



## NUTRICIÓN

# Etiquetado en productos alimenticios

POR DR. RAFAEL URRIALDE<sup>1,2,3</sup>, Y RAÚL MOLERO<sup>1</sup>



Probablemente, en la Unión Europea, hasta la aprobación del Reglamento 1169/2011 sobre información alimentaria facilitada al consumidor, los conceptos de etiquetado, presentación y publicidad de los alimentos y bebidas suponían una valoración e interpretación diferente a la que hoy se conceptúa de forma genérica y global. Es por lo que, desde 2011, toda comunicación comercial, realizada a través del medio o soporte que se lleve a cabo, se va a considerar información con carácter comercial dirigida al consumidor, no conceptuando como tal, y así se considera en algunos considerandos de algunos reglamentos, la comunicación no comercial que sería la realizada a través de notas de prensa, publicaciones científicas o de las recomendaciones desde la prescripción médica, farmacéutica, enfermería, dietética y nutrición.

Por tanto, el etiquetado de productos alimenticios, englobando a todos los alimentos y bebidas envasados, si es analizado y evaluado como información alimentaria facilitada al consumidor, llevado a cabo por la industria alimentaria de la producción, la transformación, la distribución y la restauración de alimentos y bebidas, debe facilitar a los consumidores toda la información necesaria para ayudarles a tomar decisiones informadas sobre sus elecciones en la adquisición, conservación, preparación y consumo de alimentos y bebidas.

Esta información es esencial para garantizar los derechos y defensa del consumidor en la Unión Europea (UE), pues la misma se aprueba y regula a nivel de la UE para poder permitir una situación igualitaria, en cuanto a su protección, y la libre circulación de mercancías dentro del territorio. Dentro de esta información alimentaria facilitada al consumidor, estaría la que debe o puede

incluirse en el etiquetado, tanto de forma obligatoria como de forma voluntaria. Asimismo, la regulación que afecta a todos los productos alimenticios, en principio de forma genérica, es de carácter y ámbito horizontal, mientras que cuando ya es referida a grupos o subgrupos específicos de alimentos o bebidas, sería vertical; y tanto en un caso como en el otro, si no hay legislación aprobada a nivel de la UE, los estados miembros tienen capacidad y potestad para desarrollarla y aprobarla para que se apruebe y aplique en su ámbito territorial. No obstante, en toda la información alimentaria facilitada al consumidor, tanto en el etiquetado como en la publicidad, hay una serie de aspectos regulados para que la misma no induzca a error, en particular, según se recoge en el texto legislativo, a) sobre las características del alimento y, en particular, sobre la naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, país de origen o lugar de procedencia y modo de fabricación o de obtención; b) al atribuir al alimento efectos o propiedades que no posee; c) al insinuar que el alimento posee características especiales, cuando, en realidad, todos los alimentos similares poseen esas mismas características, en particular poniendo especialmente de relieve la presencia o ausencia de determinados ingredientes o nutrientes; d) al sugerir, mediante la apariencia, la descripción o representaciones pictóricas, la presencia de un determinado alimento o ingrediente, cuando en realidad un componente presente de forma natural o un ingrediente utilizado normalmente en dicho alimento se ha sustituido por un componente o un ingrediente distinto. Además, la información alimentaria será preci-

sa, clara y fácil de comprender para el consumidor, sin atribuir a ningún alimento propiedades de prevenir, tratar o curar ninguna enfermedad humana, ni hará referencia a tales propiedades; salvo excepciones previstas por la legislación de la Unión aplicable a las aguas minerales y productos alimenticios destinados a una alimentación especial o a las aprobadas a través del Reglamento 1924/2006 sobre declaraciones nutricionales y propiedades saludables de los productos alimenticios.

El objetivo de contemplar la información, más allá de la referida al etiquetado físico, es incluir la información obligatoria, a excepción de la información nutricional voluntaria, que se puede incluir o no, en los soportes de venta, como es el caso de la venta online, de tal forma que el consumidor tenga acceso a la misma de forma precisa y, así, poder realizar una compra y elección informada.

La información considerada como obligatoria, aunque dependerá del tipo de producto alimenticio, es: a) la denominación del alimento; b) la lista de ingredientes; c) todo ingrediente o coadyuvante tecnológico que figure en el anexo II o derive de una sustancia o producto que figure en dicho anexo que cause alergias o intolerancias y se utilice en la fabricación o la elaboración de un alimento y siga estando presente en el producto acabado, aunque sea en una forma modificada; d) la cantidad de determinados ingredientes o de determinadas categorías de ingredientes; e) la cantidad neta del alimento; f) la fecha de duración mínima o la fecha de caducidad; g) las condiciones especiales de conservación y/o las condiciones de utilización; h) el nombre o la razón social y la dirección del operador de la empresa alimentaria a que se refiere el artículo 8 (responsabilidades), apartado 1 (el operador de empresa alimentaria responsable de la información alimentaria será el operador con cuyo nombre o razón social se comercialice el alimento o, en caso de que no esté establecido en la Unión, el importador del alimento al mercado de la Unión); i) el país de origen o lugar de procedencia cuando así esté previsto en el artículo 26 (tanto a lo referido a determinados productos como a la obligatoriedad así como a la forma de hacerlo); j) el modo de empleo en caso de que, en ausencia de esta información, fuera difícil hacer un uso adecuado del alimento; k) respecto a las bebidas que tengan más de un 1,2 % en volumen de alcohol, se especificará el grado alcohólico volumétrico adquirido, y l) la información nutricional.

