

Las Nuevas Regulaciones que fueron exitosas en el Rotulado Nutricional de Alimentos

Dr Javier Morán

Catedrático de Innovación Alimentaria, Director del Instituto Universitario de Innovación Alimentaria, Director de la spin-off San Antonio Technologies, Director de los Cursos de Verano en la UCAM-Universidad Católica San Antonio de Murcia. Profesor Titular del Instituto Nacional de Salud Pública de México y Profesor Visitante en la Universidad ISalud de Buenos Aires-Argentina.

Introducción

El comercio de alimentos, el intercambio y desarrollo de nuevos productos y la abundancia de los mismos es cada vez mayor. Se ha roto la teoría Maltusiana de producción de alimentos y podemos encontrar en cualquier lugar productos de la otra parte del mundo, lo que establece una nueva realidad, “un mundo globalizado”. Por otro lado, los cambios demográficos y de salud que se presentan a nivel global han hecho cambiar el perfil de productos alimenticios y servicios de salud buscando a un consumidor que se interese más en su salud y nutrición y que tenga más interés en el etiquetado y publicidad de productos y servicios.

En 2004 la Organización Mundial de la Salud (OMS) presentó su Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud, el cual se basa en un modelo de prevención de enfermedades y de promoción de la salud a través de una política pública que promueva hábitos de consumo saludables y el incremento en la actividad física. Una de las acciones propuestas para cumplir con esta meta es la de, “Mejorar la capacidad de toma de decisiones informada de la población sobre una alimentación correcta a través de un etiquetado útil, de fácil comprensión y del fomento del alfabetismo en nutrición y salud”.

El etiquetado de alimentos es una herramienta útil en la comunicación de la información nutricional. Se considera que puede tener el potencial de influir en la elección de alimentos, así como en los hábitos alimentarios de los consumidores. Al ser el etiquetado nutricional una importante fuente de información con la que cuenta el consumidor en el punto de venta, es imperativo que éste sea capaz de leer, interpretar y comprender la información que se presenta pudiendo ayudar a tomar decisiones como identificar la cantidad específica de cualquier nutriente y calcular su consumo por paquete y porción, evaluar lo que se considera una cantidad elevada o baja de algún nutriente, decidir si es o no una opción saludable para cada persona, ayudar a definir con qué frecuencia consumir un producto, comparar el contenido específico de uno o varios nutrientes con productos similares y evaluar el producto en contexto con la ingesta diaria recomendada.

La información nutricional, comúnmente localizada en la parte posterior o caras laterales de los productos, se vio complementada con otro tipo de información de carácter resumido y simplificado sobre nutrientes específicos de importancia relevante a la salud del consumidor si son consumidos de manera excesiva (azúcar, grasa, sodio) y aparecen en la parte frontal del producto. Este tipo de información se conoce como etiquetado frontal, el cual tiene por objetivo facilitar parte de la información nutricional presentada al consumidor en la parte trasera de los empaques con el fin de que puedan hacer evaluaciones rápidas del valor

nutricional del producto y favorecer la toma de decisiones de los alimentos que consumen reduciendo así el riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles.

Una variedad de sistemas se han desarrollado desde que el primer tipo de etiquetado frontal apareció hace más de 20 años. En 1987, con el objetivo de ofrecer a los consumidores un único símbolo que indicara si un alimento es "saludable para el corazón" la American Heart Association (AHA) creó el símbolo Guía Corazón. Desde entonces, los sistemas y los símbolos utilizados en el etiquetado frontal de los alimentos se han multiplicado. Los sistemas se han desarrollado por los fabricantes de alimentos, minoristas, expertos no industriales, organizaciones sin fines de lucro, la industria, consorcios y agencias gubernamentales.



En este sentido, el etiquetado frontal representa una herramienta valiosa pero potencialmente confusa para el consumidor que busca tomar decisiones mejor informadas sobre su alimentación y salud y la de su familia, conllevando una gran responsabilidad para el sector de salud pública de proporcionar la mejor alternativa que cumpla con el objetivo fundamental de este tipo de etiquetado, evitando la confusión y manipulación de los consumidores en la toma de decisiones.

