LOS DETECTIVES DEL EMPAQUE



Sara Hincapié Arévalo

Memoria del proyecto DCV

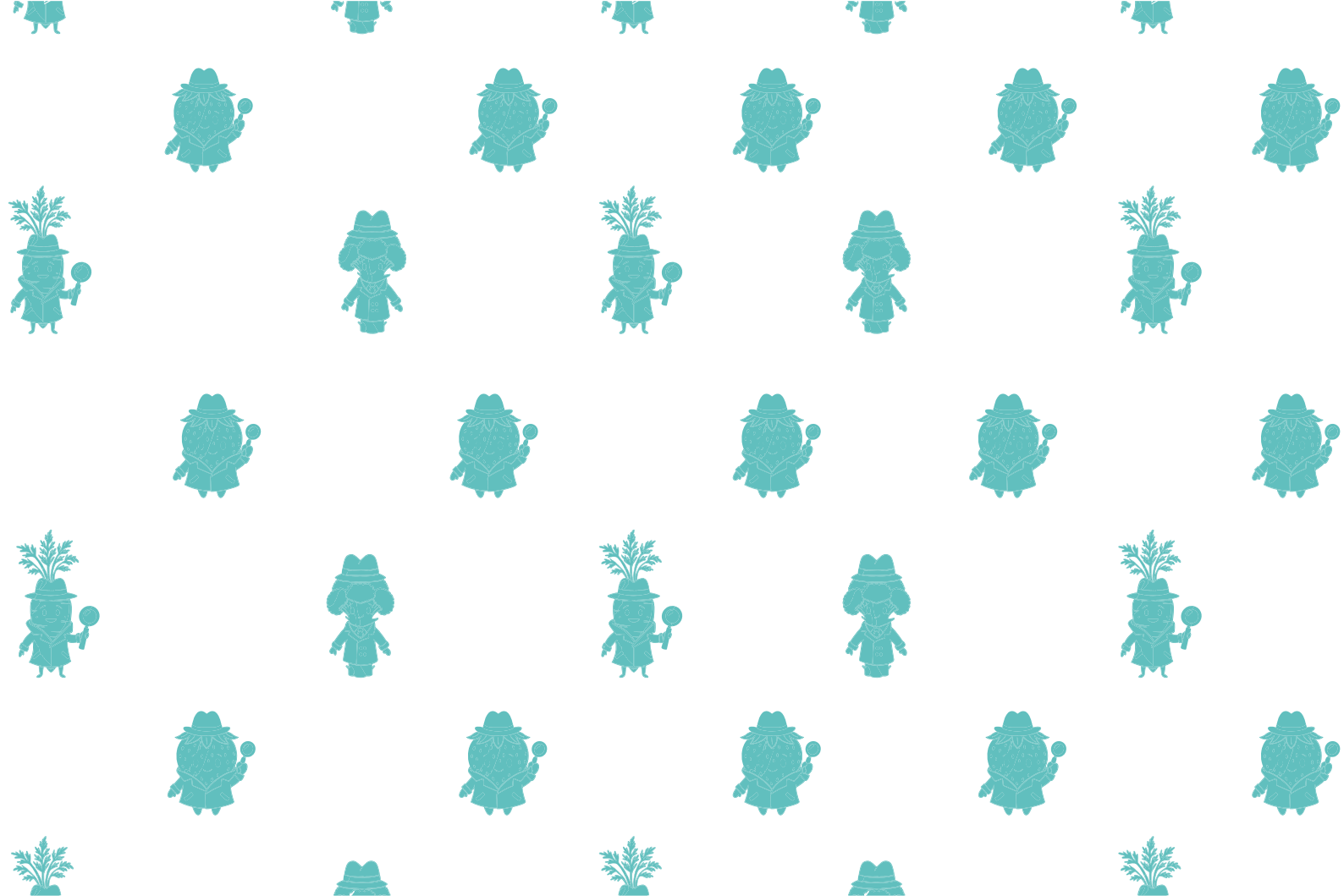
PADCV 2026 -1

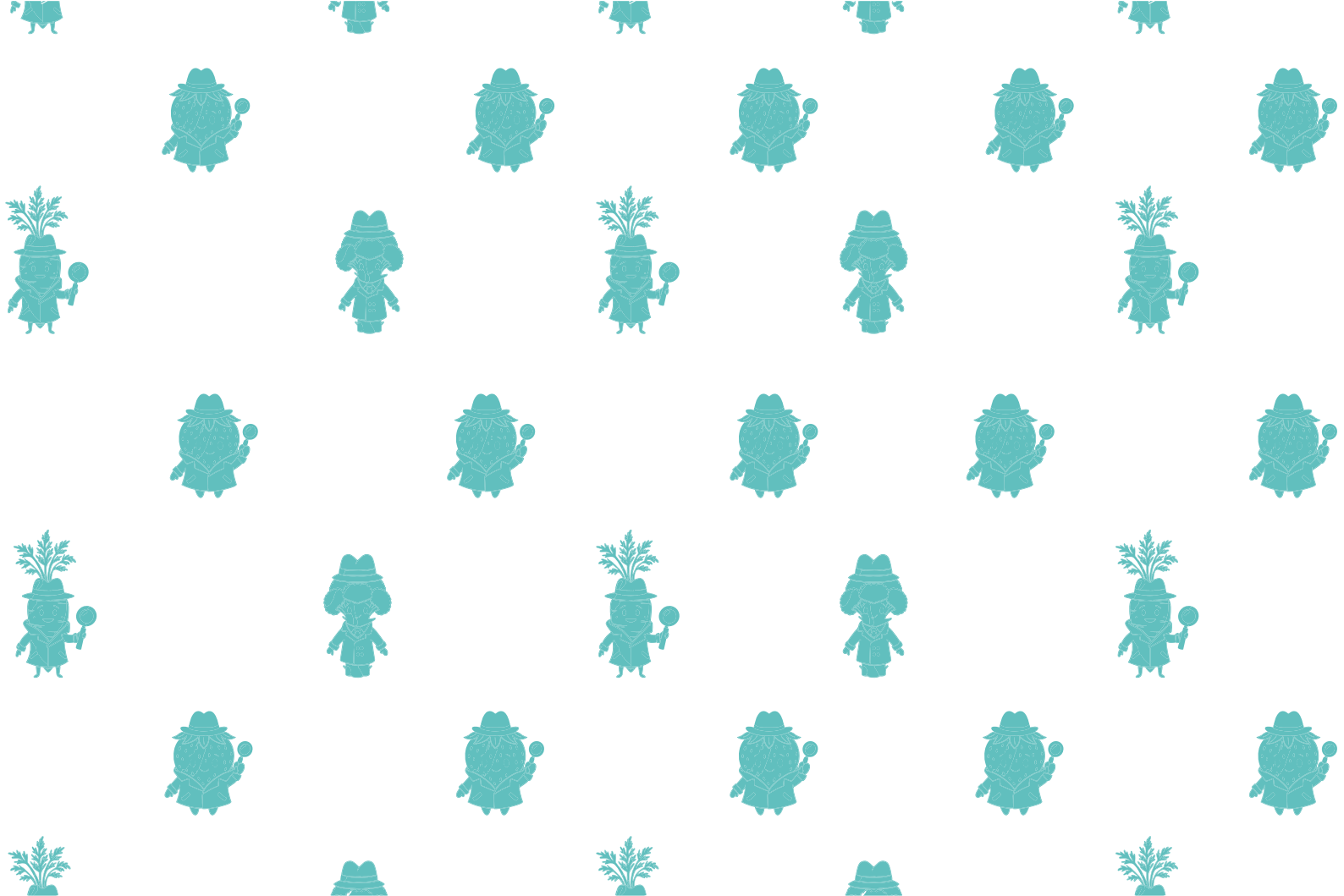
Pontificia Universidad JAVERIANA Cali

FACULTAD DE CREACIÓN Y HÁBITAT Departamento de Creación

SOMOS TODOS







Fecha de elaboración:
Junio 2026

Título del proyecto:
Los detectives del empaque

Autora:
Sara Hincapié Arévalo

Diseño de comunicación visual
Pontificia Univerdad Javeriana Cali
2026

Dirección del proyecto:
Diana Patricia Umaña Ruiz

Todos los derechos son reservados

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o trasmitida, en ninguna forma ni por ningún medio, sin autorización previa del titular de los derechos.

Memoria del proyecto DCV | 2026-1

LOS DETECTIVES DEL EMPAQUE

Sara Hincapié Arévalo

Pontificia Universidad Javeriana Cali
Facultad de Creación y Hábitat
Diseño de comunicación visual

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a mis padres, **Albeiro y Sandra**. Gracias a su esfuerzo, amor e incondicional apoyo hoy tengo el privilegio de estudiar lo que verdaderamente amo; ellos han sido, y siempre serán, mi mayor fuente de apoyo y el pilar fundamental de mi vida. A mi hermana, **Juliana**, por haber estado a mi lado en cada etapa de este camino, brindándome su apoyo incondicional desde el primer día de mi carrera.

A mi directora de proyecto, **Diana Umaña**, por su guía constante a lo largo de todo este proceso, pero sobre todo, por creer en mí, infundirme confianza y darme la fuerza necesaria para plasmar todas mis capacidades en este trabajo.

A mi **aliada profesional**, por su valioso acompañamiento en el componente nutricional, guiándome con su conocimiento y contribuyendo siempre a la mejora continua de este proyecto.

Y finalmente, a mí, **Sara Hincapié**, por la resiliencia, la dedicación y el corazón puestos en cada detalle de este camino. Me agradezco por no rendirme en los momentos de incertidumbre, por abrazar la disciplina y por creer en mi propia voz y visión. Este proceso me ha demostrado que el diseño no es solo una profesión, sino una forma de entender el mundo; me ha enseñado a ser más empática, a cuestionar lo establecido y a comprender el poder tan inmenso que tengo en mis manos para transformar realidades, comunicar con propósito y generar un impacto positivo y responsable en la sociedad.

