

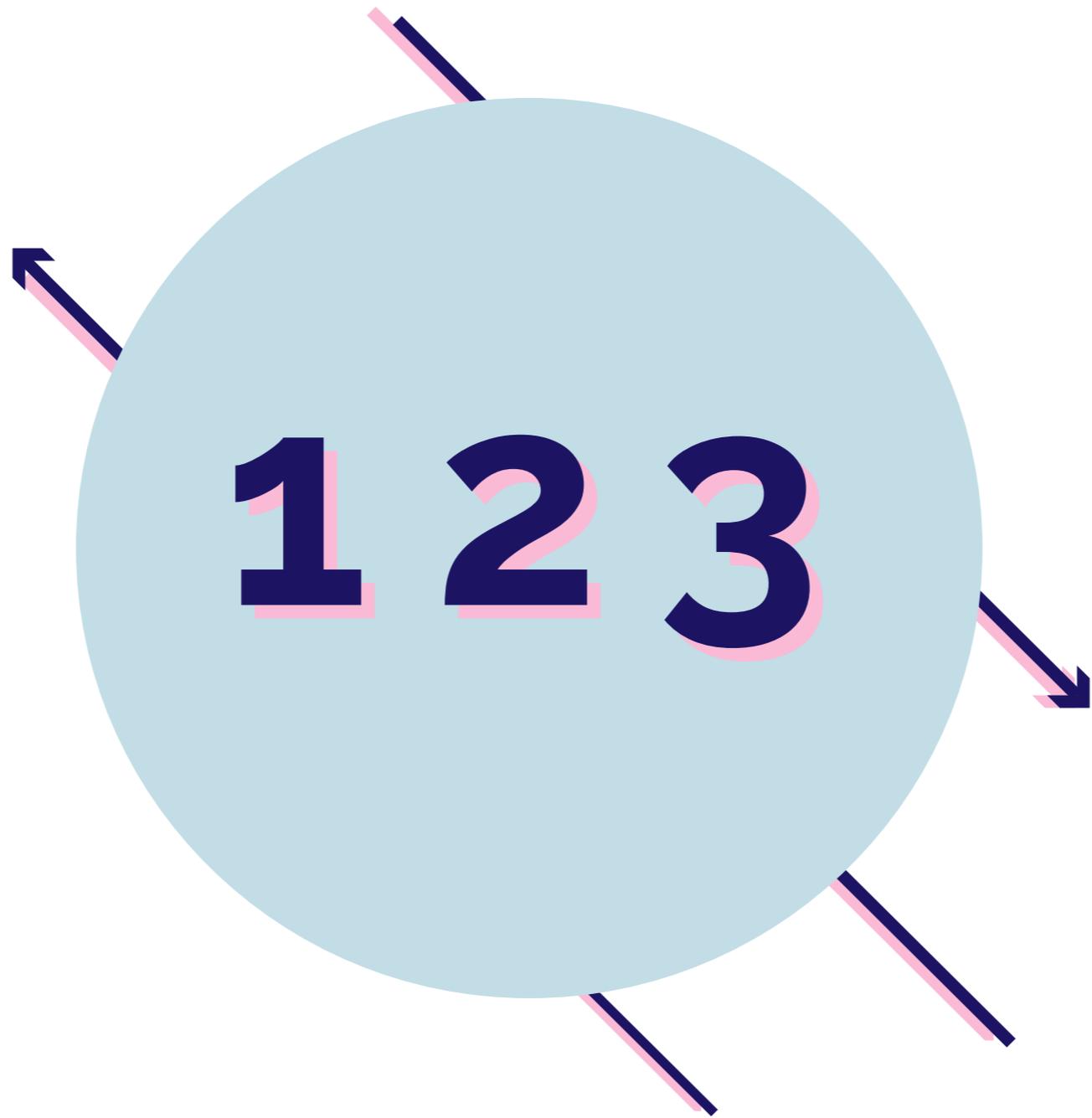
Guía práctica sobre tu cesta de la compra

El ABC del etiquetado y el marketing alimentario



Edita:
Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento.
Dirección General de Comercio y Consumo.
Gobierno de Canarias. 2018

Textos:
Félix A. Morales



Índice

9	PRESENTACIÓN	20	OTROS RECLAMOS
11	¿POR QUÉ ESTA GUÍA?	22	PRODUCTOS CON LOGOTIPOS
12	DERECHOS E INFORMACIÓN ALIMENTARIA	24	INFORMACIÓN NUTRICIONAL, ALGUNAS CLAVES
14	LOS INGREDIENTES TIENEN UN ORDEN	26	ELEMENTOS PRÁCTICOS DEL ETIQUETADO
16	EL NOMBRE COMERCIAL ES ¡COMERCIAL!	28	CONSEJOS PARA HACER LA COMPRA
18	PRODUCTOS CON CUALIDADES ESPECÍFICAS	30	AL SERVICIO DE LOS CONSUMIDORES
		32	BIBLIOGRAFÍA

¡Hola!

Presentación

Presentamos esta “Guía práctica sobre tu cesta de la compra. El ABC del etiquetado y el marketing alimentario” como un sencillo manual que aspira a ser de utilidad a la hora de realizar un acto tan relevante como es la compra alimentaria.

Parte de una convicción fundamental: hacer valer el derecho a la educación y formación de los consumidores en un ámbito tan sensible.

En las últimas décadas hemos vivido un cambio notable de nuestros patrones de consumo, por lo que es necesario manejar una serie de conceptos que nos ofrezcan la oportunidad de adoptar decisiones con conocimiento de causa.

Cubriendo un hueco divulgativo sobre esta temática, la presente guía está elaborada con un estilo directo para facilitar su consulta y comprensión.

Esperamos que su contenido sea de interés para consumidores, colectivos y agentes comunitarios, sobre todo de los ámbitos educativo, social y sanitario.

Pedro Ortega Rodríguez

Consejero de Economía, Industria,
Comercio y Conocimiento

Gobierno de Canarias



¿Por qué esta guía?

