

Los mensajes confusos, principal problema del etiquetado de los alimentos

La Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU) ha desarrollado un estudio que bajo el título *¿Qué nos dice el etiquetado de alimentos? Guía para su mejor comprensión* busca que el consumidor se valga de las etiquetas de los alimentos para hacer una compra más informada y acorde a sus necesidades.

Este proyecto, subvencionado por el Instituto Nacional del Consumo (INC), tiene como objetivo orientar a los consumidores en un mercado que, en ocasiones, hace que el consumidor pueda sentirse confuso a la hora de escoger entre productos que ayudan a “fortalecer nuestros huesos” o que se autoproclaman como “los más saludables”. El objetivo del proyecto es promover entre los consumidores un mayor conocimiento de la información que aporta el etiquetado de los alimentos y que esa información pueda servir como herramienta para conseguir una alimentación más sana, valorando la relación entre la calidad, la cantidad y el precio de cada producto.

CECU ha procedido a analizar el etiquetado de los 100 productos que, según datos del Ministerio de Agricultura y Pesca, son los alimentos más representativos del consumo alimentario del hogar. De su estudio se desprende que la principal irregularidad es que en el 7% de los casos no aparece el número de lote y el hecho de que sólo en el 43% de los productos se especifique la cantidad en la que se encuentran los diferentes ingredientes.

Cabe destacar también que pese a que la información nutricional no es obligatoria para todos los productos ésta aparece en el 84%, aunque sólo en el 19% se indicaba esta información medida en porciones del producto, algo útil para conocer cuánto nos aporta una ración determinada. Además, en el 37% de los casos se comparaban los nutrientes del producto con la Cantidad Diaria Recomendada (CDR), una medida que también puede ser útil para el consumidor a la hora de planificar su dieta.

Es reseñable el hecho de que en el 65% de los productos analizados se facilite algún medio para dar información adicional al ciudadano. Esta *Información al consumidor*, está presente a través de algún teléfono, página web o apartado de correos, aunque hay que señalar que cuando se trata de un teléfono, que es lo más frecuente, éste no siempre es gratuito.

Confederación de Consumidores y Usuarios

C/ Mayor, 45, 2º - 28013 MADRID Tel.: 91 364 13 84 Fax: 91 366 90 00

Gabinete de prensa: C/En Llop, 2, 4ª - 46002 VALENCIA

Tel. y fax: 96 352 11 97 Móvil: 657 504 712

david.hurtado@cecu.es / www.cecu.es

Por lo que respecta a las alegaciones nutricionales (aquellas que autoproclaman las bondades del producto), las encontramos en el 45% de los productos (principalmente en productos lácteos y cereales), la mayoría refiriéndose al bajo contenido en sal, grasas, azúcares y calorías o a un alto contenido en grasas saludables, fibra, vitaminas o minerales. También son comunes los mensajes que resaltan la *calidad*, el *sabor* o la condición de *natural* del producto.

Como conclusión del estudio se puede resaltar que el consumidor encuentra a diario una información que muchas veces no comprende o que es incompleta. El consumidor está demandando una información más clara y transparente ya que la comprensión del etiquetado es fundamental para que el consumidor decida qué producto se ajusta mejor a sus necesidades.

27 de diciembre de 2007
Gabinete de prensa de CECU