

Informe:

¿QUÉ NOS DICE EL ETIQUETADO DE ALIMENTOS?



ÍNDICE

| | Página |
|--|--------|
| INTRODUCCION | 1 |
| ANTECEDENTES | 3 |
| Consumo alimentario en España | 4 |
| Marco Legal en España | 5 |
| Importancia del Etiquetado | 8 |
| Otros tipos de Etiquetado | 8 |
| Mensajes Publicitarios en el Etiquetado de Alimentos (Alegaciones y Declaraciones Nutricionales) | 10 |
| OBJETIVO | 14 |
| ¿QUÉ NOS DICE EL ETIQUETADO DE ALIMENTOS? | 15 |
| Metodología | 15 |
| Resultados | 16 |
| Análisis de resultados y Conclusiones | 19 |
| BIBLIOGRAFÍA | 22 |

INTRODUCCIÓN

La compra de alimentos, una acción “sencilla” que se realiza a diario o de forma semanal, puede convertirse en una situación compleja, cuando el consumidor encuentra en el mercado una variedad “sin fin” de productos que se ofertan como los “mas saludables”, “los mejores para nuestra salud”, “los del sabor tradicional de siempre”, “los que ayudan a funcionar mejor”, “a fortalecer nuestros huesos”, etc,

¿Qué puede hacer el consumidor ante tanta información? Lo primero sería leer el etiquetado, pero ¿Qué nos dice el etiquetado de alimentos?

El programa **¿Qué nos dice el etiquetado de alimentos?: Guía para su mejor comprensión**, subvencionado por el Instituto Nacional del Consumo –INC-, Organismo dependiente del Ministerio de Sanidad y Consumo, tiene dos objetivos:

Uno, promover entre los consumidores el uso del etiquetado de alimentos como herramienta para seguir una alimentación equilibrada, variada y saludable. Dos, utilizar el etiquetado como instrumento para realizar una compra informada, haciendo una valoración de la relación calidad, cantidad y precio.

Para orientar adecuadamente al consumidor sobre la información que puede encontrar

en las etiquetas de los alimentos, se evaluaron 100 etiquetas de diferentes grupos de alimentos.

La selección de los productos se realizó tomando como referencia *los alimentos más representativos del consumo alimentario del hogar*, según datos del Ministerio de Agricultura y Pesca, y de estudios de mercado publicados en revistas especializadas.

Se analizaron cuatro apartados:

- a) Información general del producto (denominación del producto, cantidad neta, nombre de la empresa, fecha de caducidad, lote del producto). Y otra información no obligatoria, como el teléfono de información al consumidor.
- b) Información relativa a los ingredientes (Si incluye lista de ingredientes, cantidad de ingredientes, si incluye números E).
- c) El perfil o etiquetado nutricional (información frecuente que aparece en dicho apartado).
- d) Mensajes publicitarios o declaraciones nutricionales (se evaluaron las declaraciones encontradas en los productos con relación a sus propiedades saludables).

Al concluir este programa, editaremos el presente estudio y una guía informativa dirigida al consumidor, en la que se resume

los aspectos más importantes que este debe considerar al leer el etiquetado de alimentos.

Con el presente estudio, la Confederación (de ámbito estatal) de Consumidores y Usuarios –CECU- sigue en su compromiso de facilitar información de utilidad, que proteja los intereses de los consumidores, promoviendo el consumo responsable e informado y acorde sus propios intereses.

CECU

Madrid diciembre 2007

ANTECEDENTES

A lo largo de la historia, sobre todo a partir de la evolución de los productos envasados, el etiquetado sirvió para identificar tres elementos básicos: Qué había dentro del envase?, Quién lo había fabricado o elaborado? y Cuánto costaba? (1). Respondiendo así a una de las demandas principales del consumidor: “tener la seguridad de que lo que compra es sano y no ha sido adulterado”.

Así mismo, para dar respuesta a esta inquietud, las administraciones públicas, a través de la promulgación de leyes, normativas, etc., garantizan la calidad y el control sanitario de los productos que se ofrecen en el mercado.

Por otro lado, los fabricantes utilizan las etiquetas para transmitir a los consumidores información sobre sus productos (cómo son, qué son, cuánto tiempo deben guardarse, cómo deben usarse, que beneficios aportan, etc.) y, sobre todo, para distinguir sus productos y marcas de los de la competencia (2).

El etiquetado de los productos en general, y especialmente de los productos alimentarios, es obligatorio y viene dado por dos derechos fundamentales del consumidor: **el derecho a la seguridad y el derecho a la información.**

Las etiquetas son un elemento clave para comunicar información que ayude al consumidor a tomar decisiones con conocimiento de causa sobre lo que come, pero ¿saben los consumidores qué pueden encontrar en ellas? Y, por otro lado, ¿entienden todo lo que se dice en ellas?

Estudios realizados por el Consejo de Información sobre la Alimentación –EUFIC– revelan que los consumidores entienden los beneficios de la nutrición y además tienen una actitud positiva hacia la “alimentación sana y equilibrada”. Sin embargo, a pesar de que el público tiene ciertos conocimientos básicos sobre nutrición, la terminología empleada en las etiquetas no se entiende completamente. Es una realidad que los consumidores no utilizan las largas listas de cifras, que suelen aparecer en las etiquetas, para conseguir llevar un régimen alimentario saludable (3).

Los estudios realizados por EUFIC, señalan también que los consumidores consideran que la información que aparece en las etiquetas es correcta, y que el problema radica en la forma en que se comunican las propiedades y composición de los alimentos (3). Los consumidores demandan que la información de las etiquetas sea legible, clara, bien estructurada y, a ser posible, atractiva.

