



FUNDACIÓN H. A.  
**BARCELÓ**  
FACULTAD DE MEDICINA



## TRABAJO FINAL DE INVESTIGACIÓN CARRERA: LICENCIATURA EN NUTRICIÓN A DISTANCIA

DIRECTOR/A DE LA CARRERA:

Dra. Norma Guezikaraian

NOMBRE Y APELLIDO DEL AUTOR / LOS AUTORES:

Sofía Benassati

TÍTULO DEL TRABAJO:

Rotulado de los Alimentos: Declaraciones de propiedades nutricionales y decisión de compra.

SEDE:

Buenos Aires

DIRECTOR/A DE TIF:

Mg. Esther Santana

ASESOR/ES:

M.Sc. Sandra Cavallaro

AÑO DE REALIZACIÓN:

2021

Sede Buenos Aires  
Av. Las Heras 1907  
Tel./Fax: (011) 4800 0200  
☎ (011) 1565193479

Sede La Rioja  
Benjamín Matienzo 3177  
Tel./Fax: (0380) 4422090 / 4438698  
☎ (0380) 154811437

Sede Santo Tomé  
Centeno 710  
Tel./Fax: (03756) 421622  
☎ (03756) 15401364

## ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS .....	4
RESUMEN .....	5
RESUMO .....	6
ABSTRACT .....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
MARCO TEÓRICO.....	9
1- Alimentación y Nutrición .....	9
1.1- Definición .....	9
1.2- Tipos de Alimentos.....	10
2- Hábitos Alimentarios, Salud y Calidad de Vida.....	14
2.1- Guías Alimentarias para la Población Argentina .....	14
2.2- Propósito y Objetivos de las Guías .....	15
2.3- Mensajes de las GAPA .....	16
3- Etiquetas de Alimentos y Etiquetado Nutricional .....	17
3.1- ¿Para qué una Etiqueta? .....	18
3.2- Definición de Etiquetado Nutricional.....	18
3.3- Breve Historia de las Etiquetas Nutricionales.....	19
3.4- Situación Regulatoria en la Región Latinoamericana.....	21
4- Regulación en Argentina.....	23
4.1- Información Obligatoria .....	25
4.2- Información Facultativa o Rotulado Facultativo.....	27
4.3- Claims/Declaraciones de Propiedades Nutricionales .....	29

4.3.1- Definición – Cap. V, CAA.....	29
4.3.2- Clasificación .....	33
4.3.3- Capítulo XVII, CAA .....	34
4.4- Actualización de la Regulación Argentina .....	35
5- Salud y Políticas Públicas.....	37
6- Rotulado de Alimentos y la Interacción con el Consumidor .....	39
JUSTIFICACIÓN Y USO DE LOS RESULTADOS .....	40
OBJETIVOS .....	41
DISEÑO METODOLÓGICO .....	42
RESULTADOS .....	46
DISCUSIÓN .....	72
CONCLUSIÓN.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	77
ANEXOS .....	81
Anexo 1 .....	81
CAA - Capítulo V - Sección 3- Principios Generales	
Anexo 2.....	85
CAA - Capítulo V - Sección 3- Principios Generales	
Anexo 3.....	87
Capítulo XVII - Alimentos De Régimen o Dietéticos Artículo 1339	
Anexo 4.....	89
Encuesta	

## **AGRADECIMIENTOS**

Principalmente a Sandra Cavallaro, mi asesora metodológica, y a Esther Santana, mi directora, por su ayuda y entrega constante en todo el proceso de realización del armado de esta tesis de grado.

Al Instituto Universitario de Ciencias de la Salud Fundación H.A. Barceló y todo el equipo directivo que me acogió en mi formación.

A los encuestados, que se tomaron varios minutos en responder las preguntas que tenía por hacerles.

A amigos, familiares y hasta conocidos, que hicieron una ferviente difusión compartiendo el link de la encuesta online. Me encantaría nombrarlos a todos. Fueron, realmente, de gran ayuda.

A Marina Hintze y a Marianela Moscoso que fueron mis compañeras de debate y opiniones. Y a mis compañeras de cursada por el apoyo incondicional.

A mi prima Betina Benassati que, según me comentó, disfrutó mucho asisorándome en el uso de tablas dinámicas de Excel.

A mi traductora favorita, Ailén Molina, por corregirme el resumen en inglés y a Magdalena Gastaldi por su buena voluntad en revisar el resumen en portugués.

A María Emilia Gautero, abogada especializada en normativa y derecho alimentario, quien tuvo la amabilidad de asesorarme cuando lo necesité.

A Cristina Jodar, responsable del área de investigación de mercados, de una empresa española, que se dedica a la innovación haciendo foco en el consumidor.

A Sabrina Negrin, trabajadora social y amiga desde la secundaria, que me escuchó y orientó durante el proceso de creación de los objetivos.

A mis padres Beto y Mabel, y a mi hermana Emilia, que me acompañaron en todo mi proceso de formación académica y crecimiento como persona. Son muy importantes, estoy más que agradecida.

A Nicolás que me apoyó fielmente durante todo el proceso de desarrollo de la tesina y conclusión de la etapa final de la licenciatura. Gracias.

## RESUMEN

Numerosos estudios científicos han probado la estrecha relación entre las elecciones alimentarias y el estado nutricional de la población y, por ende, su estado de salud. El siguiente trabajo busca clarificar la influencia en la decisión de compra, en la población argentina, de las declaraciones de propiedades nutricionales presentes en las etiquetas de los alimentos envasados.

Se llevó a cabo un estudio observacional, transversal y descriptivo, durante el transcurso del mes de septiembre de 2021. La muestra estuvo conformada por 389 personas, entre 18 y 78 años de edad, de ambos sexos de Argentina. El criterio de inclusión fue: ser responsable de la compra o elección de los alimentos en su hogar. La técnica de muestreo aplicada fue de tipo no probabilística por conveniencia, utilizando, para la recolección de datos, un cuestionario estructurado (encuesta), compuesto por veintiuna preguntas cerradas de opción múltiple y de respuesta corta, realizada vía online.

En cuanto a la decisión de compra, los resultados revelaron que la información del envase del alimento (33,7%) no es tan relevante como el precio (64,5%), la familiaridad con el alimento (54,6%), la composición del alimento (49,2%) o la marca (41,3%). Cuando se quitó el factor precio, el componente del etiquetado más influyente en la decisión de compra fue la fecha de vencimiento (69,1%), seguido por el listado de ingredientes (47,2%), la marca (43,6%) y el contenido de macronutrientes (40,3%).

Se analizaron 6 declaraciones de propiedades nutricionales: "Light", "Sin Azúcar", "Bajo en Grasas", "Fortificado con Vitaminas, Hierro o Calcio", "Sin Colesterol" y "Bajo en Sodio"; y se descubrió que las de mayor frecuencia de consumo y las de mayor importancia fueron "Sin Azúcar" y "Bajo en Grasas". Pero las de mayor credibilidad fueron "Bajo en Sodio" y "Fortificado con Vitaminas, Hierro o Calcio".

En cuanto a los colores de los envases, las personas sintieron mayor atracción por el color verde (más del 60%), seguido por el color rojo (más del 10%). El color que menor atracción generó fue el marrón. Además, el color verde está mayormente asociado a la declaración de propiedad nutricional "Light" y el color rojo a la declaración "Alto en Grasas".

Se llegó a la conclusión, de que las personas no poseen una credibilidad alta en las declaraciones de propiedades nutricionales, pero, al mismo tiempo, eligen alimentos con dichas declaraciones en sus etiquetas, ya que representan cualidades importantes para ellas.

Muchos de los factores que influyen la decisión de compra de un alimento envasado son independientes del etiquetado del mismo. Por lo tanto, sería importante trabajar en lograr una comunicación efectiva sobre la composición del alimento, a través de una etiqueta más clara y accesible para la población. De esta manera, se estaría colaborando para que la elección de compra esté basada en información de calidad.

**Palabras clave:** rotulado de alimentos, declaraciones de propiedades nutricionales, decisión de compra.

## RESUMO

Inúmeros estudos científicos comprovam a estreita relação entre as eleições alimentares e o estado nutricional da população e, portanto, sua saúde. O trabalho a seguir busca esclarecer a influência na decisão de compra, na população argentina, das alegações nutricionais presentes nos rótulos dos alimentos embalados.

Um estudo observação, transversal e descritivo foi realizado durante o mês de setembro de 2021. A amostra foi feita em 389 pessoas, entre 18 e 78 anos, de ambos os sexos, da Argentina. O critério de inclusão foi: ser responsável pela compra ou eleição da alimentação no domicílio. A técnica de amostragem aplicada foi não probabilística por conveniência, utilizando, para a coleta de dados, um questionário estruturado (pesquisa), composto por vinte e uma questões fechadas de múltipla eleição e resposta curta, realizado online.

Em relação à decisão de compra, os resultados revelaram que as informações na embalagem dos alimentos (33,7%) não são tão relevantes quanto o preço (64,5%), a familiaridade com o alimento (54,6%), a composição dos alimentos (49,2%) ou a marca (41,3%). Omitindo o fator preço, o componente mais influente da rotulagem na decisão de compra foi o prazo de validade (69,1%), seguido da lista de ingredientes (47,2%), da marca (43,6%) e do teor de macronutrientes (40,3 %).

Foram analisadas 6 alegações nutricionais: "Light", "Sem Açúcar", Baixo teor de gordura ", " Fortificado com Vitaminas, Ferro ou Cálcio ", " Sem Colesterol "e" Baixo teor de Sódio "; e verificou-se que aqueles com maior frequência de consumo e os mais importantes eram "Sem Açúcar" e "Baixo teor de gordura". Mas os mais confiáveis foram "Baixo teor de sódio" e "Fortificado com vitaminas, ferro ou cálcio".

Em termos de cores das embalagens, as pessoas foram mais atraídas pela cor verde (mais de 60%), seguida pela cor vermelha (mais de 10%). A cor que menos atraía era o marrom. Ao mesmo tempo, a cor verde está principalmente associada à propriedade nutricional "Light" e a cor vermelha á "Alto teor de gordura".

Concluiu-se que as pessoas não possuem alta credibilidade nas alegações nutricionais, mas ao mesmo tempo escolhem alimentos com tais alegações em seus rótulos, pois representam qualidades importantes para elas.

Muitos dos fatores que influenciam a decisão de comprar um alimento embalado são independentes de sua rotulagem. Portanto, seria importante trabalhar para uma comunicação efetiva sobre a composição dos alimentos, por meio de um rótulo mais claro e acessível para a população. Desta forma, estaria colaborando para que a eleição de compra seja baseada em informações de qualidade.

**Palavras chave:** rotulagem de alimentos, alegações nutricionais, decisão de compra.

## ABSTRACT

Numerous scientific studies have proven the close relationship between food choices and the nutritional status of the population and, therefore, their health. The following work seeks to clarify the influence on the purchase decision, in the Argentine population, of the nutritional claims present on the labels of packaged foods.

An observational, cross-sectional and descriptive study was carried out during the month of September 2021. The sample consisted of 389 people of both sexes, aged between 18 and 78, from Argentina. The inclusion criterion was: being responsible for the purchase or choice of food at home. The applied sampling technique was non-probabilistic for convenience using a structured online questionnaire (survey) for data collection, composed of twenty-one closed multiple-choice and short-answer questions.

Regarding the purchase decision, the results revealed that the information on the food packaging (33.7%) is not as relevant as the price (64.5%), the familiarity with the food (54.6%), the composition of the food (49.2%) or the brand (41.3%). When the price factor was removed, the most influential component of the labeling in the purchase decision was the expiration date (69.1%), followed by the list of ingredients (47.2%), the brand (43.6%) and the macronutrient content (40.3%).

6 nutritional claims were analyzed: "Light", "Sugar Free", "Low Fat", "Fortified with Vitamins, Iron or Calcium", "Cholesterol Free" and "Low Sodium"; and it was discovered that those with the highest frequency of consumption and the most important were "Sugar Free" and "Low Fat". But the most credible ones were "Low Sodium" and "Fortified with Vitamins, Iron or Calcium".

In terms of packaging colors, people were more attracted to the green color (more than 60%), followed by the red color (more than 10%). The color that generated less attraction was the brown. In addition, the green color is mostly associated with the "Light" nutritional claim and the red color with the "High Fat" claim.

It was concluded, that people do not have high credibility in nutrition claims, but at the same time choose foods with such claims on their labels, as they represent qualities that are important to them.

Many of the factors that influence the decision to purchase packaged food are independent of its labeling. Therefore, it would be important to work on achieving effective communication about the composition of the food, through a clearer and more accessible label for the population. In this way, this would help the purchase choice be based on quality information.

**Key Words:** food label, nutrition claims, purchase decision.

## INTRODUCCIÓN

Desde la industrialización, y más aún con la globalización, se encuentra en auge la venta de productos envasados. Los mismos, proveen mayor inocuidad porque se suprimen manipuleos por parte del consumidor, presentan mayor duración ya que aportan una fecha de caducidad más alejada y brindan la posibilidad de transporte, permitiendo que un producto llegue a destinos en los cuales no se produce localmente. Al mismo tiempo, han estado en aumento las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) como diabetes, cardiopatías, dislipemias, hipertensión, sobrepeso y obesidad.<sup>1</sup> Numerosa evidencia científica, vincula dichas patologías con ciertos hábitos alimentarios.<sup>2</sup> Se ha consensuado que la reducción de consumo de nutrientes críticos como sodio, grasas totales, grasas saturadas, calorías y azúcares libres es una de las estrategias posibles para la disminución de la prevalencia de dichas enfermedades.<sup>3</sup> En los últimos años, y con mayor frecuencia actualmente, se han analizado con mayor detalle los datos que proveen las etiquetas o rotulados de los paquetes de los alimentos envasados. Si bien ya mucho se ha hablado sobre las categorizaciones de alimentos saludables o no saludables, aún en Argentina no existe información sobre la influencia de los rótulos de los paquetes de alimentos envasados en la decisión de compra del consumidor. Asimismo, se observa que no existe información sobre la influencia de los claims (Información Nutricional Complementaria, particularmente de las declaraciones de propiedades nutricionales) en las decisiones de compra. El objetivo del presente trabajo recopilar información al respecto para así aportar bases para futuras investigaciones.

## MARCO TEÓRICO

### 1- Alimentación y Nutrición

#### 1.1- Definición

La alimentación es el mero acto cotidiano, al cual nos encontramos todos los seres humanos, que implica la ingestión de alimentos.

El Codex Alimentarius (CODEX) define al alimento como “toda sustancia que se ingiere en estado natural, semielaborada o elaborada y se destina al consumo humano, incluidas las bebidas y cualquier otra sustancia que se utilice en su elaboración, preparación o tratamiento”.<sup>4</sup> La ley argentina 18.284 determinada por el Código Alimentario Argentino (CAA) define como alimento a toda sustancia o mezcla de sustancias naturales o elaboradas que ingeridas por el hombre aporten a su organismo los materiales y la energía necesarios para el desarrollo de sus procesos biológicos. La designación "alimento" incluye además las sustancias o mezclas de sustancias que se ingieren por hábito, costumbres, o como coadyuvantes, tengan o no valor nutritivo.<sup>5</sup>

Una noción diferente es dada por el concepto de nutrición, que conlleva a que los alimentos que se ingieren tengan la capacidad de brindarnos propiedades nutritivas las cuales pueden estar en exceso, en déficit o ser suficientes.<sup>6</sup> Estas propiedades nutritivas están dadas por los nutrientes, que son sustancias que proporcionan la energía necesaria para el crecimiento, desarrollo y mantenimiento de la salud y de la vida y, cuya carencia produce cambios en el organismo.<sup>7</sup> Frente a esto, se considera un nutriente crítico aquel que, ya sea por su déficit o su exceso, puede causar, a mediano o largo plazo, algún tipo de patología. En este trabajo, se utilizará el término “nutriente crítico” para referirse a sodio, azúcares libres, grasas totales, grasas saturadas, y calorías en exceso, los cuales se relacionan estrechamente con las Enfermedades Crónicas No Transmisibles (ECNT).<sup>8</sup>

La Organización Mundial de la Salud utiliza el Índice de Masa Corporal (IMC), o también llamado Índice Quetelet por su creador, como indicador para clasificar el estado nutricional de la población adulta. Consiste en una fórmula en la que se

divide el peso en kilogramos del individuo por la altura (talla en metros) al cuadrado.  
 $IMC = Kg / (talla \text{ en metros}^2)$ .

IMC	CLASIFICACIÓN
Menor o igual a 15,9	Desnutrición Severa
Entre 16 y 16,9	Desnutrición Moderada
Entre 17 y 18,4	Desnutrición Leve
Entre 18,5 y 24,9	Normopeso
Entre 25 y 29,9	Sobrepeso
Entre 30 y 34,9	Obesidad 1
Entre 35 y 39,9	Obesidad 2
Entre 40 y 49,9	Obesidad 3 (Mórbida)
Mayor o igual a 50	Obesidad 4 (Extrema)

Cabe aclarar que dicha clasificación no es efectiva para personas con elevada masa muscular ya que la fórmula no discrimina entre la masa adiposa y la masa muscular.

En cuanto a la nutrición normal de la población en general, adultos sanos, los principios de la misma refieren a las leyes fundamentales de la nutrición planteadas por el Dr. Pedro Escudero las cuales son: la ley de la cantidad, de la calidad, de la armonía y de la adecuación.<sup>6</sup> Dichos principios dan noción de qué elementos componen una alimentación equilibrada/saludable.

## **1.2- Tipos de Alimentos**

Si bien el presente trabajo abordará sólo los alimentos envasados (definidos por el CAA como “todo alimento que está contenido en un envase listo para ofrecerlo al consumidor”) es necesario diferenciarlos de otros tipos de alimentos y determinar cuáles son sus cualidades.

Cabe precisar que en el capítulo 1 del CAA se define como consumidor a toda persona o grupo de personas o institución que se procure alimentos para consumo propio o de terceros.<sup>5</sup>

La OPS Ecuador<sup>9</sup>, adoptó el criterio de clasificación del Centro de Estudios Epidemiológicos en Alimentación y Nutrición, en la Escuela de Salud Pública de la Universidad de São Paulo, Brasil<sup>10</sup> que clasifica a los alimentos en tres grupos:

- Grupo 1: Alimentos naturales y mínimamente procesados
  - Alimentos naturales (no procesados): son de origen vegetal (verduras, leguminosas, tubérculos, frutas, nueces, semillas) o de origen animal (pescados, mariscos, carnes de bovino, aves de corral, animales autóctonos, así como huevos, leche, entre otros). Una condición necesaria para ser considerados como no procesados es que estos alimentos no contengan otras sustancias añadidas como son: azúcar, sal, grasas, edulcorantes o aditivos.
  - Alimentos mínimamente procesados: son alimentos naturales que han sido alterados sin que se les agregue o introduzca ninguna sustancia externa. Usualmente se sustrae partes mínimas del alimento, pero sin cambiar significativamente su naturaleza o su uso. Estos procesos "mínimos" (limpiar, lavar, pasteurizar, descascarar, pelar, deshuesar, rebanar, descremar, esterilizar, entre otros) pueden aumentar la duración de los alimentos, permitir su almacenamiento, ayudar a su preparación culinaria, mejorar su calidad nutricional, y tornarlos más agradables al paladar y fáciles de digerir

En combinaciones adecuadas, todos los alimentos de este grupo forman la base para una alimentación saludable.

- Grupo 2: Ingredientes culinarios

Los ingredientes culinarios son sustancias extraídas de componentes de los alimentos, tales como las grasas, aceites, harinas, almidones y azúcar; o bien obtenidas de la naturaleza, como la sal.

La importancia nutricional de estos ingredientes culinarios no debe ser evaluada de forma aislada, sino en combinación con los alimentos.

- Grupo 3: Productos comestibles listos para el consumo: procesados y altamente procesados (ultra procesados).

- Productos comestibles procesados: se refieren a aquellos productos alterados por la adición o introducción de sustancias (sal, azúcar, aceite, conservantes y/o aditivos) que cambian la naturaleza de los alimentos originales, con el fin de prolongar su duración, hacerlos más agradables o atractivos.

Algunos ejemplos son: verduras o leguminosas enlatadas o embotelladas y conservadas en salmuera, frutas en almíbar, pescado conservado en aceite, y algunos tipos de carne y pescado procesados, tales como jamón, tocino, pescado ahumado; queso, al que se le añade sal.

Los productos procesados generalmente conservan la identidad básica y la mayoría de los componentes del alimento original, pero los métodos de procesamiento usados hacen que sean desbalanceados nutricionalmente, debido a la adición de aceite, azúcar o sal.

- Productos comestibles altamente procesados (ultraprocesados): son elaborados principalmente con ingredientes industriales y contienen poco o ningún alimento natural y/o entero.

El objetivo del ultraprocesamiento es elaborar productos durables, altamente apetecibles (palatabilidad) y lucrativos. La mayoría están diseñados para ser consumidos como "snacks" y bebidas, por sí solos o en combinaciones con otros productos ultraprocesados<sup>10</sup>.

La mayoría de los ingredientes de los productos ultraprocesados son aditivos, que incluyen entre otros, conservantes, estabilizantes, emulsionantes, disolventes, aglutinantes, aumentadores de volumen, edulcorantes, resaltadores sensoriales, sabores y colores. El aumentador de volumen puede ser aire o agua. Se puede añadir micronutrientes sintéticos para "fortificar" los productos.

Algunos pueden simular platos caseros, pero se diferencian debido a la naturaleza de la mayoría de sus constituyentes, y a las combinaciones de conservantes y otros aditivos utilizados en su elaboración.

Actualmente, la mayoría de los productos ultraprocesados son resultado de una tecnología sofisticada. Estas tecnologías industriales incluyen procesos de hidrogenación, hidrólisis, extrusión, moldeado y remodelado, que son diseñadas

para hacer que los ingredientes parezcan alimentos, pero son generalmente muy diferentes a los productos que promueven, porque incluyen agentes y procesos muy diversos.

Algunos ejemplos son: sopas enlatadas o deshidratadas, sopas y fideos empaquetados "instantáneos", margarinas, cereales de desayuno, mezclas para pastel, papas fritas, bebidas gaseosas, jugos, galletas, caramelos, mermeladas, salsas, helados, chocolates, fórmulas infantiles, leches para niños pequeños y productos para bebés, barras de "energía", muchos tipos de panes, tortas, postres, pasteles, productos "listos para calentar", y muchos otros tipos de productos de bebidas y "snacks".