La presente guía tiene un objetivo claro: ayudar a la ciudadanía a la hora de hacer su compra alimentaria para que sus decisiones sean libres e informadas.

La educación constituye uno de los derechos básicos que tenemos como consumidores. En el ámbito del consumo alimentario, se antoja crucial, pues a nadie se le escapa su relación directa con nuestra salud, entre otros aspectos.

Sin embargo, dicho consumo está mediado por factores diversos que influyen en nuestras decisiones. El etiquetado y el marketing son dos de los más relevantes.

Por ello, es útil conocer algunos conceptos elementales. Esperamos que esta guía ayude.

Ángeles Palmero Díaz

Directora General
de Comercio y Consumo

Gobierno de Canarias



Derechos e información alimentaria

La normativa en materia de alimentación y consumo se asienta sobre la idea de que los consumidores respondemos a un retrato tipo general: el **'consumidor medio'**, definido como alguien **normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz**.

Es decir, se parte de la base de que disponemos de ciertas habilidades para afrontar nuestra compra en condiciones óptimas para velar por nuestros propios intereses.

En todo caso, a los consumidores se nos reconocen una serie de derechos básicos, como los siguientes:

- a la protección de nuestra salud
- a la protección de nuestros intereses económicos y sociales
- a la protección frente a prácticas comerciales ilícitas
- a la información veraz y suficiente sobre productos o servicios

En el ámbito alimentario, dicha **información** debe ser **precisa, clara y fácil de comprender** para el consumidor.

En consecuencia, tenemos derecho a algo primordial:

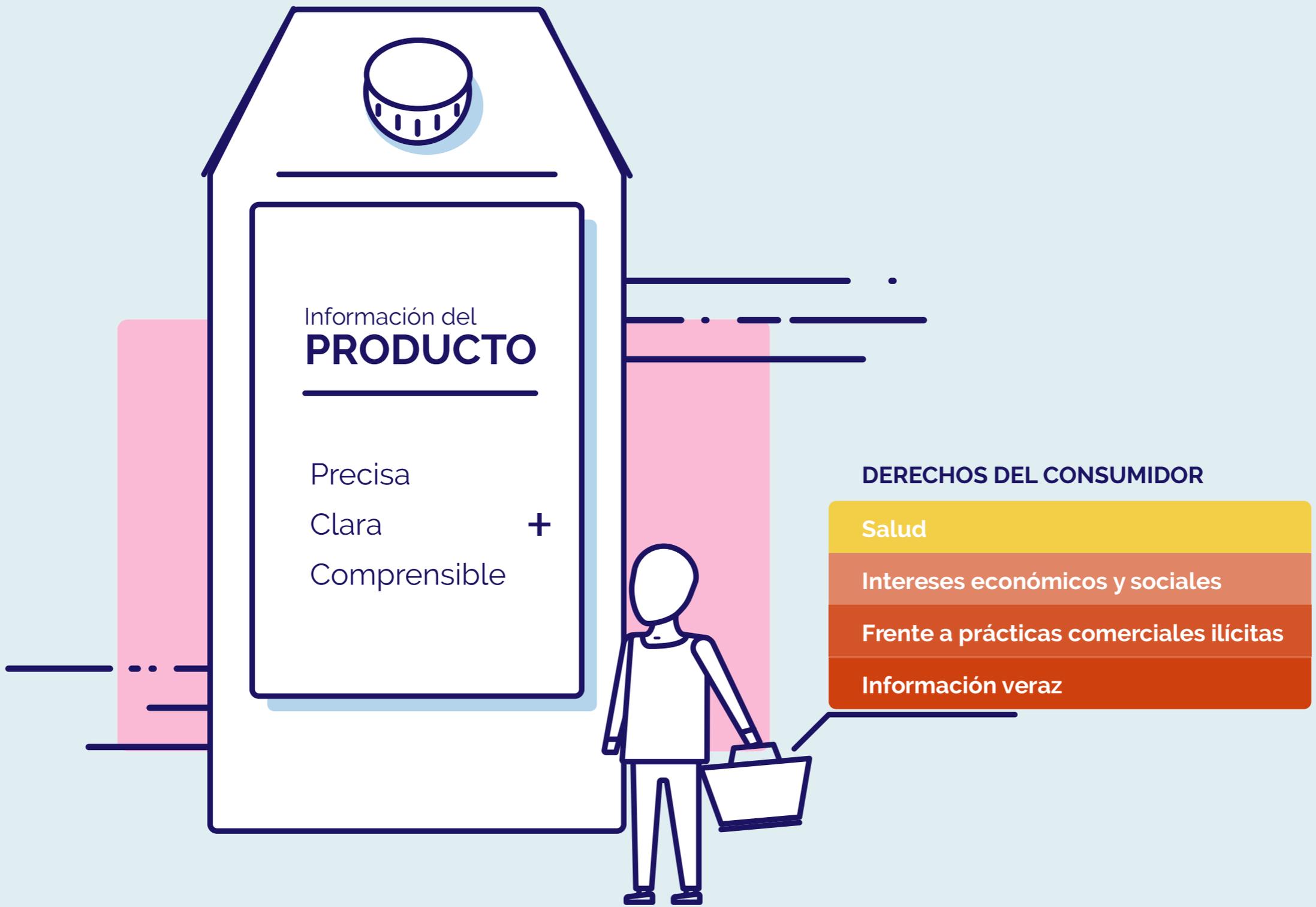
- a que **el etiquetado, la presentación y la publicidad de un producto alimentario no nos induzcan a error o nos lleven a engaño**.

La etiqueta

Es cualquier letrero, marca, signo, dibujo o descripción que figure en un envase alimentario

El marketing (la publicidad)

Es toda comunicación o mensaje comercial que da publicidad o promueve un producto o servicio. **Debe ser veraz**. Están **prohibidas las prácticas engañosas**; incluso las que, siendo veraces, por su contenido o presentación nos puedan inducir a error.



Claridad y veracidad

B. Los ingredientes tienen un orden

Comencemos por lo fundamental: **la lista de ingredientes**. Es el **DNI de un producto** alimentario, pues detalla su contenido.