Nunca antes, el consumidor ha sabido tanto, como ahora de alimentación y de nutrición;

nunca la seguridad alimentaria y la salud asociada a la alimentación han sido objeto de tanta atención (y regulación) y, sin embargo, el consumidor se encuentra desorientado con la proliferación de recomendaciones y consejos alimentarios (4).

Los factores que influyen en la elección de alimentos no se basan únicamente en las preferencias de cada persona, sino que se ven condicionados por circunstancias sociales, culturales y económicas.

Más allá del acto de alimentarse o nutrirse, la comida pone en juego una multitud de factores que diariamente hay que conciliar: presente, pasado y futuro; necesidad y placer; salud y belleza; obligación y gozo. Todo ello enmarcado en un contexto de abundancia, donde la elección forma parte de nuestra cotidianidad alimentaria (6).

La revolución industrial aplicada a la industria alimentaria, ha hecho posible un aumento espectacular de la disponibilidad de alimentos y de su variedad. Los avances en materia de producción, conservación y transporte de los productos alimenticios colocan al consumidor en una situación de “abundancia alimentaria”. Los alimentos se convierten en una mercancía entre las cuales “se debe escoger” (6).

El incremento de la variedad de la oferta no parece percibirse en términos de un aumento

de autonomía y de capacidad de elección, sino como una fuente de perturbación, que genera inseguridad y angustia. Los conocimientos habituales de los consumidores se ven condenados a la obsolescencia. Hay quién dice: “ir a la compra es como hacer un máster” (6).

En las últimas décadas se han producido en España importantes cambios en el consumo de alimentos, que se han manifestado tanto en lo relativo a la proporción del gasto dedicado a este cometido, como en lo referente a la composición de la dieta y al grado de elaboración de los alimentos consumidos (5).

EL CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA

De acuerdo con Díaz Méndez (4), el consumo alimentario de los españoles responde, en general, a las pautas observadas en los países desarrollados y asociadas a ciertas tendencias sociales, entre ellas, la incorporación de la mujer al trabajo, el cambio en la estructura de los hogares, los procesos de urbanización e industrialización, los cambios en los tiempos de trabajo y ritmos sociales, el aumento de la escolarización y los cambios demográficos.

Entre las principales causas que han caracterizado las formas de consumo de la sociedad española se encuentran:

a) Aumento en el consumo de calorías

Se han registrado cambios en la dieta básica, pasando a un mayor consumo de alimentos como la carne y grasas de origen animal, lo que se traduce en un aumento del aporte calórico de los alimentos. Se produce un reemplazo de calorías de origen vegetal hacia la energía procedente de productos animales. Lo anterior acerca a España a los estándares de consumo del resto de países europeos.

b) Disminución del gasto en alimentación

Aunque en términos absolutos el gasto en alimentos aumenta paralelamente a la renta, en términos relativos, el porcentaje del presupuesto familiar dedicado a la alimentación se sitúa en torno al 20%.

c) Crecimiento del consumo de alimentos con alguna elaboración

Los procesos de homogenización alimentaria están impulsados por la globalización del sistema agroalimentario moderno. Existe un distanciamiento creciente entre el productor primario de alimentos y el consumidor final, así como un creciente predominio del sector de la distribución dentro de la cadena agroalimentaria. Muchos de los alimentos que se consumen llevan consigo un proceso de elaboración y/o proceden de la industria alimentaria (4).

Los alimentos pre-cocinados o que llevan un proceso de elaboración previo, se consumen especialmente en hogares de adultos y

jóvenes independientes. Entre las razones que inclinan al consumidor a preferir estos productos se encuentran su facilidad y rapidez en la preparación, así como su comodidad.

d) Cambios en los lugares de compra

Cada vez más los hogares optan por la compra semanal, concentrada en los fines de semana (viernes, sábado o domingo). Actualmente, supermercados e hipermercados, son los lugares de compra de preferencia, dejando de lado, poco a poco, las tiendas tradicionales. Aún así, los consumidores prefieren la tienda tradicional para comprar la alimentación fresca, mientras que el resto de productos se adquieren en las grandes superficies.

MARCO LEGAL EN ESPAÑA

El etiquetado de los alimentos se regula a través de diferentes leyes, Reales Decretos, normas, etc., que inciden en tres aspectos fundamentales: la salud, la seguridad de los productos, la información que se facilita a los consumidores (tanto obligatoria como voluntaria) y la información contra el fraude.

En España el marco legal que regula el etiquetado de alimentos, descansa básicamente en el Real Decreto 930/1992 y el Real Decreto 1334/1999. Sin embargo, con el avance de la ciencia y con el objetivo de mejorar la información y protección al

consumidor, existen modificaciones aplicadas a ambos reales decretos, que permiten actualizar o mejorar la información disponible en las etiquetas.

Ambos reales decretos incorporan a la legislación nacional, las disposiciones tomadas por el Consejo de las Comunidades Europeas en materia de etiquetado de alimentos.

Real Decreto 930/1992, de 31 de julio, por el que se aprueba la **norma de etiquetado sobre propiedades nutritivas** de los productos alimenticios. Incorpora a nuestra legislación la Directiva 90/496/CEE que tiene como finalidad facilitar el establecimiento del mercado europeo sin fronteras, en el que esté garantizada la libre circulación de bienes, personas, servicios y capitales. Por otra parte esta directiva está orientada a la protección de la salud de los consumidores, mediante la mejora de su alimentación. Se basa en el conocimiento de principios básicos y en un etiquetado adecuado sobre las propiedades nutritivas de los alimentos, que contribuya a capacitar al consumidor para llevar a cabo la elección de una dieta adecuada a sus necesidades.