En el caso de la información nutricional, los complementos alimenticios y las aguas minerales naturales, como es lógico, no la tienen que incluir y no les aplica todo lo regulado sobre información nutricional contemplado en el Reglamento 1169/2011. En el primer caso es debido a que muchos de ellos, o la gran mayoría, solo contienen uno o varios minerales y vitaminas y, en el segundo caso, lo que se explicita en el etiquetado es la composición mineralógica.

Todo lo referido a declaraciones nutricionales como a las propiedades saludables, así como otras relativas para personas con necesidades dietéticas específicas (vegetarianos, veganos o diabéticos), sería información adicional voluntaria. Además, la referida a los valores y porcentajes de los nutrientes críticos, en este caso denominados Cantidades Diarias Orientativas y que se expresan por ración o porción, también son de carácter voluntario.

La legislación está en continua revisión y modificación, por este motivo, probablemente y como ya ha ocurrido en otros países, en breve se tendrá que incluir, como mejora de la información nutricional, la cantidad de azúcares añadidos dentro de la cantidad de azúcares totales para que, así, el consumidor tenga esta información y pueda realizar una compra informada. Un ejemplo de la revisión y modificación de la información es la referente al cambio que se realizó a la hora de denominar "sal" al "sodio". En este sentido, también y probablemente para que se recoja como obligatoria, sería la referida a los grafismos incluidos en la parte delantera del etiquetado de los productos alimenticios.

Uno de los grandes avances, incluido en la legislación desde el año 2000 para los productos alimenticios envasados y desde el año 2011 también para aquellos ofrecidos directamente al consumidor, como son los de las empresas de restauración, ha sido la incorporación de los 14 alérgenos de declaración obligatoria en la Unión Europea.

El etiquetado de los alimentos se refiere a la información impresa o adjunta en el envase o embalaje de un producto alimenticio y a la incorporada en los soportes de venta online, siendo su control una parte fundamental de la regulación alimentaria, asegurando que la información sea precisa, clara y no engañosa para los consumidores. Aparte de que los gobiernos y las agencias o autoridades de seguridad alimentaria en los diferentes países de la UE implementan medidas de control para garantizar que en toda la cadena de producción, distribución y venta

de alimentos se cumpla con las regulaciones y normativas establecidas, también los profesionales y las asociaciones de consumidores lo deben supervisar y, en caso de fallo o error, comunicarlo para que se solvante lo antes posible y la información sea la más precisa y fidedigna. Para ello, deben existir inspecciones y auditorías, verificando toda la información, tanto obligatoria como voluntaria, así como si es de carácter horizontal como vertical. Además, se debe cotejar y comprobar toda la información nutricional, así como el cumplimiento de regulaciones específicas tales como las referidas a ecológico, biológico u orgánico, sin gluten u otras de carácter y significado similar; y las referidas a poblaciones específicas o los avales e, incluso, los símbolos referidos a profesionales de salud. Todo lo referido al etiquetado es mucho más factible que lo incorporado y recogido en la publicidad de alimentos y bebidas, que, básicamente, se refiere a la promoción y comercialización con el interés de crear estado de opinión a favor de productos alimenticios, a través de diversos medios de comunicación, como televisión, radio, internet, redes sociales, vallas publicitarias y demás. El objetivo de la publicidad es promocionar los alimentos y bebidas y atraer, a partir de su contenido, a los consumidores y aumentar las ventas. En este caso, también hay que tener en cuenta la información referida en el punto de venta, tanto si es realizada por la industria alimentaria de la transformación como por la industria de la distribución alimentaria.

Hay otros aspectos en los que el etiquetado juega también un papel muy importante como son la educación alimentaria, los consejos dietéticos o nutricionales, las recetas de preparación culinaria, la sostenibilidad, teniendo en cuenta en el valor diferencial si se recoge solo lo referido la ambiental o si también se tiene en cuenta la sostenibilidad económica y la sostenibilidad social. El etiquetado es el elemento crucial para la formación del consumidor y ha de tener el mayor número de datos y conceptos, así como de valores, para poder realizar una compra informada; así como tener otros aspectos y parámetros en cuenta para establecer sus propios conceptos o ratios de relación calidad (cuantos más parámetros mejor) con el precio. +

<sup>1</sup> Máster de Biología Vegetal Aplicada. Unidad Docente de Fisiología Vegetal. Departamento de Genética. Fisiología y Microbiología. Facultad de Ciencias Biológicas. Universidad Complutense de Madrid.

<sup>2</sup> Vocal Junta Directiva Sociedad Española de Nutrición.

<sup>3</sup> Académico Numerario de la Real Academia Europea de Doctores.