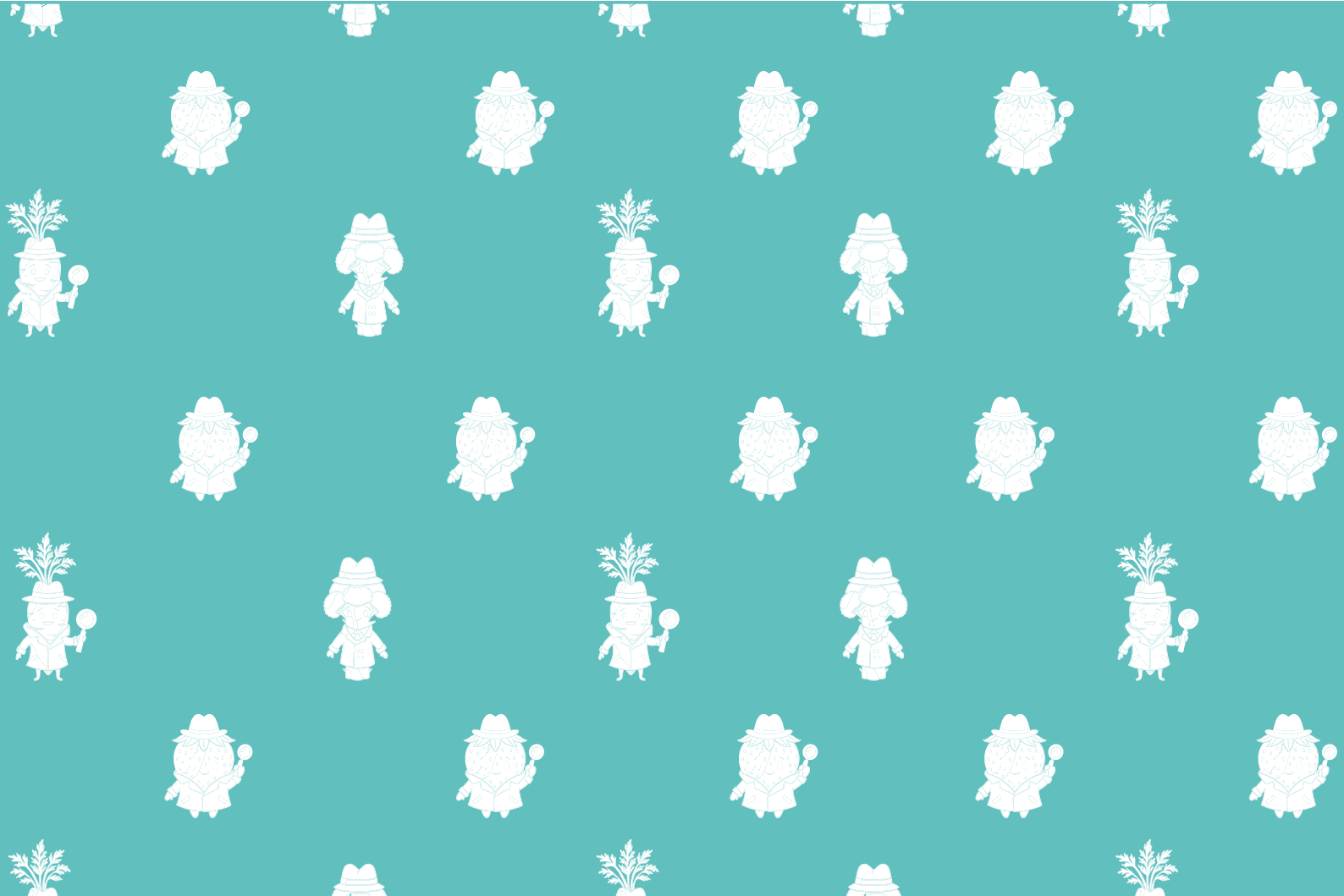
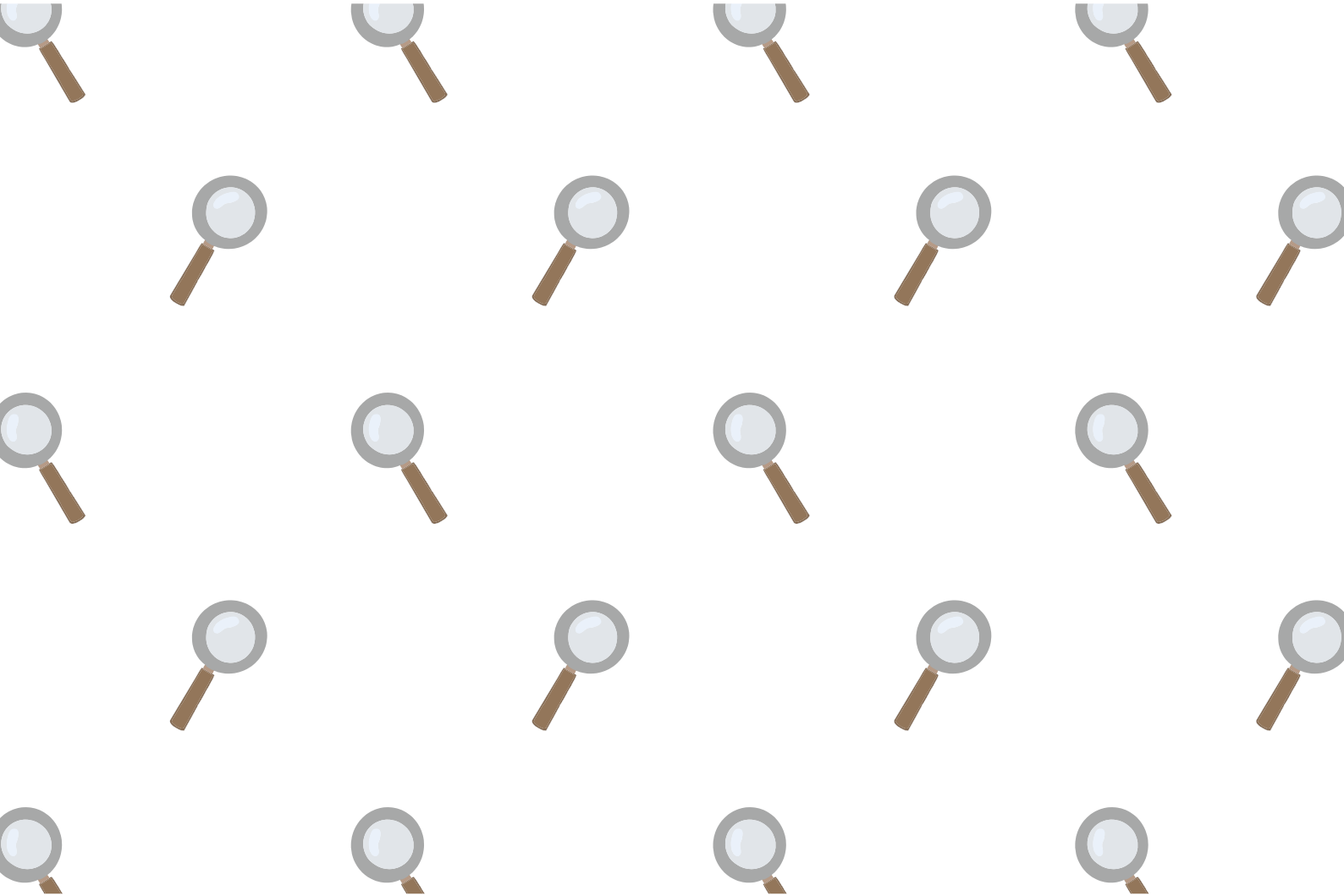