Por otro lado, el Real Decreto 903/1992 regula lo referente al etiquetado sobre propiedades nutritivas de los productos alimenticios listos para su entrega al consumidor final. También se aplica a los productos alimenticios destinados a

restaurantes, hospitales, comedores y otras colectividades similares.

A través de éste Real Decreto se establece que el etiquetado nutricional es obligatorio cuando en la etiqueta, la presentación o la publicidad, excluidas las campañas publicitarias relativas a productos genéricos, **se mencione que el producto posee propiedades nutritivas**. En el resto de los casos el etiquetado sobre estas propiedades será facultativo.

Se reconoce como etiquetado sobre propiedades nutritivas, toda información que aparezca en la etiqueta en relación al valor energético, proteínas, grasas, hidratos de carbono, fibra alimentaria y sodio. Así como las vitaminas y minerales que se encuentren presente en el producto final en cantidades significativas.

El presente Real Decreto establece, en su artículo 5, dos modalidades de presentación de la información en la etiqueta:

GRUPO 1: incluye el valor energético y la cantidad de proteínas, grasas e hidratos de carbono.

GRUPO 2: Se incluye el valor energético y la cantidad de proteínas, grasas, hidratos de carbono, azúcar, ácidos grasos saturados, fibra alimentaria y sodio.

Para mayor información, se puede consultar la página del Boletín Oficial del Estado www.boe.es

Por otro lado, cabe mencionar el RD 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, que se aplica al etiquetado de estos productos destinados a ser entregados sin ulterior transformación al consumidor final. Este RD se aplica también a los productos destinados a ser entregados en restaurantes, hospitales, cantinas y otras colectividades similares.

Éste Real Decreto se establece que el etiquetado y las modalidades de realizarlo no deben inducir a error al consumidor, especialmente:

- a) Sobre las características del producto alimenticio y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención.
- b) Atribuyendo al producto alimenticio efectos o propiedades que no posea.
- c) Sugiriendo que el producto alimenticio posee características particulares, cuando todos los productos similares posean estas mismas características.

d) Atribuyendo a un producto alimenticio propiedades preventivas, terapéuticas o curativas de una enfermedad humana, ni mencionando dichas propiedades, sin perjuicio de las disposiciones aplicables a las aguas minerales naturales y a los productos alimenticios destinados a una alimentación especial.

2. Estas prohibiciones se aplicarán igualmente a la presentación de los productos alimenticios (en especial a la forma o al aspecto que se dé a éstos o a su envase, al material usado para éste y a la forma en que estén dispuestos, así como al entorno en que estén expuestos) y a la publicidad.

El etiquetado de los productos alimenticios requerirá, salvo las excepciones, las indicaciones obligatorias siguientes:

- a) La denominación de venta del producto.
- b) La lista de ingredientes.
- c) Cantidad de determinados ingredientes o categoría de ingredientes.
- d) El grado alcohólico en las bebidas con una graduación superior en volumen al 1,2 por 100.
- e) La cantidad neta, para productos envasados.
- f) La fecha de duración mínima o la fecha de caducidad.
- g) Las condiciones especiales de conservación y de utilización.

- h) El modo de empleo, cuando su indicación sea necesaria para hacer un uso adecuado del producto alimenticio.
- i) Identificación de la empresa: el nombre, la razón social o la denominación del fabricante o el envasador o de un vendedor establecido dentro de la Unión Europea y, en todo caso, su domicilio.
- j) El lote.
- k) El lugar de origen o procedencia.

Para mayor detalle, consultar el Boletín Oficial del Estado www.boe.es.

IMPORTANCIA DEL ETIQUETADO

Si bien el etiquetado de productos debe servir para que el consumidor adquiera y realice una compra informada de los alimentos que desea consumir, la realidad es que cuando se realiza la compra no siempre es fácil seleccionar los alimentos.

Las etiquetas de productos compiten por transmitir sus ventajas en precio, sabor y propiedades nutritivas o saludables, situación que confunde al consumidor, quien no siempre elige el producto más adecuado.

El etiquetado también permite a los fabricantes de alimentos, proporcionar a los consumidores información sobre las características de sus productos. Para hacer realidad lo anterior, es indispensable que la información del etiquetado se facilite en un formato estandarizado que los consumidores

puedan comprender y, sobre todo, traducir a sus acciones cotidianas. Al mismo tiempo la información provista en la etiqueta debe ser veraz (contrastada científicamente) y no inducir a error, tal y como lo indica la legislación.

El etiquetado nutricional es útil para determinar si un producto aporta lo que se espera de él (o lo que dice la publicidad). El etiquetado debe utilizarse como herramienta para elegir, entre el mismo alimento, distintas marcas, seleccionar el más conveniente o bien, como se ha repetido en líneas anteriores, para que el consumidor realice una elección informada.

Dedicar unos minutos, de manera habitual, a leer el etiquetado, nos ayudará a seleccionar mejor los alimentos que nos permitan llevar una dieta adecuada y prevenir enfermedades relacionadas con la alimentación.

OTROS TIPOS DE ETIQUETADOS

Además de lo establecido por la Ley, existen otros tipos de etiquetados que hacen referencia a la calidad del producto o bien que reconocen que el producto respeta una serie de métodos productivos.