Tipos de etiquetado frontal

Alrededor del mundo se han desarrollado diferentes sistemas de etiquetado frontal los cuales pueden clasificarse en tres distintos grupos dependiendo su intención de uso:

1. Los sistemas de nutrientes específicos que proporcionan información acerca de los nutrientes cuyo consumo es de mayor relevancia para el consumidor y suelen mostrar: calorías por porción, nutrientes específicos indicados en cantidad por porción, porcentaje de los valores nutricionales de referencia o indicadores de alto, medio o bajo contenido del nutriente y/o declaraciones de propiedades saludables o de contenido de nutrientes. Ejemplos de este tipo de etiquetado son las Guías Diarias de Alimentación (GDAs) y el semáforo nutricional en Reino Unido (UK Traffic Light).
2. Los sistemas de resumen que hacen una evaluación global del producto en relación al contenido nutricional, estableciendo puntos de corte para algunos nutrientes y con base en el análisis del alimento se determina si el producto satisface los criterios de calidad nutricional. Este sistema orienta al consumidor a hacer selecciones de alimentos saludables sin necesidad de procesar la información nutricional a detalle.

Un ejemplo de este tipo de etiquetado es el de “Choices” basado en las recomendaciones de la OMS o el “Sello Nutricional” en México.

3. Los sistemas de información por grupo de alimento hacen hincapié en determinados grupos de alimentos o componentes de algún producto o alimento. Como ejemplo de este etiquetado está el logotipo y/o leyenda que indica que el producto está “Hecho con granos enteros” (Whole Grain Stamp) o que es “libre de gluten” (Gluten Free).

Guías Diarias de Alimentación (GDAs)

Las GDAs se definen como la guía que indica la cantidad de energía (Kcal) y el máximo de grasas, grasas saturadas, sodio y azúcares por porción o por total de producto; indicando de igual manera al porcentaje que estos nutrientes representan en las necesidades diarias de una persona con una dieta promedio de 2000 Kcal.

Este tipo de etiquetado frontal fue incorporado en 2007 por la industria alimentaria que presentó en el panel frontal de sus productos información selecta de la tabla nutricional para calorías y grasas acompañado por el porcentaje de valor diario (%DV) o Guía de Cantidad Diaria (%GDA) con el objetivo de proveer a los consumidores con un vistazo rápido del contenido nutricional del alimento y como este contribuye a su porcentaje de consumo diario en la dieta.

Los valores de corte de los %GDAs fueron desarrollados en 1998 para fines de etiquetado como un medio de comunicación de las recomendaciones de ingesta de nutrientes por el Gobierno de manera que pudieran ser utilizadas como parte de la información nutricional en la parte posterior de los paquetes de alimentos. Una colaboración del gobierno del Reino Unido, las organizaciones de consumidores y la industria alimentaria, supervisado por el Instituto de Grocery Distribution (IGD), establecieron los valores para calorías, grasas y grasas saturadas para hombres y mujeres basados en los valores nutricionales de referencia del Comité de Aspectos Médicos de la Política Alimentaria (COMA) en 1991.

En México, como parte del Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria, Estrategia contra el sobrepeso y la obesidad (ANSA) el Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (ConMéxico), y la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) tomaron la iniciativa en 2011 de utilizar el etiquetado frontal GDA en sus productos. A partir del 2015 entra en vigor la incorporación obligatoria en alimentos y bebidas no alcohólicas el uso de la versión más reciente del etiquetado frontal GDA implementada por la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) de la Secretaría (Ministerio) de Salud de México la cual propone un sistema unicolor para cada figura con información numérica expresada en calorías para grasa saturada, otras grasas, azúcares totales y energía y en miligramos o gramos para sodio así como su referencia porcentual por el total del producto.



Ventajas y desventajas del etiquetado frontal de GDA's.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">• La información es precisa para los consumidores, particularmente aquellos que necesitan saber de nutrientes específicos como: diabéticos (azúcares), hipertensos (sodio) y en régimen de restricción alimentaria (calorías).• Usualmente son acompañados de perfiles nutricionales específicos y las empresas pueden ajustarse fácilmente a esos perfiles comunicando fácilmente los disparos de información.	<ul style="list-style-type: none">• Los consumidores que no buscan nutrientes específicos pueden encontrar poco útil la información.• En ocasiones se incluyen o se dejan fuera algunos nutrientes.