Tabla de contenido

01. Temática 03
02. Introducción 04
03. Justificación 05
04. Objetivos 06
05. Aliada experta 08
06. Usuarios 09
07. Metodología 10
08. Hallazgos 11
09. Proceso creativo 14
10. Descripción del sistema 17
11. Validación 23
12. Conclusión 24
13. Referencias 25



TEMÁTICA

El diseño de packaging en las decisiones de compras responsables en la alimentación infantil.

INTRODUCCIÓN

En una sociedad donde el marketing visual tiene tanta fuerza, los empaques de los alimentos infantiles se han convertido en un factor determinante en lo que los padres llevan a la mesa. Hoy en día, el diseño de empaques influye directamente en la selección de compra de estos productos, ya que el packaging utiliza recursos visuales muy convincentes. Elementos como los personajes llamativos, el uso de los colores, la tipografía y los mensajes saludables que se presentan directamente en el frente del empaque, generan muchas más emociones en los consumidores (tanto en padres como en niños) que un análisis detenido a la información nutricional de los productos.

La importancia de este tema radica en que estas decisiones de compra influyen directamente en la salud de los niños a corto y largo plazo. Esto contribuye a la formación de hábitos alimenticios desde la infancia que podrían generar problemas como la obesidad, déficit nutricional o diabetes. Según el estudio de Allafi, **Almansour y Saffouri (2021)**, existe una relación donde la persuasión visual suele ser un factor que pesa más que el conocimiento nutricional de los padres al momento de elegir. Asimismo, **la Organización Mundial de la Salud (2022)** advierte que la exposición constante a este tipo de publicidad en los empaques de productos ultraprocesados es un factor de riesgo que promueve entornos alimentarios poco saludables para los menores. Por eso, en una sociedad donde el marketing de estos alimentos crece constantemente, se vuelve fundamental ejercer un diseño responsable que transforme el empaque en una herramienta honesta, priorizando la transparencia y la buena alimentación en los niños.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto surge como respuesta a una problemática latente en el diseño de empaques infantiles, donde el uso de diversos recursos visuales influye de manera determinante tanto en la atracción de los niños como en la percepción de los adultos. En el contexto actual, se evidencia que la configuración gráfica de los empaques no siempre facilita la lectura de los contenidos, lo que sumado a una comprensión nutricional limitada por parte de los padres, deriva frecuentemente en decisiones de compra poco saludables. Esta situación es preocupante, ya que el empaque es el primer punto de contacto entre el producto y el consumidor, y si su comunicación no es clara, termina afectando directamente la alimentación de los menores.

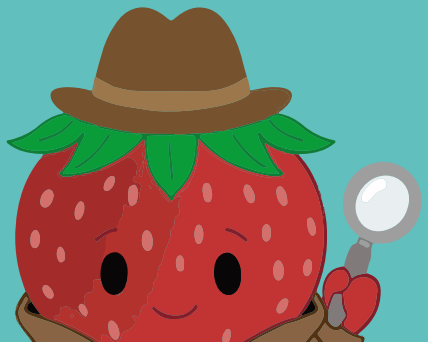
La importancia de este trabajo radica en la necesidad de replantear el lenguaje visual que se utiliza en el packaging para que deje de ser un elemento de distracción y se convierta en un facilitador de información honesta. Al desarrollar este proyecto bajo una perspectiva de diseño responsable, se busca que el empaque proporcione herramientas visuales que permitan a los padres y niños interpretar correctamente lo que están llevando a la mesa de sus hogares. De esta manera, el diseño asume un compromiso ético, transformándose en un aliado fundamental para mitigar la confusión en el punto de venta y fomentar hábitos alimenticios correctos que protejan la salud desde la primera infancia.



OBJETIVO GENERAL

Proponer una sistema de comunicación visual bajo un enfoque lúdico-pedagógico para la visibilidad del efecto del diseño del packaging en el consumo responsable en la alimentación infantil.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



01 **Analizar la motivación de compra** de alimentos infantiles en los adultos mediante herramientas cualitativas y cuantitativas para identificar los puntos clave del proyecto.

02 **Identificar experiencias lúdico-pedagógico** a través de entrevistas con expertos para reconocer estrategias educativas que fortalezcan la estrategia de comunicación.

