

comisión del codex alimentarius



ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES
UNIDAS PARA LA AGRICULTURA
Y LA ALIMENTACIÓN

ORGANIZACIÓN
MUNDIAL
DE LA SALUD



OFICINA CONJUNTA: Viale delle Terme di Caracalla 00100 ROMA Tel: 39 06 57051 www.codexalimentarius.net Email: codex@fao.org Facsimile: 39 06 5705 4593

TEMA N° 10 DEL PROGRAMA

CX/FL 04/10

S

PROGRAMA CONJUNTO FAO/OMS SOBRE NORMAS ALIMENTARIAS

COMITÉ DEL CODEX SOBRE ETIQUETADO DE ALIMENTOS TRIGÉSIMA SEGUNDA SESIÓN MONTREAL, CANADÁ, DEL 10 AL 14 DE MAYO DE 2004

DOCUMENTO DE DISCUSIÓN SOBRE LAS DECLARACIONES DE PROPIEDADES ENGAÑOSAS

INFORME DEL GRUPO DE TRABAJO SOBRE EL ETIQUETADO ENGAÑOSO

RESUMEN

El Grupo de Trabajo Grupo de Trabajo considera que, aunque el etiquetado verídico pero potencialmente engañoso de los alimentos es problemático y capaz de hacerse más evidente con la mayor sofisticación de la demanda de información de los consumidores, la capacidad de progresar objetivamente en esta discusión antes de que se solucionen algunos de los asuntos pendientes en el programa del CCFL es limitada. Por lo tanto, el Grupo de Trabajo recomienda al CCFL que mantenga abierto un documento informativo de observación sobre este tema y que reconsidere este enfoque respecto al etiquetado verídico pero engañoso una vez que algunos de los temas pendientes sobre etiquetado hayan sido resueltos.

1. En 2002, el Comité del Codex sobre Etiquetado de Alimentos acordó establecer un grupo electrónico de trabajo, presidido por Australia e incluyendo representantes de Brasil; Canadá; Noruega; Reino Unido; Estados Unidos; *Consumers International*; y la Asociación Internacional de Organizaciones de Consumidores de Alimentos para examinar el tema del etiquetado engañoso de los alimentos. Esto se realizó luego de tomar en consideración el documento de discusión sobre el etiquetado engañoso de los alimentos preparado por los Estados Unidos de América del Norte (con la asesoría de académicos de la Universidad Americana y otros (CX/FL 02/12).
2. El documento de discusión de los Estados Unidos identificó tres amplias categorías de comunicaciones dirigidas a los consumidores por medio de las etiquetas de los alimentos:
 - Verídicas y no engañosas
 - Falsas
 - Verídicas pero engañosas
3. Sobre esta última categoría (Verídicas pero engañosas), el documento identificó cuatro categorías generales de comunicaciones engañosas en las que la información presentada en la etiqueta pudiera ser verídica, pero a pesar de eso engañar a los consumidores. Estas fueron brevemente descritas en el documento e incluyeron:
 - a) Omisión de un hecho pertinente – Una comunicación es engañosa debido a que se ha omitido un hecho pertinente.

- b) Engaños basados en la confusión – Una comunicación es engañosa debido a lenguaje, símbolos o imágenes que confunden.
 - c) Engaños debidos al mismo atributo – Una comunicación verídica sobre un atributo de un producto lleva a inferencias engañosas sobre el mismo atributo en ese producto o en otros productos en la misma categoría o en categorías similares.
 - d) Engaños debidos a diferentes atributos – Una comunicación verídica sobre un atributo de un producto lleva a inferencias engañosas sobre un atributo diferente en ese producto o en otros productos en la misma categoría o en categorías similares.
 - e) Engaños debidos a la fuente citada– Un apoyo por parte de una organización o individuo(s) lleva a inferencias engañosas.
4. El documento también arguyó que factores culturales y otros temas contextuales influyen mucho la interpretación de lo que se considera engañoso, con diferentes puntos de vista entre diferentes e incluso entre diferentes sectores de la comunidad dentro de un país. Lo que algunos pudieran considerar como un “dato pertinente”, pudiera ser considerado como no pertinente por otros. Al no haberse establecido un consenso, es más difícil desarrollar medidas objetivas que pudieran ser reflejadas en normas para manejar el etiquetado engañoso.
 5. En el 2003, el Grupo de Trabajo presentó un reporte (CX/FL 03/14) al Comité sobre Etiquetado de Alimentos (CCFL). Dicho reporte reflejó el análisis de un número de ejemplos sometidos por miembros del CCFL y considerados como de etiquetado engañoso, y ofreció además un análisis inicial de los textos de etiquetado del Codex que pudieran responder al etiquetado engañoso. Los análisis de ejemplos reafirmaron la observación del documento de discusión de los Estados Unidos respecto a la importancia de factores culturales, y otros, en la determinación del etiquetado engañoso.
 6. Luego de la discusión del Comité en 2003, y a pesar de las preocupaciones y objeciones de algunos delegados, el Comité acordó permitir mayores deliberaciones sobre si este tema debería añadirse al plan de trabajo sobre etiquetado de alimentos, antes de la reunión de 2004
 7. El Grupo de Trabajo convino una reunión informal con delegados al CCFL durante las reuniones del 2003 del Codex sobre etiquetado de alimentos, y obtuvo varios ejemplos adicionales, todos los cuales eran variantes de los ejemplos previamente presentados en el reporte del Grupo de Trabajo.
 8. Se identificaron dos opciones para avanzar en este tema: mayor elaboración de la estructura y examen de las comunicaciones engañosas, tal como se reseñan en el documento de discusión de los Estados Unidos; o un examen crítico de los textos de etiquetado existentes en el Codex para determinar si responden y manejan adecuadamente o no las comunicaciones engañosas.
 9. Es obvio que los textos de etiquetado del Codex han buscado asegurar que todo el etiquetado sea verídico y no engañoso, tanto con disposiciones generales y declaraciones de principios, como con requisitos específicos cuando se han identificado problemas en la práctica.
 10. Por ejemplo, la Norma General del Codex para el etiquetado de alimentos preenvasados incluye en la Sección 3, Principios Generales indica que:

*Los alimentos preenvasados no deberán describirse ni presentarse con una etiqueta o etiquetado en una forma que sea **falsa, equívoca o engañosa**, o susceptible de crear en modo alguno una impresión errónea respecto de su naturaleza en ningún aspecto [Párrafo 3.1 –énfasis añadido en el reporte].*
 11. Esta frase se repite, con menor o mayor variación, al principio de otras normas y directrices y ha sido generalmente aceptada por el CCFL como un principio de cobertura general para asegurar el etiquetado verídico.
 12. En la Norma General, en el texto que sigue a dicha frase, se añaden requisitos de etiquetado más específicos cuando se ha identificado el potencial de engaño (ver CX/FL 03/14). En los análisis, dichos textos abordan temas que pueden ser descritos como respondiendo a las siguientes categorías de comunicaciones engañosas (Omisión de un hecho pertinente; engaños basados en la confusión; engaños

basados en la confusión; y engaños debidos a diferentes atributos). Los Engaños debidos a la fuente citada parecieran estar principalmente cubiertos bajo la declaración del principio de cobertura general.

13. La pregunta clave sigue siendo si los textos de etiquetado del Codex responden adecuadamente al etiquetado engañoso.
14. El Grupo de Trabajo notó dos factores que tendrían impacto en tal evaluación. En muchos países miembros, los requisitos de etiquetado pueden variar, en parte o en detalle, de los textos adoptados en el Codex, y esto podría ser una fuente significativa de variación en la determinación del grado de engaño del etiquetado, y en su análisis en comparación con los requisitos del Codex. Además, el Grupo de Trabajo reconoció que en cada país miembro, las normas alimentarias operan dentro de una estructura legal que las autoriza y que dicha estructura puede tener un impacto sobre la interpretación e implementación de las normas mismas. Para algunos países, la obligación legal de etiquetado no engañoso está incluida en esa misma legislación de que las autoriza, proveyendo un adjunto significativo a la misma norma tanto para su interpretación como para forzar su cumplimiento respecto al etiquetado engañoso. Esto es menos claro en otras circunstancias, y esta variabilidad añade otro grado de complejidad al examen del etiquetado engañoso.
15. Un análisis de los ejemplos presentados en el reporte anterior del Grupo de Trabajo (CX/FL 03/14) demuestra que la mayoría de los estudios de caso pueden ser relacionados a disposiciones existentes en los textos de etiquetado del Codex (ver el Cuadro 1 a continuación.)

Cuadro 1: Estudios de casos sometidos y categorizados (referirse al CX/FL 03/14) bajo las cinco diferentes categorías de etiquetado engañoso identificadas en el CX/FL 02/12 [Preparado por Noruega para el Grupo de Trabajo sobre el Etiquetado Alimentario Engañoso]