Semáforo Nutricional (Traffic light, UK)

En 1980 el Grupo de Prevención Coronaria de Reino Unido desarrolló un enfoque que definía los niveles “altos”, “medios” y “bajos” de los principales nutrientes en los alimentos (grasas, azúcares y sal). El concepto fue adoptado por algunas compañías de alimentos - en particular las cadenas de supermercados para sus productos de marca propia. Esta forma de etiquetado nutricional simplificado no fue aceptada por la mayoría de los fabricantes o los supermercados, y durante gran parte de la década de 1990 la cuestión sigue sin resolverse.

Sin embargo, con la creciente preocupación por los altos índices de obesidad y enfermedades relacionadas con una mala alimentación aunado al alto consumo de alimentos procesados y “listos para comer” en Reino Unido, se publicó, en 2004, un documento oficial propuesto por las políticas gubernamentales nombrado “Choosing Health” el cual llamaba a un etiquetado frontal simple y comprensible que pudiera ser aplicado en la mayoría de los productos.

En respuesta a esta llamada la Agencia de Estándares Alimentarios (Food Standards Agency) propuso un sistema de etiquetado utilizando códigos de color para identificar a los alimentos con “bajo”, “medio” y “alto” contenido de nutrientes específicos como grasa, grasa saturada, azúcar y sal. Este nuevo sistema fue denominado Semáforo Nutricional (Traffic-light). Los criterios nutricionales que sustentan este sistema representan una interpretación pragmática de expertos en recomendaciones dietéticas por el Comité de Aspectos Médicos de la Alimentación y Nutrición y de su sucesor, el Comité Asesor Científico de la Alimentación. La Agencia de Estándares Alimentarios continúa con la tarea de mantener los criterios nutricionales bajo revisión científica constante.

El Consejo de la Agencia acordó con fabricantes de alimentos y supermercados que el diseño y presentación de este etiquetado podía ser de carácter propio siempre y cuando respetaran los siguientes lineamientos:

- a) proveer información por separado para grasa, grasa saturada, azúcares y sal;
- b) utilizar los colores rojo, ambar y verde para codificar los niveles de estos nutrientes por separado;
- c) utilizar los criterios nutricionales desarrollados por la Agencia para determinar el color;
- d) dar la información nutricional de estos nutrientes específicos por porción de producto.

Basados en la investigación para determinar qué productos los consumidores encontraban más difíciles de evaluar nutricionalmente, la Agencia recomendó que el etiquetado se aplicara a los siguientes productos:

1. Sándwiches, empaquetados.
2. Comidas listas para comer o de “microondas”.
3. Hamburguesas y embutidos.
4. Empanadas y quiches.
5. Carnes empanizadas, en salsa o preparados de carne, pollo, pescado o productos similares (Ejemplo: Nuggets de pollo, dedos de pescado o albóndigas).
6. Pizzas.
7. Cereales para el desayuno.



Desde su aplicación, han existido diversas problemáticas por parte de la industria alimentaria, los consumidores y el parlamento europeo refiriendo que este tipo de etiquetado afectaba negativamente la venta de productos ya que lleva a malas interpretaciones particularmente por las marcas “rojas” aún en alimentos etiquetados como saludables, por ejemplo un aceite comestible de girasol con marcas “rojas” para grasa y grasa saturada. En 2014, la Comisión Europea abrió formalmente un procedimiento de infracción en contra de Reino Unido otorgándole dos meses para justificarse ante la industria de alimentos por sus constantes inconformidades. La Unión Europea rechazó el controversial etiquetado propuesto por Reino Unido citando un ejemplo paradójico donde la Soda de Dieta representaba un etiquetado más favorable que el aceite de oliva extra virgen. Los cargos en contra alegan una violación del

principio fundamental de la UE de la libre circulación de mercancías; es decir, el gobierno está ilegalmente interfiriendo con las opciones y elecciones de los consumidores.

Ventajas y desventajas del etiquetado de semáforo nutricional (*traffic light*).