03 **Diseñar el sistema de comunicación visual** mediante los hallazgos obtenidos para reconocer aprendizajes y cambios en la percepción del packaging y su influencia en la alimentación infantil responsable.



ALIADA EXPERTA

El proyecto cuenta con la colaboración de **Laura García**, nutricionista y dietista egresada de la Universidad Nacional, quien cuenta con cinco años de experiencia en el área de consulta externa. Su acompañamiento es fundamental para garantizar la precisión técnica en el abordaje de los criterios profesionales relacionados con la alimentación infantil, asegurando una interpretación adecuada de la información nutricional. Además, brindó apoyo en la validación de los contenidos científicos presentados, orientando la creación de herramientas pedagógicas que promueven hábitos saludables. Gracias a su orientación, se busca traducir conceptos complejos de nutrición al formato visual de manera responsable y coherente con las necesidades de desarrollo de la primera infancia.

USUARIOS

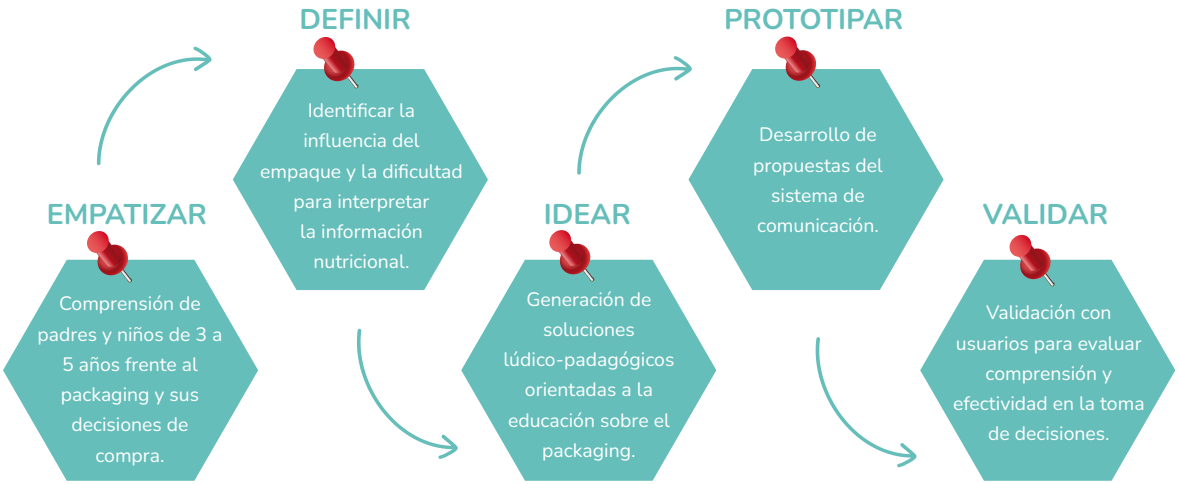
El principal usuario del proyecto está conformado por padres, cuidadores y niños entre los 3 y 5 años, quienes participan en el proceso de selección y compra de alimentos infantiles, viéndose influenciados por la configuración de los elementos visuales del packaging.

Entre sus deseos se destaca el querer tomar decisiones de compra plenamente conscientes, buscando que el empaque actúe como una herramienta honesta que facilite la comprensión real de lo que se está consumiendo.

Entre sus frustraciones se encuentra la dificultad para procesar la información nutricional debido a la saturación gráfica, además de la falta de claridad en el diseño, lo cual suele generar desconfianza o confusión al momento de elegir opciones saludables.



METODOLOGÍA DESIGN THINKING



HALLAZGOS

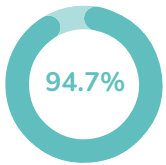
Después de la recolección de datos sobre la influencia del diseño y la salud infantil, se aplicó una encuesta a padres y cuidadores para identificar los factores que determinan la compra responsable. Se concluyó que aunque los padres buscan salud, la influencia visual del niño es un factor decisivo.

68.4% De los padres o cuidadores se siente atraídos primero por la información nutricional.

89.5%

De los padres reconocen que el diseño influye en su decisión final.

El diseño no solo debe ser estético, sino que su función principal debe ser facilitar la lectura de datos para garantizar una compra responsable.



De los niños participan en la elección del producto.



De los padres validan esa elección revisando siempre los ingredientes.



REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

E-C

Utiliza ilustraciones planas y un lenguaje visual sencillo que reduce la carga cognitiva. Su estética amigable garantiza que el niño comprenda cada pieza gráfica de forma directa y sin complicaciones.

F-O

Ofrece un proceso guiado mediante funciones indicativas claras que promueven la autonomía. Permite que la interacción con empaques reales genere respuestas inmediatas, facilitando la toma de decisiones.

E-C

Establece un vínculo afectivo a través de los personajes y peluches como objetos de conexión. Este enfoque humaniza la experiencia, motivando una participación activa y constante durante el juego.

TRABAJO CON EXPERTA

Para asegurar la precisión técnica y nutricional de los contenidos del proyecto, se realizó una sesión de trabajo con la nutricionista Laura García. Se compartieron con ella los avances de la investigación junto con los criterios orientados a desglosar la información de los productos infantiles de forma veraz y clara.

Su análisis permitió validar los componentes pedagógicos, asegurar la rigurosidad de los datos presentados y garantizar que su traducción a formatos visuales como la Guía Detective y el empaque prototipo, fueran responsables, educativos y coherentes con las necesidades reales de alimentación y salud en la infancia.