Entre ellos se encuentran:

◆ Etiquetado ecológico

La agricultura ecológica se define como un compendio de técnicas agrarias que excluye

normalmente el uso, en la agricultura y ganadería, de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas, antibióticos, etc., con el objetivo de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales (MAPA).

Los alimentos que se producen bajo este criterio, incluyen además de la información prevista en el RD 1334/1999, un sello que garantiza que la producción respeta los estándares mencionados anteriormente.

El consumidor puede encontrar varios sellos que acreditan la agricultura ecológica. Existe uno por cada Consejo o Comité de Agricultura Ecológica territorial. Estos Consejos son organismos dependientes de las Consejerías o Departamentos de Agricultura de las distintas Comunidades Autónomas. Pero independientemente de ello, existen dos que son de uso nacional:



Algunos productos incluyen, en su etiquetado, sellos de calidad que indican que están protegidos por normativas especiales de la Unión Europea. Dicho sello garantiza el cumplimiento de una serie de requisitos

superiores a los exigidos normalmente para el resto de productos.

Entre ellos se encuentran:

◆ Denominaciones de Origen Protegida (D.O.P):



Los productos con Denominación de Origen Protegida (D.O.P) son aquellos cuya calidad o características se deben al medio geográfico con sus factores naturales y humanos. Su producción, transformación y elaboración se realiza siempre en esa zona geográfica delimitada, de la que toman el nombre.

La denominación de origen es un distintivo que otorga la Unión Europea a los alimentos y bebidas de una zona geográfica determinada con objeto de proteger la calidad de los alimentos. Se emplea básicamente para distinguir ciertos alimentos tradicionales que siempre se han producido en una zona geográfica determinada.

◆ Indicación Geográfica Protegida (I.G.P):

Los productos con una Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.), poseen alguna calidad determinada o característica que pueda atribuirse a un origen geográfico y cuya producción, transformación o elaboración se



realice en la zona geográfica delimitada de la que también toma su nombre.

♦ Especialidades Tradicionales Garantizadas (E.T.G):

Las Especialidades

Tradicionales

Garantizadas (E.T.G) son los productos que cuentan con rasgos específicos diferenciadores de otros alimentos de su misma categoría. Además, estos productos deben producirse a partir de materias primas tradicionales, o bien presentar una composición, modo de producción o transformación tradicional o artesanal.



MENSAJES PUBLICITARIOS EN EL ETIQUETADO DE ALIMENTOS (ALEGACIONES Y DECLARACIONES NUTRICIONALES)

Una de las cuestiones básicas en torno a los alimentos, radica en cómo comunicar sus ventajas a los consumidores. Las alegaciones, entonces, se utilizan para presentar ciertos productos con propiedades beneficiosas para la salud o la nutrición. En la mayoría de los casos, los consumidores perciben los productos que tienen ciertas alegaciones como mejores para su salud y bienestar.

El etiquetado es el marco propicio mediante el cual las “alegaciones” se hacen valer. Por lo que una de las finalidades de la legislación es evitar que éstas induzcan a error o confusión al consumidor (8).

Pero, ¿qué es una alegación¹ alimentaria?

Se puede decir que es un mensaje o representación que realiza un productor alimentario, que se incluye en el etiquetado, presentación o publicidad de un alimento, de forma voluntaria. El mensaje establece un vínculo entre la ingestión de ese producto (o sus ingredientes) y la nutrición y/o salud (8).

El concepto de alegación engloba diversas categorías, y en la actualidad aún existe un vacío en la claridad de conceptos que permitan sistematizarlas. Sin embargo como refiere Bañales Vilella (8), tanto en la doctrina científica como en la jurídica, existen múltiples referencias a las alegaciones «medicinales», «funcionales», «nutricionales», «éticas» o las «las relativas a la salud».

En la revisión hecha por Bañales Vilella distingue tres categorías de alegaciones, por un lado las **alegaciones medicinales**, las que define como las relativas a las propiedades de prevención, tratamiento o cura que puede ostentar un alimento o ingrediente (ejemplo “los alimentos ricos en vitamina C previenen el escorbuto”).

Alegaciones nutricionales, las alegaciones nutricionales (en ocasiones denominadas

¹ Cabe recordar que el término «alegación» responde a la traducción de la acepción anglosajona “claim”. Por otro lado, a lo largo del desarrollo de la regulación comunitaria en ésta materia, el término “claim”, ha sido traducido como: declaración, indicación e incluso

“declaraciones de propiedades nutritivas”), son las que hacen referencia a las propiedades nutritivas concretas de un alimento (ejemplo, un alimento que haga referencia a su contenido en calorías). Podría decirse que las alegaciones nutricionales indican *qué contiene* el alimento.

A este respecto el Codex Alimentarius entiende por declaración o alegación nutricional *“cualquier representación que afirme, sugiera o implique que un alimento posee propiedades nutritivas particulares especiales, no sólo en relación con su contenido de vitaminas y minerales”*

Alegaciones de propiedades saludables. Las « alegaciones de propiedades saludables», constituyen una tercera categoría distinta a las alegaciones medicinales y a las nutricionales.

Este tipo de alegaciones no se caracteriza por establecer una referencia a la prevención, tratamiento o cura de una enfermedad humana, sino a la reducción del riesgo de contraer una enfermedad o a la mejora de la función corporal (8).

Por otro lado no es posible equipararlas a las alegaciones nutricionales, por cuanto el vínculo que establecen entre la salud y el alimento se configura a partir de los efectos

fisiológicos que produce ese alimento y no de las propiedades nutritivas que es lo que caracteriza a las alegaciones nutricionales. Si las alegaciones nutricionales podían ser definidas como aquellas que hacían referencia a su contenido, las alegaciones de propiedades saludables, indicarían lo *qué hace* el alimento.