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">• Por el uso de colores y en comparación con otros sistemas de etiquetado, en primera instancia, podría ser más entendible para el consumidor.• Para comparación entre mismas categorías de alimentos, podría ser un buen punto de referencia.	<ul style="list-style-type: none">• El sistema va en contra de la determinación de la OMS pues clasifica alimentos como “buenos” y “malos”. Lo cual va en contra de las leyes básicas de la alimentación.• Según algunos análisis este tipo de sistema suele influenciar a los consumidores hacia la compra de productos con etiquetado mayormente señalizado en verde.

Choices (The Netherlands)

En 2004 la OMS emitió un reporte recomendando la limitación en el consumo de sodio, azúcar, grasas saturadas y grasas trans con la finalidad de reducir la prevalencia de enfermedades crónicas relacionadas con la mala alimentación, incentivando a la industria de alimentos a ofrecer productos con menor cantidad de estos nutrimentos. Para 2005 el Ministro de Salud Holandés hizo un llamado a “establecer un logo en común para la elección saludable” introduciendo en 2006 el logo “Ik Kies Bewust” o Choices (elecciones) en Holanda. El logo se ha encontrado en una variedad de productos disponible en muchas cadenas de supermercados y centros de servicio de alimentos, incluyendo las estaciones de tren y cafeterías.

Los criterios para la obtención del logo fueron desarrollados y son periódicamente ajustados por un comité científico de expertos en alimentos y comportamientos de consumidores independiente. El logo es asignado a los productos con un perfil nutricional específico es decir que contienen menores niveles de sodio, azúcar, grasa saturada, grasa trans y calorías y mayores de fibra en comparación con productos similares en categoría.

En principio, los criterios genéricos de grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares se aplican a todos los productos. Sin embargo, para algunas categorías de productos, es imposible cumplir con los criterios genéricos debido a razones tecnológicas y de sabor, por lo que todavía hay una necesidad de un estímulo para la innovación de productos. Por lo tanto, se identificaron los grupos de productos para los cuales se definieron criterios específicos (por ejemplo, pan, carne). Para algunos grupos de productos se establecieron criterios adicionales para la fibra y calorías. Esto estimula la industria alimentaria para aumentar la disponibilidad de productos sanos en el mercado a través de innovaciones de productos y optimización de productos, ofreciendo a los consumidores una gama más amplia de productos saludables. El logotipo de Choices ha sido aplicado en más de 20 países incluyendo Francia, Polonia, República Checa y Estados Unidos, y en más de 1700 productos diferentes a la fecha.

El Comité Científico Internacional independiente evalúa los criterios de calificación cada dos años teniendo en cuenta los últimos avances en la ciencia de la nutrición y el mercado.



Ventajas y desventajas del etiquetado Mi elección (*Choices*).

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">• Siendo un logo sencillo, visualmente es la opción más sencilla de identificar por el consumidor sin mayores complicaciones.• Incentiva a la industria a innovar en la reformulación de productos para cumplir con el perfil nutricional.	<ul style="list-style-type: none">• Por la naturaleza de algunos productos no podrían aspirar a tener este tipo de logo.• Aunque siendo visualmente muy identificable no proporciona suficiente información al consumidor.

Análisis cualitativo del etiquetado frontal

Realizaremos un análisis cualitativo de las principales características que debe tener el etiquetado nutricional tomando en consideración los siguientes fundamentos:

1. Recomendaciones de Salud Pública, Organizaciones Internacionales y Agencias Reguladoras.
2. Comprensión y aceptación por parte de los consumidores.
3. Incorporación por parte de la industria alimentaria.

Este análisis ha sido realizado a partir de una revisión sistemática de publicaciones científicas, regulaciones y directrices de Organizaciones Internacionales y Agencias Reguladoras Nacionales y otros artículos, los cuales fueron base en el desarrollo de los reactivos de evaluación que en suma determinarán cualitativamente que sistema cuenta con el mayor número de características positivas para su aplicación como etiquetado frontal de alimentos y bebidas no alcohólicas.

El objetivo de este análisis es el de evaluar, a través de una ejemplificación sencilla y reactivos sustentados, la viabilidad y funcionalidad de los diferentes tipos de etiquetado frontal como parte de la orientación nutricional proporcionada al consumidor en la selección y compra de alimentos.