MOODBOARD

En este se busca equilibrar la atracción lúdica para el niño con la claridad informativa para el padre, utilizando una gráfica honesta que facilite decisiones responsables y promueva la buena alimentación infantil.

LOGO

El logo de los detectives se desarrolla con una estética tipo sticker y silueteada, lo que facilita su reconocimiento y atractivo visual. Está construido con la tipografía Nunito por su legibilidad y carácter amigable, e integra la lupa como sustitución de una de sus letras, reforzando conceptualmente el rol investigativo del juego.

LOS DETECTIVES DEL EMPAQUE

LOS DETECTIVES DEL EMPAQUE



Lupa de los detectives

Aa

Nunito font

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

PERSONAJES

El sistema integra a los Detectives del Empaque, un elenco de **personajes** surgido de un taller de co-creación donde niños de 3 a 5 años diseñaron figuras basadas en sus frutas y verduras favoritas. Más que elementos decorativos, este equipo funciona como una red de apoyo pedagógico: **Vitto (la zanahoria)** quien lidera la misión como jefe del grupo, **Agente F (la fresa)** se encarga de analizar los recursos visuales de los empaques, y **Broqui (el brócoli)** es el encargado de toda la parte informativa y nutricional, traduce la información en datos comprensibles.

Con ellos se busca crear una conexión genuina con los niños, convirtiéndolos en los guías que acompañan a las familias a entender cada elemento del empaque, guiándolos así a tomar decisiones más responsables y conscientes en los alimentos infantiles.



Vitto
Jefe de los detectives



Agente F
Encargado de los recursos visuales



Broqui
Encargado de la parte informativa y nutricional

SISTEMA

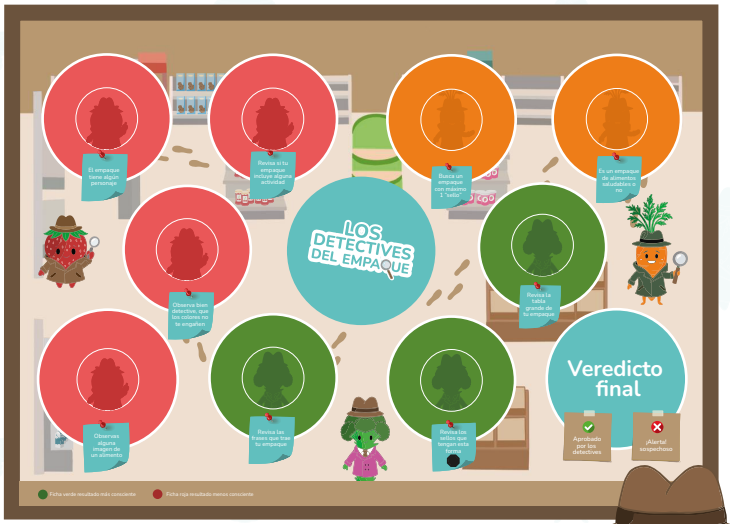
Los Detectives del Empaque es un kit lúdico-pedagógico que invita a niños, padres y cuidadores a analizar los empaques de alimentos infantiles mediante el juego. A través de una guía, un tablero, tarjetas de misión, fichas, un empaque prototipo y peluches, promueve decisiones de consumo saludables en familia.



TABLERO DE JUEGO

El tablero de juego se constituye como el escenario central de la experiencia, funcionando como el espacio físico y estratégico donde se ubica y analiza el empaque de forma interactiva. En este entorno lúdico, los niños asumen un rol protagónico al interpretar los post-it que contienen pistas clave, los cuales deben relacionar con las tarjetas de misión para resolver los retos planteados. Al integrar estos elementos, los pequeños detectives asignan las fichas de los personajes según sus hallazgos, transformando el ejercicio de lectura visual y nutricional en un proceso dinámico de asociación y descubrimiento.

Esta metodología no solo facilita la comprensión de los componentes del alimento, sino que convierte el análisis del packaging en una misión didáctica que empodera a los niños para guiar a sus familias hacia una alimentación más consciente.







TARJETAS DE MISIÓN

Las tarjetas de misión funcionan como el núcleo pedagógico del juego, traduciendo el análisis del empaque en preguntas y opciones de respuesta accesibles para los niños. A través de un sistema de retroalimentación visual, el uso de fichas verdes o rojas permite materializar la toma de decisiones, facilitando que el niño identifique de forma clara y didáctica qué productos son realmente saludables y honestos.

GUÍA DE LOS DETECTIVES







MANUAL DEL JUEGO

El kit integra la Guía Detective y el Manual del Juego como herramientas complementarias para asegurar una experiencia integral; mientras la guía de 18 páginas orienta a las familias en el análisis paso a paso de los elementos del empaque para facilitar su comprensión, el manual establece las reglas y dinámicas de interacción. Juntos, estos materiales transforman la lectura técnica nutricional en un proceso guiado y accesible, garantizando que tanto niños como padres cuenten con la ruta operativa y el conocimiento necesario para tomar decisiones de compra más conscientes y responsables.

SISTEMA

Kit



Tablero de juego



Tarjetas de misión

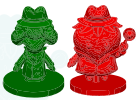


Peluches





Guía de los detectives



Fichas



Empaque prototipo



Manual del juego

VALIDACIÓN

La validación del proyecto confirmó que el sistema es claro y fácil de comprender tanto para niños como para padres, evidenciando que los menores reconocen con éxito los elementos clave de los empaques dentro de la dinámica lúdica. La metodología resultó ser sumamente intuitiva, donde las tarjetas de misión cumplieron su rol fundamental de fomentar el análisis y la participación activa. Un aspecto determinante fue la conexión emocional lograda a través de los personajes y sus peluches, los cuales no solo motivan la interacción, sino que materializan el vínculo afectivo con los "Detectives del Empaque".