Las alegaciones de propiedades saludables, se caracterizan por establecer una vinculación entre un alimento y determinados efectos beneficiosos para la salud o una reducción del riesgo de enfermedad (8).

Como elementos comunes a este tipo de alegaciones, se puede indicar su inserción en el etiquetado, promoción o publicidad de los productos alimenticios.

Reglamento relativo a las alegaciones nutricionales y de propiedades saludables.

En enero de 2007, se publicó el Reglamento 1924/2006 relativo a las alegaciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos. Este Reglamento entró en vigor en los Estados miembros de la UE el 1 de Julio de 2007 (9).

Son dos, los objetivos principales del Reglamento:

- Garantizar la protección al consumidor contra las alegaciones de alimentos que sean exageradas, falsas o sin fundamento.

como mención. En la actualidad se acepta el término «alegación».

- Armonizar la legislación en toda la UE, ofreciendo a los productores y fabricantes de alimentos normas claras y homogéneas que garanticen una competencia leal; con el objetivo de proteger la innovación en la industria alimentaria y garantizar que las alegaciones nutricionales y las propiedades saludables realizadas por los fabricantes, sean fundadas y no compitan con otras basadas en afirmaciones falsas o imprecisas.
- Proteger a los consumidores para que no existan malentendidos, ejerciendo un control sobre las alegaciones nutricionales y propiedades saludables. En el caso de las alegaciones de propiedades saludables, el control se hará a través de una lista aprobada de alegaciones.

El ámbito de aplicación incluye cualquier alegación nutricional y de propiedades saludables que se formule sobre alimentos o bebidas producidos para el consumo humano y para ser vendidos en el mercado de la UE, incluyendo las comunicaciones comerciales, publicidad genérica y campañas de promoción. Se aplicará, también, a los productos alimenticios con una función nutricional específica y a los suplementos (9).

El Reglamento reconoce tres tipos de alegaciones, que podrán hacerse **siempre y cuando** se respete la legislación vigente y

siempre que lo dicho en la etiqueta corresponda a la realidad del producto:

Alegaciones nutricionales, que afirmen, sugieran o den a entender que un alimento posee propiedades beneficiosas específicas **debido a su composición** (por su aporte energético o por un nutriente en particular). Ejemplos de este tipo de alegaciones serían: “fuente de”, “sin”, “alto contenido de”, “bajo contenido de” o “contenido reducido de” calorías u otro nutriente en particular (9).

Alegaciones de propiedades saludables, que afirmen, sugieran o den a entender una relación entre un alimento o uno de sus constituyentes y la salud. Este tipo de alegación **hace referencia a la función fisiológica de un componente**, como por ejemplo “el calcio puede contribuir a fortalecer los huesos”. **La alegación debe estar fundamentada en datos científicos comúnmente aceptados y debe ser comprensible para el consumidor medio** (9).

Alegaciones sobre la reducción de riesgo de enfermedad. Este tipo específico de alegación afirma que un alimento o uno de sus constituyentes reducen significativamente el riesgo de aparición de una enfermedad. Por ejemplo, los fitoesteroles contribuyen a reducir el nivel de colesterol sanguíneo, disminuyendo por consiguiente el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares. Por primera vez, se permitirá la mención de

enfermedades en las etiquetas alimentarias,
siempre y cuando se cuente con la
aprobación de la Autoridad Europea de
Seguridad Alimentaria (EFSA)

OBJETIVO

El objeto del presente programa es proteger los intereses de los consumidores, facilitándoles información que les permita hacer elecciones más saludables en la compra de alimentos, como uno de los pasos iniciales para promover y alcanzar mejores hábitos de alimentación. Así mismo, el programa pretende favorecer el uso del etiquetado de alimentos como herramienta para seguir una alimentación adecuada.

OBJETIVO GENERAL

Proteger los intereses de los consumidores, facilitándoles información que les permita hacer elecciones más saludables en la compra de alimentos, como uno de los pasos iniciales para el establecimiento de mejores hábitos de alimentación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar el etiquetado de los 100 productos alimentarios más consumidos en España, con el fin de identificar la información que se facilita al consumidor y verificar si ésta cumple o no con lo estipulado en la legislación vigente.
2. Ampliar los conocimientos de los consumidores en temas relacionados con la nutrición y la alimentación (por ejemplo qué son y para que sirven: las grasas, las proteínas, los carbohidratos, etc.).
3. Clarificar algunos de los términos que aparecen con frecuencia en el etiquetado (aditivos, conservantes, números E, clarificar la diferencia entre lista de ingredientes y perfil nutricional, etc.).
4. Favorecer el uso de la etiqueta como herramienta para la mejora de los hábitos alimenticios.

¿QUÉ NOS DICE EL ETIQUETADO DE ALIMENTOS?

En el programa ¿Qué nos dice el etiquetado de alimentos?, se analizaron las etiquetas de los 100 productos alimenticios de mayor consumo en España, correspondientes a diferentes categorías.

Como se ha mencionado en los objetivos, se hizo una revisión del cumplimiento del RD 1334/1992 y se buscó detectar cuál es la información principal que se facilita al consumidor. También, se aprovechó este estudio para identificar la información relativa a las declaraciones nutricionales realizadas en el etiquetado.