Reactivos de evaluación	GDA's	Semáforo	Choices
Proporciona información sobre nutrientes específicos por envase y/o porción.	x	x	
Es de relevancia para salud pública	x	x	x
Comprensión general por parte del consumidor.			x
Información relevante para poblaciones específicas de consumidores (diabetes, hipertensión, dislipidemia)	x	x	
El sistema facilita una comparación del valor nutricional por categoría de alimentos (cereales, aceites, cárnicos).	x	x	x
Influye directamente en la selección y compra de alimentos.	x	x	x
El sistema no califica a los alimentos en saludables y no saludables.	x		
Aceptación y adaptación por parte de la industria y productores de alimentos.	x		x
Armonía internacional para su uso.	x		x
Fomenta la reformulación de productos.	x	x	x
Total de reactivos	9	6	7

Proporciona información sobre nutrientes específicos por envase y/o porción

De acuerdo con los sistemas de etiquetado frontal existentes mencionados en el reporte de 2010 por el Instituto de Medicina de USA, tan solo los sistemas GDA y semáforo proporcionan información acerca de los nutrimentos cuyo consumo es de mayor relevancia para el consumidor, por ejemplo: calorías, azúcar, grasas y sodio por envase y/o porción. El sistema Choices pertenece al sistema de resumen, que hacen una evaluación global del producto en relación al contenido nutricional estableciendo puntos de corte para algunos nutrientes sin expresarlos de manera gráfica en el etiquetado frontal.

Es de relevancia para Salud Pública

En el marco de la Estrategia Mundial de la Organización Mundial de la Salud sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud algunas empresas de alimentos, entre las que se incluyen General Mills, Kellogg Company, Kraft Foods Inc., Mars Incorporated, Nestlé, PepsiCo Inc., The Coca-Cola Company y Unilever, firmaron un acuerdo donde reconocen que el incremento de la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles son el resultado de cambios en los patrones de consumo en la dieta y la falta de actividad física. Por este motivo, se

comprometieron a generar nuevos productos y reformular los que están en el mercado en los países donde operan con el objetivo de disminuir el contenido de sal, azúcares adicionados, grasas saturadas y grasas trans de sus productos. Bajo este concepto, el etiquetado frontal, en cualquiera de sus sistemas, representa un incentivo para los productores de alimentos así como representantes de Salud Pública y Agencias Reguladoras de fomentar tanto la reformulación de los productos como la creación de estrategias y unificación del etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas.

Comprensión general por parte del consumidor

El etiquetado frontal cumple con diversas funciones y cada sistema tiene una finalidad diferente y un sistema de evaluación diferente. El propósito principal sería ayudar a los consumidores a identificar y seleccionar alimentos basados en los nutrientes más fuertemente ligada a las preocupaciones de salud pública para la salud de la población. Sin embargo existe todavía una enorme brecha entre la aceptación visual del etiquetado frontal y la comprensión de su significado, evaluación y clasificación. Un estudio realizado en México mostró que los consumidores piensan que entienden correctamente la información de la etiqueta nutricional de los productos, sin embargo, al evaluar esta percepción se documenta que comprenden únicamente ciertos términos y son capaces de aplicar la información a tareas sencillas; cuando aumenta la complejidad del etiquetado, la comprensión disminuye. A pesar de que en este estudio 92.8% de los entrevistados declara que por lo menos en ocasiones lee el etiquetado nutricional, los resultados indican que esto no significa que lo comprendan e interpreten adecuadamente. De esta manera los indicadores visuales como el colorido del sistema semáforo podría influenciar visualmente la elección de un alimento pero sin llevar al consumidor a la comprensión de por qué es la mejor opción o como ayuda a su dieta en general.

Información relevante para poblaciones específicas de consumidores

Por diseño, los sistemas que proporcionan información específica de nutrientes (GDA, semáforo) identificados por los desarrolladores del sistema como nutrientes que deben vigilarse en la dieta. Situación particularmente benéfica en poblaciones con necesidades específicas que deben limitar o evitar el consumo de ciertos nutrientes, por ejemplo el contenido de sodio para una persona con hipertensión. El sistema de resumen (Choices) al hacer una evaluación del valor nutricional general del producto no permite a este tipo de consumidores facilitar la toma de decisiones respecto a los productos que más les convienen. Otros sistemas como los de información por grupo de alimento – no considerados dentro de esta revisión, son especialmente convenientes, por diseño, en esta característica, ya que su sistema de clasificación del producto va dirigido a la presencia de algún nutriente en específico, por ejemplo el “Heart-Healthy” de la AHA dirigido al perfil de grasas de ciertos alimentos.