Existen varias características nutricionales, metabólicas, sociales, económicas y ambientales de los productos ultraprocesados que afectan la salud. A continuación, las principales razones<sup>10</sup>:

- Son nutricionalmente desequilibrados.
- Son de alta densidad energética.
- Suelen ser de baja densidad nutricional.
- Pueden crear malos hábitos de consumo y adicción.
- Son fáciles de consumir por lo que pueden fácilmente desplazar comidas y platos preparados a partir de alimentos que son nutritivos.
- Se promueven y se ofrecen por mecanismos que son engañosos, pretendiendo imitar a los alimentos naturales o platos tradicionales, usando aditivos que reproducen aromas, sabores y colores.
- Crean una falsa impresión de ser saludables, mediante la adición de vitaminas sintéticas, minerales y otros compuestos, lo que permite a los fabricantes hacer "declaraciones de salud", que son falsamente fundadas.
- La mayoría de estos productos son altamente rentables porque son producidos por empresas transnacionales y otras grandes corporaciones que operan economías de escala, comprando o manufacturando los ingredientes de su composición a precios muy bajos.
- Las apreciables ganancias obtenidas son parcialmente invertidas en propaganda y mercadeo con el objetivo de tornar estos productos más

atractivos y hasta glamorosos, especialmente para los consumidores más vulnerables, como los niños y los jóvenes.

Una definición similar nos brinda la OPS en 2019 en su informe “Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina” y agrega: “Tienen un elevado contenido en azúcares libres, grasa total, grasas saturadas y sodio, y un bajo contenido en proteína, fibra alimentaria, minerales y vitaminas, en comparación con los productos, platos y comidas sin procesar o mínimamente procesados”.<sup>3</sup>

Cabe destacar que la legislación argentina, no acuñó el término “ultraprocesado”, pero se menciona en este capítulo para establecer un criterio de comparación con la clasificación de la OPS.

## 2- Hábitos Alimentarios, Salud y Calidad de Vida

Habiendo quedado definida la clasificación de los alimentos en base a su tratamiento previo al consumo y las leyes de la nutrición normal, es importante determinar a qué se denomina una alimentación saludable.

En Argentina, dicha información, se transmite a la población a través de la realización de educación nutricional con las Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA)<sup>11</sup>. Las mismas constan de diez mensajes y una imagen gráfica (fig. 1).

### 2.1- Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA)



Figura 1: Gráfica de las Guías Alimentarias para la Población Argentina<sup>11</sup>

La gráfica de las GAPA está representada por un círculo, que incluye seis grupos de alimentos: verduras y frutas; legumbres, cereales, papa, pan y pasta; leche, yogur y queso; carnes y huevos; aceites, frutos secos y semillas; y el grupo opcional (dulces y grasas). El agua está incluida en el centro del círculo y se agregan dos mensajes adicionales en el exterior del círculo sobre más actividad física y menos consumo de sal.

## **2.2- Propósito y objetivos de las guías**

Las GAPA se realizaron con el propósito de contribuir a un cambio de hábitos alimentarios en la población argentina que conlleven a mejorar su estado de salud y calidad de vida.

El objetivo general propuesto es adaptar las metas alimentario-nutricionales establecidas para la población en mensajes prácticos que contemplen factores epidemiológicos, sociales, económicos y culturales que alienten a mejorar el perfil de hábitos y consumo de alimentos de la población.

En cuanto a los objetivos específicos, se enumeran siguiendo los lineamientos propuestos por el Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá y Organización Panamericana de la Salud (INCAP/OPS), separándolos según su ámbito de aplicación en: individual, gubernamental y de la industria de alimentos.

Objetivos específicos:

### Ámbito individual

1. Promover una alimentación saludable y culturalmente aceptable para la población.
2. Corregir los hábitos alimentarios indeseables y reforzar aquellos deseables para el mantenimiento de la salud.
3. Orientar al consumidor con respecto a la elección de una alimentación saludable de acuerdo con los recursos económicos disponibles, los alimentos producidos localmente y su estacionalidad.

### Ámbito gubernamental

1. Servir de base para la planificación y evaluación de programas sociales y de alimentación y nutrición.
2. Servir de insumo para la formulación de políticas relacionadas con la alimentación y la nutrición.
3. Orientar y unificar el contenido de los mensajes sobre alimentación y nutrición de las distintas organizaciones e instituciones.
4. Proporcionar información básica para incluir en los programas de educación formal y no formal en todos los niveles (primario, secundario y universitario).
5. Promover la oferta de alimentos de alta calidad nutricional en todos los programas de alimentación coordinados por los gobiernos.

### Ámbito de la industria de alimentos

1. Orientar a la industria de alimentos en la elaboración de los mismos con el mejor perfil nutricional.
2. Orientar el etiquetado nutricional en la industria alimentaria.

### **2.3- Mensajes de las GAPA**

Como medida para lograr dichos objetivos se recurrió a la enumeración de diez mensajes dirigidos a la población en general. El carácter de dichos mensajes son oraciones cortas y con un lenguaje simple que busca informar las acciones que se deben realizar para preservar un buen estado de salud:

1. Incorporar alimentos de todos los grupos y al menos 30 min de actividad física.
2. Tomar a diario 8 vasos de agua segura.
3. Consumir a diario 5 porciones de frutas y verduras en variedad de tipos y colores.
4. Reducir el uso de sal y el consumo de alimentos con alto contenido de sodio.

5. Limitar el consumo de bebidas azucaradas y de alimentos con elevado contenido de grasas, azúcar y sal.
6. Consumir diariamente leche, yogur o queso, preferentemente descremados.
7. Al consumir carne, retire la grasa visible, aumentar el consumo de pescado e incluir huevos.
8. Consumir legumbres, cereales preferentemente integrales, papa, batata, choclo o mandioca.
9. Consumir aceite crudo como condimento, frutas secas o semillas.
10. El consumo de bebidas alcohólicas debe ser responsable. Los niños, adolescentes y mujeres embarazadas no deben consumirlas. Evitarlas siempre al conducir.

### **3- Etiquetas de Alimentos y Etiquetado Nutricional**

Cabe aclarar, en esta sección, la definición de los siguientes conceptos para lograr un mayor entendimiento.

Tanto, la palabra “rótulo” como “etiqueta” se utilizan como sinónimos, mas no así el etiquetado o rotulado de alimentos con el etiquetado o rotulado nutricional.

Cuando se refiere al etiquetado de un alimento, se hace alusión a toda la información propia del producto, así como la cantidad, la fecha de elaboración, datos del productor, etc. El Código Alimentario Argentino determina: la rotulación es toda inscripción, leyenda, imagen o toda materia descriptiva, o gráfica que se haya escrito, impreso, marcado en relieve, huecograbado o adherido al envase del alimento.<sup>12</sup>

En cambio, el etiquetado nutricional se refiere exclusivamente a el área de la etiqueta en donde se provee la información de las propiedades nutricionales del alimento. Entiéndase por: cantidad de macronutrientes (carbohidratos, proteínas, grasas), calorías, sodio, micronutrientes según corresponda, entre otros. Serán detallados más adelante.

### **3.1- ¿Para qué una Etiqueta?**

Se busca que las etiquetas le provean al consumidor<sup>12</sup>:

- Información clara y rápida (en los pocos segundos que dura la decisión de compra).
- La capacidad de desarrollar una alimentación saludable.
- Información sobre la conservación, preparación y manipulación del alimento.
- El detalle de para quiénes es apto su consumo. (Por ejemplo: en la miel debe figurar: “No apto para menores de un año”)
- La información para poder establecer una relación cantidad-calidad-precio.<sup>13</sup>

En base a lo detallado, se puede determinar que las etiquetas no sólo proponen inocuidad, sino que también buscan aseverar el derecho a la seguridad, a la salud y a la información.

Dichos enunciados, insertados en las políticas de salud pública del mundo buscan, como objetivo principal, brindar salud a la población en base a mejorar las elecciones alimentarias.

### **3.2- Definición de Etiquetado Nutricional**

Según el documento “Codex nutrient reference values” de FAO/OMS elaborado por la renombrada Janine Lewis.<sup>14</sup>, el etiquetado nutricional provee información en la etiqueta sobre el contenido de nutrientes clave para informar a los consumidores sobre la calidad nutricional de la comida que compra. Organismos alimentarios alrededor del mundo establecen regulaciones de dicho etiquetado nutricional a través de la implementación adaptada de la guía Codex según las necesidades de cada jurisdicción en términos de salud pública, entendimiento del consumidor y capacidad de la industria alimentaria.

El Codex Alimentarius es un escrito creado por Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO/OMS) en donde expertos de todo el mundo volcaron sus conocimientos en un sistema de normas alimentarias

internacionales, con el objetivo de proveer la inocuidad y la calidad de los alimentos para llevar una vida saludable.<sup>15</sup>

Cabe agregar también la regulación del Reglamento Técnico MERCOSUR<sup>16</sup> que define como rotulado nutricional a toda descripción destinada a informar al consumidor sobre las propiedades nutricionales de un alimento.

Con estas dos definiciones se ilustra la importancia, la influencia y el alcance de las reglamentaciones en torno a este tema en cuestión.

### ***3.3- Breve Historia de las Etiquetas en Alimentos y las Etiquetas Nutricionales***

Las etiquetas existen desde los tiempos en que las civilizaciones comenzaron a necesitar un sistema de identificación de sus mercancías para comercializar. Esta identificación permitía conocer la cantidad y calidad del producto a través de medidas como el peso, el origen y la fecha, así como también el precio.<sup>13</sup>

A partir de esto, y con la sucesión de diversos hechos históricos como la invención de la imprenta y de la máquina de papel, se llega al primer registro del contenido nutricional en la etiqueta de un alimento en la década de 1940.

A continuación, se muestra una línea del tiempo (fig. 2):



Figura 2: Línea del tiempo con los eventos más destacados en la historia del etiquetado nutricional.

Elaboración propia en base a: Codex Lewis, J. 2019. Codex nutrient reference values. Rome. FAO and WHO (Figure 2 - Timeline: History of nutrition labeling)<sup>14</sup>

### 3.4- Legislación en la Región Latinoamericana

Una de las posibles soluciones que se están planteando actualmente para el incremento de la obesidad y el sobrepeso en el mundo<sup>17</sup> y en Latinoamérica es el etiquetado frontal de advertencia. Estas legislaciones se están tratando y desarrollando actualmente en la región (fig. 3).



*Figura 3: Línea del tiempo con los años en que se trataron y/o sancionaron modificaciones a las reglamentaciones respecto al etiquetado nutricional en América Latina.*

Descripción:

#### **Ecuador**

- 2013: Acuerdo n°00004522
- 2014: Reglamento Sanitario Sustitutivo de Alimentos Procesados para el Consumo Humano 5103
- 2016: Revisión y ajustes.
  - Etiqueta: Sistema gráfico de semáforo con barras horizontales.

#### **Chile**

- 2015: Decreto n° 13/2015
- 2016: Ley de alimentos
  - Etiqueta: Sistema de advertencia de nutrientes. Etiquetado frontal de advertencia con octógonos negros.

## **Bolivia**

- 2016: Ley 775 Promoción de Alimentación Saludable
  - Etiqueta: Sistema de advertencia de nutrientes hexágono rojo y sistema gráfico de semáforo con barras horizontales.

## **Perú**

- 2013: Promulgación de la Ley 30021 de Promoción de la Alimentación Saludable para niños niñas y adolescentes.
- 2017: Dicha ley entra en vigencia.
- 2019: NMP 001 Norma Metrológica Peruana
  - Etiqueta: Sistema de advertencia de nutrientes. Etiquetado frontal de advertencia con octógonos negros.

## **Brasil**

- 2018: ANVISA – Informe preliminar de debate público sobre el análisis del impacto reglamentario en el etiquetado nutricional.
  - Etiqueta: Sistema de advertencia de nutrientes. Etiquetado frontal de advertencia.

## **Uruguay**

- 2018: Decreto n° 272/18
- 2020: 272-018 y anexos. Vigencia febrero 2020 + marzo: 120 días de prórroga.
  - Etiqueta: Sistema de advertencia de nutrientes. Etiquetado frontal de advertencia con octógonos negros.

## **Colombia**

- 2017: Proyecto de Ley 019
- 2020: Boletín de Prensa 034 Ministerio de Salud y Protección Social
- 2021: Adopción de la ley de comida chatarra.
- 2022: Se estima que en 2022 comenzará su obligatoriedad.
  - Etiqueta: Sistema de advertencia de nutrientes. Etiquetado frontal de advertencia con círculos negros.

## México

- 1/10/2020: Actualización de NOM-051
  - Etiqueta: Sistema de advertencia de nutrientes. Etiquetado frontal de advertencia con octógonos negros.

## Argentina

- 1971: El Código Alimentario Argentino fue puesto en vigencia por la Ley 18.284, reglamentada por el Decreto 2126/71. El capítulo V es el que aborda el rotulado de alimentos.
- 2006: Obligatoriedad de declaración de nutrientes en el rotulado nutricional.<sup>12</sup>
- El 11 de junio de 2013, entró en vigencia la Res. Conj. N° 161/13 SPReI y 213/13 SAGyP que establece los requisitos para las declaraciones de propiedades nutricionales armonizada en el ámbito del MERCOSUR (Res. GMC N° 01/12). Esta normativa fue incorporada en el artículo 235 quinto del CAA.
- Octubre 2021: Sanción de la ley “Promoción de la Alimentación Saludable”.
  - Etiqueta: Sistema de advertencia de nutrientes. Etiquetado frontal de advertencia con octógonos negros.

*Elaboración propia en base a el Código Alimentario Argentino y la revisión realizada por la Licenciada en Nutrición Mercedes Sochi.* <sup>18</sup>

## 4- Regulación en Argentina

Como se mencionó anteriormente, el CODEX Alimentarius es un documento que emite la FAO/OMS (La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, más conocida por sus siglas en inglés, FAO) que sugiere a los países miembros el abordaje de políticas públicas y regulaciones en relación a los alimentos, la alimentación y la vida saludable de la población. Dicho esto, las actualizaciones del CODEX son tomadas como referencia para considerar algún tipo de modificación en la legislación argentina.

A nivel nacional existen dos organismos que llevan adelante el control de alimentos: el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), que controla

productos alimenticios no procesados, y el Instituto Nacional de Alimentos (INAL), que depende de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) y controla los productos procesados y listos para su consumo.

Una de las herramientas con la que cuenta la ANMAT<sup>19</sup> para ejercer su función de proteger la salud de la población es el Código Alimentario Argentino (CAA) que es un reglamento técnico específico que crea disposiciones higiénico-sanitarias, bromatológicas y de identificación comercial, además de incorporar resoluciones del Reglamento Técnico del MERCOSUR. El Reglamento Técnico del MERCOSUR es un documento que favorece la adopción de normas comunes para la cooperación y, en relación a la rotulación de alimentos, contribuye a la comercialización entre los Estados Parte del MERCOSUR.

El CAA aplica en todo el país ya que todas las provincias adhirieron a esta ley nacional (Ley N° 18284).

El CAA es actualizado y modificado por la Comisión Nacional de Alimentos (CONAL), un organismo eminentemente técnico que se encarga de las tareas de asesoramiento, apoyo y seguimiento del Sistema Nacional de Control de Alimentos, establecido por el Decreto 815 de 1999. La Comisión está conformada por representantes del Ministerio de Salud de la Nación, de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica, de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria, de la Subsecretaría de Defensa del Consumidor y de las 24 jurisdicciones bromatológicas jurisdiccionales del país. En otras palabras, el INAL se encarga de llevar el control de que el CAA se cumpla y la CONAL se encarga de modificarlo y mantenerlo actualizado.<sup>20</sup>

El CAA es una unidad integradora de muy amplio alcance, y se utiliza como referencia primera para este trabajo.

En cuanto a lo que comprende la gráfica (imágenes y texto) impresos en el envase de un alimento, se puede observar en el CAA, que hay numerosa información que presenta diferentes características. A modo de clarificar, a continuación, se detalla y

delimita la clasificación de la información contenida en el rotulado según la legislación vigente.

En el capítulo V del CAA<sup>12</sup> se determina la información que debe figurar en el envase, cómo debe estar presentada y distribuida, así como también la que no debe aparecer en los envases.

#### **4.1- Información Obligatoria**

El rótulo de alimentos envasados debe presentar obligatoriamente la siguiente información<sup>12</sup>:

- 1. Denominación de venta del alimento:** Es el nombre específico y no genérico que indica la verdadera naturaleza y las características del alimento.
- 2. Lista de ingredientes:** Ordenados de mayor a menor según el grado de participación en el producto; y aditivos.
- 3. Contenidos netos:** Cantidad del alimento, en gramos o mililitros contenido en el envase.
- 4. Identificación del origen:** Son los datos del fabricante, y el país de origen.
- 5. Nombre o razón social y dirección del importador (cuando corresponda)**
- 6. Identificación del lote:** Es el conjunto de artículos de un mismo tipo, procesados por un mismo fabricante o fraccionador, en un espacio de tiempo determinado bajo condiciones esencialmente iguales.
- 7. Fecha de duración:** Es la fecha máxima en la cual se asegura al consumidor que el alimento es apto para consumo. Hay excepciones.
- 8. Preparación e instrucciones de uso del alimento (cuando corresponda)**
- 9. Rótulo nutricional o información nutricional:** Es toda descripción destinada a informar al consumidor sobre las propiedades nutricionales de un alimento.
  - 9.1. Declaración del valor energético y de nutrientes:** Es una relación o enumeración normalizada del contenido de nutrientes de un alimento.
  - 9.2. (Optativo) Declaración de propiedades nutricionales (información nutricional complementaria, INC o Claim)** Es cualquier representación que afirme, sugiera o implique que un producto posee propiedades nutricionales particulares, en relación con su valor energético y contenido de proteínas,

grasas, carbohidratos y fibra alimentaria, así como con su contenido de vitaminas y minerales.

Los nutrientes que deben figurar obligatoriamente son:

- Valor energético (kcal)
- Carbohidratos
- Proteínas
- Grasas totales
- Grasas saturadas
- Grasas trans
- Fibra alimentaria
- Sodio
- La cantidad de cualquier otro nutriente acerca del que se incluya una declaración de propiedades nutricionales u otra declaración que haga referencia a nutrientes. **(9.2)**

Es importante remarcar que, en caso de que el productor decida realizar una INC (es decir, una declaración de propiedades nutricionales), es necesario agregar la información del nutriente en la tabla de información nutricional junto con el resto de los ingredientes obligatorios. De esta manera, se le presenta, al consumidor, información completa sobre la alegación que se está haciendo, justificándola y validándola a través de valores numéricos reales.

Las excepciones a dichas reglas son: bebidas alcohólicas, aditivos, especias, aguas minerales, sal, vinagres, café, té, yerba mate, otras hierbas, frutas, vegetales, carnes en su estado natural y alimentos con envases menores a 100cm<sup>3</sup>.

*Elaboración propia en base al capítulo V del CAA. (Para más información ver Anexo1).*

## **4.2- Información Facultativa o Rotulado Facultativo**

La rotulación facultativa es la información que el fabricante decide incluir o no<sup>12</sup>.

El capítulo V del CAA informa lo siguiente:

- En la rotulación podrá presentarse cualquier información o representación gráfica, así como materia escrita, impresa o gráfica, siempre que no esté en contradicción con los requisitos obligatorios de la presente norma, incluidos los referentes a la declaración de propiedades y engaño, establecidos en la sección 3- Principios Generales. (Anexo 2)

Existen dos tipos de rotulados facultativos que se describen a continuación.

### **4.2-1 Denominación de calidad del alimento:**

- Solamente se podrá emplear denominaciones de calidad cuando hayan sido establecidas las correspondientes especificaciones para un alimento determinado por medio de un Reglamento Técnico específico.
- Dichas denominaciones deberán ser fácilmente comprensibles y no deberán ser equívocas o engañosas en forma alguna, debiendo cumplir con la totalidad de los parámetros que identifican la calidad del alimento.
- Un ejemplo de denominación de calidad es un porcentaje de pureza del producto.
- Se podrá brindar **información nutricional**, siempre que no contradiga lo dispuesto en la Sección 3- Principios Generales. (Anexo 2)

### **4.2.2- Información Nutricional Complementaria (INC) / Claim**

“Claim” o “claims” (en plural) es una palabra en inglés que significa “declaración” en Argentina o “alegación” en España. En este contexto, se utiliza la palabra “claim” para referirse a las declaraciones complementarias o Información Nutricional Complementaria (INC) que se encuentran escritas en el envase de un producto.<sup>12</sup>

En palabras de la Secretaría de Agroindustria del Ministerio de Producción y Trabajo: La información nutricional complementaria es información extra sobre alguna o varias propiedades nutricionales del producto, respecto de su contenido en

calorías y/u otros nutrientes. Esta información tiene por objeto presentar información simple y de fácil comprensión de modo que ayude al consumidor en la selección de alimentos.

Estas declaraciones son de carácter opcional y no deben sustituir sino añadirse a la declaración obligatoria de nutrientes; de utilizarla, el alimento debe cumplir con ciertos requisitos. Los requisitos dependen del tipo de información que se quiera presentar en el envase.

Cabe aclarar que no se considera información nutricional complementaria a:

- La mención de sustancias en la lista de ingredientes.
- La mención de nutrientes como parte obligatoria del rotulado nutricional.
- La mención cualitativa o cuantitativa de algunos nutrientes o ingredientes o del valor energético en el rotulado cuando sea exigido por la legislación específica.

A continuación, se puede observar una representación gráfica de la clasificación de la información del rótulo de un alimento envasado.