Fundamentalmente, este proceso sirvió para conocer las fortalezas y los puntos de mejora de la propuesta. Gracias a esta retroalimentación directa en espacios familiares, se pudieron realizar los ajustes estratégicos necesarios para optimizar la funcionalidad del kit, asegurando que el producto final sea una herramienta pedagógica potente, capaz de guiar a las familias hacia decisiones de compra más responsables y conscientes en los alimentos infantiles.



CONCLUSIONES

El sistema de los Detectives del Empaque cumple con éxito su objetivo pedagógico al fusionar de manera estratégica lo lúdico con lo educativo, permitiendo que los niños no solo reconozcan, sino que comprendan profundamente los elementos clave del packaging. A través de la mediación de los personajes y el vínculo afectivo generado por los peluches, se transforma la información técnica nutricional en un lenguaje cercano y significativo para la infancia. La propuesta demuestra una alta funcionalidad y equilibrio tanto para niños como para padres, facilitando una dinámica de aprendizaje conjunto donde la sólida coherencia gráfica y conceptual del sistema asegura una comunicación transparente. El uso de herramientas interactivas, como las tarjetas de misión, resulta fundamental para incentivar el análisis crítico y la participación activa de los menores en la resolución de retos. En última instancia, el proceso de validación fue determinante para identificar las fortalezas del diseño y señalar puntos de mejora, permitiendo realizar los ajustes estratégicos necesarios para consolidar una herramienta capaz de empoderar a los niños y guiar a sus familias hacia la toma de decisiones de compra mucho más responsables, conscientes y saludables en el ámbito de la alimentación infantil.



REFERENCIAS

Arraztio-Córdoba, A., Araque-Padilla, R. A., Montero-Simó, M. J., & Olarte Sánchez, C. M. (2022). The effect of food packaging elements on children's food choices and intake: A systematic review. Frontiers in Nutrition.

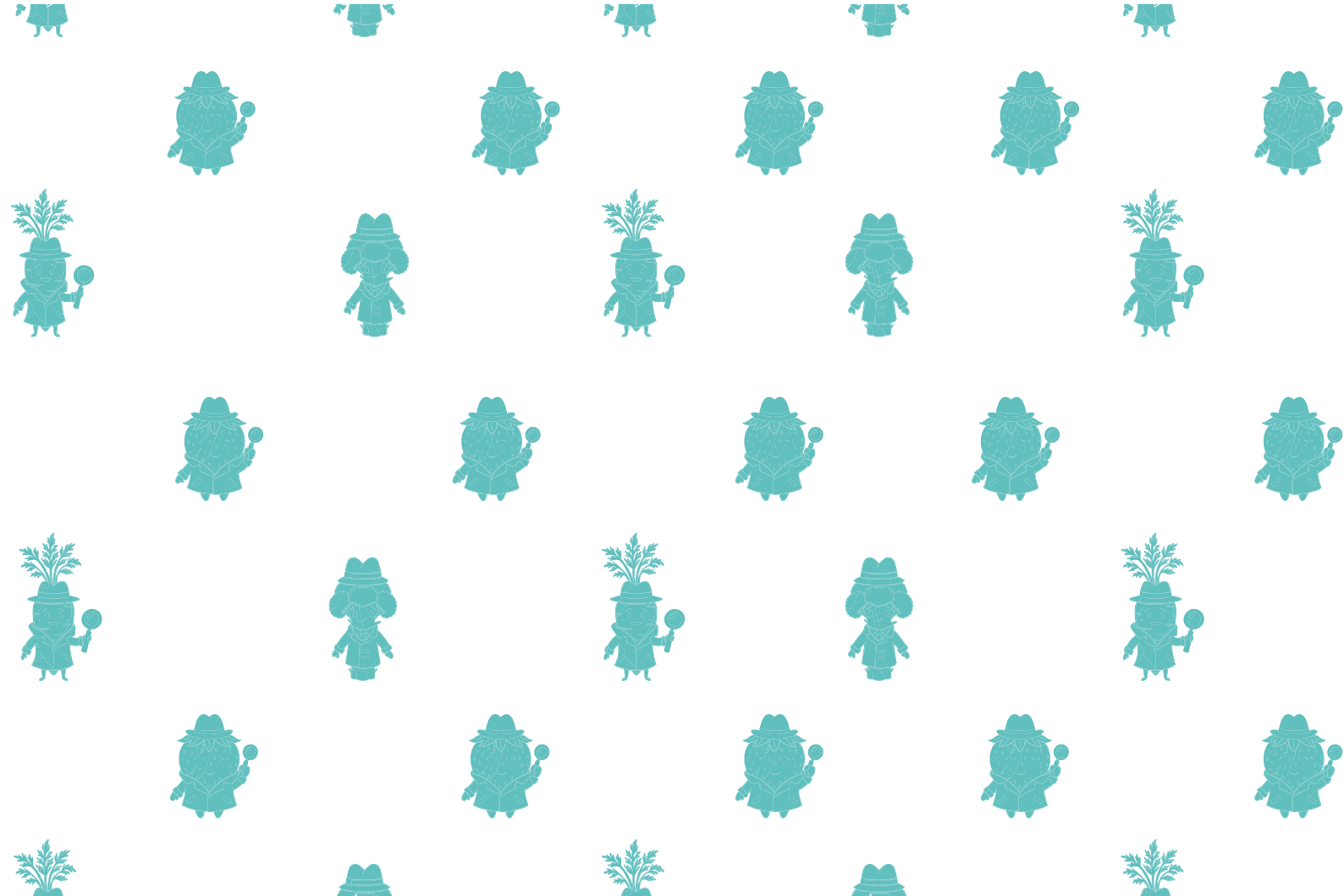
Ares, G., Velázquez, A. L., Vidal, L., Curutchet, M. R., & Varela, P. (2022). The role of food packaging on children's diet: Insights for the design of comprehensive regulations to encourage healthier eating habits in childhood and beyond. Food Quality and Preference