Al respecto, es vital que conozcamos una **regla de oro**:

Los ingredientes se indican obligatoriamente en **orden decreciente de peso**, de más a menos

Es decir, el fabricante pone en primer lugar lo que más tiene el producto; en segundo lugar, lo segundo que más tiene; y así sucesivamente.

Esto es relevante, pues si observamos la lista de ingredientes de un producto podremos entender cuáles son los pre-

dominantes y cuáles no, y podremos relativizar otros muchos mensajes de que se acompaña.

Caso práctico:

Pedro acude a hacer su compra y ve un producto dirigido a bebés a partir de 8 de meses de edad, en cuyo frontal destacan los dibujos de una fresa y un plátano.

¿Significa esto que lo más que lleva el producto son dichas frutas? Si Pedro leyese su lista de ingredientes quizá podría comprobar que antes que dichas frutas figura **azúcar**.

Frutas, verduras... No necesitan lista de ingredientes:

Las frutas, hortalizas, legumbres, tubérculos o frutos secos que compras **sin envasar o a granel no necesitan lista de ingredientes**. Son lo que ves: un plátano, una zanahoria, una calabaza...



Multifrutas

Fresa y Plátano

Ingredientes

AGUA	+ %
AZÚCAR	
FRESA	
PLÁTANO	- %

¡De más a menos!



El nombre comercial es icomercial!

Los productos alimentarios tienen un nombre 'oficial' para poder ser identificados por el comprador: su **denominación jurídica**.

Es **obligatoria** y consiste en la denominación de venta legal del producto (o si ésta no existe, en su denominación habitual o una descripción).

Leyéndola, los consumidores podemos ver cómo se llama realmente el producto que tenemos entre las manos. Habitualmente se halla en una cara lateral o trasera del envase.

Entonces, ¿qué son los nombres que se suelen mostrar **en el frontal** de los envases? Pues **denominaciones de fantasía, marcas comerciales o nombres**

registrados, es decir, nombres que obedecen a estrategias de marketing y cuyo objetivo es persuadirnos de la compra del producto.

Hemos de tenerlo en cuenta, para no equivocarnos o extraer conclusiones de un producto determinado simplemente por lo que quiera que sea que nos sugiera su nombre comercial.

Caso práctico:

Durante su compra, Ana repara en varios productos con estos nombres comerciales:

- Unta-fácil
- Fideos Instant

Si Ana buscara sus respectivas denominaciones jurídicas de venta quizá podría leer:

- Semimateria grasa compuesta para untar
- Preparado de harina de trigo, salsa (con azúcar y edulcorante) y condimentos

Vistos así, Ana podría hacerse una idea más acertada de qué son exactamente y decidir con mayor conocimiento si los mete o no en su cesta de la compra.

**DENOMINACIÓN
COMERCIAL,**
De fantasía, marcas
o nombres registrados



Puré y zumo de frutas
parcialmente a partir
de concentrado

**DENOMINACIÓN
JURÍDICA,**
obligatoria

Fantasía vs. realidad

D.

Productos con cualidades específicas

Hay productos que dicen tener **alguna cualidad específica**, como ser fuente de alguna vitamina o beneficiar a nuestra salud de algún modo.

Para poder hacerlo el fabricante debe **cumplir los requisitos** establecidos por la normativa vigente. Lo contrario sería un fraude.

Este tipo de reclamos se llaman **declaraciones**, y se rigen por una normativa específica.

Una declaración

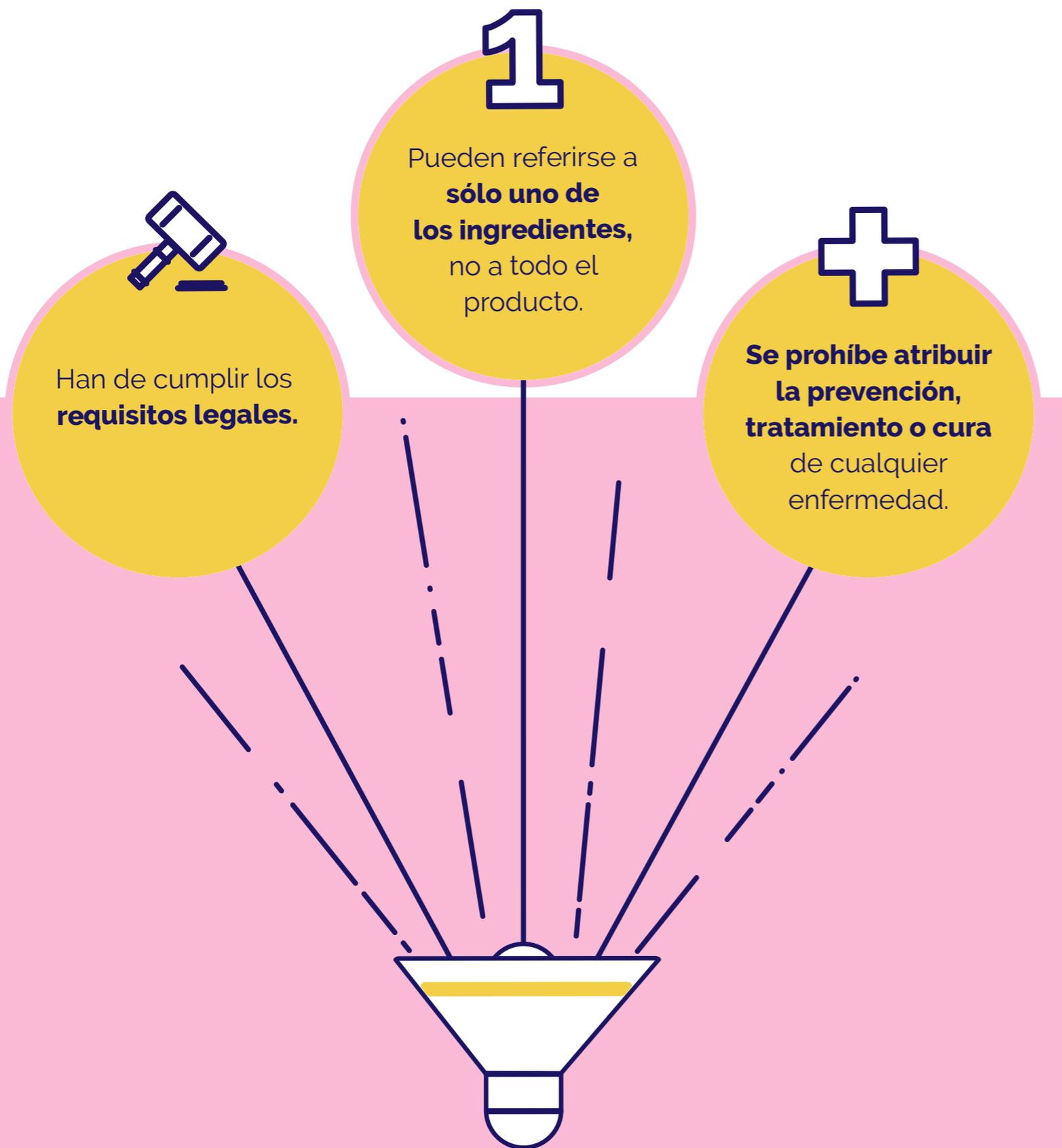
Es cualquier mensaje (o representación pictórica, gráfica o simbólica) que afirme o dé a entender que un producto alimentario posee ciertas características específicas.