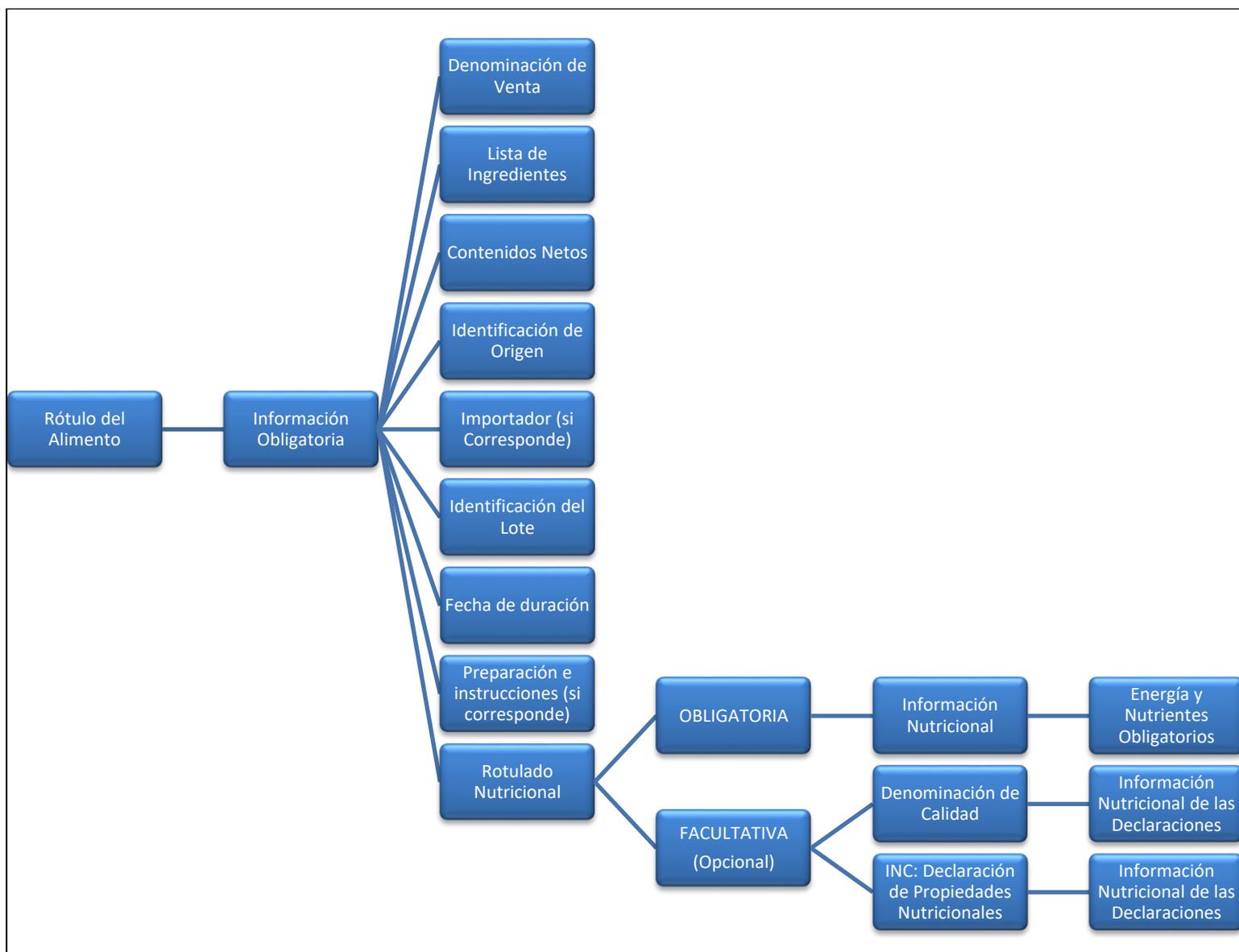


Figura 4: Categorización de la información del rótulo de un alimento envasado. INC: Información Nutricional Complementaria. Elaboración propia en base a el Capítulo V del CAA<sup>12</sup>.

### 4.3- Claims y Claim Nutricional o Declaraciones de Propiedades Nutricionales

#### 4.3.1- Clasificación

Los claims en general se pueden clasificar en dos grupos: claims nutricionales y claims saludables. Actualmente, en la Argentina sólo están regulados los claims nutricionales en los rótulos de los alimentos mediante el Capítulo V del Código

Alimentario Argentino. En cambio, los claims saludables están prohibidos en los rótulos. A pesar de eso, sí está permitido el uso de claims saludables exclusivamente en publicidad que está regulado a través de la disposición 7730 de la ANMAT (Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica).<sup>21</sup>

**1. Declaraciones de propiedades nutricionales o claims nutricionales:** Es cualquier representación que afirme, sugiera o implique que un producto posee propiedades nutricionales particulares. Sólo se permite hacer declaraciones de información nutricional complementaria sobre valor energético, carbohidratos, azúcares, proteínas, grasas totales, grasas saturadas, colesterol, sodio, sal, fibra alimentaria, vitaminas y minerales.<sup>12</sup>

A su vez, estos claims nutricionales se clasifican en dos subgrupos según CAA:

- 1.1- Declaraciones de propiedades relativas al contenido de nutrientes o de contenido absoluto:** Es la INC que describe el nivel y/o la cantidad de uno o más nutrientes y/o valor energético contenidos en el alimento. (Ejemplos: “Fuente de calcio”, “alto contenido de fibra y bajo de grasa”). (Fig. 6)
- 1.2- Declaración de propiedades comparativas o de Contenido comparativo:** Es la INC que compara los niveles de igual/es nutriente/s y/o el valor energético del alimento objeto de la misma con el alimento de referencia. (Ejemplos: “reducido”, “menos que”, “menos”, “aumentado”, “más que”) (Fig.7)

En esta sección cabe realizar ciertas aclaraciones. Las Directrices para el uso de declaraciones nutricionales y saludables del Codex Alimentarius CAC//GL 23-1997<sup>22</sup> agrega una tercera clasificación en cuanto a los claims nutricionales, que nuestra ley no adoptó, ya que la unifica en la categoría de contenido absoluto, que es:

**1.3- Declaración de propiedades de no adición:** se entiende cualquier declaración de propiedades de que no se ha añadido un ingrediente a un alimento, sea directamente o indirectamente. El ingrediente es uno cuya presencia o adición está permitida en el alimento y que los consumidores esperarían normalmente encontrar en el alimento. (Ejemplo: “sin sal añadida”)

Los claims saludables se detallan a continuación, sólo con carácter ilustrativo, ya que no se encuentran reguladas en el ámbito del rotulado de alimentos.

Fuente: "Guidelines for Use of Nutrition and Health Claims"<sup>22</sup>

**2. Las declaraciones de propiedades saludables, claims saludables o health claims<sup>18</sup>:** afirman, sugieren o implican que existe una relación entre un alimento (o componente del mismo) y la salud. (Ejemplo: el calcio es saludable para los huesos) Existen:

**2.1- Declaraciones de función de nutrientes:** es una declaración de propiedades nutricionales que describe la función fisiológica del nutriente en el crecimiento, el desarrollo y las funciones normales del organismo (Ejemplo: "El nutriente A (nombrando un papel fisiológico del nutriente A en el organismo respecto al mantenimiento de la salud y la promoción del crecimiento y del desarrollo normal). El alimento X es una fuente del/alto en el nutriente A". Un ejemplo aplicado sería: "ayuda a la digestión" o "construye huesos fuertes")

**2.2- Otras declaraciones de propiedades de función:** Estas declaraciones de propiedades conciernen efectos benéficos específicos del consumo de alimentos o sus constituyentes en el contexto de una dieta total sobre las funciones o actividades biológicas normales del organismo. Tales declaraciones de propiedades se relacionan a una contribución positiva a la salud o a la mejora de una función o la modificación o preservación de la salud. (Ejemplo: "La sustancia A (nombrando los efectos de la sustancia A sobre el mejoramiento o modificación de una función fisiológica o la actividad biológica asociada con la salud). El alimento Y contiene X gramos de sustancia A". Un ejemplo aplicado sería: "disminuye el colesterol" o "fortalece el sistema inmunológico")

**2.3- Declaraciones de reducción de riesgo de enfermedad:** Son declaraciones de propiedades relacionando el consumo de un alimento o componente alimentario, en el contexto de la dieta total, a la reducción del riesgo de una enfermedad o condición relacionada con la salud. La reducción de riesgos significa el alterar de manera significativa un factor o

factores mayores de riesgo para una enfermedad crónica o condición relacionada a la salud. Las enfermedades tienen factores múltiples de riesgo, y el alterar uno de estos factores puede tener, o no tener, un efecto benéfico. La presentación de declaraciones de propiedades de reducción de riesgos debe asegurar que no sean interpretadas por el consumidor como declaraciones de prevención, utilizando, por ejemplo, lenguaje apropiado y referencias a otros factores de riesgo. (Ejemplos: “Una dieta saludable baja en la sustancia nutritiva o el nutriente A puede reducir el riesgo de la enfermedad D. El alimento X tiene una cantidad baja de la sustancia nutritiva o el nutriente A”. “Una dieta saludable y rica en sustancia nutritiva A puede reducir el riesgo de la enfermedad D. El alimento X tiene un alto contenido de la sustancia nutritiva o el nutriente A.” Un ejemplo aplicado sería: “reduce el riesgo de osteoporosis.”)

Consideraciones que agrega el CODEX sobre claims saludables:

- Deben poseer un cuerpo de evidencia científica suficiente.
- Deben proveer información veraz que permita al consumidor hacer elecciones saludables.
- Necesitan acompañarse de educación.

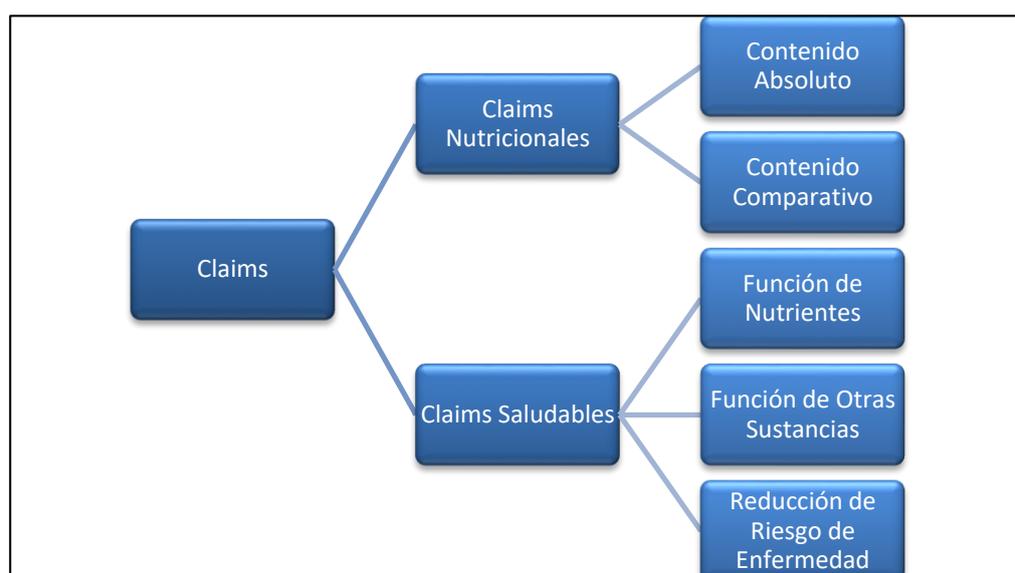


Figura 5: Elaboración propia en base a la clasificación de claims nutricionales en Argentina<sup>12</sup> y de claims saludables según FAO/OMS<sup>22</sup>

En cuanto a las declaraciones de las propiedades saludables en Argentina:

- El Artículo 235 - (Res. Conj. MSyA 149/05 y SAGPyA 683/05) dice: "En los rótulos o anuncios, por cualquier medio (propaganda radial, televisiva, oral o escrita) queda prohibido efectuar indicaciones que se refieran a propiedades medicinales, terapéuticas o aconsejar su consumo por razones de estímulo, bienestar o salud."<sup>23</sup>
- En 2011 se incorpora la disposición 7730 de la ANMAT, en Argentina, con normativas en base al CODEX.<sup>21</sup>
- En dicha disposición se afirma que sólo está permitido presentar una solicitud de evaluación de los claims saludables que el productor quiere declarar a los efectos de publicidad. Una vez aprobada la solicitud, se autoriza el uso exclusivo en publicidad.
- Para ello, existe una comisión evaluadora de publicidad y propiedades saludables en INAL (Instituto Nacional de Alimentos) y cada declaración debe tener un Dossier aprobado por la INAL para poder realizar la publicidad.
- Se incorpora el concepto de Prebiótico y Probiótico (artículos 1389 y 1390).

#### 4.3.2 - Terminologías específicas de los claims nutricionales:

A continuación, se presentan las figuras 6 y 7 que ejemplifican la terminología permitida para realizar declaraciones nutricionales sobre contenido absoluto y sobre contenido relativo de un alimento envasado.

<b>TABLA DE EQUIVALENCIAS PARA LAS DECLARACIONES NUTRICIONALES SOBRE CONTENIDO ABSOLUTO</b>		
<b>ATRIBUTO</b>	<b>CONTENIDO ABSOLUTO DE NUTRIENTES Y/O VALOR ENERGÉTICO</b>	<b>TÉRMINOS EQUIVALENTES EN INGLÉS</b>
<b>Bajo</b>	Leve, Ligeró, Pobre, Bajo, Bajo Contenido	Light, Lite, Low
<b>Muy Bajo</b>	Muy Bajo	Very Low

<b>No contiene</b>	Libre..., Sin..., Cero..., Exento..., No contiene...	...Free, No..., Without..., Zero...
<b>Sin agregado</b>	Sin agregado..., Sin adición..., Sin...agregado.	No...added.
<b>Alto contenido</b>	Alto contenido..., Rico..., Alto tenor...	High..., Rich...
<b>Fuente</b>	Fuente...	Source...

*Figura 6: Elaboración propia en base a la terminología permitida para realizar declaraciones nutricionales sobre contenido absoluto en envases de alimentos. Fuente CAA.*

<b>TABLA DE EQUIVALENCIAS PARA LAS DECLARACIONES NUTRICIONALES SOBRE CONTENIDO RELATIVO</b>		
<b>ATRIBUTO</b>	<b>CONTENIDO COMPARATIVO DE NUTRIENTES Y/O VALOR ENERGÉTICO</b>	<b>TÉRMINOS EQUIVALENTES EN INGLÉS</b>
<b>Reducido</b>	Reducido...,leve..., Liviano, Menos que...	Light..., Lite..., Reduced..., Less than...
<b>Aumentado</b>	Aumentado..., Más que...	Increased..., More than...

*Figura 7: Elaboración propia en base a la terminología permitida para realizar declaraciones nutricionales sobre contenido relativo en envases de alimentos. Fuente: CAA.*

#### **4.3.3- Capítulo XVII, CAA**

El CAA consta con el capítulo XVII “Alimentos dietéticos y regímenes especiales”<sup>24</sup>, en donde regula los claims de alimentos fortificados. (Anexo 3)

La sección en donde se hará foco es en la regulación de “Alimentos para satisfacer necesidades alimentarias específicas de determinados grupos de personas sanas.”

En el artículo 1363 se detalla: Se entiende por Alimentos Fortificados aquellos alimentos en los cuales la proporción de proteínas y/o aminoácidos y/o vitaminas y/o sustancias minerales y/o ácidos grasos esenciales es superior a la del contenido natural medio del alimento corriente, por haber sido suplementado significativamente.

La porción del alimento fortificado deberá aportar entre un:

- 1) 20 % y 50 % para vitaminas liposolubles y minerales de los Requerimientos Diarios Recomendados (RDR)
- 2) 20 % y 100 % para vitaminas hidrosolubles de los RDR

La denominación de venta de los alimentos fortificados será "...fortificado(a) con...". En el primer espacio en blanco se indicará la denominación de venta del alimento correspondiente sin fortificar y en el segundo espacio en blanco el (los) nutriente(s) con que se ha fortificado el alimento. En la tabla de información nutricional o debajo de ella se indicará la ingesta diaria recomendada del alimento, el grupo etario que se adoptó como referencia y el porcentaje de la ingesta diaria recomendada del (de los) nutriente(s) que cubre la ingesta recomendada del alimento.

#### **4.4- Actualización de la Regulación Argentina**

En Argentina, a partir del informe del Ministerio de Salud sobre etiquetado nutricional frontal de alimentos en 2018<sup>8</sup>, y la presión de distintas organizaciones civiles y federaciones de profesionales de la nutrición, a partir del año 2020, se comenzó a tratar el proyecto de ley "Etiquetado frontal informativo para el consumo responsable de los alimentos" que propuso el sistema advertencia de octógonos. Se aprobó la media sanción del Senado de la Nación el 29 de octubre de 2020<sup>25</sup> y en octubre de 2021 se dio sanción completa en la Cámara de Diputados.<sup>26</sup>

La nueva normativa, ley 27.642 de "Promoción de la Alimentación Saludable"<sup>26</sup>, establece que debe incluirse un rotulado frontal de advertencia con forma de octógono negro para etiquetar a los alimentos envasados que superen los límites establecidos por la Organización Panamericana de Salud (OPS) para los siguientes nutrientes críticos: azúcares, grasas totales, grasas saturadas, sodio y calorías, con

un escrito de “Exceso de...”. También establece que, en caso de contener edulcorantes o cafeína, el alimento debe contener una leyenda debajo del sello que diga: “Contiene edulcorantes, no recomendable en niños/as” o “Contiene cafeína, evitar en niños/as”.

A continuación, se detallan los criterios del modelo de perfil de nutrientes de la OPS para indicar los productos procesados y ultraprocesados que contienen una cantidad excesiva de sodio, azúcares libres, otros edulcorantes, grasas saturadas, total de grasas y grasas trans (Fig. 8).

<b>Sodio</b>	<b>Azúcares Libres</b>	<b>Otros Edulcorantes</b>	<b>Total de Grasas</b>	<b>Grasas Saturadas</b>	<b>Grasas Trans</b>
≥ 1 mg de sodio por 1 Kcal	≥ 10% del total de energía proveniente de azúcares libres	Cualquier cantidad de otros edulcorantes	≥ 30% del total de energía proveniente del total de grasas.	≥ 10% del total de energía proveniente de grasas saturadas	≥ 1% del total de energía proveniente de grasas trans

*Figura 8: Criterio de indicación con octógonos de nutrientes críticos.* <sup>27</sup>

En cuanto a las prohibiciones:

Respecto a los rótulos, los alimentos y bebidas analcohólicas envasadas que contengan algún sello de advertencia no pueden incorporar en sus envases información nutricional complementaria logos o frases con el patrocinio o avales de sociedades científicas o asociaciones civiles ni personajes infantiles.

Respecto a la publicidad, promoción y patrocinio por cualquier medio, los alimentos y/o bebidas analcohólicas que contengan al menos un (1) sello de advertencia tienen prohibido resaltar declaraciones nutricionales complementarias que destaquen cualidades positivas y/o nutritivas de los productos en cuestión, a fin de no promover la confusión respecto de los aportes nutricionales. Tampoco se podrá hacer publicidad de alimentos dirigidos a niños o con personajes infantiles.

En concreto, la actualización de la normativa argentina propone que, si un alimento posee al menos un sello, no podrá poseer información nutricional complementaria. Cabe destacar que el texto dentro de los octógonos (que utilizará la directriz de la OPS) serán declaraciones nutricionales.

A pesar de marcar con un sello los excesos de nutrientes críticos, no se consideró resaltar los aspectos positivos de los alimentos. Por ejemplo, un queso tendrá un sello “exceso en grasas” y un sello “exceso en sodio”, pero no tendrá ninguna notificación de su atributo “alto” en calcio o fuente de calcio. Por lo tanto, se observa que, si bien ha sido un gran avance en cuanto a materia de regulaciones, aún queda trabajo que realizar para continuar optimizando la transparencia, la claridad y la calidad de la información que se provee a través de la etiqueta.

## **5- Salud y Políticas Públicas**

A pesar de la exhaustiva y detallada determinación del rotulado en nuestra ley (CAA), actualmente la información nutricional obligatoria coexiste con elementos del marketing y mensajes de nutrición<sup>8</sup>, lo que puede generar sobrecarga de información al consumidor.

Además, las características nutricionales de los productos envasados se explican en terminología técnica, por lo tanto, se infiere que la mayor parte de la población no sabe leerla o interpretarla. Es decir, que hay una brecha de entendimiento que afecta la decisión de los consumidores. La evidencia de dicha observación es la existencia de cursos y libros sobre “cómo leer etiquetas”. Esta brecha de entendimiento puede ser interpretativa, educacional, etc.

Se ha establecido, en numerosos estudios, que el entorno actual es un entorno obesogénico y que catalogan a los alimentos ultraprocesados como un factor fundamental en dicha obesogenia.<sup>3</sup>

Uno de los abordajes de dichas cuestiones de salud pública por parte de los países del mundo, actualmente, es utilizar etiquetado frontal (EF) que busca visibilizar los nutrientes críticos o las características de los alimentos.<sup>8</sup>

## 6- Rotulado de Alimentos y la Interacción con el Consumidor

Los sistemas de rótulos nutricionales son afirmaciones que figuran en los envases de los alimentos que brindan información a través de inscripciones y/o dibujos. Esta información, al interactuar con una persona se convierte en conocimiento, que queda supeditado a su entendimiento. Si este entendimiento de la información es efectivo y se transforma en conocimiento, va a convertirse en un recurso al cual se le va a poder dar un uso. En este caso, se va a poder aplicar como un criterio en las decisiones de las elecciones de compra. Esas elecciones de compra pueden ser positivas (la elección de adquirir un producto) o negativas (no elegir adquirir un producto).

Frente a esto, se pueden abrir dos variables: un cambio en la ingesta de nutrientes (que se desdoblan también en positivas o negativas para cada nutriente) y un cambio en la formulación de productos por parte de los productores (aumento o disminución de nutrientes en la composición del producto). Ambas variables desembocan en un impacto en la salud poblacional (fig. 9).



*Figura 9: Ilustración, de elaboración propia, sobre la sucesión en cadena desde el rótulo de un alimento, pasando por la interacción con el consumidor y desembocando en el criterio de elección del alimento.*

Si bien ya mucho se ha hablado sobre las categorizaciones de alimentos saludables o no saludables aún, en Argentina, es escasa la información sobre la influencia de los rótulos de los paquetes de alimentos envasados, en la decisión de compra del consumidor. Y, particularmente, sobre la influencia de los claims en las decisiones de compra.

Para el abordaje del presente trabajo se presupone un consumidor que compra y elabora su propia comida y, en relación a esto, se eligen claims de productos representativos de diferentes grupos de alimentos en la canasta básica de alimentos de la Argentina que se encuentren en mercados y supermercados.

## **JUSTIFICACIÓN Y USO DE LOS RESULTADOS**

El hecho de identificar el grado de influencia de los claims nutricionales en la población en cuanto a la toma de decisiones al momento de elegir un producto envasado, es trascendente para construir los cimientos de futuros conocimientos. Considerando las próximas modificaciones de la legislación en cuanto al rotulado alimentario en la Argentina y la región, éste, puede constituir un estudio de base sobre qué elementos son los que más influyen en el criterio de elección en la compra del producto por parte de la población.