Tipo de comunicación	Estudio de caso sometido	Norma o directriz del Codex que podría ser utilizada
1. Omisión de un hecho pertinente. [N= 9 estudios de caso, con 7 de ellos relacionados al lugar de origen del producto]	Jalea hecha de bayas importadas, etiquetada con la bandera del país donde la jalea fue procesada (Noruega).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.5.2
	Agua mineral aromatizada etiquetada como conteniendo flúor pero omitiendo declarar que el producto también contiene azúcar (República Checa vía <i>Consumers International</i>).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.2.1.2
	Jugo de naranja no declarando el contenido de agua añadida, etiquetado como 'fresco' pero conteniendo preservativos, o etiquetado como '100% jugo' pero compuesto de jugo reconstituido y agua (Hong Kong vía <i>Consumers International</i>)	La Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.2.1.2 y la Norma General sobre declaraciones de propiedades 5.1.iii
	Carne de bovinos en supermercados regionales inadecuadamente etiquetada respecto al lugar de origen del ganado (Australia).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.5
	Jugo, conteniendo 15% de concentrado de jugo importado, etiquetado como 'exprimido localmente' (Australia)	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.5.2
	Aceitunas importadas encurtidas con ingredientes locales e importados omitiendo declarar el verdadero país de origen (Australia).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.5.2

	Productos de yogur de fresas conteniendo fresas importadas pero etiquetados como productos locales (Australia)	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.5.2
	Producto de pastelería etiquetado como '100% de propiedad Australiana' cuando la compañía tenía una compañía matriz basada en los Estados Unidos (Australia).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 3.1
	Pescado etiquetado como capturado en aguas australianas omitiendo declarar que también es capturado fuera de las aguas australianas (Australia).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 3.1
Engaños basados en la confusión [N=16 estudios de caso de diferente naturaleza, difíciles de agrupar en ninguna clase. Algunos que los sometieron sugirieron diferentes clases para ejemplos similares].	Producto llamado 'Burgere', una palabra usada coloquialmente para las hamburguesas (Noruega).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.1.1.3
	Casos típicos en los que las ilustraciones implican que el producto contiene algo que no contiene o que representan exageradamente el contenido de un ingrediente presente solo en pequeñas cantidades (Dinamarca).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 3.1, 5.1
	Casos típicos en los que la información de la etiqueta representa erróneamente el lugar o país de origen del producto (Dinamarca).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.5
	Ingredientes listados en idioma Chino y en Inglés en los que la información contenida en las dos listas es diferente (Hong Kong vía <i>Consumers International</i>).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 8.2.2
	Jugo reconstituido etiquetado como 100% jugo (<i>Consumers International</i>).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.1.2 Tales temas pueden también ser enfrentados por medio de otras normas oficiales, tales como la Norma del Codex para el jugo de naranja, 45-1981, sección 6.1.2.2
	'Declaraciones de ligero', mal definidas desde el punto de vista del contenido de calorías de los productos en los que aparecen, infieren también que otros productos sin dichas declaraciones de propiedades tienen más calorías (Suecia vía <i>Consumers International</i>).	Directrices para el uso de declaraciones de propiedades nutricionales 6.4
	Aditivos artificiales etiquetados o bien por el nombre del aditivo, o por el número de E+, o agrupando sustancias como 'aromatizantes' (Suecia vía <i>Consumers International</i>).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.2.2.3
	'Margarina orgánica' (Suecia vía <i>Consumers International</i>).	

	Aceite de cocina declarando ser ‘libre de colesterol’, ‘cero colesterol’ o ‘nutritivo’ (India vía <i>Consumers International</i>).	The Norma General sobre declaraciones de propiedades 5.2 (vi)
	Producto de jugo de frutas, etiquetado y publicitado como ‘100% de frutas’, y descrito como fresa y frambuesa, pero siendo una mezcla de jugos reconstituidos y purés con el ingrediente principal siendo el jugo de uva (Australia).	Tales temas pueden también ser enfrentados por medio de otras normas oficiales, tales como la Norma del Codex para el jugo de naranja 45-1981, sección 6.1.2.2
	Etiqueta de jugo con gráficos de tamaño natural de cerezas y bayas, pero conteniendo 98% de jugo de manzana (Australia).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 3.2
	Barritas de Muesli etiquetadas como ‘te hace saludable’. Declaraciones ambiguas de significado dudoso para el consumidor (Australia).	La Norma General sobre declaraciones de propiedades 3.3
	Jalea de albaricoque con el principal ingrediente siendo peras (Australia).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.1, 3.1
	Producto de un restaurante de comidas rápidas etiquetado como ‘hamburguesa de pollo a la parrilla’, cuando la hamburguesa de pollo ha sido preparada al vapor, marcada, congelada, descongelada y finalmente cocinada en una plancha caliente de superficie doble (Australia).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.1
	Producto congelado de frutas, etiquetado como ‘sin azúcar añadida’, omitiendo declarar que el contenido intrínseco de azúcar del producto (Australia).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 3.1 Directrices del Codex sobre etiquetado nutricional 3.2.2
	Producto llamado ‘Jugo Superior Fresco de Naranja’ (<i>Fresh Premium Orange Juice</i>) que contiene jugo reconstituido y preservativos (Australia).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 4.1.2 Tales temas pueden también ser enfrentados por medio de otras normas oficiales, tales como la Norma del Codex para el jugo de naranja, 45-1981, sección 6.1.2.2
3. Engaños debidos al mismo atributo	Margarina “ <i>Transfree</i> ” [“Libre de trans”] (Noruega).	Directrices Generales sobre declaraciones de propiedades 3.5
[N=5 estudios de caso]	Casos típicos en los que las ilustraciones implican que el producto contiene algo que no contiene o que representan exageradamente el contenido de un ingrediente presente solo en pequeñas cantidades (Dinamarca).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 3.1, 5.1
	Sal yodada etiquetada como “baja en magnesio”. Se encontró que otros productos sin tales declaraciones tienen niveles más bajos de magnesio (India vía <i>Consumers International</i>).	Directrices Generales sobre declaraciones de propiedades 3.3