Las hay de dos tipos:

- **nutricionales:** tienen que ver con el contenido energético o los nutrientes. Ejemplo: *"light"*, *"fuente de fibra"* o *"bajo contenido de grasa"*.
- **de propiedades saludables:** tienen que ver con alguna relación beneficiosa para la salud. Ejemplo: *"contribuye al normal funcionamiento del sistema inmunitario"*.

En esta segunda categoría se incluyen las relativas a la reducción de algún factor de riesgo de una enfermedad. Ejemplo: *"reduce tu colesterol"*.

En todo caso, debemos tener claro que la legislación prohíbe atribuir a un producto alimentario que pueda prevenir, tratar o curar cualquier enfermedad. Ningún producto cura.



¿Bueno pero malo?

Las declaraciones pueden ser percibidas por los consumidores como una ventaja respecto a otros alimentos que nos las lleven. Pero puede darse una paradoja: que un producto use alguna declaración reconocida a uno de sus ingredientes y, al mismo tiempo, tenga cantidades elevadas de azúcares, grasas o sal, por ejemplo.

Con el actual desarrollo de la normativa europea en esta materia, esto ocurre habitualmente. Y los consumidores debemos tenerlo en cuenta.

Un plátano como ejemplo

Frutas, verduras o legumbres podrían usar muchas declaraciones. Por ejemplo, un plátano (por su contenido de vitamina B6) podría declarar que *“ayuda a las defensas”*, triplicando la cantidad de esta vitamina respecto a ciertas gramas de productos que afirman lo mismo.

El protagonismo de los alimentos sin transformar, y concretamente de los vegetales, en este ámbito no es de extrañar. Es una de las razones por la que las agencias de salud pública aconsejan consumirlos más de lo que en general lo hacemos.



Otros reclamos

En los productos alimentarios podemos hallar otros muchos lemas o reclamos comerciales que quizá podrían resultarnos ambiguos o confusos.

Hablamos principalmente de términos no regulados específicamente por normativa alguna.

Por ejemplo, podría considerarse que un producto transformado a escala industrial que luzca el reclamo “casero” quizá distaría mucho de lo que a priori se entendería como tal.

Términos semejantes pueden ser los siguientes:

“mediterráneo”
“atlántico”
“de la huerta”
“supreme”
“calidad”
“gourmet”

“tiernísimas”
“seleccionado”
“clásico”
“deluxe”
etc.

También es posible hallar productos que, aunque por sus reclamos, formato o colores se asemejen a determinado tipo, son otra cosa. Por ejemplo, pensar que es jamón un producto solo porque luzca la palabra “york” podría ser un error.

Tanto en este como en otros casos que nos generen dudas, es recomendable buscar otra información más clarificadora (como sus ingredientes o su denominación jurídica).

Caso práctico:

Juan va a comprar queso para hacer unas pizzas en casa. Encuentra un producto que dice en su envase “rallado para gratinar”.

Si Juan lo asocia automáticamente a queso rallado podría estar un error. Si leyese su nombre legal quizá podría leer: “preparado alimenticio fundido”; y en sus ingredientes podría hallar almidones y grasas vegetales en mayor cantidad que queso.

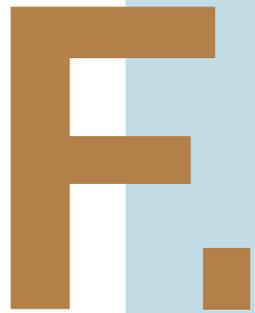


Sin conservantes ni colorantes

No son raros reclamos como: "*sin conservantes ni colorantes*". Sepamos que, como todos los aditivos, su uso está regulado y es seguro.

Además, el producto puede decir que no lleva unos aditivos (conservantes o colorantes), pero puede llevar otros (espesantes, espumantes, acidulantes, potenciadores del sabor, etc.).

Sobre su reseña en la lista de ingredientes, un mismo aditivo puede ser identificado por su categoría y nombre específico (*antioxidante: ácido ascórbico*) o por su número E (*E300*). De ambas formas se nos transmite la misma información.



Productos con logotipos

No es raro hallar un producto alimentario luciendo el logotipo de una sociedad o entidad científica o sanitaria.

¿Significa ello que elegir dicho producto supone una mejor decisión de consumo? No necesariamente.

¿Significa ello que dicha entidad avala el consumo de dicho producto? No necesariamente.

Hay que fijarse en la letra pequeña, para no equivocarnos en nuestras conclusiones.