La información recabada puede aportar elementos necesarios para considerar en las futuras regulaciones sobre el etiquetado nutricional y alimentario, y su pertinente actualización periódica. Al mismo tiempo, serviría como referencia, tanto para afianzar una educación alimentaria y nutricional a través de propagandas y promoción que favorezca una mejora en salud pública por parte del Estado, como para regular la publicidad proveniente de la industria alimentaria.

La elevada interacción del individuo con el envase de los alimentos envasados da noción de la probabilidad de su influencia en la decisión de compra. Esto hace imperioso profundizar en el conocimiento sobre dicha área en particular, para encontrar la relación entre la declaración nutricional en el envase, con la que interactúa la población, y su influencia en la decisión de compra.

Este trabajo de investigación opta por la población en general, de 18 años o más, según Ley 26.579,<sup>28</sup> ya que cuentan con capacidad de compra: facultades de toma de decisión, independencia en la selección de alimentos y la posibilidad de tener poder adquisitivo.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Determinar la influencia de las declaraciones de propiedades nutricionales en la decisión de compra de alimentos envasados de hombres y mujeres mayores de 18 años, en el mes de septiembre del año 2021, en el Territorio Nacional Argentino.

### **Objetivos Específicos**

1. Indagar qué componentes del etiquetado de alimentos determinan la decisión de compra de un alimento.
2. Identificar la frecuencia de consumo de alimentos que poseen declaraciones de propiedades nutricionales.
3. Identificar la importancia que le da el consumidor a las declaraciones de propiedades nutricionales al momento de realizar la compra de un alimento.
4. Identificar la credibilidad que le da el consumidor a las declaraciones de propiedades nutricionales al momento de realizar la compra de un alimento.

## DEFINICIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL		
		INDICADOR	VALORES	PROCEDIMIENTO
<b>Responsabilidad en la Adquisición de Alimentos</b>	Decisión de compra de productos alimenticios.	Es el indicado por el individuo.	Sí/No	Encuesta, pregunta cerrada.
<b>Edad</b>	Tiempo transcurrido a partir del nacimiento de un individuo.	Años	Edad reportada por el individuo	Encuesta, pregunta cerrada.
<b>Lugar de Residencia</b>	Ciudad y Provincia donde reside.	Es el indicado por el individuo.	Ciudad y provincia	Encuesta, pregunta cerrada y respuesta corta.
<b>Sexo</b>	Características biológicas.	Es el indicado por el individuo.	Femenino/Masculino/ Prefiero no responder	Encuesta, pregunta cerrada.
<b>Nivel de Estudios</b>	Grado de aprendizaje alcanzado a través de su formación en un establecimiento educativo formalizado.	Es el indicado por el individuo.	Ninguno/Primario/ Secundario/Terciario/ Universitario o Posgrado	Encuesta, pregunta cerrada.
<b>Estado Nutricional</b>	Peso y talla auto-reportados por los encuestados para obtener el IMC.	Es el valor numérico indicado por el individuo.	Peso y Talla reportados por el individuo	Encuesta, respuesta corta.
<b>Hábitos Saludables</b>	Autopercepción del individuo a si lleva hábitos saludables.	Es el referido por el individuo.	Sí/No	Encuesta, pregunta cerrada.
<b>Presencia de Enfermedad</b>	Existencia y nombre de la patología, si existiera.	Es el diagnóstico médico referido por el individuo.	No tengo Enfermedades/ Diabetes/ Enfermedad Celíaca/ enfermedad cardíaca/ enfermedad renal/ obesidad /Intolerancia o Alergia alimentaria/ Hipertensión / Otra	Encuesta, pregunta cerrada y respuesta corta.
<b>Decisión de compra</b>	Factores generales que determinan la decisión de compra.	Opciones referidas por el individuo.	Precio/Marca/ Oferta momentánea/Rutina o familiaridad con el alimento/ Publicidad vista en medios de comunicación/ Recomendaciones (amigos, familiares)/Indicaciones de médicos o nutricionistas/ Composición del alimento/ Información del envase del alimento	Encuesta, pregunta cerrada y respuesta corta.
	Componentes del etiquetado que determinan la decisión de compra.	Componentes del etiquetado referidos por el individuo.	Fecha de vencimiento/ Datos del Fabricante/Presencia de Sello de algún Organismo/Contenido Neto/ Calorías/Listado de Ingredientes/ Macronutrientes/ Micronutrientes/Fortificaciones	Encuesta, pregunta cerrada y respuesta corta.
	Sensación de atracción que siente el individuo por un color de etiqueta.	Es el color referido por el individuo.	Rojo/ Verde/ Azul/ Amarillo/Marrón	Encuesta, respuesta corta.
	Sensación de atracción que siente el individuo por algún elemento de una etiqueta mostrada.	Es el elemento de la etiqueta referido por el individuo.	Color/Declaración de propiedad nutricional/ Marca / Otro	Encuesta, pregunta cerrada y respuesta corta.

<b>Declaraciones de Propiedades Nutricionales</b>	Frecuencia de consumo de alimentos con declaraciones de propiedades nutricionales.	Es el indicado por el individuo.	Nada frecuente (menos de una vez al mes) / Frecuentemente (menos de 3 veces por semana) / Muy frecuentemente (más de 3 veces por semana)	Encuesta, pregunta cerrada.
	Importancia o relevancia de la presencia de las declaraciones de propiedades nutricionales en la etiqueta del alimento.	Es el indicado por el individuo.	Nada importante/ Importante/ Muy importante	Encuesta, pregunta cerrada.
	Credibilidad que le da el individuo a las declaraciones de propiedades nutricionales que figuran en las etiquetas.	Es el indicado por el individuo.	Nada creíble/ Creíble/ Muy creíble	Encuesta, pregunta cerrada.
	Asociación de colores a atributos nutricionales	Es el indicado por el individuo.	Light/Saludable/ Dietético/ Nutritivo/Alto en Grasas/Orgánico /Bajo en sodio	Encuesta, pregunta cerrada.

## **DISEÑO METODOLÓGICO**

### **Tipo de estudio y diseño en general**

Es un estudio de trabajo de campo, no experimental, descriptivo y transversal (mes de septiembre de 2021).

### **Población**

Hombres y mujeres mayores de 18 años que reciban la encuesta on-line.

### **Muestra**

389 personas que respondieron la encuesta on-line. (N=389)

### **Técnica de Muestreo**

No probabilístico por conveniencia, no aleatorio.

### **Criterios de inclusión**

- Personas mayores de 18 años, residentes en el Territorio Nacional Argentino.
- Personas autónomas, que tengan decisión sobre la compra de alimentos.
- Personas que no vean restringidas sus compras por patologías de salud.

### **Criterios de exclusión**

- Personas que no puedan resolver la encuesta online (personas sin acceso a internet, sin acceso a dispositivos para realizarla, personas que no logren leer ni entender cómo completar la encuesta).
- Personas que no acepten participar.
- Personas que dependan de otras en cuanto al abastecimiento de sus alimentos.

### **Procedimientos para la recolección de información, instrumentos a utilizar y métodos para el control de calidad de los datos**

La recopilación de datos se realizó mediante encuesta online a través de Google Form, la misma fue entregada mediante un link de acceso a durante el período de septiembre de 2021. La técnica utilizada para la recolección de datos fue una encuesta personal estructurada de elaboración propia (Anexo 4).

## **Procedimientos para garantizar aspectos éticos en las investigaciones con sujetos humanos**

Este estudio no plantea problemas de tipo ético, los datos obtenidos en las encuestas fueron de carácter anónimo y se les informó a los participantes, previo al inicio de la encuesta el motivo de la misma, así como el fin de la investigación mediante el siguiente modelo de consentimiento informado:

“Usted fue invitado/a a participar en esta encuesta on-line como parte del Trabajo Final de Carrera de Licenciatura en Nutrición de la alumna Sofía Benassati. La misma está destinada a personas mayores de 18 años que residen en Argentina y que eligen alimentos que se compran en su hogar. El objetivo del trabajo final es conocer cómo influyen las inscripciones de los envases de productos alimenticios en la decisión de compra. Dicha encuesta tiene carácter anónimo y voluntario, y se garantiza el secreto estadístico de confidencialidad exigidos por Ley. Al continuar con esta encuesta, usted manifiesta dicha conformidad. La encuesta cuenta con una primera sección de 10 preguntas personales y una segunda sección de 11 preguntas sobre diferentes alimentos y factores de decisión de compra. Las preguntas son breves y la mayoría son de opción múltiple, por lo que el tiempo que le llevará realizar la encuesta será menor a 10 minutos. Gracias por su interés y su colaboración.”

## **Tratamiento estadístico propuesto**

Se realizó una matriz de datos en el programa Excel, versión 2010. Se calcularon las frecuencias absolutas, relativas, porcentajes. Con dichos valores se realizaron tablas y gráficos. La encuesta se creó en un Formulario con Google Drive que fue enviado a través de diferentes redes sociales propias, a conocidos y amistades. La información se presenta porcentualmente en gráficos de barra y/o torta dependiendo del tipo de preguntas. Se establecerán las correlaciones estadísticas relevantes entre las variables de interés a través del test de  $\chi^2$ .

## RESULTADOS

Se utilizó una encuesta online difundida a través de redes sociales, la misma contenía preguntas cerradas y de respuesta corta.

Fueron respondidas 421 encuestas, de las cuales 32 no cumplían con los criterios para ser incluidas: edad menor a 18 años, dependencia de otras personas para el abastecimiento de alimentos, no haber completado todos los campos de la encuesta. Por lo tanto, se obtuvo un N=389.

## ANÁLISIS DE LA MUESTRA

### Edad (Fig.1)

La edad promedio de la muestra es de 38,26 años y abarca entre los 18 y 78 años.

La moda es de 28 años y la mediana de 35 años.

La desviación estándar es 13,45.

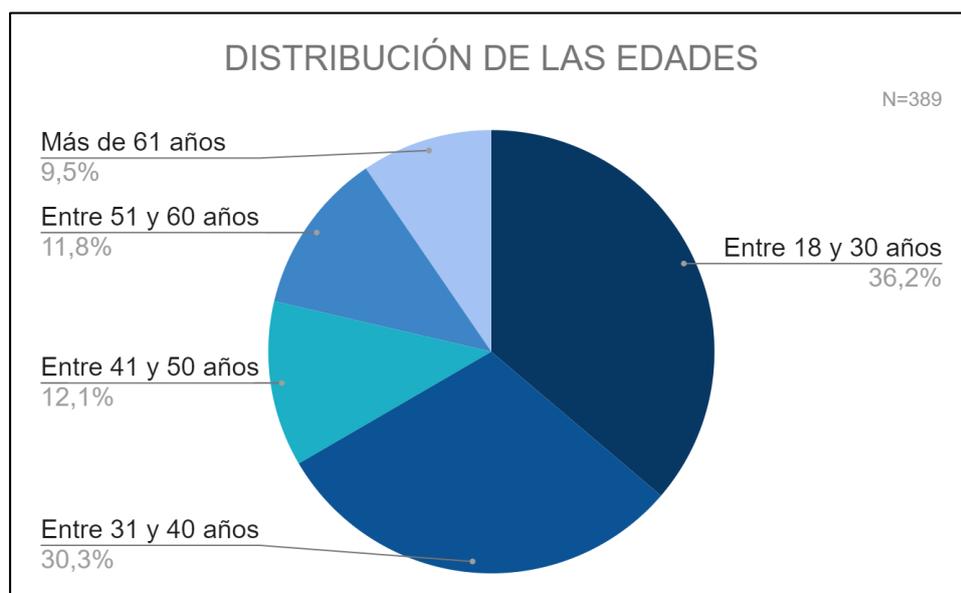
El 36% de los encuestados tiene entre 18 y 30 años de edad (141).

El 30% de los encuestados tiene entre 31 y 40 años de edad (118).

El 12% de los encuestados tiene entre 41 y 50 años de edad (47).

El 12% de los encuestados tiene entre 51 y 60 años de edad (46).

El 9,5% de los encuestados tiene más de 60 años de edad (37).



*Figura 1: Cantidad de individuos por rangos de edades. Los rangos de edades con mayor participación son: entre 18 y 30 años (36,2%) y entre 31 y 40 años (30,3%).*

## Género

La muestra obtenida está formada por 297 mujeres y 92 varones. (Fig. 2)

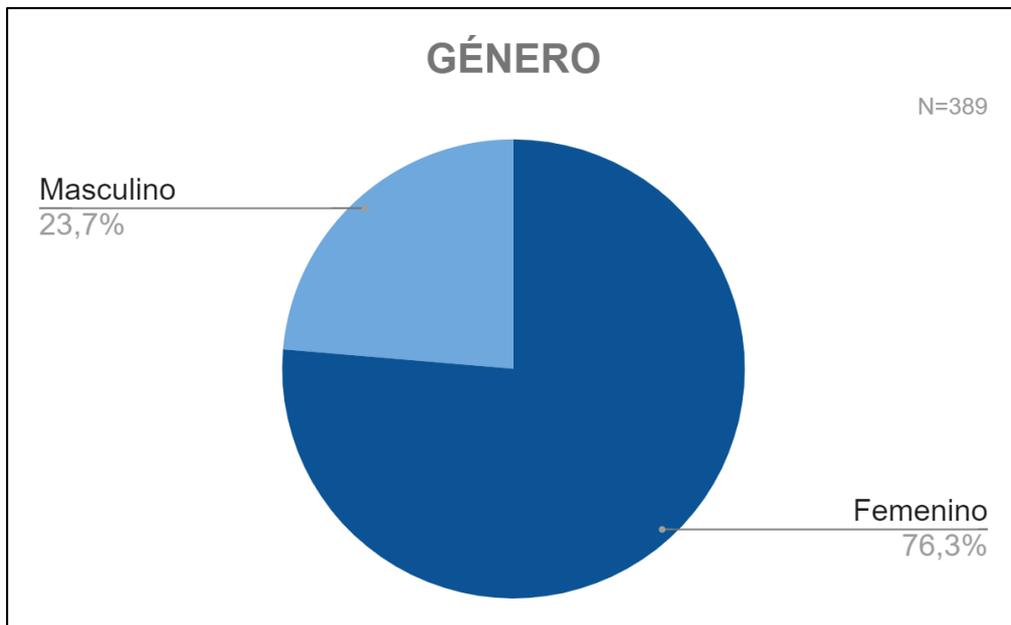


Figura 2: Género referido por los participantes de la encuesta.

## Provincia de Residencia

Las distribuciones de encuestados según sus provincias de residencia reflejan en mayor parte, una localización en Provincia de Buenos Aires con un 69,2%. (Fig.3)

## Ciudad de Residencia

En el siguiente mapa de calor (Fig. 4) se puede observar la distribución de los encuestados según sus ciudades de residencia. El 48,8% de los encuestados reside en Bahía Blanca (190), seguido por el 6,4% (25) que reside en Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA).

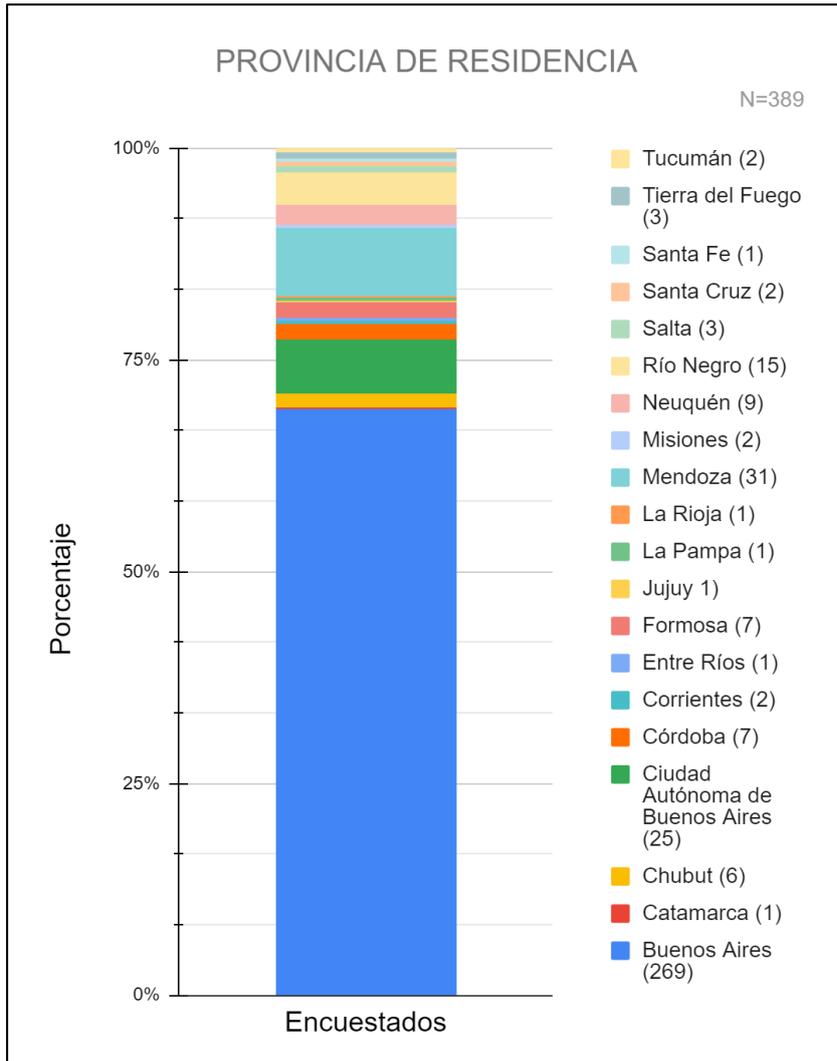


Figura 3: Distribución de los participantes por provincia de residencia.

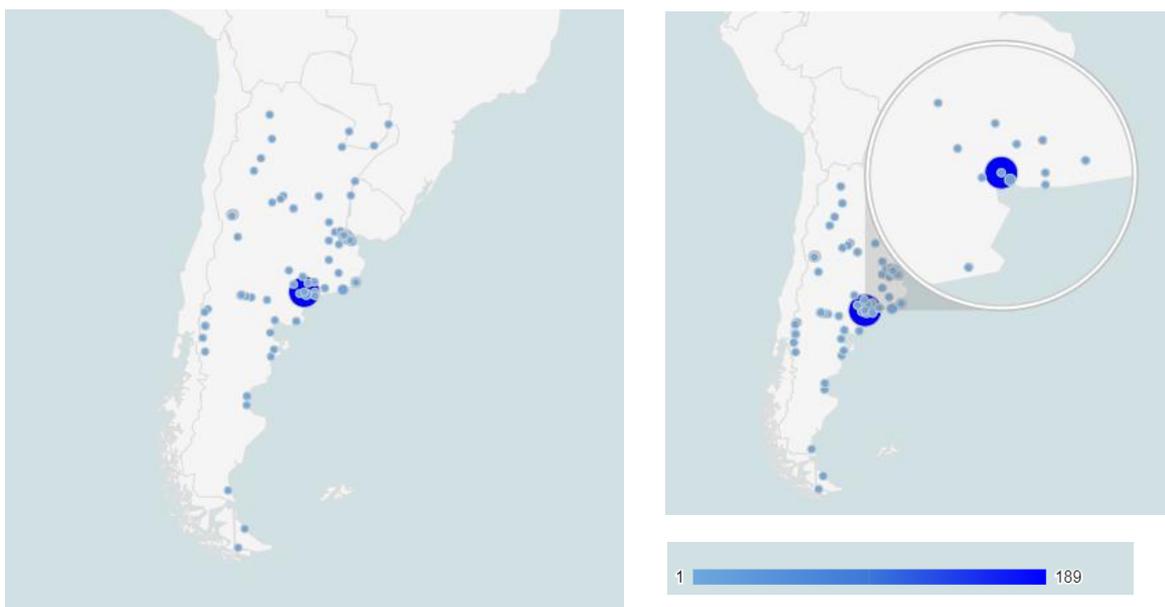


Figura 4: Distribución de encuestados según la ciudad de residencia.

### Máximo nivel de estudios alcanzado

A continuación, se detalla el máximo nivel de estudios alcanzados por la muestra.

El 56,3% corresponde a personas que han alcanzado el nivel universitario o posgrado. (Fig. 5)

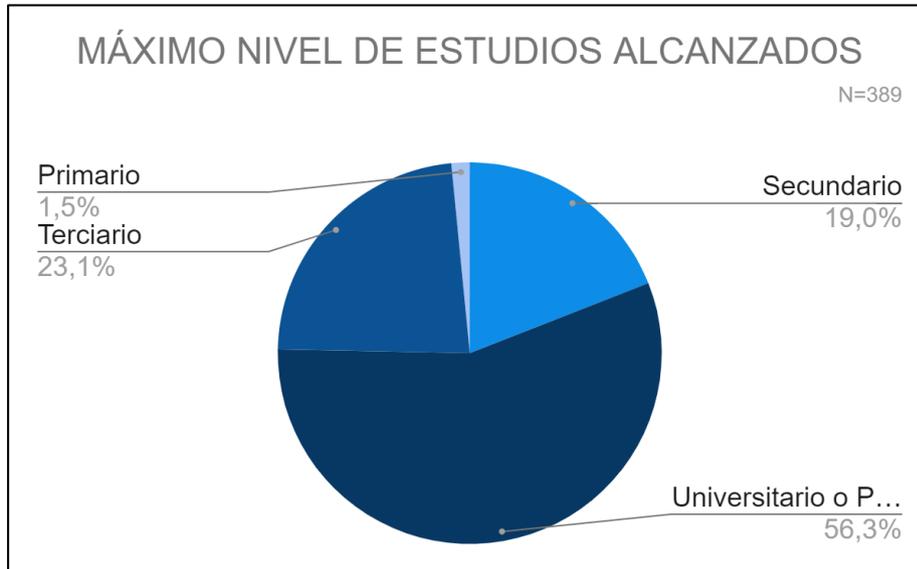


Figura 5: Máximo nivel de estudios alcanzados por los encuestados, mostrado en porcentaje.

