

# COMISIÓN DEL CODEX ALIMENTARIUS



Organización de las Naciones  
Unidas para la Alimentación  
y la Agricultura



Organización  
Mundial de la Salud

# S

Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Roma, Italia - Tel: (+39) 06 57051 - Correo electrónico: codex@fao.org - www.codexalimentarius.org

**Tema 8 del Programa**

**CX/FL 17/44/8  
Agosto del 2017**

## **PROGRAMA CONJUNTO FAO/OMS SOBRE NORMAS ALIMENTARIAS COMITÉ DEL CODEX SOBRE ETIQUETADO DE LOS ALIMENTOS**

**Cuadragésima cuarta reunión**

**Asunción, Paraguay 16-20 de octubre de 2017**

### **DOCUMENTO DE DISCUSIÓN SOBRE DECLARACIONES DE PROPIEDADES DE PREFERENCIA DE LOS CONSUMIDORES**

*Preparado por Irán y Turquía*

#### **Antecedentes**

1. El cuadragésimo tercer período de sesiones del Comité del Codex sobre Etiquetado de los Alimentos (CCFL43), en 2016, acordó que las delegaciones de Irán y Turquía prepararían un documento de debate sobre los temas relacionados a las declaraciones de propiedades de preferencia de los consumidores (en el contexto del mandato del CCFL) para consideración en la próxima sesión (REP16/FL, párrafos 62-63).

#### **Introducción**

2. Como es sabido, el etiquetado de los alimentos es una fuente esencial de información para los consumidores con el fin de que puedan tener control y capacidad de elegir respecto a lo que compran.

3. Una etiqueta alimentaria cumple funciones básicas tales como:

- Proporcionar información básica respecto al alimento (incluyendo el nombre del alimento, la lista de ingredientes, el contenido neto, el marcado de la fecha, el país de origen y el nombre y dirección del operador de la empresa alimentaria.)
- Proporcionar informaciones de salud, de inocuidad y de nutrición (incluyendo instrucciones de uso, condiciones de almacenamiento, declaración de alérgenos e información nutricional, tal como el contenido de grasas, proteínas, carbohidratos, azúcares, vitaminas y minerales, etcétera.)
- Actuar como agente de comercialización, promoción y publicidad alimentaria a través de declaraciones de propiedades tales como "baja energía", "natural", "orgánico", "sin aditivos", "sin preservativos añadidos", "Vegan", "vegetariano" y así sucesivamente permitiendo que los consumidores distingan entre alimentos similares cuando realizan sus decisiones de compra.

4. Las etiquetas de los alimentos deben ser claras y entendibles para ayudar a los consumidores que quieren realizar mejores decisiones informadas sobre los alimentos y hábitos dietéticos. Se debe asegurar que los consumidores están apropiadamente informados respecto a los alimentos que consumen.

#### **Asuntos/Discusión**

5. En el contexto de las normas internacionales o las orientaciones sobre el etiquetado alimentario, la *Norma General para el Etiquetado de los Alimentos Preenvasados del Codex Alimentarius* (CODEX STAN 1-1985), las *Directrices sobre Etiquetado Nutricional* (CAC/GL 2-1985), las *Directrices Generales sobre Declaraciones de Propiedades* (CAC/GL 1-1979), las *Directrices para el Uso de Declaraciones Nutricionales y Saludables* (CAC/GL 23-1997), y otras normas y directrices del Codex sobre etiquetado de los alimentos, se utilizan como referencias en todo el mundo. Por otro lado, la mayoría de los países tienen su propia legislación nacional para regular la información obligatoria que se requiere esté presente en las etiquetas de los alimentos comercializados en su país.

6. Además de la información obligatoria, las empresas del sector alimentario utilizan algunos términos de comercialización y declaraciones de propiedades tales como "bajo en grasa", "energía reducida", "alto contenido de fibra", "natural", "puro", "sin preservativos añadidos", "Vegan", "vegetariano", etcétera. Algunas de estas declaraciones de propiedades están reguladas por la legislación nacional o por las normas internacionales, tales como las *Directrices para el Uso de Declaraciones Nutricionales y Saludables* (CAC/GL 23-1997). Por otra parte, algunas de ellas dependen de las prácticas nacionales, dado que su

percepción por parte de los consumidores que viven en ese país está formada, entre otras cosas, por factores socio-económicos, factores ambientales y otros factores legítimos.