METODOLOGÍA

- Selección de los alimentos

Para identificar los 100 alimentos más representativos del consumo alimentario en el hogar, se utilizaron datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y los estudios de mercado publicados por la revista Alimarket (período Octubre 2006 - Noviembre 2007), que además de identificar las categorías de producto más consumidas, facilita las cuotas de mercado de las principales marcas en cada categoría de producto.

La información que publica la Revista Alimarket, se obtiene de los datos que

facilitan las consultoras IRI, AC NIELSEN, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, más datos de elaboración propia.

- Lista de Compra

Una vez identificados los alimentos, se procedió a realizar una “lista de compra” que incluyo: la categoría del producto, la primera y segunda marca más vendida para cada categoría. La identificación de la segunda marca más vendida se buscó con el objetivo de tener siempre una segunda opción por si no se encontraba la primera marca.

Por otro lado cabe mencionar, que en muchas de las categorías de productos, la marca más vendida es la marca del distribuidor.

- Redacción del formulario para la recolección de datos.

La redacción del formulario (o fichas de producto), se elaboró en función de los requisitos para el etiquetado de alimentos, establecidos en el Real Decreto 930/1992 y el Real Decreto 1334/1999.

El formulario se redactó en hojas de cálculo Excel, para facilitar su tratamiento posterior.

Cada ficha incluye cuatro apartados:

- a. Información general obligatoria
- b. Lista de ingredientes

- c. Perfil nutricional
- d. Otros temas de interés

- Recolección y análisis de la información

Una vez identificados los productos (“lista de compra”), se procedió a la compra de alimentos en varios supermercados y/o grandes superficies con el objetivo de garantizar la compra de la primera marca más vendida.

Una vez comprado el producto, se procedió a revisar las etiquetas y a rellenar una ficha o formulario por cada producto.

Para el análisis de resultados se calcularon porcentajes para cada uno de los parámetros evaluados.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos de la evaluación de las etiquetas son los siguientes:

- Información sobre los requisitos obligatorios (RD 1334/1999)

El 97% de los productos valorados indica el nombre del producto. El 3% restante que no lo indica suele reflejarlo en la lista de ingredientes, dado que tienen un solo ingrediente. Ej. Leche, mantequilla, azúcar, etc..

El 98% indica la cantidad neta del producto.

El 100% indica la fecha de caducidad o de consumo preferente.

El 100% indica el lote del producto pero un 7% aunque hace alusión al lote, luego no lo registra.

El 97% indica el lugar de origen o de procedencia del producto.

El 84% de los envases incluyen en el mismo campo visual, el nombre del producto, la marca y la cantidad neta, pero un 16% utiliza distintos campos visuales para estas tres informaciones.

- Información sobre la lista de ingredientes y el etiquetado

El 85% indica la lista de ingredientes, pero el 15% restante que no lo hace suele tener un único ingrediente que coincide con el nombre del producto.

Respecto a la ubicación de la lista de ingredientes el 73% la ubica en el envase del producto (Ej tarrina, brick, lata, etc.), el 18% en el envoltorio y el 9% en ambos.

El 47% de las listas de ingredientes se ubican en el lateral del envase o envoltorio, el 44% en la base o debajo y el 9% restante arriba o en la tapa.

El 46% de los productos que tienen listas de ingredientes incluyen algún tipo de N^o E (Ej. E-300, E-330, E-282, etc), y sólo el 1,18 % menciona el término grasas parcialmente

hidrogenadas. (Se encontró sólo un caso en 100 productos valorados)

También es importante destacar que sólo en el 43% de los productos que indican la lista de ingredientes, se aclara la cantidad de alguno de los ingredientes que contiene.

- Información nutricional

El 84% de los productos analizados incluyen información nutricional, de estos el 99% se presenta visualmente utilizando una tabla y el 1% restante de manera lineal.

El 100% de los productos que incluyen información nutricional indican la cantidad de energía, proteínas, grasas e hidratos de carbono.

La cantidad de azúcares y fibra sólo se indica en el 45% de los productos que incluyen información nutricional.

El 40% especifica la cantidad de grasas saturadas y sólo el 17% indica la cantidad que contiene de grasas mono y poliinsaturadas. En ningún caso encontramos indicaciones de grasas trans.

También es importante destacar que el 39% de los productos que incluyen información nutricional indican la cantidad que contienen de Sodio, un 20% indica la cantidad que aporta de Calcio y un 12% la cantidad que aporta de Colesterol.

Entre las vitaminas, se destaca especialmente los contenidos en Vitamina A (9,5%), Vitamina D (8%) y Vitamina C (5%), además de indicar el complejo vitamínico del grupo B en un 8% de los etiquetados.

El 100% de los perfiles nutricionales analizados se presentan en una cantidad de 100 gr/100 ml. y sólo en un 19% además, se indica la cantidad de energía y nutrientes por porción de producto.

- Referencia a las Cantidades Dietéticas Recomendadas (CDR)

Sólo en el 37% de los productos que contienen información nutricional en el etiquetado se referencia las CDR. De este 37% el nutriente que más se compara, con diferencia, es el Calcio, luego la vitamina A y en tercer lugar la Vitamina D.

Las indicaciones de las CDR de Calcio representan un 52% entre los productos que indican alguna CDR en su perfil nutricional. Las CDR de Vitamina A representan un 26% y las de vitamina D un 22,5 %.

- Información al consumidor

El 65% del total de productos analizados incluyen algún tipo de teléfono, página Web o apartado de correos para información al consumidor, el 35% restante no lo hace.