### Práctica de hábitos de nutrición

Del total de 389 participantes, el 72% considera que sus hábitos son saludables y el 28% afirma que no. (Fig. 6)

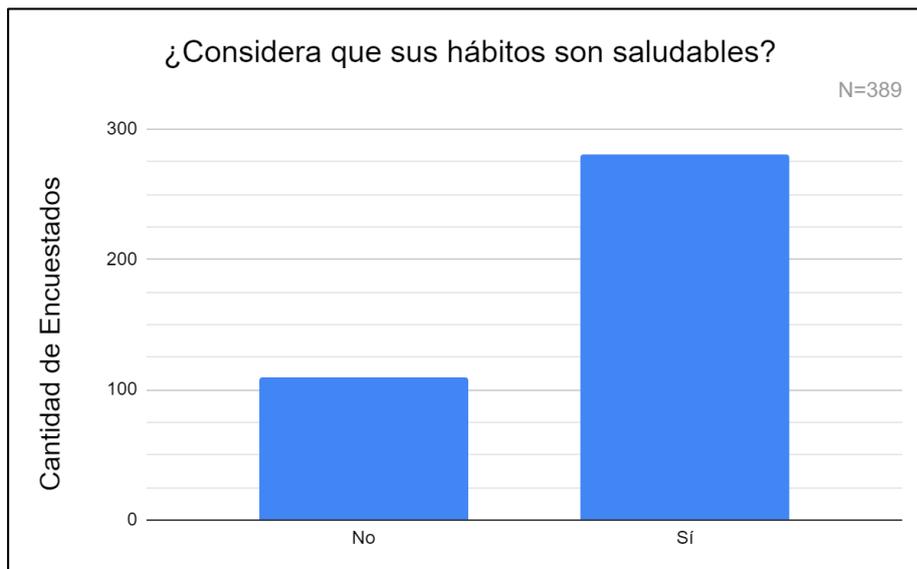


Figura 6: 280 personas consideran que sus hábitos son saludables y 109 personas consideran que sus hábitos no son saludables.

## Índice de Masa Corporal (IMC)

Con la información de peso y talla autorreferidos se pudo calcular el IMC de cada encuestado, y con ello se pudo obtener una clasificación del estado nutricional. (Tabla 1 y Fig. 7)

CATEGORÍAS IMC	Encuestados
Desnutrición moderada	2
Desnutrición leve	17
Normopeso	219
Sobrepeso	93
Obesidad 1	45
Obesidad 2	6
Obesidad 3	7

Tabla 1: Clasificación del estado nutricional de los encuestados según su IMC

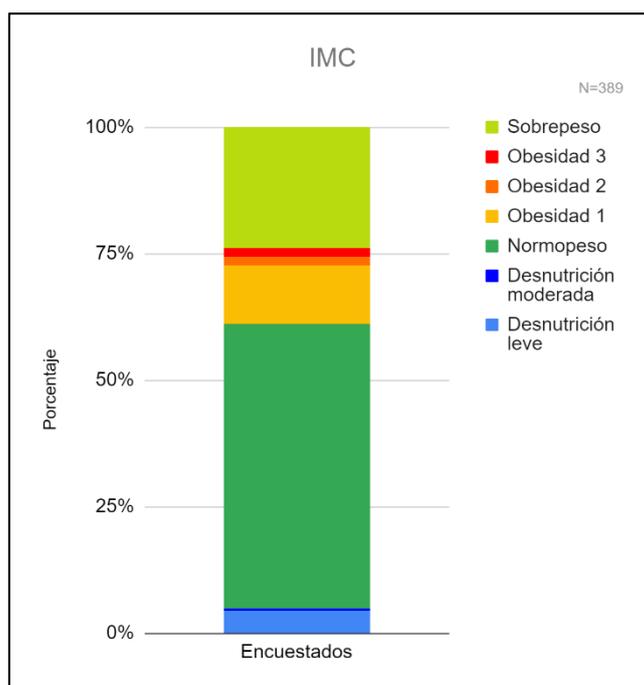


Figura 7: Clasificación de los encuestados según su IMC.

## Patologías Preexistentes Autorreferidas

A continuación, se presentan los datos de las patologías autorreferidas por los encuestados. (Fig. 8)

El 69,2% (269) de los encuestados dice no tener patologías.

De ese 30,8% restante, es decir los que sí dicen tener patologías, sólo el 22,1% (86) presenta alguna patología que requiera algún tipo de modificación en la dieta.

La patología autorreferida con mayor incidencia en los encuestados fue la obesidad, pero sólo 30 afirmaron tenerla. Según los datos del IMC, el número de encuestados clasificados en obesidad llegan a 58.

La segunda enfermedad de mayor incidencia que requiere algún tipo de modificación de la dieta fue la hipertensión con 25 encuestados.

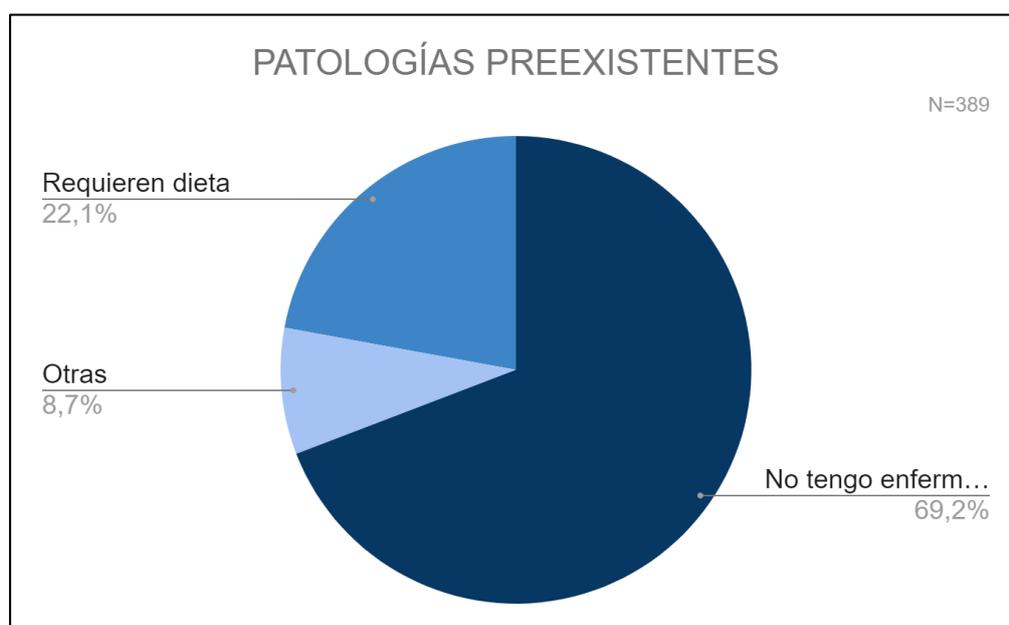


Figura 8: Distribución total de la presencia de patologías preexistentes autorreferidas.

## ANÁLISIS DE VARIABLES DE LOS OBJETIVOS

### Factores que determinan la decisión de compra de un alimento envasado

En esta pregunta, los encuestados pudieron elegir más de una opción.

Entre los factores más importantes en la decisión de compra se encuentran (Fig. 9):

1. El precio: 64,5%
2. La rutina o familiaridad con el alimento (también puede ser nombrado como hábito de consumo): 54,6%

3. Composición del alimento: 49,2%
4. Marca: 41,3%
5. Información del envase del alimento: 33,7%
6. Oferta momentánea: 33,2%
7. Indicaciones de médicos, nutricionistas: 27,8%
8. Recomendaciones de amigos, familiares, etc.: 19,4%
9. Publicidad vista en medios de comunicación: 2,3%

Es importante notar que los primeros tres factores de decisión de compra no están relacionados con el envase del alimento, el cuarto factor (la marca) está en el envase, pero es subjetivo a la percepción que el individuo tenga sobre la misma. Y el quinto factor sí está relacionado con el envase, aunque no tiene mucha diferencia, en porcentaje, con el próximo elemento: “oferta momentánea”.

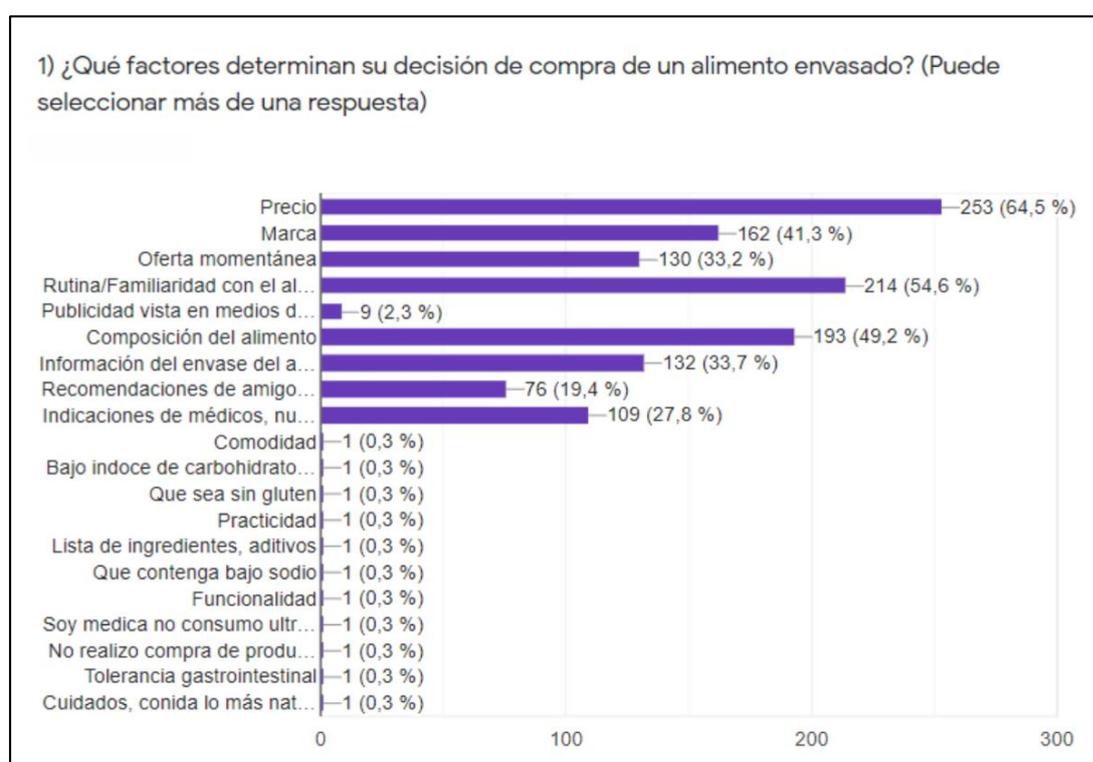


Figura 9: Distribución de los factores que determinan la elección de alimentos envasados.

## Objetivo 1

**Indagar qué componentes del etiquetado de alimentos determinan la decisión de compra de un alimento.**

Considerando sólo los elementos del etiquetado de alimentos y eliminando el factor precio, se obtuvo la determinación de qué componentes del etiquetado determinan la decisión de compra. (Fig. 10)

Entre los elementos del etiquetado más importantes en la decisión de compra se encuentran:

1. Fecha de vencimiento: 69,1%
2. Listado de Ingredientes: 47,2%
3. Marca/ Empresa Fabricante: 43,6%
4. Contenido de Carbohidratos/Azúcares, Proteínas o Grasas: 40,3%
5. Contenido Neto: 29,3%
6. Contenido de Sodio o de Sal: 25,5%
7. Calorías: 22,7%
8. Contenido de Fibras 17,3%
9. Contenido de Vitaminas: 14,3%
10. Datos del Fabricante, denominación de venta, información de origen, lote: 12,8%
11. Si posee el sello de algún organismo: 12,8%
12. Contenido de Calcio: 11,5%
13. Si está fortificado: 11,2%
14. Contenido de hierro: 10,2%

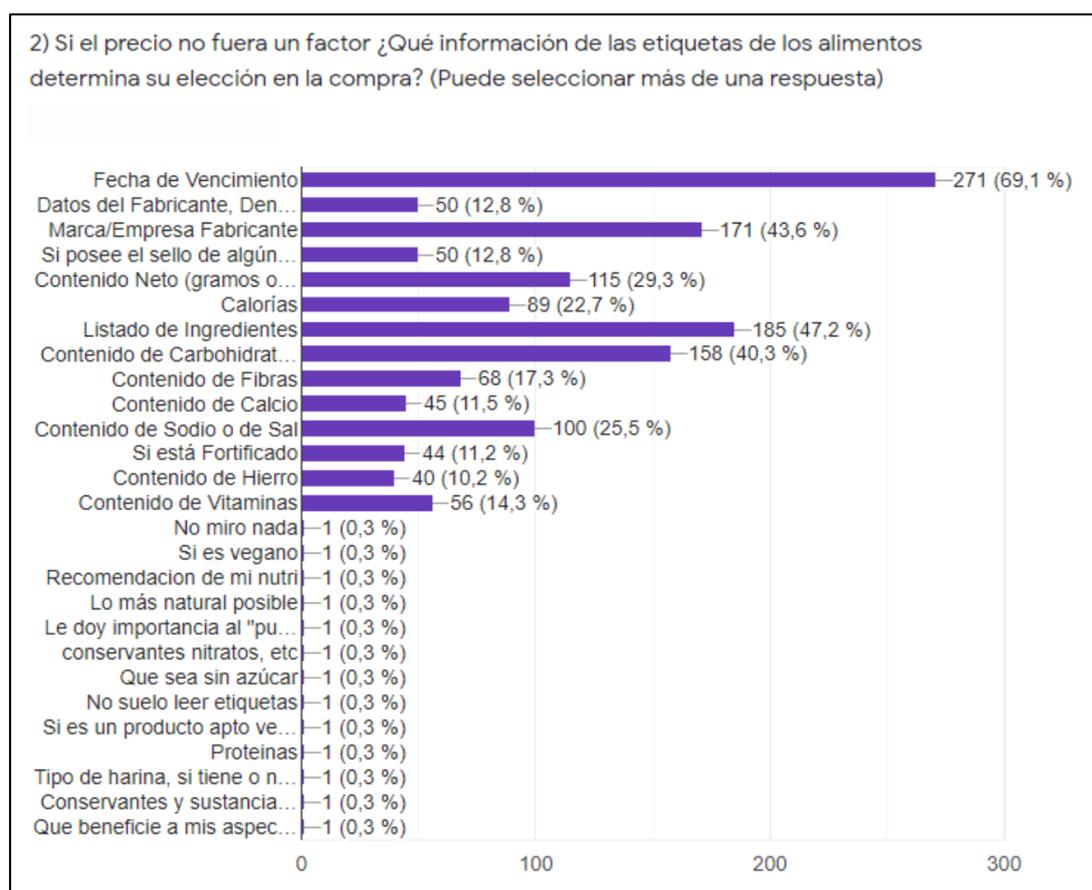


Figura 10: Elementos de las etiquetas que determinan la decisión de compra de alimentos envasados según los encuestados.

## Objetivo 2

### Identificar la frecuencia de consumo de alimentos que poseen declaraciones de propiedades nutricionales.

Se analizó la frecuencia de consumo de 6 declaraciones de propiedades nutricionales en tres categorías: Muy frecuentemente (más de 3 veces por semana), Frecuentemente (menos de 3 veces por semana) y Nada frecuente (menos de una vez al mes) (Fig.11).

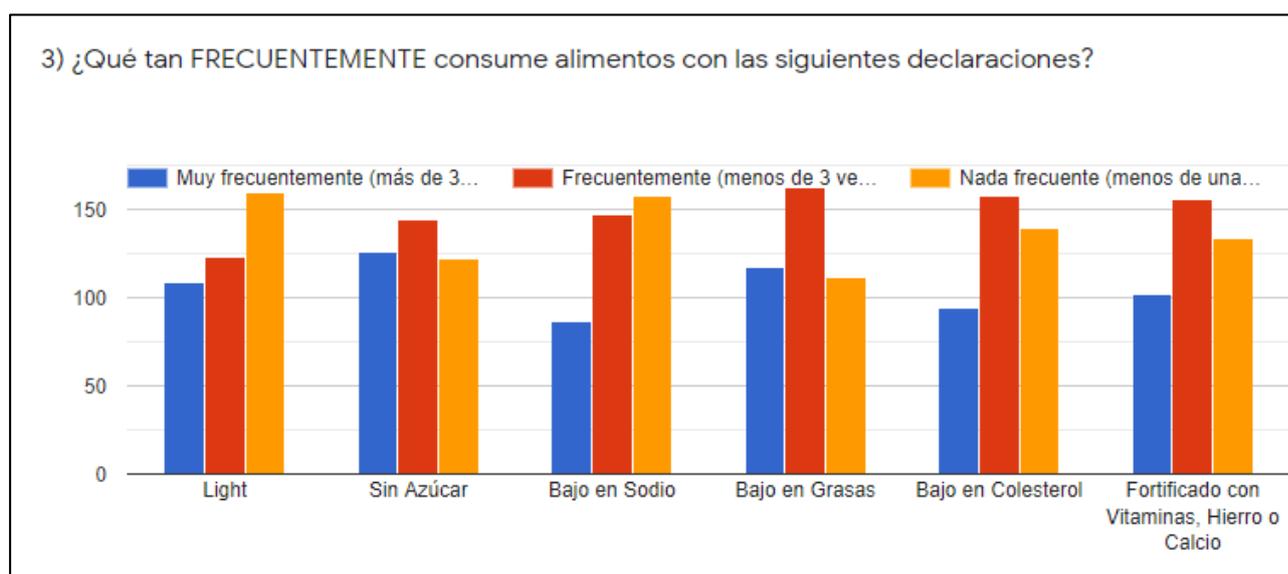


Figura 11: Frecuencia de consumo de alimentos con declaraciones de propiedades nutricionales categorizadas en “Muy frecuentemente” de color azul, “Frecuentemente” de color rojo y “Nada frecuente” de color amarillo.

### Light

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Frecuentemente: 108
- Frecuentemente: 122
- Nada Frecuente: 159

### Sin Azúcar

En relación a esta declaración, las 3 frecuencias de consumo se encuentran relativamente parejas. No se podría decir que hay una gran supremacía de una sobre otra.

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Frecuentemente: 125
- Frecuentemente: 143
- Nada Frecuente: 121

### **Bajo en Sodio**

La frecuencia de consumo de esta declaración es baja. Un número relativamente pequeño de personas consumen con mayor frecuencia alimentos con esta declaración.

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Frecuentemente: 86
- Frecuentemente: 146
- Nada Frecuente: 158

### **Bajo en Grasas**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Frecuentemente: 116
- Frecuentemente: 162
- Nada Frecuente: 111

### **Bajo en Colesterol**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Frecuentemente: 93
- Frecuentemente: 157
- Nada Frecuente: 139

### **Fortificado con Vitaminas, Hierro o Calcio**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Frecuentemente: 101
- Frecuentemente: 155
- Nada Frecuente: 133

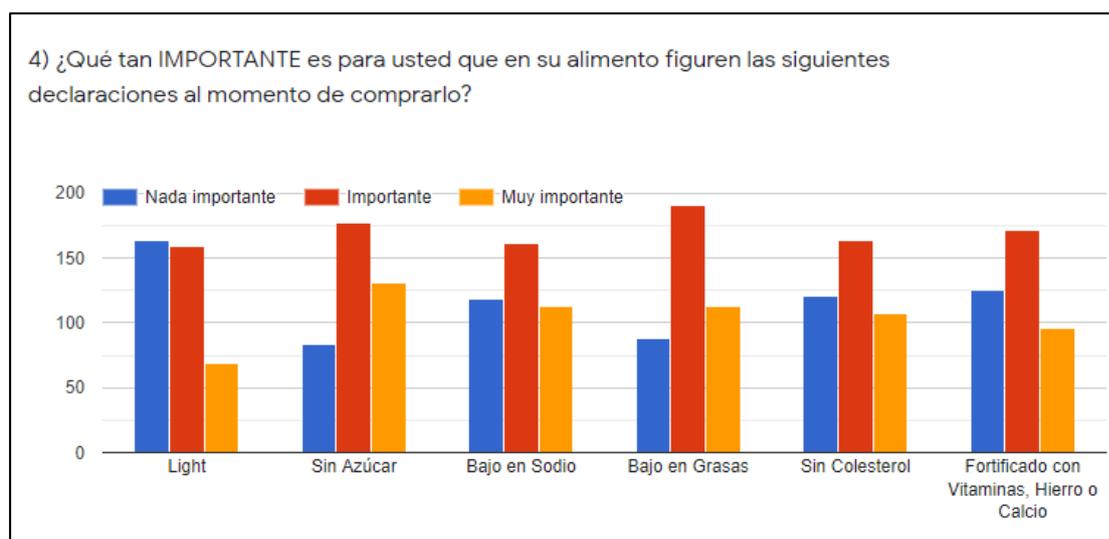
En orden de frecuencias de consumo quedarían ordenadas de la siguiente manera:

- 1) Sin Azúcar
- 2) Bajo en Grasas
- 3) Light
- 4) Fortificado con Vitaminas, Hierro o Calcio
- 5) Bajo en Colesterol
- 6) Bajo en Sodio

### Objetivo 3

**Identificar la importancia que le da el consumidor a las declaraciones de propiedades nutricionales al momento de realizar la compra de un alimento.**

Se analizó la importancia que le dan los entrevistados al consumir alimentos con las siguientes 6 declaraciones de propiedades nutricionales. Se dividieron las respuestas en tres categorías: Muy importante, Importante y Nada importante (Fig.12).