7. La preferencia de los consumidores significa que al consumidor le gusta un tipo de producto o método de producción más que otros que están disponibles en el mercado debido a una o más determinadas características presentadas de una manera que los hace preferibles para el consumidor. Las informaciones en el envase alimentario y los enfoques de comercialización tienen efectos extensos sobre las creencias, preferencias y opciones del consumidor. Tales declaraciones de propiedades de preferencia del consumidor de alimentos implican la mayoría de las veces un mayor costo en comparación a los productos de los competidores.

Por lo tanto, el empresario que realiza la declaración de propiedades debe hacerla en base de evidencias positivas, inequívocas y objetivas tales como actividades acreditadas de evaluación de conformidad, incluyendo informes de métodos validados de ensayo. Las declaraciones de propiedades utilizadas para un alimento no deben ser engañosas creando una percepción de mayor calidad de la que merece o una impresión errónea respecto a cualquier aspecto de su carácter, y debe estar justificada.

### **Conclusión**

8. La información alimentaria, ya sea obligatoria o voluntaria, debe ser verdadera, clara y fácil de entender para el consumidor.

9. Las declaraciones de propiedades que afectan las preferencias de los consumidores no sólo deben ser justificables en base a evidencias positivas, inequívocas y objetivas, sino que tampoco deben ser engañosas ni inducir a error a los consumidores sobre las características de los alimentos y, en particular, respecto a su naturaleza, identidad, propiedades, composición, cantidad, durabilidad, país de origen, método de fabricación, etc.

10. Las declaraciones de propiedades no deben conducir a una competencia desleal sugiriendo que el alimento posee características especiales cuando en realidad todos los alimentos similares poseen esas mismas características, en particular enfatizando específicamente la presencia o ausencia de ciertos ingredientes o nutrientes y también dando lugar a dudas sobre la inocuidad de alimentos similares o que pudieran despertar o explotar temores en el consumidor.

11. Como se indicó anteriormente, el etiquetado de los alimentos es uno de los factores más importantes que afecta las decisiones de los consumidores. Por lo tanto, las declaraciones de propiedades que son utilizadas por las empresas del sector alimentario para hacer que un alimento sea más deseable debido a una o más de sus determinadas características, tienen el poder de llamar la atención de los consumidores.

12. Pero este poder está altamente relacionado con factores económicos, ambientales y legítimos en lugar de factores técnicos, sobre los cuales está basado el Códex, y que deben ser utilizados para dar información detallada sobre el producto con el propósito de no engañar a los consumidores o provocar prácticas desleales de comercio.

13. Las *Directrices generales sobre declaraciones de propiedades* (CAC/GL 1-1979) establecen un marco general sobre cómo manejar las declaraciones de propiedades relacionadas con las preferencias de los consumidores y por lo tanto sería mejor continuar con estas directrices, en lugar de establecer una nueva regla en el Codex. Este trabajo debe realizarse teniendo en cuenta el trabajo realizado por otras organizaciones internacionales. Pero para otras aplicaciones, las autoridades nacionales deberían regular los principios generales y los criterios detallados para la utilización de dichas declaraciones de propiedades teniendo en cuenta factores culturales, socio-económicos, de estructura demográfica y otros factores legítimos en ese país. Y debe haber una estrecha cooperación y entendimiento entre los países.

### **Recomendación**

14. Las *Directrices Generales sobre Declaraciones de Propiedades* (CAC/GL 1-1979), originalmente adoptadas en 1979 y sometidas a mayores revisiones y modificaciones en 1991 y 2009 respectivamente, podrían modificarse mediante la adición de lo siguiente:

- a) La definición de preferencia de los consumidores, que significa que al consumidor le gusta un tipo de producto o un método de producción más que otros que están disponibles en el mercado debido a una o más características específicas presentadas de una manera que los haga preferibles para el consumidor;
- b) Cualquier declaración de propiedades de preferencia del consumidor, realizada por los operadores del negocio, se basará en evidencias positivas, inequívocas y objetivas, tales como actividades acreditadas de evaluación de conformidad, incluyendo informes de métodos validados de ensayo.
- c) Las declaraciones de propiedades utilizadas respecto a los alimentos no deben ser descritas o presentadas de una manera falsa, equívoca o engañosa o probable que de crear una impresión errónea respecto a cualquier aspecto de su carácter, y deben estar justificadas.