

# RESUMEN DE ESTUDIOS DE CONSUMIDORES Y COMPRENSIÓN DEL ETIQUETADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

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 (excedente) del Instituto Nacional de Salud Pública de México y Profesor Visitante en la Universidad ISalud de Buenos Aires-Argentina.

**Existe un consenso en la comunidad científica internacional que consiste en aseverar que las dietas y los alimentos pueden mejorar la salud y prevenir las enfermedades crónicas (1).** Sin embargo, la adopción de opciones alimentarias más saludables está limitada por distintas razones, ya sean de orden socioeconómico (2), o simplemente por los desequilibrios en la información acaecidos por la falta de conocimientos nutricionales por parte de los consumidores. Un estudio publicado en *Social Science and Medicine* en el que se analizan datos de 67 países se pudo demostrar el estrecho vínculo existente entre el desarrollo económico y el estatus socioeconómico con la obesidad (3). Los investigadores del estudio relacionaron los datos del índice de masa corporal de la población de cada uno de los países monitorizados con otros datos de carácter macroeconómico, como el producto interior bruto, y otros datos asociados a las condiciones socioeconómicas de la población como la educación, grado de ocupación y empleo e ingresos medios per cápita (que responde a las siglas inglesas de SES o *socioeconomic status*). **Los resultados registrados en estos estudios revelan que la obesidad aumenta con el desarrollo económico de cada nación, pero el estatus socioeconómico (SES) también influye de forma determinante. En los países con ingresos más bajos, las personas con un SES más alto reunían más probabilidades de ser obesas. Por el contrario, en los países con rentas per cápita más elevadas, las personas con un SES más alto tenían menos probabilidades de desarrollar obesidad puesto que optaban por una alimentación más saludable y la práctica de ejercicio regular (4).**

En diversos estudios observacionales, se ha podido advertir que **las dietas más saludables son, en efecto, más caras que las dietas menos saludables (5)**, lo que se atribuye al alto coste de la energía en alimentos ricos en nutrientes como frutas, verduras, pescado y carnes magras, mientras que la energía en los alimentos con un alto índice energético, pero con un bajo contenido en nutrientes esenciales, son las fuentes más baratas de energía dietaria (6). , los estudios de intervención en educación nutricional han demostrado que un aumento de la calidad nutricional de la dieta no debe redundar, necesariamente, en un aumento de los costes de la misma (7). Es decir, de conformidad con los estudios llevados a cabo por un destacado sector doctrinal, se puede sostener que **un mayor conocimiento del valor nutricional de los alimentos que se consumen puede traducirse en decisiones de consumo más saludables y coste-efectivas. De todos modos, para que este hecho se produzca es preciso que el consumidor conozca, como factor apriorístico, qué alimentos son los que le proporcionan un buen valor nutritivo por unidad de coste.**

Durante los últimos años, la industria se ha apoyado en gran medida en distintos formatos de información nutricional así como diversos tipos de declaraciones que expresan beneficios relacionados con la salud, para modular e influir en la toma de decisiones de los consumidores (8).

Dada la creciente cantidad de formatos diferenciados que han ido apareciendo continuamente en el mercado, las legislaciones de los distintos países, auspiciadas tanto por los organismos internacionales de armonización como el Codex Alimentarius, como por los mecanismos regionales de regulación como la Unión Europea, han adoptado estándares iusinternacionales (Codex), o regulaciones de obligado cumplimiento (Unión Europea), para proteger a los consumidores de la información que aparece en el etiquetado o en el envasado de los productos alimenticios de mensajes que puedan resultar confusos o engañosos.

Sin embargo, el debate en la actualidad se ha centrado en la contribución real de este acerbo normativo para dirigir a los consumidores hacia un consumo de alimentos más saludable e incluso, sostenible. Estas cuestiones tienen sobre todo un doble origen: las diferencias existentes entre las regulaciones mundiales en materia de información al consumidor, por un lado, y el impacto real de la información nutricional sobre las preferencias alimentarias de los consumidores que lo dirijan hacia elecciones dietarias más saludables, es decir, si los consumidores usan la información nutricional para racionalizar sus decisiones de consumo.

Se ha observado que las recientes modificaciones regulatorias relativas al etiquetado nutricional y al etiquetado obligatorio en muchos países, incluida la Unión Europea, parecen trazar una tendencia convergente, que puede ayudar a superar los obstáculos expuestos con anterioridad (9). El impacto que la información nutricional tiene sobre las preferencias alimentarias puede relacionarse con la competencia del consumidor con respecto a la comprensión de la información nutricional en los alimentos. A este respecto, los numerosos estudios y análisis que se han realizado con el tiempo, revelan resultados mixtos (10). Los primeros resultados de una investigación llevada a cabo por algunos autores parecen resaltar que los consumidores tienen un conocimiento general de la nutrición correcta, pero apenas utilizan sus conocimientos en la toma de decisiones y la compra de alimentos. En este sentido algunos autores como *Annunziata y Vecchio* también han puesto de relieve que los consumidores no utilizan la información nutricional que aparece en el etiquetado de los alimentos, porque no les resulta fácil de entender (11). Los estudios apuntan a que el conocimiento del consumidor sobre la información nutricional y su uso en las elecciones dietarias parece estar en gran medida influenciado por características subjetivas y condiciones personales como la edad, el interés por hábitos saludables o el estatus social (12). También debe señalarse que los impulsos de compra pueden originarse tanto por convicciones personales internas como por influjos de carácter externo. De hecho, las preferencias alimentarias están influenciadas tanto por factores sensoriales como por factores no sensoriales pero que en su conjunto conforman la percepción del consumidor (13). Por lo tanto, **las políticas públicas sobre nutrición y alimentación deben tener en cuenta todos los aspectos que influyen en la percepción de los consumidores con respecto a los mensajes nutricionales, a fin de definir un formato de información nutricional armonizado a nivel mundial que sea realmente capaz de crear un impacto en las preferencias alimentarias de los consumidores.**