El sistema facilita una comparación del valor nutricional por categoría de alimentos

Los sistemas basados en información específica de nutrimentos (GDA, semáforo) y en cierta extensión los de resumen (Choices), facilitan a los consumidores la comparación, dentro de una misma categoría de alimentos (por ejemplo aceites), del valor nutricional de diferentes

productos de la misma categoría. Si bien estas comparaciones también pueden realizarse con la información nutricional proporcionada al reverso del producto, el etiquetado frontal ofrece una ubicación más prominente que permite la toma de decisiones más rápidas y convenientes. La única desventaja que el sistema de resumen (Choices) presenta sería que, al hacer una evaluación general del valor nutricional del producto, no proporciona al consumidor el beneficio de hacer comparaciones a nivel de nutrientes específicos pudiendo llevar a una mala interpretación del valor nutricional completo de un alimento o producto si no se revisa el etiquetado posterior.

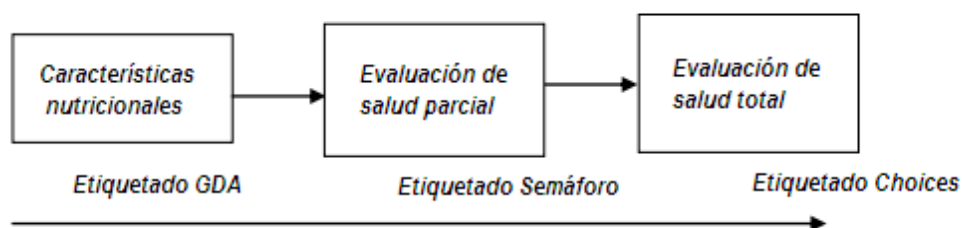
Influye directamente en la selección y compra de alimentos

Como se discutió previamente, los sistemas de calificación del etiquetado frontal se han desarrollado para diferentes propósitos. Entre los diferentes sistemas de calificación no hay dos que hayan sido desarrollados por exactamente los mismos fines; la preocupación por las limitaciones de los sistemas utilizados así como por la influencia potencial del etiquetado frontal en el fomento de las compras han impulsado gran parte del debate actual sobre su uso. Esto es muy importante porque la mayoría de las decisiones de compra con respecto a los alimentos se llevan a cabo de manera habitual o impulsiva toman sólo unos segundos con poco o ningún control cognitivo. Así, las etiquetas tienen que ser diseñadas para atraer la atención de los consumidores y proporcionarles información clara y objetiva. De acuerdo con un estudio realizado por una Universidad de Alemania, los consumidores aprecian y prefieren los productos con etiquetado frontal, el sistema GDA demostró poner en relevancia para el consumidor la cantidad de nutrientes específicos sin afectar directamente su libertad de decisión dejando a cada consumidor decidir cuál alimento consume y cuál no sin la intervención de otro tipo de indicadores como por ejemplo textos de alto, bajo o medio. Para el sistema de resumen Choices, dos estudios en Holanda mostraron que poblaciones específicas de consumidores (mujeres, personas con obesidad, adultos mayores, personas con control de peso, personas con un alto nivel educativo) reportaron comprar más productos que tenían el logo en comparación con los que no tenían, la principal razón para los consumidores que no elegían productos con el logo era que el sabor no era tan agradable. Finalmente el sistema de semáforo parece tener un impacto inicial en los consumidores sobre la cantidad de nutrientes específicos dividiendo a los alimentos en saludables y no tan saludables lo cual puede tener un impacto significativo en la decisión de compra de un producto. Un estudio en Reino Unido demostró que la incorporación del semáforo en comidas rápidas aumentó el número de ventas de los productos con mayor contenido de color “verde o bajo”.