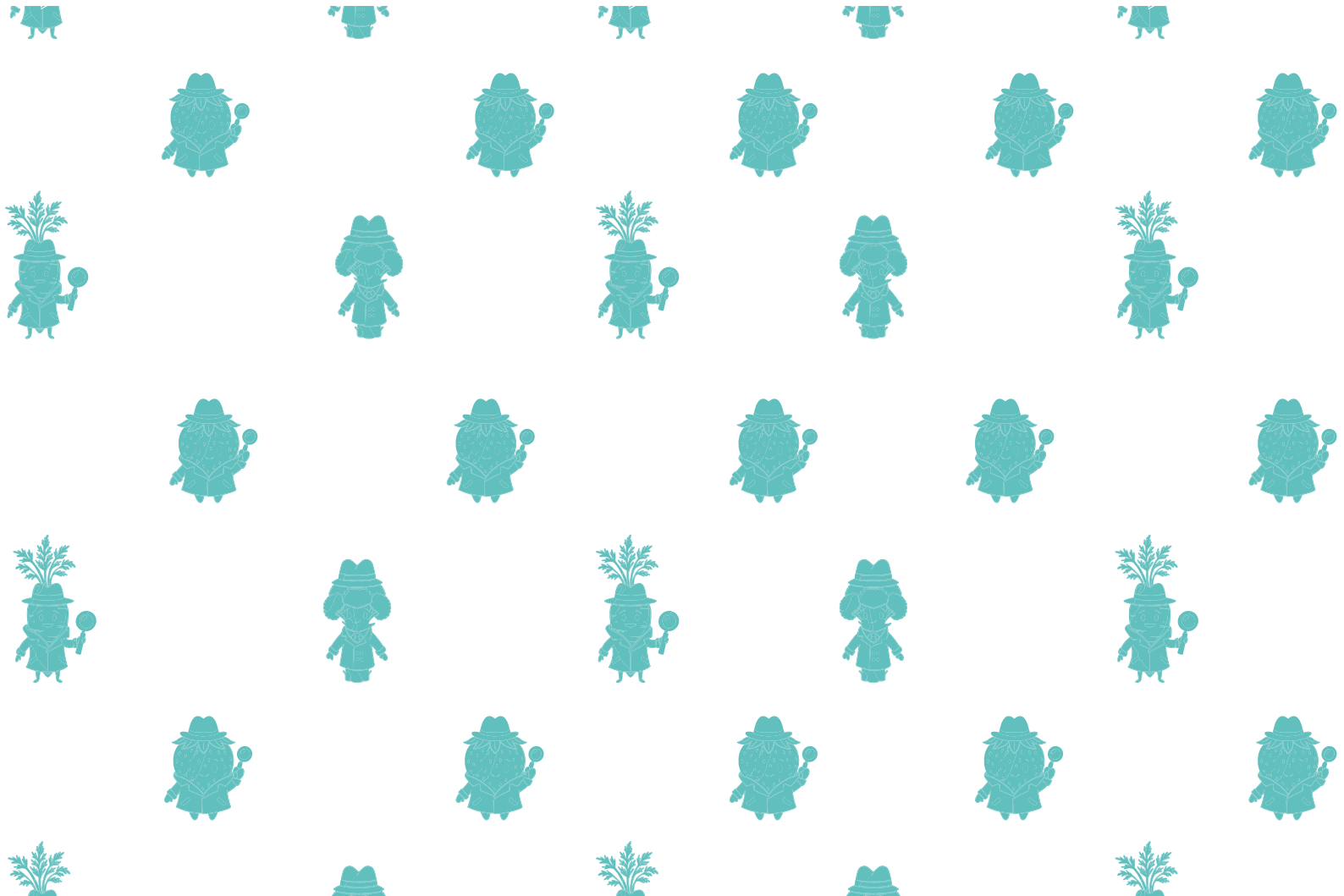
Junior, G. (2007, septiembre). Guerra al consumismo infantil: Los niños se convierten objetivos directos de todo tipo de producto. Revista Pesquisa FAPESP, Edición 139.

Pérez-Pedraza, B. de los Á., Álvarez-Bermúdez, J., & Carreón-Marrufo, M. (2023). Consumo de alimentos y la publicidad alimentaria: contrastes en niños escolarizados. Cultura, Educación y Sociedad, 14(1), 111–124.

Congreso de la República de Colombia. (2021, 30 de julio). Ley 2120 de 2021. Por la cual se adoptan medidas para fomentar entornos alimentarios saludables y prevenir enfermedades no transmisibles y se adoptan otras disposiciones. Diario Oficial No. 51.751.

Aquateknica. (s. f.). La importancia del color en alimentos: los colores influyen en el apetito.





LOS DETECTIVES DEL EMPAQUE