*Figura 12: Importancia de consumo de alimentos con declaraciones de propiedades nutricionales categorizadas en “Muy importante” de color amarillo, “Importante” de color rojo y “Nada importante” de color azul.*

### Light

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Importante: 68
- Importante: 158
- Nada Importante: 163

### **Sin Azúcar**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Importante: 130
- Importante: 176
- Nada Importante: 83

### **Bajo en Sodio**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Importante: 112
- Importante: 160
- Nada Importante: 117

### **Bajo en Grasas**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Importante: 112
- Importante: 190
- Nada Importante: 87

### **Sin Colesterol**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Importante: 106
- Importante: 163
- Nada Importante: 120

### **Fortificado con Vitaminas, hierro o Calcio**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Importante: 95
- Importante: 170
- Nada Importante: 120

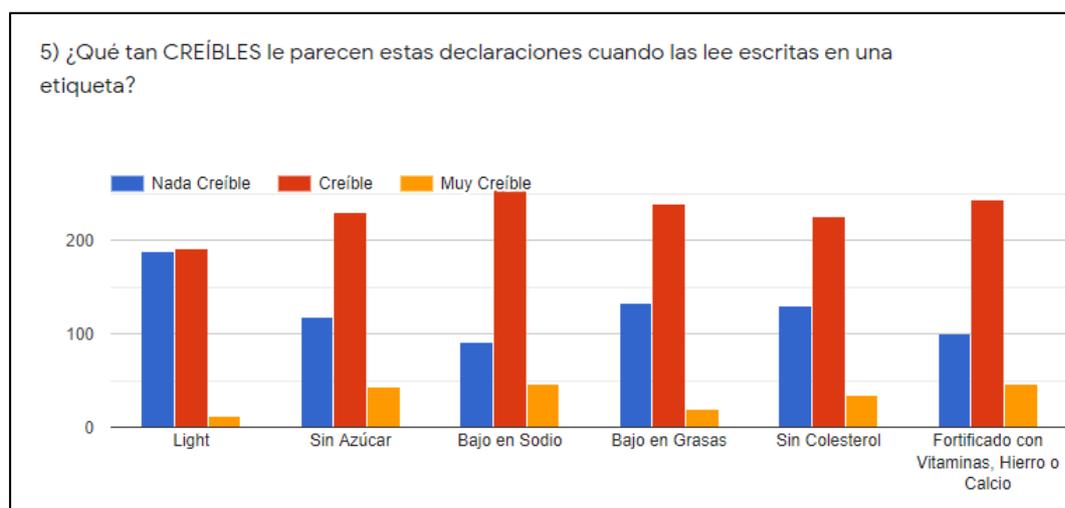
En orden de importancia quedarían ordenadas de la siguiente manera:

- 1) Sin Azúcar
- 2) Bajo en Grasas
- 3) Bajo en Sodio
- 4) Sin Colesterol
- 5) Fortificado con Vitaminas, Hierro o Calcio
- 6) Light

#### Objetivo 4

**Identificar la credibilidad que le da el consumidor a las declaraciones de propiedades nutricionales al momento de realizar la compra de un alimento.**

Se analizó la credibilidad que le dan los entrevistados a 6 declaraciones de propiedades nutricionales que figuran en la etiqueta de su alimento. Se dividieron las respuestas en tres categorías: Muy creíble, Creíble y Nada creíble (Fig.13).



*Figura 13: Credibilidad a las declaraciones de propiedades nutricionales categorizada en “Muy creíble” de color amarillo, “Creíble” de color rojo y “Nada creíble” de color azul.*

#### Light

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Creíble: 11
- Creíble: 190
- Nada Creíble: 188

### **Sin Azúcar**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Creíble: 42
- Creíble: 229
- Nada Creíble: 118

### **Bajo en Sodio**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Creíble: 46
- Creíble: 253
- Nada Creíble: 90

### **Bajo en Grasas**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Creíble: 18
- Creíble: 240
- Nada Creíble: 131

### **Sin Colesterol**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Creíble: 34
- Creíble: 225
- Nada Creíble: 130

### **Fortificado con Vitaminas, hierro o Calcio**

Número de encuestados por respuesta:

- Muy Creíble: 46
- Creíble: 243
- Nada Creíble: 100

A la mayoría de los encuestados no les parecen “muy creíbles” las declaraciones de propiedades nutricionales.

En orden de credibilidad quedarían ordenadas de la siguiente manera:

- 1) Bajo en Sodio
- 2) Fortificados con Vitaminas, Hierro o Calcio
- 3) Sin Azúcar
- 4) Sin Colesterol
- 5) Bajo en Grasas
- 6) Light

### **CRUCE DE VARIABLES, BRECHAS O GAP**

Cruzando las variables de estas últimas preguntas se puede observar lo siguiente.

#### **Light:**

La declaración nutricional “light” tiene una frecuencia de consumo intermedia a baja, una importancia media a baja y una credibilidad media a muy baja.

A pesar de que la credibilidad y la importancia de la declaración sean las más bajas, su frecuencia de consumo es intermedia. Se podría decir que las personas consumen alimentos con la declaración a pesar de que no lo reconozcan como importante ni crean en ella.

#### **Sin Azúcar:**

La declaración nutricional “sin azúcar” tiene una frecuencia de consumo media-alta, una importancia alta y una credibilidad media baja.

Los alimentos con esta declaración tienen la mayor frecuencia de consumo, la mayor importancia, pero la credibilidad es media a baja.

#### **Bajo en Grasas:**

La declaración nutricional “bajo en grasas” tiene una frecuencia de consumo media-alta, una importancia media-alta y una credibilidad media a baja.

La credibilidad de esta declaración está entre las más bajas, pero la frecuencia de consumo y la importancia son media-altas.

### **Fortificado con Vitaminas, Hierro o Calcio:**

La declaración nutricional “fortificado con vitaminas hierro o calcio” tiene una frecuencia de consumo media a baja, una importancia media y una credibilidad media.

Esta declaración está entre las más altas en cuanto a credibilidad, pero no en cuanto a la frecuencia de consumo e importancia (que, en esta, está entre los valores más bajos).

### **Sin Colesterol:**

La declaración nutricional “sin colesterol” tiene una frecuencia de consumo media a baja, una importancia media y una credibilidad media.

Se puede observar que, si bien es considerada una declaración con una importancia media, su credibilidad no llega al 100% y su frecuencia de consumo es de las más bajas, relativamente.

### **Bajo en Sodio:**

La declaración nutricional “bajo en sodio” tiene una frecuencia de consumo baja, una importancia media y una credibilidad media.

Es la declaración con mayor credibilidad, pero con menor frecuencia de consumo (es entendible ya que el sodio o la sal aumentan la palatabilidad de los alimentos) y una importancia intermedia (parece lógico ya que le parece importante a las personas que necesitan observarlo o saben que es importante reducir su consumo).

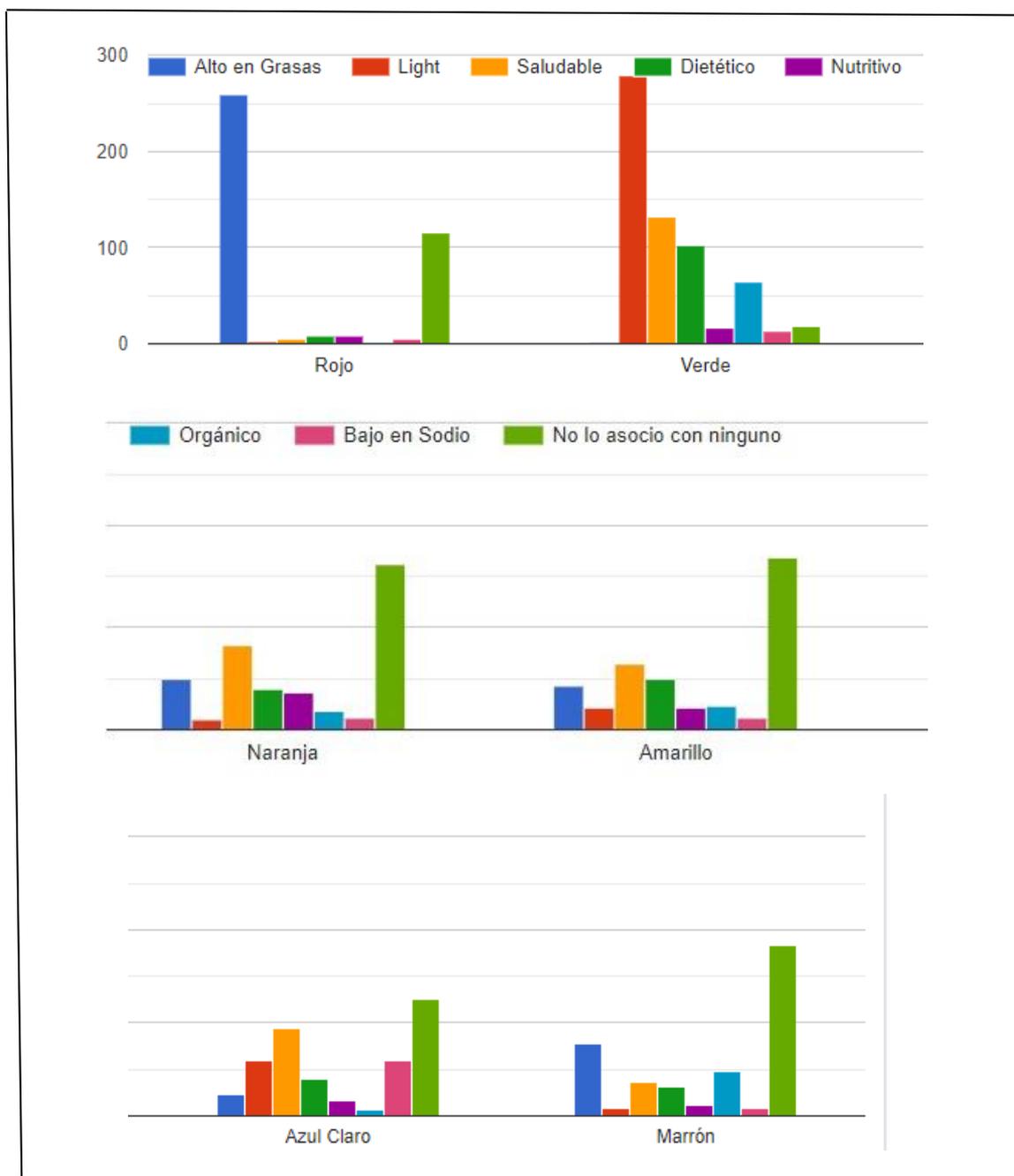
- En el caso de las declaraciones “Sin Azúcar” y “Bajo en Grasas” es igual la importancia de los claims que la frecuencia de consumo.
- En el caso de “Light”, es notablemente mayor la frecuencia de consumo que la importancia.
- En el caso de “Bajo en Sodio” la frecuencia de consumo es la más baja, pero tiene una importancia intermedia. Y, al mismo tiempo, es creíble pero no tan importante.
- En el caso de “Fortificado con Vitaminas, Minerales o Hierro” resultó ser creíble pero no importante para los consumidores.

En conclusión, los consumidores compran alimentos con declaraciones “Sin Azúcar” y “Bajo en Grasas”, aunque no lo crean completamente ya que para ellos es importante.

## ANÁLISIS DE COLORES

Se indagó a los participantes en relación con si relaciona los colores a declaraciones de propiedades nutricionales. Los colores analizados fueron 6 y las declaraciones fueron 7 más una opción de “no lo asocio con ninguno). (Fig. 14)

**Pregunta: ¿Asocia los siguientes colores a alguna declaración?**



*Figura 14: Asociación de colores a declaraciones nutricionales. La escala que puede observarse en el eje vertical es la de los encuestados con las líneas secundarias marcando el valor 50.*

Orden decreciente de la asociación de colores a las declaraciones nutricionales

### **Rojo**

1. Alto en grasas: 258
2. No lo asocio con ninguno: 114
3. Dietético: 8
4. Nutritivo 8
5. Bajo en sodio: 5
6. Saludable: 5
7. Light: 0
8. Orgánico: 0

### **Verde**

1. Light: 278
2. Saludable: 132
3. Dietético: 103
4. Orgánico: 64
5. No lo asocio con ninguno: 19
6. Nutritivo: 17
7. Bajo en sodio: 13
8. Alto en grasas: 0

### **Naranja**

1. No lo asocio con ninguno: 160
2. Saludable: 81
3. Alto en grasas 49
4. Dietético: 40
5. Nutritivo: 37
6. Orgánico: 19
7. Bajo en sodio: 12
8. Light: 10

### **Amarillo**

1. No lo asocio con ninguno: 165
2. Saludable: 64
3. Dietético: 50
4. Alto en grasas: 43
5. Light: 22
6. Orgánico: 23
7. Nutritivo: 21
8. Bajo en sodio: 11

### **Azul Claro**

1. No lo asocio con ninguno: 124
2. Saludable: 94
3. Bajo en sodio: 59
4. Light: 59
5. Dietético: 40
6. Alto en grasas: 23
7. Nutritivo: 16
8. Orgánico: 7

### **Marrón**

1. No lo asocio con ninguno: 180
2. Alto en grasas: 77
3. Orgánico: 48
4. Saludable: 36
5. Dietético: 32
6. Nutritivo: 12
7. Bajo en sodio: 9
8. Light: 8

Se puede observar que los colores verde y rojo son los que se asocian en mayor proporción a alguna declaración de propiedad nutricional, pero el azul, naranja, amarillo y marrón mayormente no se asocia con ninguna.

Se realizó una pregunta para indagar sobre qué colores los participantes se sienten más atraídos. Entre los colores rojo, verde, azul, amarillo y marrón, el color de la etiqueta por el cual los participantes se sienten más atraídos es el verde (más del 60%), seguido por el rojo (más del 10%) y el azul (7%). El 17% se ve representado por la suma de todos los colores que generan menor atracción, más las personas que no se sienten atraídos por algún color o les resulta indistinto. El color que menor atracción genera es el marrón.

## **CONOCIMIENTO SOBRE LA REGULACIÓN DE LAS DECLARACIONES NUTRICIONALES**

Se le realizó la siguiente pregunta a los participantes de la encuesta para descubrir si conocían que las declaraciones de propiedades nutricionales están reguladas en Argentina. (Fig. 15)



Figura 15: Conocimiento sobre la regulación de las declaraciones nutricionales. Más de la mitad de los encuestados estaban en conocimiento de que las declaraciones de propiedades nutricionales están reguladas.

## ANÁLISIS DE ETIQUETAS DE PRODUCTOS REALES

### Producto 1: Galletitas Express



Figura 16: Producto 1: Galletitas Express

Lo que más atrae de la etiqueta de las galletitas es:

1. Color: 204
2. Light: 170
3. La marca: 166
4. Reducido en grasas saturadas: 113
5. 0% Colesterol: 108

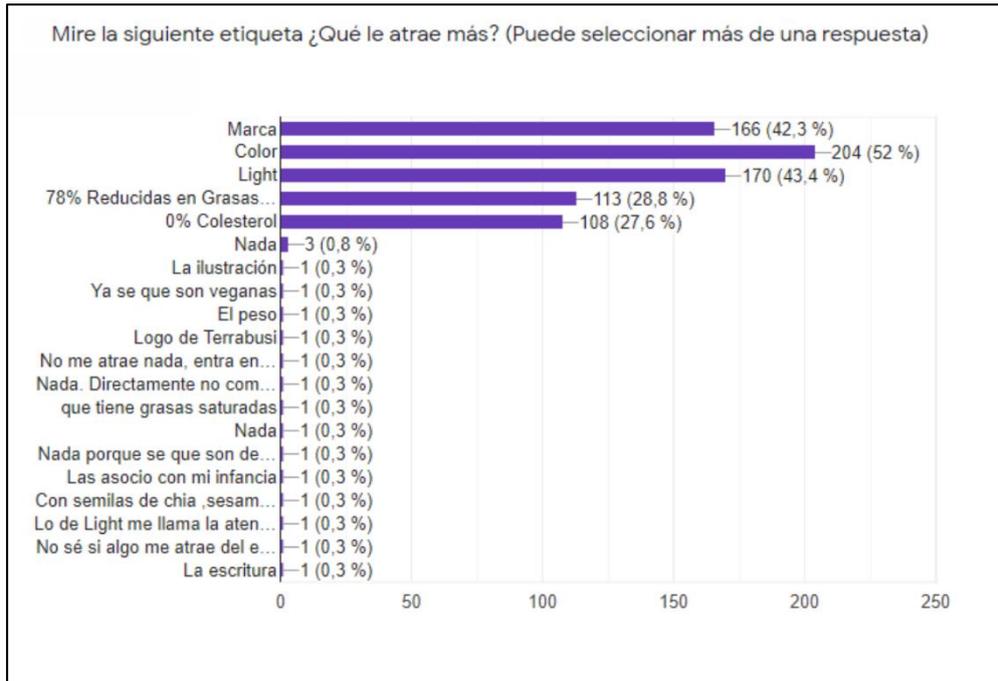


Figura 17: Detalle de elementos de la etiqueta que resultan atractivos en el producto 1.

En el producto 1, las declaraciones de propiedades nutricionales ocupan el segundo, cuarto y quinto lugar en relevancia. El color es el que ocupa el primer lugar.

## Producto 2: Leche entera



Figura 18: Producto 2: Leche entera

Lo que más atrae de la etiqueta de la leche es:

1. Fortificada con Hierro y Vitaminas: 248
2. La marca: 167
3. Entera: 149
4. Color: 96
5. Leche de nuestros tambos: 35

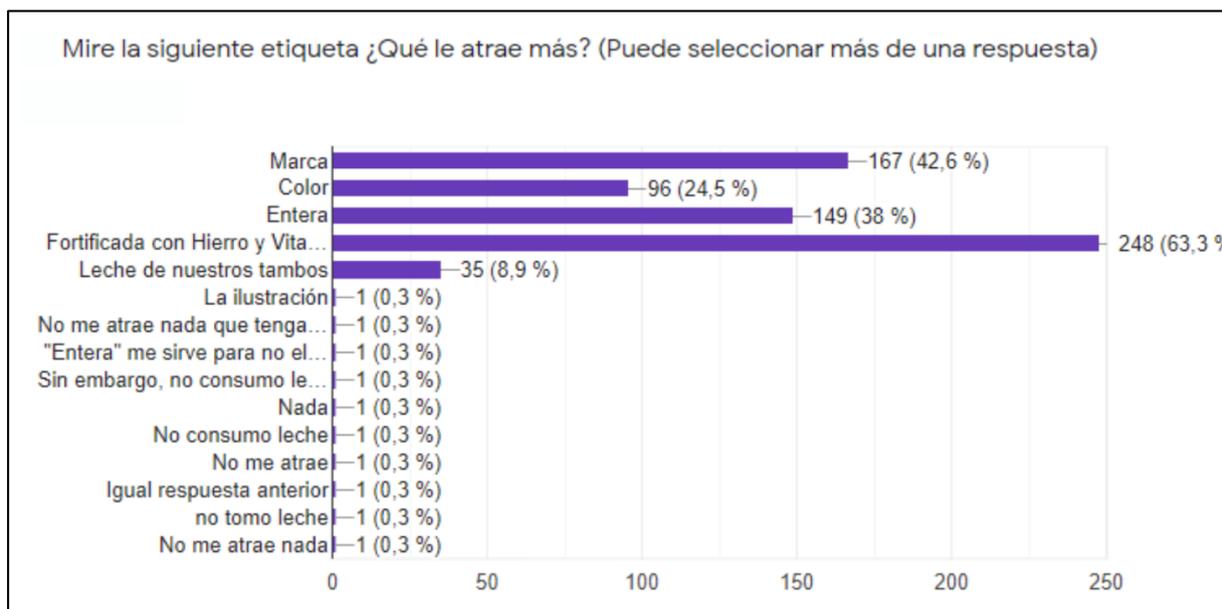


Figura 19: Detalle de elementos de la etiqueta que resultan atractivos en el producto 2.

En el producto 2, las declaraciones de propiedades nutricionales ocupan el primer lugar en relevancia.

### Producto 3: Pastas secas



Figura 20: Producto 3: Pastas secas

Lo que más atrae de la etiqueta de las pastas secas es:

1. La marca: 201
2. Fortificado con vitaminas: 190
3. Color: 59
4. Nuevos: 58
5. ¡Ahora!: 36

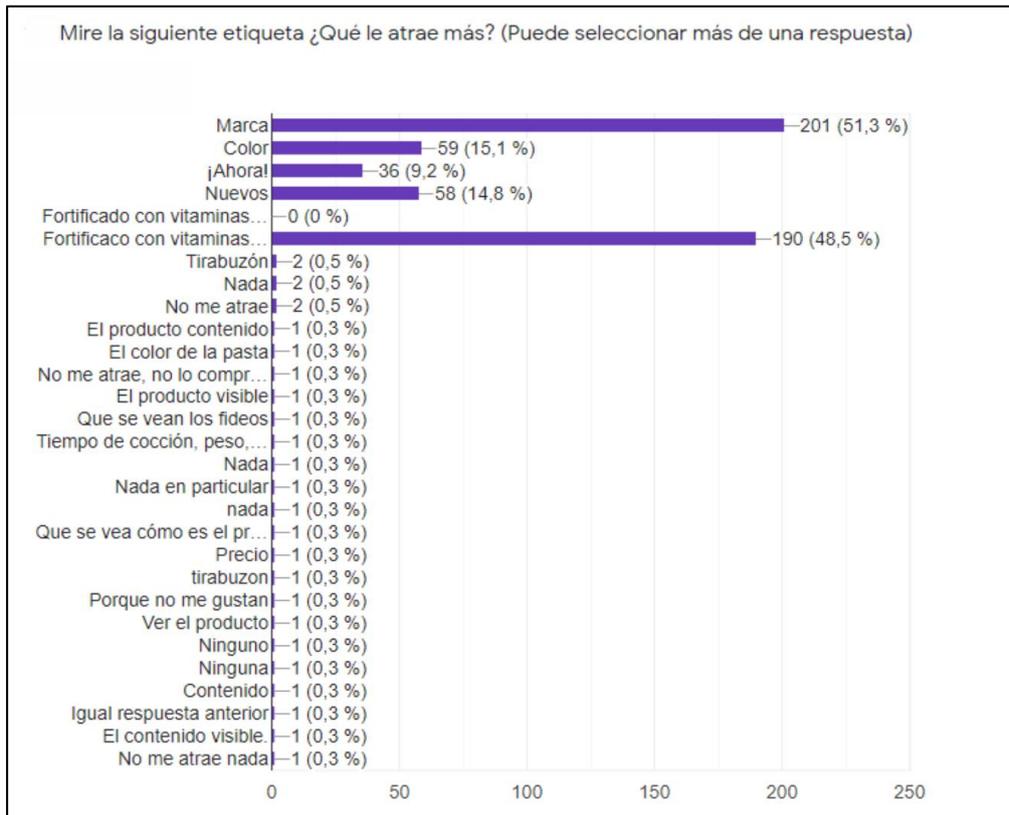


Figura 21: Detalle de elementos de la etiqueta que resultan atractivos en el producto

3.

En el producto 3, las declaraciones de propiedades nutricionales ocupan el segundo lugar en relevancia.

