizo referencia a posibles efectos medicinales.

ITEM	CONTENIDO NETO	LEYENDA	ORIGEN	2PUNTAJE SUBT.	EFFECTOS MEDICINALES	SIGNO IDENTIF.	PUNTAJE TOTAL
1	5 litros	—	Bs. As	2	2	2	6
2	6 litros	Envasado en fuente de origen	Ruta 2	2	2	2	6
3	otro	—	Bs. As	2	2	2	6
4	2 litros	—	Pilar	0	2	1	3
5	5 litros	—	San Luis	2	2	2	6
6	5 litros	Calidad desde 1930	Córdoba	2	2	2	6
7	otro	—	La Plata	2	2	2	6
8	5 litros	—	Mendoza	2	2	2	6
9	1,5 litros	—	Entre Ríos	2	2	2	6
10	5 litros	—	Rafaela	2	2	2	6
11	5 litros	—	Neuquén	2	2	2	6
12	otro	—	Ringuelet	2	2	2	6
13	otro	—	City Bell	2	2	2	6
14	2 litros	—	Pilar	2	2	2	6
15	5 litros	El agua pura de nuestro país	Corrientes	2	2	2	6

Destacado

Marcas

Se define a las marcas como los signos que sirven para identificar en el mercado a los productos o servicios, diferenciándolos de los productos y servicios con los cuales compite.

Una marca es un componente intangible pero crítico de lo que representa una compañía.

Las marcas están entre los activos mas importantes de una compañía¹².

Marcas Blancas

Una marca blanca, también llamada marca del distribuidor o marca genérica, es la marca perteneciente a una cadena de distribución (generalmente, híper o supermercado) con la que se venden productos de distintos fabricantes¹³.

Las marcas blancas tiene como característica común que junto con la identificación de la cadena de distribución, se identifica la categoría o clase de producto que se está comercializando.(Ej: Agua de Mesa, Fideos, Manteca, etc).

El Programa de diseño, verificó entre los ítems del presente informe, la disposición de la información desde el punto de vista del consumidor que selecciona en forma directa desde la góndola uno u otro producto en base a la información que estos presentan.

Es por ello que se consideró prioritaria la dimensión de la marca del producto sobre la identificación del tipo de producto del cual se trataba¹⁴.

El criterio adoptado tiene por objeto que los usuarios identifiquen en forma rápida y sencilla quien es el responsable del producto, mediante la marca, más allá de identificar de que tipo de producto se trata. Al relevar esta información se presentó un caso en donde la marca se encontraba en segundo plano visual respecto de la identificación Agua de Mesa lo cual derivó en la correspondiente vista en el informe.

¹¹ <http://www.indecopi.gob.pe/servicios-Marcas-que-es.jsp>

¹² La marca: máximo valor de su empresa Scott M. Davis, Margarita Bojalil Rébora

¹³ http://es.wikipedia.org/wiki/Marca_blanca

¹⁴ En situación de compra todos los productos similares se encuentran en un mismo sector, el comprador realiza su selección basándose principalmente en la marca y el precio.

Denominación de origen¹⁵

Se entiende a la denominación de origen como una indicación geográfica aplicada a un producto agrícola o alimenticio cuya calidad o características se deben fundamental y exclusivamente al medio geográfico en el que se produce, transforma, obtiene y/o elabora.

La normativa Codex Stan 227 Norma general para las aguas potables embotelladas/envasadas (Distintas de las aguas minerales naturales) hace mención en el punto 2 del apartado 5.3, Prohibiciones relativas al etiquetado, a este ítem en particular.

A continuación se transcriben los puntos contenidos en dicho apartado:

- 1. No podrán hacerse declaraciones relativas a los efectos medicinales. No podrán hacerse declaraciones de otros efectos beneficiosos en función de la salud del consumidor a menos que sean verdaderos y no induzcan a error o engaño.*
- 2. El nombre de la localidad, aldea o lugar específico no podrá formar parte del nombre comercial a no ser que se refiera a un agua definida según su origen captada en el lugar que designe ese nombre comercial.*
- 3. Queda prohibido el empleo de cualquier declaración o cualquier signo ilustrativo que pueda crear confusión en la mente del público o intuir a error o a engaño sobre la naturaleza, origen, composición y propiedades de las aguas envasadas puestas a la venta.*

Con el fin de corroborar lo expresado en el punto 2, se realizó una verificación entre la marca de cada producto y el lugar de obtención y/o tratamiento del producto.

Es fundamental prestar atención a la denominación de origen del producto, ya que el consumidor puede resultar engañado al momento de adquirir un producto, al asociarlo mediante su marca con un lugar de origen al cual no pertenece.

¹⁵ http://www.alimentosargentinos.gov.ar/Ley_25380.htm; http://es.wikipedia.org/wiki/Denominaci%C3%B3n_de_origen

Aspectos a tener en cuenta

A continuación se detallan aspectos de importancia a tener en cuenta por:

- 1) Los consumidores, a la hora de decidir la compra de este tipo de productos.
- 2) Los profesionales, al momento de diseñar una etiqueta para este tipo de productos.

1) ¿Qué debo tener en cuenta al comprar agua potable embotellada?