Primero lo que dice la ley: está prohibido que en la publicidad de un producto:

- Aparezcan testimonios de profesionales sanitarios y científicos o de pacientes, reales o ficticios, o se sugiera la existencia de un aval sanitario o científico

Con una excepción: se permitirá la utilización de avales de sociedades o entidades relacionadas con la salud y la nutrición si dichas entidades:

Son organizaciones sin ánimo de lucro y usan los recursos dados por el fabricante del producto en actividades que favorezcan la salud

¿Aval o colaboración?

Por tanto, es legal que un producto use como aval el logotipo de una entidad científico-sanitaria, si se cumplen los requisitos antedichos.

Sin embargo, la realidad es más compleja, porque los logotipos de diversos productos (con frecuencia dirigidos al público infantil) se acompañan de una leyenda semejante a ésta: *"entidad colaboradora"*.

En estos casos, no serían avales a los productos sino una comunicación al consumidor de que esa entidad y el fabricante tienen algún tipo de acuerdo.

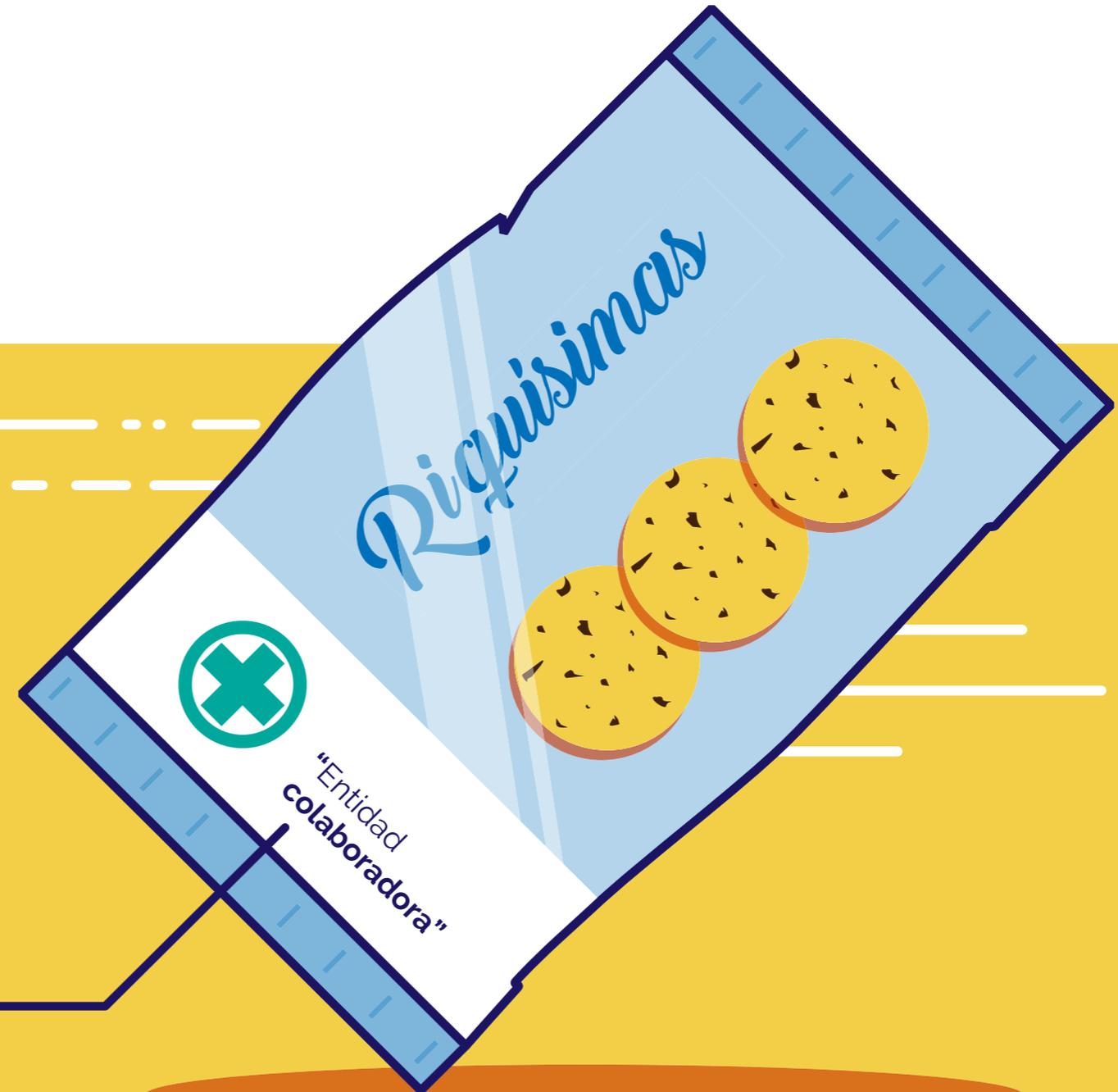
Caso práctico:

María es mamá de una niña de 4 años. Acude a hacer su compra y se detiene ante un surtido de paquetes de galletas que lucen el logotipo de una sociedad pediátrica.

María podría pensar que es un aval. Si leyese la letra pequeña junto al logo quizá vería: "entidad colaboradora", por lo que no lo sería.

Tengamos en cuenta:

La presencia de un logotipo **no es sinónimo de aval.**
Leamos la letra pequeña



G.

Información nutricional, algunas claves

La información nutricional es esa tabla de números en filas y columnas que llevan los productos alimentarios.

Debe indicar, de manera obligatoria, el valor energético y la cantidad de grasas, grasas saturadas, hidratos de carbono, azúcares, proteínas y sal de un producto (por cada 100 g si es un sólido o por cada 100 ml si es una bebida).

Aunque es un elemento importante en el etiquetado, siguiendo los conceptos previos de esta guía (ingredientes, denominaciones legales, etc.) quizá se vuelva menos crucial.

En todo caso, veamos algunas pistas elementales sobre algunos de los nutrientes señalados, los cuales, si se ha-

llan en cantidades altas, pueden hacer poco recomendable el consumo habitual del producto que los contenga.