## Producto 4: Yogur



Figura 22: Producto 4: Yogur

Lo que más atrae de la etiqueta del yogur es:

1. La marca: 225
2. Sin azúcares agregados y [...]: 168
3. Con probióticos, antioxidantes [...]: 162
4. Color: 99
5. Ahora + 20g de yogur: 79

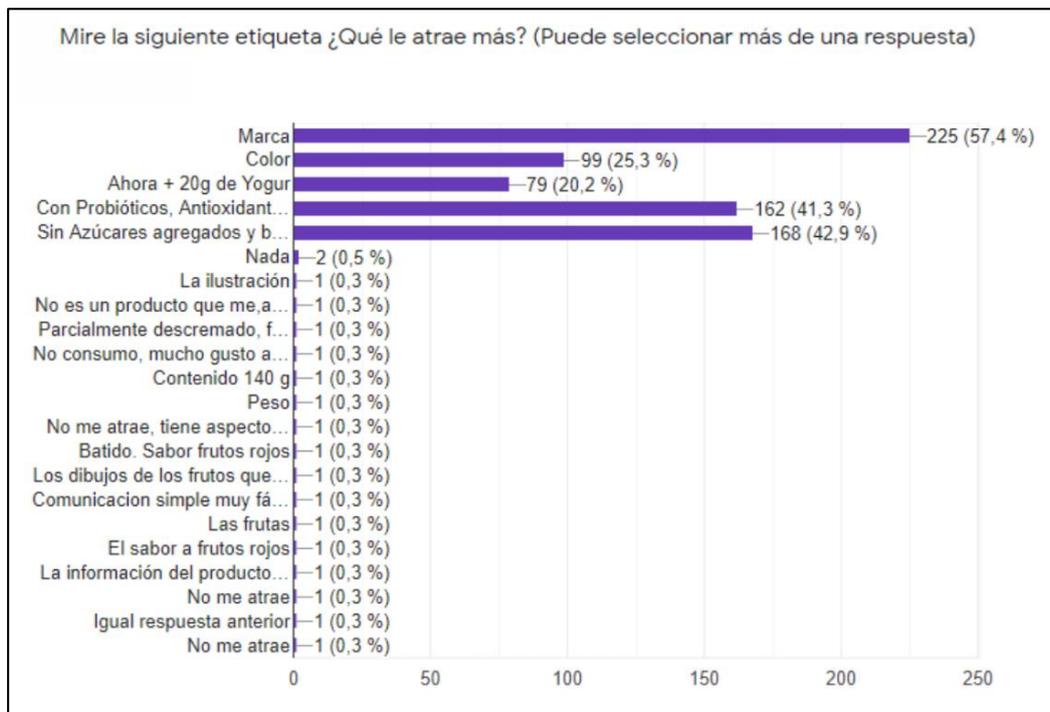


Figura 23: Detalle de elementos de la etiqueta que resultan atractivos en el prod. 4.

En el producto 4, las declaraciones de propiedades nutricionales ocupan el segundo lugar en relevancia.

## ANÁLISIS DE CORRELACIONES CON CHI<sup>2</sup>

Se realizaron pruebas de Chi<sup>2</sup> a fin de determinar si existe relación estadísticamente significativa entre las variables de interés. Se realizó para un intervalo de confianza del 95%.

Los resultados se expresan en la siguiente tabla (2 y 3):

Results						
	Light	Sin Azucar	Bajo en grasas			Row Totals
Muy Creíble	11 (23.67) [6.78]	42 (23.67) [14.20]	18 (23.67) [1.36]			71
Creíble	190 (219.67) [4.01]	229 (219.67) [0.40]	240 (219.67) [1.88]			659
Nada Creíble	188 (145.67) [12.30]	118 (145.67) [5.25]	131 (145.67) [1.48]			437
<b>Column Totals</b>	389	389	389			1167 (Grand Total)

*Tabla 2: Resultado del análisis de  $\chi^2$  para la credibilidad las declaraciones de propiedades nutricionales "Light", "Sin Azúcar" y "Bajo en Grasas". El primer valor de cada celda es: cantidad de encuestados. El segundo valor (escrito entre paréntesis) son los totales esperados de las celdas. Y el tercer valor [escrito entre corchetes] el chi cuadrado para cada celda. En la última fila figura la sumatoria de encuestados total.*

Chi cuadrado: 47.6576. El valor de p es < 0.00001. El resultado es significativo para  $p < .05$ .

Results						
	Bajo en Sodio	Sin Colesterol	Fortificado con Vit. Min. o Hierro			Row Totals
Muy Creíble	46 (42.00) [0.38]	34 (42.00) [1.52]	46 (42.00) [0.38]			126
Creíble	253 (240.33) [0.67]	225 (240.33) [0.98]	243 (240.33) [0.03]			721
Nada Creíble	90 (106.67) [2.60]	130 (106.67) [5.10]	100 (106.67) [0.42]			320
<b>Column Totals</b>	389	389	389			1167 (Grand Total)

*Tabla 3: Resultado del análisis de  $\chi^2$  para la credibilidad las declaraciones de propiedades nutricionales “Bajo en Sodio”, “Sin Colesterol” y “Fortificado con Vitaminas, Minerales o Hierro”. El primer valor de cada celda es: cantidad de encuestados. El segundo valor (escrito entre paréntesis) son los totales esperados de las celdas. Y el tercer valor [escrito entre corchetes] el chi cuadrado para cada celda. En la última fila figura la sumatoria de encuestados total.*

Chi cuadrado: 12.0862. El valor de p es .016722. El resultado es significativo para  $p < .05$ .

En los resultados de estas comparaciones se muestra que el valor p es menor que el nivel de significancia indicando que existe una correlación estadísticamente significativa, por lo que puede decirse que las variables son dependientes y están asociadas.

## DISCUSIÓN

En el presente estudio se ha analizado la influencia de las declaraciones de propiedades nutricionales en la decisión de compra de alimentos envasados en Argentina.

Los resultados revelaron que los alimentos más consumidos son los de las declaraciones “Sin Azúcar”, “Bajo en Grasas” y “Light”. Esta frecuencia de consumo no está influenciada directamente por la credibilidad hacia dichas declaraciones, en una gran medida, está influenciada por la familiaridad hacia el producto.

Es importante notar que los primeros tres factores de decisión de compra en general, no están relacionados con el envase del alimento, el cuarto factor (la marca) está en el envase, pero es subjetivo a la percepción que el individuo tenga sobre la misma. Y el quinto factor sí está relacionado con el envase (información del envase del alimento), aunque no tiene mucha diferencia, en porcentaje, con el próximo elemento: “oferta momentánea”.

Al mismo tiempo, lo interesante de este estudio fue mostrar la disparidad entre la frecuencia de consumo de alimentos con determinadas declaraciones de propiedades nutricionales y la importancia que los participantes le dan a que los alimentos que consumen las tengan presente.

En cuanto a la credibilidad, puede entrar en juego el sesgo de la familiaridad con el producto, ya que entre ello y el precio (54,6% y 64,5% respectivamente) fueron grandes determinantes de la decisión de compra. Cuanto más familiarizadas estén las personas con un nombre, producto o declaración, mayor va a ser la predisposición a elegirlo. Lo opuesto sería, si las personas se encontraran frente a algo que no puede entender del todo (no les es familiar). Claramente, la credibilidad en las declaraciones nutricionales es un factor a mejorar según los datos que arrojó este estudio en relación a la percepción que tienen los consumidores de las mismas.

En cuanto a los factores sociodemográficos, la patología autorreferida con mayor incidencia en los encuestados fue la obesidad, pero sólo 30 participantes afirmaron tenerla. Según los datos del IMC, el número de encuestados clasificados en obesidad llegan a 58, por lo que esta información nos puede dar una noción de que

exista obesidad no autopercebida en algunos individuos o que tengan una elevada masa muscular, por lo que la clasificación según el IMC se volvería inexacta.

Sanchez G. et al., en un estudio con 71 participantes de Argentina, Costa Rica y Ecuador, se buscó relacionar el consumo de sodio con su etiquetado nutricional y se encontró que los individuos desconocían el contenido de sal y sodio en los alimentos procesados. Al mismo tiempo, la mayoría de los informantes no revisaba la información nutricional y los que lo hacían manifestaron no comprenderla.<sup>29</sup>

En relación a la comprensión, conocimiento e interés de los consumidores respecto al rotulado frontal, Rodríguez García V. y Rovirosa A.<sup>30</sup>, realizaron un estudio en Argentina con 243 personas, el cual reveló que, si bien la mayoría considera importante leer los rótulos, muchos no los leen ya que les parece muy pequeñas las letras, no lo entienden o el diseño los confunde. Además, los encuestados reconocen que un etiquetado nutricional de advertencia podría ayudarlos a realizar elecciones más saludables.

Martín Elizondo M., Minnaard V. y Santana E.<sup>31</sup> en un estudio experimental de 21 personas con dos grupos focales reveló, entre otros resultados, que el factor “bajo contenido de sodio en preparaciones” no es importante para los participantes y que la reducción de su consumo es considerada ante un evento de salud, no como estrategia preventiva.

El Comité Científico del II Congreso AADYND (Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas) conformó un grupo de revisores de resúmenes y comentaristas de los e-posters. En el número 168 de DIAETA (nombre de la revista científica de la Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas) se publican todos los resúmenes aceptados de los e-posters presentados entre el 13 y el 15 de agosto de 2019, en la Ciudad de Buenos Aires.

Son muy interesantes los resultados que expusieron Delule P., Gisela M. y Viglione L. en el estudio “Rotulado nutricional: conocimiento e interés y frecuencia de sobrepeso y obesidad de los encuestados” con una muestra de 100 personas<sup>32</sup>. Son detallados a continuación. “Para el 64% de los consumidores el diseño actual de la tabla nutricional no favorece la lectura. El 42% consideran necesario colocar señales

de advertencias en el frente del envase; el 32% se debe aumentar el tamaño de la letra, un 30% cambiaría el formato de la tabla. El 72% no creen en los mensajes que las empresas colocan en los envases de productos. Al 58% considera importante la lectura del etiquetado, y al 48% le resulta indiferente, poco o nada importante. El 71% consideró como de mejor interpretación a las señales de advertencia en los empaques de alimentos que se utilizan en Ecuador (semáforo con barras horizontales); el 12% reflexiona que es más sencillo de descifrar las señales de advertencia del etiquetado de Chile (octógonos), y para el 17% el resumen informativo del semáforo utilizado en Francia (cinco colores con letras) les parece de más simple entendimiento. El 86% modificarían los hábitos de compra si se implementasen etiquetados similares a los de Ecuador, Chile o Francia.”<sup>32</sup>

Por otro lado, en cuanto a los alimentos, García N. abordó un estudio sobre la aplicación de la normativa vigente en Argentina sobre la INC.<sup>33</sup> Con una muestra de 408 alimentos envasados de los grupos galletitas, fideos secos, yogures y aceites puros, se encontró que casi la mitad contiene claims en su rotulado, de los cuales el 12,8% aplican representaciones no reglamentadas y el 19,1% incumplen la normativa vigente. Se concluyó que los envases de alimentos presentan información contradictoria para el consumidor.

AINIA Consumer<sup>34</sup> realizó una investigación de mercado en España que reveló también que, tanto en claims nutricionales como en health claims, la credibilidad era realmente muy baja. Pero, en este estudio la frecuencia de consumo es menor a la importancia que los consumidores les dan a las declaraciones.

## CONCLUSIÓN

La decisión de compra de alimentos envasados es multifactorial y muchos de los criterios de elección son subjetivos. El simple concepto de “entendimiento de un rótulo” conlleva numerosos sub-factores que merecerían un estudio más detallado. Este trabajo nos ha mostrado la indagación de uno de tantos factores. Pero, el conocimiento obtenido, contribuye a observar la necesidad de mejora de la información que se le brinda a la población sobre los alimentos envasados a través de las etiquetas de los mismos. Es imperante que dicha información sea clara y no preste lugar a confusión para que la población pueda tener conocimientos ciertos sobre lo que está consumiendo; pueda ejercer su derecho a elegir; pueda adquirir criterios para discernir entre un alimento sano y uno que no lo es, y así no caer en la estigmatización ni exaltación hacia un alimento; y para que la industria alimentaria no pierda credibilidad en sus declaraciones de propiedades nutricionales que, por lo que se analizó, está en valores bajos.

Lo mencionado anteriormente, se puede lograr con mayor educación alimentaria hacia la población y con legislaciones asertivas en la materia. En 2021 se logró un gran avance en materia de políticas públicas ya que se logró la sanción de la ley 27.642 pero, a pesar de resaltar con sellos de advertencia los excesos de nutrientes críticos, no se ha considerado resaltar los aspectos positivos de los alimentos. Por lo que todavía hay camino por delante.

Esta autora considera que, actualmente, existe una convivencia entre claims o declaraciones, sellos de organismos y otras informaciones en la etiqueta que, a fines prácticos, no hace más que sobre-informar o informar parcialmente al consumidor. Sería mucho más efectivo sólo proporcionar la información nutricional de una manera ordenada y clara, con letra legible y de un tamaño adecuado y sin interferencia de información extra o ponderada. Es entendible que se considere a los consumidores como personas vulnerables dada la cantidad de información que deben procesar para tomar una decisión de compra de alimentos, y hasta hipervulnerables por la situación económica actual de la Argentina, pero es importante que se sea consciente de que la responsabilidad de las elecciones no debe recaer exclusivamente en el individuo. Las políticas públicas deben tomar cartas en el

asunto para, al mismo tiempo, asegurar una competencia leal entre los diferentes miembros de la industria alimentaria.

Quedó evidenciado que la credibilidad que los participantes tienen en las declaraciones de propiedades nutricionales no influye en la decisión de compra de alimentos con dichas declaraciones, sino que la importancia que ellos le dan es lo que tiene más peso. La familiaridad con el producto (como un factor independiente a la etiqueta) es fundamental en el momento de la elección y el color verde en la etiqueta del producto fue el que demostró mayor atracción.

Para lograr mayor credibilidad se debe trabajar en cómo comunicar las declaraciones. Si el consumidor no termina de comprender completamente la propuesta que hace una declaración en su alimento, le resulta extraño, y lo extraño tiende a rechazarse. Sumado a posible información engañosa o publicidad que no se condice con la realidad, es difícil que pueda discernir entre lo que es verdad y lo que no, generando estrés cognitivo (sobrecarga de información que impide elegir asertivamente), traduciéndose en falta de credibilidad que está estrechamente relacionada a la falta de confianza.

Considero que trabajar en lograr una mayor transparencia, una comunicación más clara y más accesible, sería el camino adecuado.

Es fundamental el rol del nutricionista, como el científico de salud que es, en los ámbitos tanto de investigación como en los regulatorios, para exponer su visión profesional y contribuir en la mejora de políticas públicas y educación nutricional de la población.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). 4ta Encuesta Nacional de Factores de Riesgo (ENFR). Ciudad Autónoma de Buenos Aires; 2019.
2. Britos S. Perfiles Nutricionales. Definiciones y estado de situación del tema en Argentina. Revista científica Diaeta de la Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas (AADYN). Buenos Aires. 2017; 35(160):8-15. Acceso: marzo 2021. Disponible en: <http://cepea.com.ar/cepea/wp-content/uploads/2017/11/DIAETA-160-Articulo-Perfiles.pdf>
3. Organización Panamericana de la Salud. Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: ventas, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones. Washington, D.C.: OPS; 2019. Acceso: marzo 2021. Disponible en: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/51523>
4. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Codex Alimentarius. Definiciones para los fines del codex Alimentarius. Acceso: marzo 2021. Disponible en: <http://www.fao.org/3/w5975s/w5975s08.htm>
5. Código Alimentario Argentino (CAA). Capítulo I Disposiciones Generales. Acceso abril 2021. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/anmat/codigoalimentario>
6. López LB, Suárez MM. Fundamentos de la Nutrición Normal. Capítulo 2: Definición de conceptos relacionados con la nutrición. Buenos Aires. Editorial El Ateneo. 2016
7. Secretaría de Agroindustria. Alimentos Argentinos. ¿Cómo leer el rótulo? Disponible en: <http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/valorAr/Educa/rotulo/ComoLeerelRotulo.pdf>
8. Ministerio de Salud y Desarrollo Social. Informe Etiquetado Frontal de los Alimentos. 2018. Disponible en: [http://www.msal.gob.ar/images/stories/bes/graficos/0000001380cnt-2019-06\\_etiquetado-nutricional-frontal-alimentos.pdf](http://www.msal.gob.ar/images/stories/bes/graficos/0000001380cnt-2019-06_etiquetado-nutricional-frontal-alimentos.pdf)
9. OPS Ecuador. Disponible en: [https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1135:clasificacion-alimentos-sus-implicaciones-salud&Itemid=360](https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=1135:clasificacion-alimentos-sus-implicaciones-salud&Itemid=360)

10. Monteiro C. Cannon G. El Sistema Alimentario: El gran tema de la nutrición. Una nueva clasificación de los alimentos: Implicaciones para evaluación de dietas, promoción de salud y bienestar, y prevención y control de obesidad, y otras enfermedades crónicas no transmisibles. São Paulo. Disponible en: <http://www.wphna.org/htdocs/downloadsmar2013/journal/The%20food%20System%20Español.pdf>
11. Ministerio de Salud de la Nación. Guías Alimentarias para la Población Argentina, Buenos Aires. 2020. Disponible en: <https://bancos.salud.gob.ar/recurso/guias-alimentarias-para-la-poblacion-argentina>
12. Código Alimentario Argentino (CAA). Ley 18.284. Capítulo V (Artículos: 220 al 246 - Normas para la Rotulación y Publicidad de los Alimentos. Acceso: mayo 2021. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/anmat/codigoalimentario>
13. Koppmann, Mariana; Degrossi, Ma. Claudia. Etiquetas bajo la lupa. Cómo descifrarlas para elegir los alimentos que necesitamos y saber qué comemos. Buenos Aires. Siglo XXI editores. 2017
14. Lewis, J. Codex nutrient reference values. Rome. FAO and WHO. 2019. Disponible en: <http://www.fao.org/3/ca6969en/CA6969EN.pdf>
15. FAO/OMS. ¿Qué es el CODEX? Acceso: Junio 2021 Disponible en: <http://www.fao.org/3/CA1176ES/ca1176es.pdf>
16. Grupo Mercado Común (GMC). Reglamento Técnico Mercosur para Rotulación de Alimentos Envasados. Acceso: junio 2021 Disponible en: <https://normas.mercosur.int/public/normativas/962>
17. OPS/OMS. Plan de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia. Octubre 2014. Disponible en: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2015/Obesity-Plan-Of-Action-Child-Spa-2015.pdf?ua=1>
18. Comunicación personal de la Licenciada en Nutrición, Mercedes Sochi, en el ciclo de charlas de la Fundación Barceló en el marco del Trabajo de Investigación “Rotulado de Alimentos: comprensión, expectativa y su relación con el bienestar.”
19. ANMAT. Acerca del Código Alimentario. Acceso: agosto 2021. Disponible en: [http://www.anmat.gov.ar/novedades/Acerca\\_del\\_CAA.pdf](http://www.anmat.gov.ar/novedades/Acerca_del_CAA.pdf)

20. INTA. Organismo de Control Alimentario. Acceso: agosto 2021 – Disponible en: <https://inta.gob.ar/sites/default/files/15-organismos-de-control-alimentario.pdf>
21. Legislación Argentina. Disposición 7730-11 Disponible en: [http://www.anmat.gov.ar/boletin\\_anmat/noviembre\\_2011/Dispo\\_7730-11.pdf](http://www.anmat.gov.ar/boletin_anmat/noviembre_2011/Dispo_7730-11.pdf)
22. FAO/OMS. Guidelines for Use of Nutrition and Health Claims (CXG 23-1997). Disponible en: <http://www.fao.org/ag/humannutrition/32444-09f5545b8abe9a0c3baf01a4502ac36e4.pdf>
23. SENASA. Artículo 235. (Res. Conj. MSyA 149/05 y SAGPyA 683/05) Disponible en: <http://www.senasa.gob.ar/normativas/resolucion-conjunta-149-2005-sagpya-secretaria-de-agricultura-ganaderia-pesca-y-alimentos>
24. Código Alimentario Argentino (CAA). Ley 18.284. Capítulo XVII. Alimentos dietéticos y regímenes especiales. Acceso: julio 2021 Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/anmat/codigoalimentario>
25. Honorable Consejo Deliberante de la República Argentina. Proyecto de ley: Etiquetado frontal informativo para el consumo responsable de los alimentos. Media sanción del Senado en octubre 2020. Acceso: mayo 2021. Disponible en: <https://www.hcdn.gob.ar/proyectos/proyecto.jsp?exp=4995-D-2019>
26. Ley 27642. Ley de Promoción de la Alimentación Saludable. Disponible en: <https://www4.hcdn.gob.ar/dependencias/dsecretaria/Periodo2021/BAT2021/PDF/0111-S-2020d.pdf>
27. OPS. Modelo de perfil de nutrientes de la Organización Panamericana de la Salud. Washington, DC. 2016.
28. Código Civil. Ley 26.579. Mayoría de Edad. Acceso: abril 2021 - Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/160000-164999/161874/norma.htm>
29. Sánchez G. Peña L. Varea S. Mogrovejo P. Goetschel ML Montero-Campos MA. et al. Conocimientos, percepciones y comportamientos relacionados con el consumo de sal, la salud y el etiquetado nutricional en Argentina, Costa Rica y Ecuador. Rev Panam Salud Publica. 2012;32(4):259–64.
30. Rodríguez García V. Roviroso A. CESNI. Rotulado frontal. comprensión, conocimiento e interés de los consumidores. Revista DIAETA n°168. B.Aires.

ISSN 0328-1310. Acceso: julio 2021 - Resumen disponible en:  
<http://www.aadynd.org.ar/diaeta/seccion.php?n=130>

31. Martín Elizondo M. Minnaard V. Santana E. Universidad FASTA. Motivos de elección de alimentos en estudiantes de la universidad de Buenos Aires de carreras no relacionadas con la salud, ¿cuáles son importantes? Mar del Plata. Revista DIAETA n°168 (B.Aires). ISSN 0328-1310. Acceso: julio 2021 - Resumen disponible en: <http://www.aadynd.org.ar/diaeta/seccion.php?n=130>
32. Delule P. Gisela M. Viglione L. Rotulado nutricional: conocimiento e interés y frecuencia de sobrepeso y obesidad de los encuestados. Universidad FASTA. Revista DIAETA n°168 (B.Aires) - ISSN 0328-1310 - Acceso: julio 2021. Resumen disponible en:  
<http://www.aadynd.org.ar/diaeta/seccion.php?n=130>
33. García N. Aplicación de la normativa vigente en Argentina sobre información nutricional complementaria. UCSF - Universidad Católica de Santa Fe. Revista DIAETA n°168 (B.Aires) - ISSN 0328-1310 - Acceso: julio 2021 - Resumen disponible en: <http://www.aadynd.org.ar/diaeta/seccion.php?n=130>
34. AINIA Consumer. Opinión del consumidor sobre health claims y nutrition claims. n= 284, 2020.