1. Datos del embotellador y/o distribuidor : El producto debe brindar al consumidor datos que posibiliten el contacto entre el consumidor y el fabricante, estos datos deben ser fácilmente identificables. Entre los más comunes se destacan:

Nombre del fabricante, Dirección, Teléfono, E-Mail, Casilla de correo, página Web.

2. Datos de producto: A su vez el consumidor debe verificar datos específicos del producto que le permitan realizar una correcta comparación.

Entre estos datos podemos mencionar:

Marca, lugar de procedencia, identificación, fecha de vencimiento, contenido neto, forma de conservación del producto.

2) ¿Qué deben tener en cuenta al diseñar las etiquetas de las aguas potables?

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

1. Información necesaria: Se debe conocer toda la información necesaria a volcar tanto en la etiqueta como en el producto en sí, 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.

Por otro lado debe garantizarse que la legibilidad en las etiquetas presentes sea correcta. Para esto es esencial el evaluar la relación entre el fondo (etiqueta) y la figura (texto) elegida.

3. Elección de la tipografía: La elección de una correcta tipografía, aquella que garantice una lectura clara, es un requisito prioritario para garantizar la “facilidad de lectura”.

4. Disposición de la información: Este factor es fundamental al momento de identificar la información presente en el producto.

Una adecuada distribución de la información ayudará a que el usuario interprete rápidamente los datos fundamentales y características del producto.

Debe tenerse especial cuidado en la ubicación final de la información, para garantizar que la misma pueda ser fácilmente ubicada por cualquier tipo de usuario en caso necesario.

Se considera inadecuada cuando la información está emplazada en etiquetas o precintos que son descartados al momento de abrir el producto.

5. Calidad de impresión: Debe controlarse este factor para garantizar la correcta lectura de la información presente en la etiqueta del envase.

6. Íconos y símbolos: Debe garantizarse que el uso de éstos sea correcto y fácil interpretación por parte de los usuarios. La disposición y formato de los mismos debe ser claro para evitar así confusiones en las características del producto.



CONCLUSIONES

Conclusiones

A continuación se detallan aspectos relevantes presentes las muestras verificadas.

La muestra 5 presentó inconvenientes en la impresión de la vigencia situada en la etiqueta del producto. Estos problemas de impresión dificultan la correcta interpretación de la información brindada por la empresa.

La muestra 6 presentó la fecha de elaboración en una etiqueta autoadhesiva en la tapa del envase.

De la totalidad de las muestras, la número 13, fue aquella que menor cantidad de información obligatoria presentó en su etiqueta.

No pudo verificarse en la muestra 12 la fecha de elaboración. El envase presentó en su etiqueta una codificación que permitiría dejar registrado este dato, pero la misma estaba incompleta.



Muestra 5. Presentó problemas en la interpretación de la vigencia



Muestra 6. Etiqueta autoadhesiva con la fecha de elaboración



Muestra 13. Etiqueta de vigencia presente sobre el pack de plástico termocontraible



Muestra 12. Posee codificación para la fecha de elaboración pero no se utiliza

Cierre: Conclusión final

Teniendo en cuenta la importancia del producto verificado en relación a su volumen de consumo y presencia nacional, el Programa de Diseño del INTI relevó la información que las empresas presentan en sus envases. Esta información, es de suma importancia para garantizar una correcta elección por parte de los consumidores.

Gracias al presente informe pudimos verificar que el 27% de las muestras no alcanzan a cumplimentar con el 70% de los datos totales verificados y ese porcentaje se reduce a 20% al verificar si dicha información es legible en forma adecuada.

Existen casos particulares en donde la información, mas allá de presentar problemas de legibilidad, se encuentra situada en etiquetas que son desechadas una vez que el envase es abierto. El 27 % del total no suministra los datos que permiten el contacto entre los usuarios y el embotellador o distribuidor (Tel., e-mail, sitio Web).

Al analizar estos datos podemos concluir que en, una proporción importante (una cuarta parte del total), las empresas no se preocupan en presentar la información contemplada en el presente informe en sus productos y de hacerlo de una forma que garantice una correcta legibilidad por parte de los usuarios.

Un dato fundamental que debe de estar presente en todos los productos, como es la fecha de elaboración y/o vencimiento, se verificó en 14 de las muestras, aunque en algunos casos su legibilidad se vio reducida debido a una deficiente calidad en la impresión o una incorrecta ubicación. Se presentaron 3 casos en los que los productos contaban con la fecha de elaboración en etiquetas autoadhesivas, fácilmente removibles ubicadas en las tapas de los envases.

Podemos afirmar que la metodología utilizada para la presentación del dato relativo al vencimiento en los productos es variada, encontrando sellados y etiquetas, de variados tamaños y calidades, tanto sobre el envase, como sobre la etiqueta de identificación.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es la situación de descarte del envase contenedor del producto. Aunque en un gran porcentaje las etiquetas de los productos hacen mención a la destrucción del envase para evitar su posible relleno, no dejan en claro como proceder en el momento de descarte del mismo.

Debido a que el material plástico, utilizado para la elaboración de los envases tiene la posibilidad de ser reciclado, sería conveniente, en la medida de contar con los medios y la infraestructura que lo permitiera, el poder realizar la separación de este tipo de residuos depositándolos en los correspondientes contenedores.

NOTA FINAL

Esta metodología de trabajo esta siendo aplicada por el Programa de Diseño para 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