Un etiquetado en este sentido podría realmente ser utilizado como el conductor preferido del proceso de toma de decisiones en opciones de alimentos más saludables que con tanta insistencia advierten las autoridades sanitarias y regulatorias de los distintos países y, en especial, la Unión Europea. La mayoría de sistemas de información nutricional que se impulsan en países de nuestro entorno no adoptan un enfoque holístico en esta materia, probablemente porque los consensos al respecto entre los distintos operadores públicos y privados aún son incipientes.

No cabe olvidar que los sistemas de información nutricional deben orientarse a un doble objetivo: proteger a los consumidores de los desequilibrios de la información y, por otro lado, promover la diferenciación del mercado y la innovación en la industria alimentaria, es decir, incentivar a la industria a mejorar las matrices alimentarias que pone en el mercado puesto que el 70% de los productos que se consumen tienen un origen industrial o han sido objeto de algún proceso industrial. **No obstante, y a pesar de los distintos modelos de información nutricional al consumidor que se han implementado recientemente en los distintos países, los estudios sobre el impacto de dichos sistemas advierten que éstos no resultan suficientemente eficaces para transmitir al consumidor el valor nutricional de los alimentos que consume y, en definitiva, en influir en sus decisiones de compra hacia opciones más saludables (Gráfico 1).**

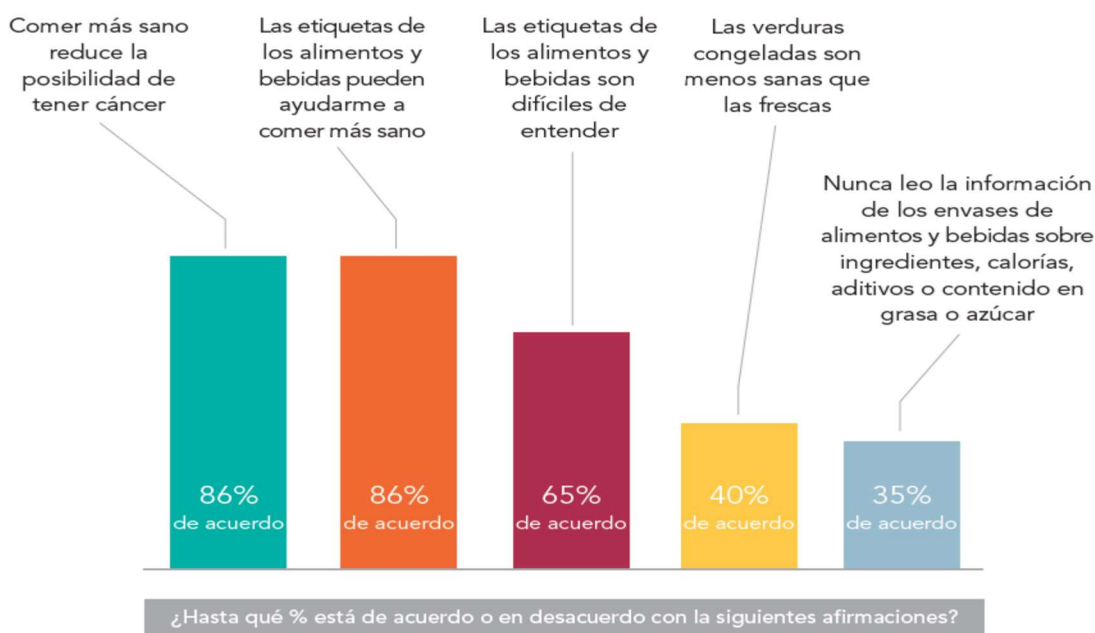


Gráfico 1. Fuente: Kantar-TNS

De la bibliografía analizada relativa a los aspectos de comprensión y uso de la información nutricional por parte de los consumidores cabe destacar que la mayoría de trabajos se focalizan en el nivel de comprensión del consumidor sobre la información nutricional pero pocos han profundizado en el impacto de las indicaciones nutricionales sugeridas por las guías alimentarias o nutricionales en la toma de decisiones del consumidor. En este último aspecto, las investigaciones revelan que existe una comprensión general de los conceptos clave de nutrición proporcionados por la pirámide de alimentos, pero el conocimiento específico de la colocación correcta del grupo de alimentos y el tamaño adecuado de la porción es muy endeble (14).