Sal

Aunque la sal es indispensable para nuestro organismo, se recomienda consumir menos de 5 g al día. Sin embargo, consumimos casi el doble, en su mayoría añadida a los productos.

¿Y cómo sabemos si un producto lleva mucha o poca sal? La Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición señala que un producto tiene:

- *“mucha sal”*, si indica 1,25 g o más de sal por cada 100 g.

- *“poca sal”*, si indica 0,25 g o menos de sal por cada 100 g

Azúcares

En la tabla de información nutricional vemos los azúcares totales, pero no podemos saber qué cantidad ha sido añadida durante la fabricación y qué cantidad estaba naturalmente presente (por ejemplo en la leche que pueda contener dicho producto).

Una recomendación es leer la lista de ingredientes y comprobar si figuran azúcares y en qué posición. Podemos identificarlos con diversos nombres: *azúcar, sacarosa, jarabe de glucosa, jarabe de fructosa, dextrosa...*

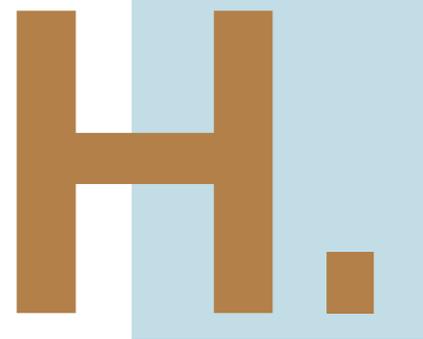
Caso práctico:

Mario acude a comprar una papilla de cereales para su bebé. Ve un producto que dice: “sin azúcares añadidos”. Sin embargo, consulta la tabla de información nutricional y comprueba que el producto tiene 30 g de azúcares por cada 100 g.

¿Cómo es posible? Por un proceso tecnológico usado por el fabricante: la dextrinación de los cereales, que ha convertido sus hidratos de carbono complejos en simples (azúcares, mayoritariamente).

Así, es legal indicar que no se ha añadido azúcar (que por tanto no figura en los ingredientes), aunque sí se haya “generado” en el procesado (por lo que debe cuantificarse en la información nutricional).





Elementos prácticos del etiquetado

Existen diversos elementos prácticos y útiles en el etiquetado, que todo consumidor debería saber interpretar.

Fecha de caducidad:

- Fecha a partir de la cual el consumo de dicho producto ya no es seguro. Se indica en productos muy perecederos, como pescado, carnes, lácteos, pastelería...

Es importante atender las instrucciones de conservación indicadas en el envase, tales como "conservar refrigerado" o "conservar entre 2° y 4°C".

Fecha de duración mínima o de consumo preferente:

- Fecha hasta la cual todas las propiedades del producto se mantienen, si se ha conservado correctamente. Se indica en productos que duran más tiempo en óptimas condiciones de consumo, como legumbres o arroz envasados.

Suele expresarse con la leyenda "Consumir preferentemente antes de" o semejante.

Pasada esta fecha de duración mínima o consumo preferente, podrían verse alterada algunas características del producto (olor, sabor, etc.), pero seguiría siendo seguro.

Alérgenos:

- Es obligatorio reseñar en la lista de ingredientes de manera destacada (en negrita, subrayado, cursiva, otro color, otra tipografía...) sustancias que pueden causar alergias o intolerancias, que son las siguientes:



Cereales con gluten
(p.e., trigo, centeno, cebada,
avena o espelta, entre otros)



Crustáceos y productos
a base de crustáceos



Huevos y productos
a base de huevo



Pescado y productos
a base de pescado



Cacahuets y productos
a base de cacahuets



Soja y productos
a base de soja



Leche y sus derivados
(incluida la lactosa)



Frutos de cáscara
(nueces, almendras, etc.)
y productos derivados



Apio y productos derivados



Mostaza y productos
derivados



Granos de sésamo y
productos a base de
granos de sésamo



Dióxido de azufre y sulfitos
a partir de determinadas
concentraciones



Altramuces y productos
a base de altramuces



Moluscos y productos
a base de moluscos

Gluten, lactosa y marketing

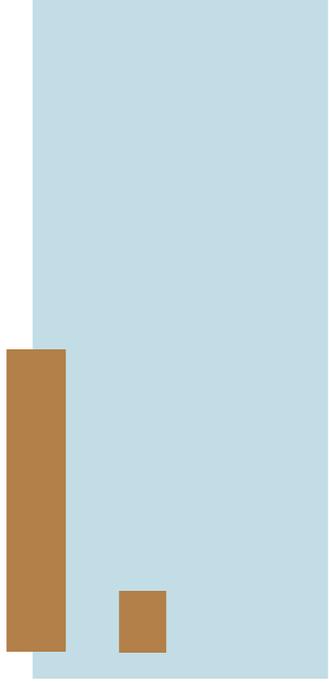
Ejemplo de las relaciones entre salud, marketing y consumo lo representan los productos sin gluten (proteína presente en muchos cereales) y sin lactosa (azúcar natural de la leche).

Son dos sustancias que, como hemos visto, pueden causar problemas a algunas personas, para los cuales su identificación en el etiquetado es muy útil.

Pero, ¿significa ello que todo consumidor debe evitarlos? Obviamente, no. Es más, elegir este tipo de productos no implica necesariamente una mejor elección.

Incluso hay productos que, aunque por su naturaleza no los contienen, utilizan estos reclamos ("agua sin gluten"), contribuyendo quizá a crear confusión en el consumidor.

Si alguien considera que puede tener un problema con el consumo de dichas sustancias es recomendable que consulte con un profesional sanitario cualificado.