El sistema no califica a los alimentos en saludables y no saludables

Uno de los objetivos del etiquetado frontal es el de proporcionar al consumidor las herramientas necesarias para que pueda hacer una evaluación rápida y personalizada de los alimentos que puede consumir en mayor o menor medida de acuerdo a su perfil nutricional, situación que se cumple con el sistema de etiquetado GDA el cual solo muestra el contenido de nutrientes específicos sin hacer alusión a si el contenido es alto-medio-bajo. Conforme avanza la complejidad del sistema y se trata de brindar al consumidor mayor información que la nutricional abarcando un tema de evaluación del perfil nutricional del alimento se puede caer en la tendencia de calificar a los alimentos en saludables y no saludables limitando y en

cierta medida manipulando la decisión del consumidor. Tanto el sistema de semáforo como el de Choices fomentan este tipo de conductas en el consumidor el cual, sin necesariamente entender el por qué el alimentos es saludable o no, se ve rápidamente influenciado hacia la compra de los alimentos que caen dentro de un perfil más saludable de acuerdo a los valores de referencia y de clasificación de cada sistema.



Aceptación y adaptación por parte de la industria y productores de alimentos y Armonía internacional para su uso

Tanto los sistemas GDA como Choices han logrado incorporarse en la mayoría de los países donde el etiquetado frontal ha sido propuesto, ya sea de manera voluntaria y obligatoria estos sistemas han logrado trascender entre los productores de alimentos y consumidores de varios países con una buena aceptación y disposición al cambio. El sistema de semáforo, originado en Reino Unido, a pesar de sus intentos por trascender aun dentro del mismo país de origen, se ha topado con diversos obstáculos principalmente por parte de los productores de alimentos quienes argumentan que este sistema afecta negativamente la venta de varios productos que podrían nunca recibir más que un etiquetado rojo sin opción a reformulación. Es por esto que la Unión Europea ha rechazado abiertamente el uso de este sistema de manera unificada.

Fomenta la reformulación de productos

Los sistemas etiquetado frontal pueden alentar a los productores de alimentos a reformular los productos o desarrollar nuevos productos para alcanzar los objetivos nutricionales específicos. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que en ocasiones, como durante la tendencia "bajo en grasa" en la década de 1990, alentar la reformulación de productos puede tener consecuencias no deseadas. Adicionalmente, se debe tener en cuenta que algunos sistemas de clasificación, como por ejemplo el semáforo, podrían perjudicar irreversiblemente la venta de ciertos alimentos que por su categoría o composición per se no tienen la posibilidad de ser reformulados y cuyo perfil nutricional siempre se verá representado negativamente de acuerdo al sistema aun cuando el alimento no represente un peligro y caso contrario de productos que no cumplen con un perfil nutricional balanceado pero que por su limitado contenido de nutrientes no parecen presentar, de acuerdo al sistema, un peligro a la salud (Ejemplo: aceite de oliva vs. Gaseosa light).

Conclusiones

Sin duda todo análisis dirigido a lo que implica el etiquetado de alimentos para los consumidores desde el ángulo académico es siempre polémico. Parece que lo que se regule debe ir o no en lo empaques en el frente o en la parte trasera amén de su utilidad, si emula lo que se usa exitosamente o no en otros países será siempre cuestionable pues las poblaciones

son diferentes en muchos sentidos y el éxito en términos de salud pública es difícilmente cuantificable.

El etiquetado frontal per se es sin dudas una fuente de información útil para el consumidor, empero si es gráfico como el Choices o simplemente brinda información de nutrientes específicos como las GDA's. Es sin embargo complicado cuantificar su utilidad en salud pública, sobre todo extrapolarlo a si puede ayudar o no a mitigar un problema de salud en este caso sobrepeso y obesidad.

Lo único ineludible es que los consumidores tienen derecho a información de lo que compran y que mejor que se represente en la parte frontal de los empaques. Es de otra suerte complicado considerar cual es la mejor opción para hacerlo considerando lo que existe y se ha usado o regulado en otros mercados.

Las opciones analizadas en este artículo muestran a través del análisis cualitativo que se ha hecho y las consideraciones formuladas la opción más balanceada al menos en este ejercicio ha sido sin duda las GDA's pues cumplen tres características esenciales que se piden para ser adoptadas: 1.- Utilidad para el consumidor. 2.- Relevancia para la salud pública y 3.- Fácil aplicación para la industria.