De los productos que incluyen un contacto para información al consumidor, el 68%

indican un N° telefónico 902, el 20% utilizan un N° 900, el 11% facilitan una página Web, y en algunos productos con % muy reducidos se utiliza un N° de teléfono local, un apartado de correos o una dirección de correo electrónico.

- Declaraciones nutricionales

Del total de productos valorados el 55% no incluye ningún tipo de declaraciones nutricionales, aunque el 45% restante si lo hace, especialmente en productos lácteos y cereales.

El mensaje principal de estas alegaciones se agrupa de la siguiente manera:

| ALEGACIONES | CANTIDAD |
|--|----------|
| “CANTIDAD DE NUTRIENTES” | 18 |
| “NATURAL” | 11 |
| “SABOR” | 9 |
| “FUNCIÓN SALUDABLE del NUTRIENTE que contiene” | 6 |
| “CALIDAD” | 5 |
| “SALUD” | 2 |

Alegaciones encontradas en la valoración de los 100 productos de mayor consumo en España:

- Referencia a la Cantidad de Nutrientes:

- 1- Con 6 vitaminas
- 2- Ligera sólo 18% de materia grasa
- 3- Fuente natural de Isoflavonas
- 4- Desnatado con más nutrientes

- 5- Sin sal añadido, 0% materia grasa.
- 6- Sin azúcar, menos de 1 caloría
- 7- Rico en vitamina C.
- 8- La combinación de cereales más completa y equilibrada.
- 9- Las frutas del sol y la vitamina C de la naranja.
- 10- Fuente natural de Omega 3
- 11- Rico en calcio y fósforo.
- 12- Bajo en sal.
- 13- Con Omega 3, avalada científicamente.
- 14- Desnatada, enriquecida con ácidos grasos Omega 3, ácido oléico y Vitamina E.
- 15- Fuente de fibra y proteínas.
- 16- Light. 40% menos de grasa. Fuente natural de calcio.
- 17- La avena es un cereal natural que aporta energía y fibra.
- 18- Con aceite de girasol alto oléico, también llamado Omega 9.

- Con referencia a lo Natural

- 1- La alternativa natural a la leche de vaca.
- 2- Alimento 100% natural. Original de las hortalizas frescas de la huerta.
- 3- Elaboración artesanal.
- 4- Gallinas camperas alimentadas con cereales.
- 5- Fuente natural de salud.
- 6- Al natural, sin sal ni azúcares añadidos
- 7- Producto natural

- 8- Producto natural sin conservantes.
- 9- Sin conservantes ni colorantes
- 10- X con multigranos naturales
- 11- El sabor de lo natural.

- Con referencia al Sabor:

- 1- Más sabor menos sal.
- 2- Todo el sabor, menos calorías
- 3- El sabor de casa
- 4- Sabor a casa
- 5- Único con sabor de calidad garantizado.
- 6- Gran sabor, mejores para ti.
- 7- El sabor de lo natural
- 8- Lo bueno sabe bien
- 9- Sabrosas galletas con multigranos naturales.

- Con referencia a la “FUNCIÓN SALUDABLE del NUTRIENTE que contiene”

- 1- Con vitamina D y Calcio que ayudan a fortalecer los huesos.
- 2- Con vitaminas A y D necesarias para la absorción del calcio.
- 3- Cada día ayuda a tus defensas.
- 4- Ayuda a regular tu tránsito intestinal.
- 5- Fibra con efecto lipoactivo.
- 6- Avalado por la Sociedad Española de Diabéticos.

- Calidad

- 1- Si es “X” es bueno

- 2- Elaborado con ingredientes cuidadosamente seleccionados.

- 3- Calidad extra, sin conservantes ni colorantes

- 4- Con aceite de oliva virgen extra.

- 5- Pasta fresca, Nº 1 en Italia

- Con mención de a la Salud:

- 1- Sigue con “X” una vida sana.

- 2- Fuente natural de salud.

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES:

De una muestra de 100 productos de las categorías y marcas más consumidas en España, se valoró su etiquetado para llegar a las siguientes conclusiones:

De la información obligatoria que debe aparecer en la etiqueta encontramos una regularidad del 100% sólo en la “fecha de caducidad o consumo preferente”, y podríamos decir que también en el “Nombre del producto” porque en el 3% que no lo indicaba, luego lo detallaba en la lista de ingredientes, siendo productos de un único ingrediente.

Lo más significativo en las irregularidades de la información obligatoria, es que aunque, en el 100% de las etiquetas se menciona el “Lote del producto”, en el 7% de los productos analizados luego este dato estaba vacío. Cabe destacar, que en la lista de ingredientes, sólo en el 43% de los

productos se indica alguna cantidad de estos ingredientes.

La ubicación de la “Lista de ingredientes” en una etiqueta resultó ser muy variada (en el lateral, arriba, abajo), aunque es más común encontrarla en el envoltorio que en el envase del producto.

En cuanto a la “Información nutricional”, a pesar de no ser obligatoria, (excepto en los productos que hagan alegación a un beneficio nutricional), se encontró presente en un 84% de los productos analizados. Estaba estandarizada en una presentación tabular calculada por 100 gr. o 100 ml. de producto. Sólo en un 19% se indica la cantidad de nutrientes por porción de producto.

Además de la información nutricional que se exige en el etiquetado del Grupo 1 (Energía, Proteínas, Hidratos de Carbono, Grasas); los nutrientes que más se especifican, presentados en orden decreciente, son: Cantidad de Azúcares, Fibra, Grasas Saturadas, Sodio, Calcio y Colesterol.