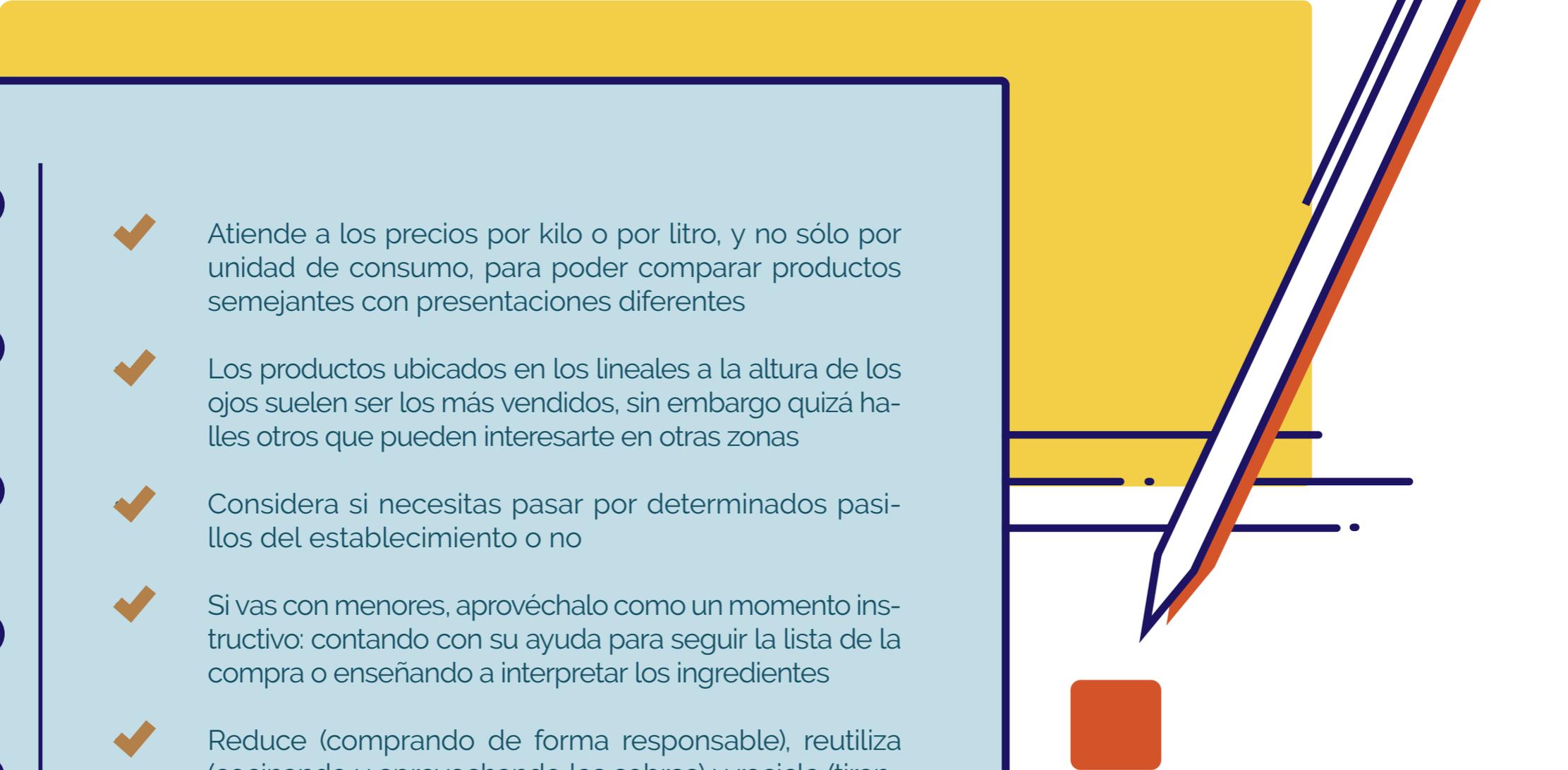
Consejos para hacer la compra

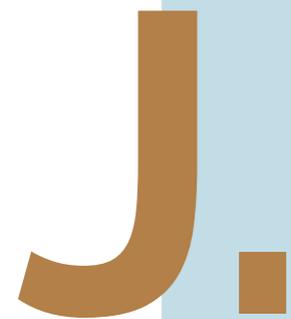
El momento de la compra es clave. No está de más tener en cuenta algunos consejos, con el objetivo de prepararnos para que sea un acto racional, autónomo e informado.

Aquí van algunas ideas:

Decálogo

- ✓ Planifica tu menú individual o familiar
 - ✓ Repasa despensa, frigorífico y congelador. Mira qué tienes y qué necesitas
 - ✓ Acude a comprar con bolsas reutilizables, con lista de la compra y sin hambre
 - ✓ Da preferencia a alimentos de temporada, frescos y sin procesar o mínimamente procesados
 - ✓ A la hora de elegir productos envasados, atiende preferentemente a los apartados reseñados en esta guía: lista de ingredientes, denominación legal, etc.
- 

- 
- ✓ Atiende a los precios por kilo o por litro, y no sólo por unidad de consumo, para poder comparar productos semejantes con presentaciones diferentes
 - ✓ Los productos ubicados en los lineales a la altura de los ojos suelen ser los más vendidos, sin embargo quizá halles otros que pueden interesarte en otras zonas
 - ✓ Considera si necesitas pasar por determinados pasillos del establecimiento o no
 - ✓ Si vas con menores, aprovéchalo como un momento instructivo: contando con su ayuda para seguir la lista de la compra o enseñando a interpretar los ingredientes
 - ✓ Reduce (comprando de forma responsable), reutiliza (cocinando y aprovechando las sobras) y recicla (tirando los residuos en los depósitos adecuados).