	Bebidas ‘Con sabor de plátano y mango’ o ‘Con sabor de manzana y kiwi’ con imágenes de verdaderos plátanos, mangos, manzanas y frutas de kiwi en la etiqueta pero no conteniendo realmente las frutas (Australia).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 3.1
	Productos de aceites comestibles promoviendo los beneficios de su contenido de ácidos grasos omega 3, sugiriendo que eran únicos en proporcionar esos beneficios y omitiendo presentar el contexto de la dieta total (Australia).	Las Directrices sobre declaraciones de propiedades saludables están siendo desarrolladas en el CCFL.
	Producto etiquetado ‘bajo en grasa’ pero conteniendo 5% de grasa, cuando los criterios del Código de Prácticas para las declaraciones de propiedades de bajo en grasas indican que el alimento no debe contener más de 3% de grasa (Australia).	Directrices del Codex sobre etiquetado nutricional 5.1 y cuadro de condiciones para contenido de nutrientes.
4. Engaños debidos a diferentes atributos [N=1]	Producto de pescado etiquetado en diferentes idiomas (Noruega).	Norma General para el etiquetado de alimentos preenvasados 8.2
5. Engaños debidos a la fuente citada [N=4]	Un pesticida ilegal encontrado en un producto orgánico (Noruega).	Directrices para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente: anexo 2 cuadro 2.
	Elaboradores declarando en las etiquetas de los productos que han donado fondos a organizaciones no gubernamentales o para la protección de medio ambiente. Los consumidores infieren de esto que los productos que llevan dichas declaraciones son más saludables o una opción más inocua (Grecia vía <i>Consumers International</i>).	
	Signo de calidad ‘Producto Saludable’ concedido en base de la información proporcionada por el elaborador (Letonia vía <i>Consumers International</i>).	Directrices Generales del Codex sobre declaraciones de propiedades 3.3
	Signo de calidad ‘Green Spoon’ concedido a productos con 75% del contenido de producción doméstica (Letonia vía <i>Consumers International</i>).	

16. Muchos de los ejemplos en el Cuadro 1 pueden ser considerados en conflicto con los requisitos existentes en los textos del Codex respecto al etiquetado, y por lo tanto fácilmente clasificados como no cumpliéndolos y por lo tanto engañosos. Algunos, particularmente los ejemplos que reflejan el etiquetado de país de origen, son consistentes con los requisitos de etiquetado del Codex pero se consideran sin embargo como engañosos porque las expectativas de los consumidores han cambiado en algunos países miembros.
17. La creciente sofisticación de las expectativas de los consumidores sobre informaciones adecuadas y verídicas para una elección de compra informada sobre los alimentos es un factor significativo en muchos países miembros. Esto está impactando en la sofisticación de las declaraciones y mensajes de

etiquetado, incrementando el potencial de etiquetado engañoso. Esto es más problemático cuando las expectativas de los consumidores proporcionan una clara ventaja en el mercado a ciertas representaciones respecto a los alimentos.

18. En conclusión, el Grupo de Trabajo considera que, aunque el etiquetado verídico pero potencialmente engañoso de los alimentos es problemático y capaz de hacerse más evidente con la mayor sofisticación de la demanda de información de los consumidores, la capacidad de progresar objetivamente en esta discusión antes de que se solucionen algunos de los asuntos pendientes en el programa del CCFL es limitada. Por lo tanto, el Grupo de Trabajo recomienda al CCFL que mantenga abierto un documento informativo de observación sobre este tema y que reconsidere este enfoque respecto al etiquetado verídico pero engañoso una vez que algunos de los temas pendientes sobre etiquetado hayan sido resueltos.