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### CÓDIGO ALIMENTARIO ARGENTINO (CAA) - CAPÍTULO V - NORMAS PARA LA ROTULACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS ALIMENTOS

##### Sección 6 - PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBLIGATORIA 6.1 -

Denominación de venta del alimento Deberá figurar la denominación o la denominación y la marca del alimento, de acuerdo a las siguientes pautas: a) cuando se haya establecido una o varias denominaciones para un alimento en un Reglamento Técnico MERCOSUR, deberá utilizarse por lo menos una de tales denominaciones: b) se podrá emplear una denominación acuñada, de fantasía, de fábrica o una marca registrada, siempre que vaya acompañada de una de las denominaciones indicadas en a); c) podrán aparecer las palabras o frases adicionales requeridas para evitar que se induzca a error o engaño al consumidor con respecto a la naturaleza y condiciones físicas auténticas del alimento, las cuales irán junto a la denominación del alimento o muy cerca a la misma. Por ejemplo: tipo de cobertura, forma de presentación, condición o tipo de tratamiento a que ha sido sometido.

6.2 - Lista de ingredientes 6.2.1. Salvo cuando se trate de alimentos de un único ingrediente (por ejemplo: azúcar, harina, yerba mate, vino, etc.) deberá figurar en el rótulo una lista de ingredientes. 6.2.2. La lista de ingredientes figurará precedida de la expresión: "ingredientes: " o "ingr.: " y se regirá por las siguientes pautas: a) todos los ingredientes deberán enumerarse en orden decreciente de peso inicial; b) cuando un ingrediente sea a su vez un alimento elaborado con dos o más ingredientes, dicho ingrediente compuesto definido en un reglamento de un Estado Parte podrá declararse como tal en la lista de ingredientes siempre que vaya acompañado inmediatamente de una lista, entre paréntesis, de sus ingredientes en orden decreciente de proporciones; c) cuando un ingrediente compuesto para el que se ha establecido un nombre en una norma del CODEX ALIMENTARIUS FAO/OMS o del MERCOSUR, constituya menos del 25% del alimento, no será necesario declarar sus ingredientes, salvo los aditivos alimentarios que desempeñen una función tecnológica en el producto acabado; d) el agua deberá declararse en la lista de ingredientes, excepto cuando forme parte de ingredientes tales como salmueras, jarabes, almíbares, caldos u otros similares y dichos ingredientes compuestos se

declaren como tales en la lista de ingredientes; no será necesario declarar el agua u otros componentes volátiles que se evaporen durante la fabricación; e) cuando se trate de alimentos deshidratados, concentrados, condensados o evaporados, destinados a ser reconstituidos para su consumo con el agregado de agua, se podrá enumerar los ingredientes en orden de proporciones (m/m) en el alimento reconstituido. En estos casos deberá incluirse la siguiente expresión: “Ingredientes del producto cuando se prepara según las indicaciones del rótulo”; f) en el caso de mezclas de frutas, de hortalizas, de especias o de plantas aromáticas en que ninguna predomine en peso de una manera significativa, podrá enumerarse estos ingredientes siguiendo un orden diferente siempre que la lista de dichos ingredientes vaya acompañada de la mención “en proporción variable”.

### 6.2.3. Declaración de aditivos alimentarios en la lista de ingredientes.

Los aditivos alimentarios deberán declararse formando parte de la lista de ingredientes. Esta declaración constará de: a) la función principal o fundamental del aditivo en el alimento, y b) su nombre completo, o su número INS (Sistema Internacional de Numeración, CODEX ALIMENTARIOS FAO/OMS), o ambos. Cuando entre los aditivos alimentarios haya más de uno con la misma función, podrán mencionarse uno a continuación de otro, agrupándolos por función. Los aditivos alimentarios serán declarados después del resto de los ingredientes. Para el caso de los aromatizantes/saborizantes se declarará sólo la función y optativamente su clasificación, según lo establecido en los Reglamentos Técnicos MERCOSUR sobre aromatizantes/saborizantes. Algunos alimentos deberán mencionar en su lista de ingredientes el nombre completo del aditivo utilizado. Esta situación será indicada en Reglamentos Técnicos MERCOSUR específicos.

### 6.3 - Contenidos netos

Se indicarán según lo establecen los Reglamentos Técnicos MERCOSUR correspondientes.

### 6.4 - Identificación del origen

#### 6.4.1. Se deberá indicar:

- el nombre (razón social) del fabricante o productor o fraccionador o titular (propietario) de la marca;
- domicilio de la razón social - país de origen y localidad;
- número de registro o código de identificación del establecimiento elaborador ante el organismo competente

#### 6.4.2. Para identificar el origen deberá utilizarse una de las siguientes expresiones:

“fabricado en...”, “producto ...”, “industria...”

### 6.5 - Identificación del lote

#### 6.5.1. Todo rótulo deberá llevar impresa, grabada o marcada de cualquier otro modo, una indicación en clave o lenguaje claro, que permita identificar el lote a que pertenece el alimento de forma

que sea fácilmente visible, legible e indeleble. 6.5.2. El lote será determinado en cada caso por el fabricante, productor o fraccionador del alimento, según sus criterios. 6.5.3. Para la indicación del lote se podrá utilizar: a) un código clave precedido de la letra "L". Dicho código debe estar a disposición de la autoridad competente y figurar en la documentación comercial cuando se efectúe intercambio entre Estados Partes; o b) la fecha de elaboración, envasado o de duración mínima, siempre que la(s) misma(s) indique(n) por lo menos el día y el mes o el mes y el año claramente y en el citado orden, según corresponda, de conformidad con el punto 6.6.1. b) 6.6 - Fecha de duración 6.6.1. Si no está determinado de otra manera en un Reglamento Técnico MERCOSUR específico, regirá el siguiente marcado de la fecha: a) Se declarará la "fecha de duración". b) Esta constará por lo menos de: - el día y el mes para los productos que tengan una duración mínima no superior a tres meses; - el mes y el año para productos que tengan una duración mínima de más de tres meses. Si el mes es diciembre, bastará indicar el año, estableciendo: "fin de (año)". c) La fecha deberá declararse con alguna de las siguientes expresiones: - "consumir antes de..." - "válido hasta..." - "validez ..." - "val ..." - "vence..." - "vencimiento ..." - "vto...." - "venc..." - "consumir preferentemente antes de ..." d) Las expresiones establecidas en el apartado c) deberán ir acompañadas de: - la fecha misma, o - una referencia concreta al lugar donde aparece la fecha, o - una impresión en la que se indique mediante perforaciones o marcas indelebles el día y el mes o el mes y el año según corresponda de acuerdo con los criterios indicados en el punto 6.6.1 b). Cualquier indicación usada debe ser clara y precisa e) El día, mes y año deberán declararse en orden numérico no codificado, con la salvedad de que podrá indicarse el mes con letras en los países donde este uso no induzca a error al consumidor. En este último caso se permite abreviar el nombre del mes por medio de las tres primeras letras del mismo. f) No obstante lo establecido en el numeral 6.6.1. a) no se requerirá la indicación de la fecha de duración mínima para: - frutas y hortalizas frescas, incluidas las patatas que no hayan sido peladas, cortadas o tratadas de otra forma análoga; - vinos, vinos de licor, vinos espumosos, vinos aromatizados, vinos de frutas y vinos espumosos de fruta; - bebidas alcohólicas que contengan 10% (v/v) o más de alcohol; - productos de panadería y pastelería que, por la naturaleza de su contenido, se consuman por lo general dentro de las 24 horas siguientes a su fabricación; - vinagre; - azúcar sólido; - productos de confitería

consistentes en azúcares aromatizados y/o coloreados, tales como caramelos y pastillas; - goma de mascar; - sal de calidad alimentaria (no se aplica a las sales enriquecidas); - alimentos que han sido eximidos por Reglamentos Técnicos MERCOSUR específicos. 6.6.2. En los rótulos de los envases de alimentos que exijan requisitos especiales para su conservación, se deberá incluir una leyenda en caracteres bien legibles que indique las precauciones que se estiman necesarias para mantener sus condiciones normales, debiendo indicarse las temperaturas máximas y mínimas a las cuales debe conservarse el alimento y el tiempo en el cual el fabricante, productor o fraccionador garantiza su durabilidad en esas condiciones. Del mismo modo se procederá cuando se trate de alimentos que puedan alterarse después de abiertos sus envases. En particular, para los alimentos congelados, cuya fecha de duración mínima varía según la temperatura de conservación, se deberá señalar esta característica. En estos casos se podrá indicar la fecha de duración mínima para cada temperatura, en función de los criterios ya mencionados o en su lugar la duración mínima para cada temperatura, debiendo señalarse en esta última situación el día, el mes y el año de fabricación. Para la expresión de la duración mínima podrá utilizarse expresiones tales como: “duración a -18° C (freezer): ...” “duración a - 4° C (congelador): ...” “duración a 4° C (refrigerador): ...” 6.7 - Preparación e instrucciones de uso del producto 6.7.1- Cuando corresponda, el rótulo deberá contener las instrucciones que sean necesarias sobre el modo apropiado de empleo, incluida la reconstitución, la descongelación o el tratamiento que deba realizar el consumidor para el uso correcto del producto. 6.7.2- Dichas instrucciones no deben ser ambiguas, ni dar lugar a falsas interpretaciones de modo de garantizar una correcta utilización del alimento.

## **ANEXO 2**

### **CÓDIGO ALIMENTARIO ARGENTINO (CAA) - CAPÍTULO V - NORMAS PARA LA ROTULACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS ALIMENTOS**

#### **Sección 3- PRINCIPIOS GENERALES**

3.1- Los alimentos envasados no deberán describirse ni presentarse con rótulo que:

a) utilice vocablos, signos, denominaciones, símbolos, emblemas, ilustraciones u otras representaciones gráficas que puedan hacer que dicha información sea falsa, incorrecta, insuficiente, o que pueda inducir a equívoco, error, confusión o engaño al consumidor en relación con la verdadera naturaleza, composición, procedencia, tipo, calidad, cantidad, duración, rendimiento o forma de uso del alimento;

b) atribuya efectos o propiedades que no posea o que no puedan demostrarse;

c) destaque la presencia o ausencia de componentes que sean intrínsecos o propios de alimentos de igual naturaleza, excepto en los casos previstos en Reglamentos Técnicos MERCOSUR específicos;

d) resalte en ciertos tipos de alimentos elaborados, la presencia de componentes que son agregados como ingredientes en todos los alimentos de similar tecnología de elaboración;

e) resalte cualidades que puedan inducir a equívoco con respecto a reales o supuestas propiedades terapéuticas que algunos componentes o ingredientes tienen o pueden tener cuando son consumidos en cantidades diferentes a las que se encuentran en el alimento o cuando son consumidos bajo una forma farmacéutica; f) indique que el alimento posee propiedades medicinales o terapéuticas;

g) aconseje su consumo por razones de acción estimulante, de mejoramiento de la salud, de orden preventivo de enfermedades o de acción curativa.

3.2- Las denominaciones geográficas de un país, de una región o de una población, reconocidos como lugares en que se elabora alimentos con determinadas características, no podrán ser usadas en la rotulación o en la propaganda de alimentos elaborados en otros lugares cuando esto pueda inducir a equívoco o engaño al consumidor.

3.3- Cuando se elaboren alimentos siguiendo tecnologías características de diferentes lugares geográficos para obtener alimentos con caracteres sensoriales similares o parecidos a los que son típicos de ciertas zonas reconocidas, en la denominación del alimento deberá figurar la expresión “tipo” con letras de igual tamaño, realce y visibilidad que las que corresponden a la denominación aprobada en el reglamento vigente en el país de consumo. No se podrá utilizar la expresión “tipo”, para denominar vinos y bebidas espirituosas con estas características.

3.4- La rotulación de los alimentos se hará exclusivamente en los establecimientos procesadores habilitados por la autoridad competente del país de origen para la elaboración o el fraccionamiento. Cuando la rotulación no estuviera redactada en el idioma del Estado Parte de destino, debe ser colocada una etiqueta complementaria conteniendo la información obligatoria en el idioma correspondiente, con caracteres de buen tamaño, realce y visibilidad. Esta etiqueta podrá ser colocada tanto en origen como en destino. En este último caso la aplicación debe ser efectuada antes de su comercialización.

4- IDIOMA La información obligatoria deberá estar redactada en el idioma oficial del país de consumo (español o portugués), con caracteres de buen tamaño, realce y visibilidad, sin perjuicio de la existencia de textos en otros idiomas.

## ANEXO 3

### **CÓDIGO ALIMENTARIO ARGENTINO (CAA) - CAPÍTULO XVII – ALIMENTOS DE REGIMEN O DIETÉTICOS**

Artículo 1339 - (Res Conj. SPReI y SAGPyA N°94/08 y N° 357/08)

Se entiende por 'Alimentos dietéticos' o 'Alimentos para regímenes especiales' a los alimentos envasados preparados especialmente que se diferencian de los alimentos ya definidos por el presente Código por su composición y/o por sus modificaciones físicas, químicas, biológicas o de otra índole resultantes de su proceso de fabricación o de la adición, sustracción o sustitución de determinadas sustancias componentes.

Están destinados a satisfacer necesidades particulares de nutrición y alimentación de determinados grupos poblacionales.

Se clasifican en:

a) Alimentos para satisfacer necesidades alimentarias específicas de determinados grupos de personas sanas:

- Alimentos para lactantes y niños de corta edad.
- Alimentos fortificados.
- Alimentos que proporcionan por adición, nutrientes esenciales.
- Alimentos en los que se han restaurado nutrientes perdidos en el proceso de elaboración.
- Alimentos adicionados con fibra.

b) Alimentos para satisfacer necesidades alimentarias de personas que presentan estados fisiológicos particulares:

- Alimentos modificados en su valor energético.
- Alimentos modificados en su composición glucídica.
- Alimentos modificados en su composición proteica.
- Alimentos modificados en su composición lipídica.
- Alimentos modificados en su composición mineral.
- Alimentos de bajo contenido de sodio.

— Alimentos libres de gluten.

c) 'Alimentos enriquecidos'.

d) 'Suplementos dietarios'.

e) 'Alimentos con propóleos'.

Artículo 1340 - (Res Conj. SPReI y SAGPyA N° 161/2008 y N° 244/2008)

“Los Alimentos Dietéticos o Alimentos para Regímenes Especiales deberán ajustarse a las siguientes normas microbiológicas:

A) Productos que han de consumirse después de añadir un líquido.

B) Productos que deben cocerse antes del consumo (entendiéndose por cocer el acto de calentar el producto a temperaturas de 100 °C o superiores, durante un período de tres minutos como mínimo).

C) Productos sometidos a esterilización técnica, industrial o comercial y comercializados en envases herméticos.

D) Productos listos para consumo, no comprendidos en A), B) ó C).

E) Productos para lactantes y niños de corta edad.”

## ANEXO 4

## ENCUESTA

## Etiquetas de alimentos.

Usted fue invitado/a a participar en esta encuesta on-line como parte del Trabajo Final de Carrera de Licenciatura en Nutrición de la alumna Sofía Benassati.

La misma está destinada a personas mayores de 18 años que residen en Argentina y que eligen alimentos que se compran en su hogar.

El objetivo del trabajo final es conocer cómo influyen las inscripciones de los envases de productos alimenticios en la decisión de compra.

Dicha encuesta tiene carácter anónimo y voluntario, y se garantiza el secreto estadístico de confidencialidad exigidos por Ley. Al continuar con esta encuesta, usted manifiesta dicha conformidad.

La encuesta cuenta con una primera sección de 10 preguntas personales y una segunda sección de 11 preguntas sobre diferentes alimentos y factores de decisión de compra. Las preguntas son breves y la mayoría son de opción múltiple, por lo que el tiempo que le llevará realizar la encuesta será menor a 10 minutos.

Gracias por su interés y su colaboración.

*\*Obligatorio*

### Datos del Encuestado

Por favor, complete los siguientes campos con sus datos.

1. ¿Es usted uno de los responsables de la compra o elección de los alimentos de su hogar? \*

*Marca solo un óvalo.*

Sí

No *Salta a la pregunta 23*

2. ¿Cuál es su edad? \*
-

3. Provincia de Residencia \*

*Marca solo un óvalo.*

- Buenos Aires
- Catamarca
- Chaco
- Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Chubut
- Córdoba
- Corrientes
- Entre Ríos
- Formosa Jujuy
- La Pampa
- La Rioja
- Mendoza
- Misiones
- Neuquén
- Río Negro
- Salta
- San Juan
- San Luis
- Santa Cruz
- Santa Fe
- Santiago del Estero
- Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur
- Tucumán

4. Ciudad de Residencia \*

---

Etiquetas de alimentos.

5. Indique su Género \*

*Marca solo un óvalo.*

- Femenino  
 Masculino  
 Prefiero no responder

6. ¿Cuál es el máximo Nivel de Estudios alcanzado? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Ninguno  
 Primario  
 Secundario  
 Terciario  
 Universitario o Posgrado

7. ¿Cuál es su peso? (En kilogramos) \*

---

8. ¿Cuál es su estatura? (En metros) \*

---

9. ¿Considera usted que sus hábitos son saludables? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No

Etiquetas de alimentos.

10. Indique si tiene alguna de las siguientes enfermedades. (Puede seleccionar más de una) \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Diabetes Hipertensión
- Obesidad Enfermedad
- Renal
- Enfermedad Cardíaca bajo dieta médica
- Enfermedad Celíaca
- Intolerancia o Alergia Alimentaria (ej: intolerancia a la lactosa)
- No tengo enfermedades

Otro:  \_\_\_\_\_

Datos de  
los  
Alimentos

Por favor, responda las siguientes preguntas (las últimas cuatro son imágenes). Sobre el final, puede hacer algún comentario libre si lo desea.

11. ¿Qué factores determinan su decisión de compra de un alimento envasado? (Puede seleccionar más de una respuesta) \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Precio
- Marca
- Oferta momentánea
- Rutina/Familiaridad con el alimento
- Publicidad vista en medios de comunicación
- Composición del alimento
- Información del envase del alimento
- Recomendaciones de amigos, familiares, etc.
- Indicaciones de médicos, nutricionistas, etc.

Otro:  \_\_\_\_\_

Etiquetas de alimentos.

12. Si el precio no fuera un factor ¿Qué información de las etiquetas de los alimentos determina su elección en la compra? (Puede seleccionar más de una respuesta) \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Fecha de Vencimiento
- Datos del Fabricante, Denominación de Venta, Información de Origen, Lote.
- Marca/Empresa Fabricante
- Si posee el sello de algún organismo (ej: Fundación Favaloro, Sociedad Argentina de Nutrición, Cormillot)
- Contenido Neto (gramos o mililitros) (PESO)
- Calorías
- Listado de Ingredientes
- Contenido de Carbohidratos/Azúcares, Proteínas o Grasas.
- Contenido de Fibras
- Contenido de Calcio
- Contenido de Sodio o de Sal
- Si está Fortificado
- Contenido de Hierro
- Contenido de Vitaminas
- Otro:  \_\_\_\_\_

## Etiquetas de alimentos.

13. ¿Qué tan FRECUENTEMENTE consume alimentos con las siguientes declaraciones? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Muy frecuentemente (más de 3 veces por semana)	Frecuentemente (menos de 3 veces por semana)	Nada frecuente (menos de una vez al mes)
Light	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sin Azúcar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bajo en Sodio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bajo en Grasas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bajo en Colesterol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fortificado con Vitaminas, Hierro Calcio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. ¿Qué tan IMPORTANTE es para usted que en su alimento figuren las siguientes declaraciones al momento de comprarlo? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Nada importante	Importante	Muy importante
Light	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sin Azúcar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bajo en Sodio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bajo en Grasas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sin Colesterol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fortificado con Vitaminas, Hierro o Calcio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Etiquetas de alimentos.

15. ¿Qué tan CREÍBLES le parecen estas declaraciones cuando las lee escritas en una etiqueta? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Nada Creible	Creible	Muy Creible
Light	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sin Azúcar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bajo en Sodio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bajo en Grasas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sin Colesterol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fortificado con Vitaminas, Hierro o Calcio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. ¿Asocia los siguientes colores a alguna declaración? \*

Selecciona todos los que correspondan.

	Alto en Grasas	Light	Saludable	Dietético	Nutritivo	Orgánico	Bajo en Sodio	No lo asocio con ninguno
Rojo	<input type="checkbox"/>							
Verde	<input type="checkbox"/>							
Naranja	<input type="checkbox"/>							
Amarillo	<input type="checkbox"/>							
Azul Claro	<input type="checkbox"/>							
Marrón	<input type="checkbox"/>							

Etiquetas de alimentos.

17. ¿Por cuál color de etiqueta se siente más atraído? ROJO, VERDE, AZUL, AMARILLO, MARRÓN. Puede comentar su respuesta \*

---

---

---

---

---

18. ¿Sabía que las declaraciones nutricionales que se nombraron en esta encuesta (como light, sin azúcar, bajo en sodio, bajo en grasas, sin colesterol, fortificado con..., etc) están reguladas por la legislación argentina? \*

*Marca solo un óvalo.*

Sí

No

Etiquetas de alimentos.

19. Mire la siguiente etiqueta ¿Qué le atrae más? (Puede seleccionar más de una respuesta) \*



Selecciona todos los que correspondan.

- Marca
- Color
- Light
- 78% Reducidas en Grasas Saturadas
- 0% Colesterol

Otro:  \_\_\_\_\_

Etiquetas de alimentos.

20. Mire la siguiente etiqueta ¿Qué le atrae más? (Puede seleccionar más de una respuesta) \*



Selecciona todos los que correspondan.

- Marca
- Color
- Entera
- Fortificada con Hierro y Vitamina C
- Leche de nuestros tambos

Otro:  \_\_\_\_\_

10/13

Etiquetas de alimentos.

21. Mire la siguiente etiqueta ¿Qué le atrae más? (Puede seleccionar más de una respuesta) \*



Selecciona todos los que correspondan.

- Marca
- Color
- ¡Ahora!
- Nuevos
- Fortificado con vitaminas B1, B2, B3, B9 y hierro

Otro:  \_\_\_\_\_

Etiquetas de alimentos.

22. Mire la siguiente etiqueta ¿Qué le atrae más? (Puede seleccionar más de una respuesta) \*



Selecciona todos los que correspondan.

- Marca
- Color
- Ahora + 20g de Yogur
- Con Probióticos, Antioxidantes y Proteínas
- Sin Azúcares agregados y bajo en grasas

Otro:  \_\_\_\_\_

Muchas gracias por colaborar

Etiquetas de alimentos.

23. ¡Gracias! Puede hacer un comentario si lo desea.

---

---

---

---

---

---