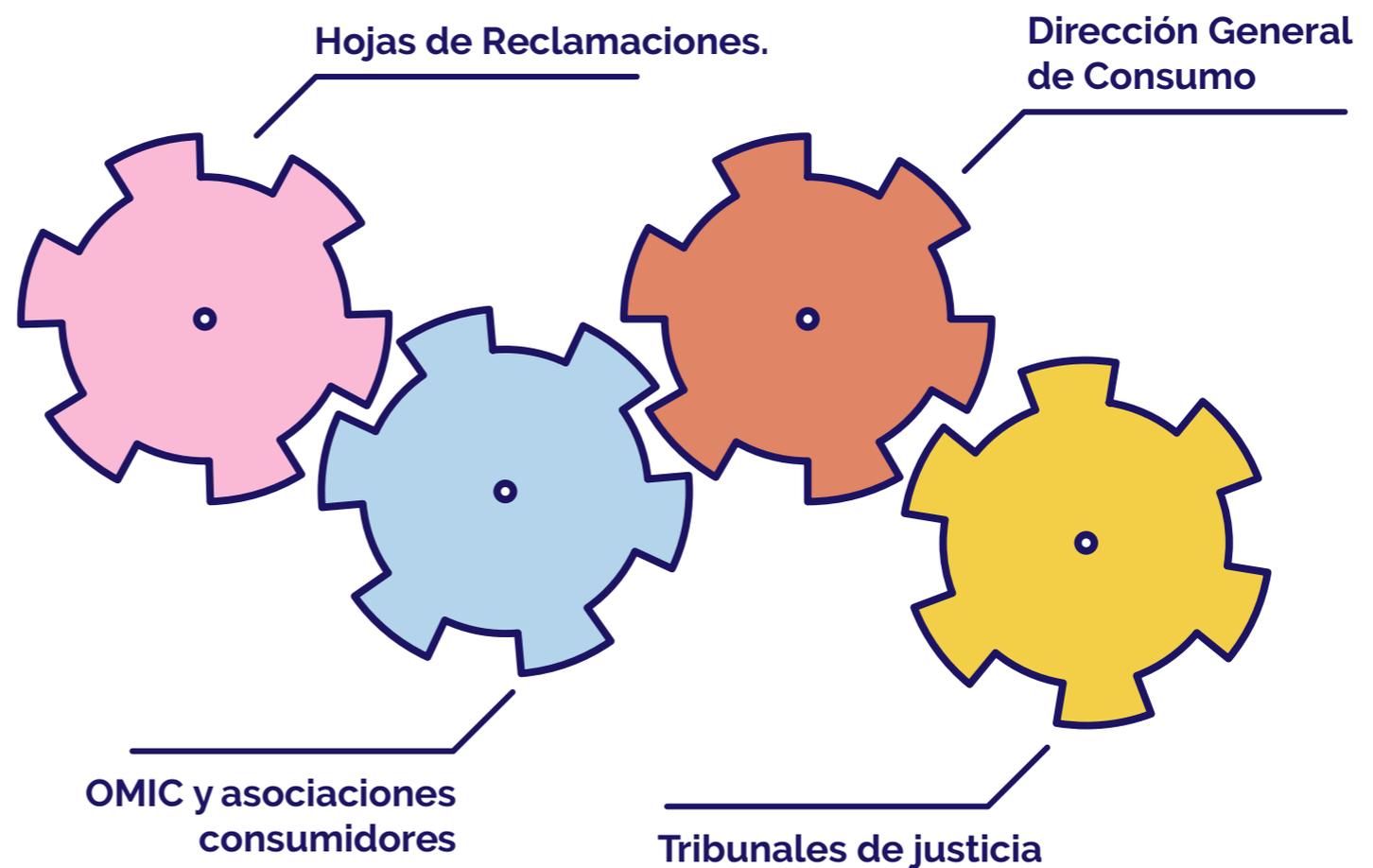
Al servicio de los consumidores

Cuando compramos un producto (o disfrutamos de un servicio) somos consumidores (o usuarios). Este hecho implica que tenemos una serie de derechos, como vimos al principio.

Si piensas que no han sido debidamente atendidos, en el propio establecimiento tienes a tu disposición Hojas de Reclamaciones, obligatorias.

También puedes recibir asesoramiento a través de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC), las Asociaciones de Consumidores y Usuarios o la Dirección General de Consumo de tu comunidad autónoma.

Asimismo, y en todo caso, también tienes a tu disposición los tribunales de justicia.



Establecimiento con garantías

Sistema rápido y gratuito
para resolver conflictos
entre consumidores
y establecimientos

Arbitraje de consumo, una garantía

Como muestra de su responsabilidad, muchos establecimientos y empresarios se adhieren voluntariamente al denominado Sistema Arbitral de Consumo.

¿Qué significa esto? Que aceptan resolver cualquier conflicto con un consumidor mediante este sistema rápido y gratuito, así como acatar la decisión de dicho arbitraje independiente.

Por ello, para tu tranquilidad, observa este distintivo al hacer tus compras:





Bibliografía

Normativa de referencia

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. BOE núm. 287, 2007

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. BOE núm. 202, 1999

Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición. BOE núm. 160, 2011

Reglamento (UE) nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. DOUE L 304, 2011

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. DOUE L 404, 2006

Recursos gubernamentales

Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. El etiquetado cuenta mucho. Disponible en: <http://eletiquetadocuentamucho.aecosan.msssi.gob.es/index.html>

Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Declaraciones nutricionales y de propiedades saludables. Disponible en: http://www.aecosan.msssi.gob.es/AE-COSAN/web/seguridad_alimentaria/detalle/declaraciones_nutricionales_saludables.htm

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Estilo de vida saludable-Alimentación Saludable. Disponible en: <http://www.estilosdevidasaludable.msssi.gob.es/alimentacionSaludable/home.htm>

Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Plan Cuidate +. Disponible en: <http://www.plancuidatemas.aesan.msssi.gob.es/>

Dirección General de Comercio y Consumo. Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento del Gobierno de Canarias. Consumo. Disponible en: <http://www.gobiernodecanarias.org/ceic/consumo>

Dirección General de Salud Pública. Consejería de Sanidad del Gobierno de Canarias. Los círculos de la vida saludable. Disponible en: <http://www.circulosdelavida.es>

Escuela Nacional de Sanidad. Instituto de Salud Carlos III. Ministerio de Economía y Competitividad. La alimentación y el consumidor; 2013. Disponible en: <http://gesdoc.isciii.es/gesdoccontroller?action=download&i-d=06/11/2013-gd151ea05e>

Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Estrategia Más alimento, menos desperdicio. Disponible en: <http://www.menosdesperdicio.es/>



Gobierno de Canarias
Consejería de Economía, Industria,
Comercio y Conocimiento