La comparativa de la cantidad de nutrientes que aporta un producto con las CDR² se utilizó en el 37% de los productos que incluían en su etiquetado un perfil nutricional. Las CDR más utilizadas fueron las del Calcio, Vitamina A y Vitamina D.

Otra información que está tomando importancia en el etiquetado es la “Información al Consumidor”. El 65% de los productos analizados incluyen algún teléfono, página Web o apartado de correos para información al consumidor. Los más utilizados en orden decreciente son: N^o 902, N^o 900 y página Web.

En cuanto a las declaraciones nutricionales o mensajes publicitarios encontramos que están presentes en el 45% de los productos analizados.

La mayoría de las alegaciones hacen alusión a la cantidad de nutrientes, especialmente en relación a un bajo contenido en Sal, Grasas, Azúcares y Calorías; o a un alto contenido en Grasas saludables (Omega 3, Omega 9), Fibra, Vitaminas y Minerales. La mención de algunos nutrientes, en algunos casos, se relaciona con las propiedades saludables de ese nutriente o con el menor riesgo de enfermedad. En estos casos es importante conocer la cantidad de producto que se debe consumir para obtener estos beneficios funcionales.

También son muy comunes los mensajes que resaltan la condición NATURAL del producto, el SABOR o la CALIDAD.

Independientemente del cumplimiento de la legislación, la realidad es que el consumidor

² Cantidad Diaria Recomendada

diariamente encuentra un exceso de información en los productos que consume, muchas veces información que no comprende o que es incompleta a la hora de decidir la conveniencia de incluir dicho producto en la alimentación diaria. La comprensión del etiquetado de alimentos, es fundamental para decidir si dicho producto se adecua a nuestras necesidades, gustos y preferencias.

Sabemos que los consumidores de hoy demandan que la información de las etiquetas sea legible, clara, bien estructurada y a ser posible, atractiva. Por lo que realizar actividades y programas que faciliten su comprensión y entendimiento por parte de los consumidores, es una tarea importante en la consecución de la mejora de los hábitos alimentarios de la población en general.

El derecho a la información, es un derecho básico de los consumidores, es importante reflexionar a cerca de los mensajes que se incluyen en el etiquetado, preguntándonos siempre cuanta cantidad de producto necesito para conseguir el beneficio indicado.

Comparar, antes de comprar, si el producto elegido tiene una mejor relación calidad – precio, con respecto a otros similares.

Rechazar aquellos productos que no indiquen en su etiqueta de forma clara la

información básica que deben incluir de acuerdo a la legislación vigente.

Dedicar unos minutos, de manera habitual, a leer el etiquetado, nos ayudará a seleccionar mejor los alimentos que nos permitan llevar una dieta adecuada y prevenir enfermedades relacionadas con la alimentación.

Diciembre 2007

BIBLIOGRAFÍA

1. Mans C. Los secretos de las Etiquetas. La química de los productos del hogar. España: Ariel; 2007.
2. EUFIC. Etiquetas, la clave para que los consumidores elijan libremente. Food Today [serie online] 2004 May [consultado 01 de octubre]; [una pantalla]. Disponible en: www.eufic.org/article/es/astid/etiquetas-consumidores-elijan-libremente/
3. EUFIC *¿Funcionan las etiquetas nutricionales?* Food Today [serie online] 2005 Feb [consultado 01 de octubre]; [una pantalla]. Disponible en: <http://www.eufic.org/article/es/artid/etiquetas-nutricionales/>
4. Díaz Méndez C. El consumo alimentario en España. [Documento online]; [Consultado el 07 de diciembre de 2007]. Disponible en: <http://www.acscongres.org/interface/images/pdf/cecilia.pdf>
5. Entrena Durán F. Cambios en las pautas de consumo alimentario en España. Universidad de Granada. Papers [Documento Online]; 1997 [Consultado el 07/12/2007]. Disponible en: <http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n51p201.pdf>
6. Herrera Racionero, P. ¿Y qué pongo hoy para comer? Pautas de Socialización Alimentaria y Aprendizajes Culinarios. En Díaz Méndez C. *¿Cómo comemos?* Madrid: Fundamentos; 2005.
7. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación [Consultado 01 de Sep 2007]. Disponible en:
8. Bañales Villela, S. Los alimentos funcionales y las alegaciones alimentarias: una aproximación jurídica. España: Atelier; 2006.
9. EUFIC. El etiquetado alimentario y las alegaciones nutricionales y de propiedades saludables. Food Today [serie online] 2007 Ago [consultado 07 diciembre de 2007]; [una pantalla]. Disponible en: <http://www.eufic.org/article/es/artid/etiquetado-alimentario-alegaciones-nutricionales-propiedades-saludables/>
10. Real Decreto 930/1992, de 17 de julio, por el que se aprueba la Norma de etiquetado sobre propiedades nutritivas de los productos alimenticios.
11. Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.
12. Corrección de errores del Reglamento (CE) Nº 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.

Autor: Confederación de Consumidores y Usuarios –CECU-
Dirección y Coordinación: Gretel Cabrera
Colaboración Técnica: Yanina Gallego

CECU
Diciembre, 2007

Programa subvencionado por el Ministerio de Sanidad y Consumo - Instituto Nacional del Consumo. Su contenido es de responsabilidad exclusiva de CECU



**CONFEDERACIÓN
DE CONSUMIDORES
Y USUARIOS**

c/Mayor, nº 45. 2º. 28013 Madrid
Teléfono: 91 364 13 84
Fax: 91 366 90 00
cecu@cecu.es
www.cecu.es