Incluso se ha demostrado que los consumidores tienen dificultades para interpretar las Guías Alimentarias, y en particular las lo que concierne al consumo de grasas (15). En definitiva, del análisis de estos estudios se ha puesto de relieve que la capacidad de los consumidores para extraer y utilizar correctamente la información nutricional del etiquetado nutricional es escasa (16).

Aunque los consumidores tienden a percibir el etiquetado nutricional como una fuente fiable de información nutricional (17), los consumidores rara vez usan etiquetas nutricionales en sus decisiones de compra (18). **De hecho, las barreras más importantes para el uso de las**

etiquetas nutricionales son, en primer lugar, la falta general de comprensión, conocimiento y confianza con los términos, símbolos y valores de información nutricional (19) y, en segundo lugar, el formato de presentación (legibilidad) (20). De hecho, los consumidores exigen un estándar simplificado con indicaciones más claras y más comprensibles (21) (Gráfico 2).

• Qué piensan de las etiquetas

• Cómo les gustaría que fuesen

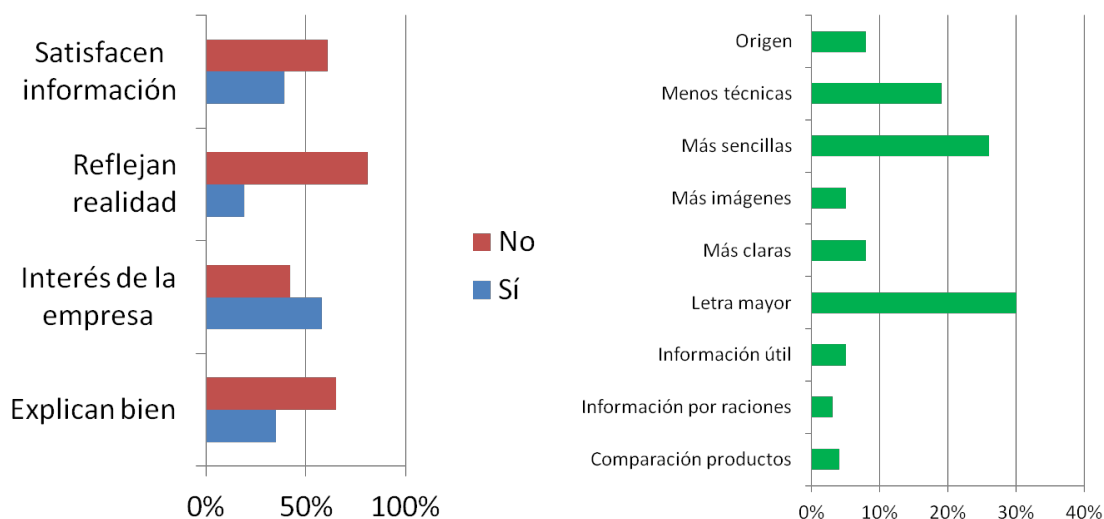


Gráfico 2. Fuente: Confederación Española de Organizaciones Amas de Casa, Consumidores y Usuarios

Un aspecto que ha sido evaluado muy positivamente por los consumidores es el FoP tanto en formato gráfico como el semáforo (22). Igualmente, se ha demostrado que una información completa en el FoP del etiquetado mejora la comprensión de los consumidores sobre el contenido de nutrientes en los alimentos (23). Sin embargo, la existencia de múltiples formatos FoP limita la comprensión del consumidor y desalienta su uso (24). Además del nivel de conocimiento de los consumidores sobre la información nutricional, el uso del etiquetado nutricional y de los FoPs también depende de varias características subjetivas, objetivas y contextuales. Los aspectos subjetivos incluyen las condiciones sociodemográficas de los consumidores, el sexo, la edad, el estado civil, el nivel de educación (25) así como los atributos organolépticos del producto como el sabor (26).

Entre los factores objetivos se destacan, principalmente, el precio, las declaraciones y otras características del producto (27), mientras que las características contextuales se refieren a limitaciones de tiempo o situacionales. En la mayoría de los casos, una mayor atención a la información relacionada con la calidad nutricional o los aspectos de salud del alimento por parte del consumidor parece estar estrechamente relacionada con una el compromiso de estos estilos de vida saludables y con una dieta rica y variada (28).

Para concluir la la presente discusión sobre comprensión de los consumidores sobre la información nutricional, las pantallas en el punto de venta parecen mejorar el conocimiento, pero no aumentan la retención (29).

Por otra parte, también es importante destacar que los consumidores apenas distinguen en el etiquetado entre las declaraciones nutricionales y las de propiedades saludables (30). En este

sentido cabe recalcar que en lo concerniente a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables de los alimentos la veracidad de ésta desempeña un papel importante. Si el etiquetado nutricional y la información confirman el mensaje de la declaración, es probable que se cumplan las expectativas de los consumidores. Por el contrario, los consumidores probablemente desarrollarán una opinión negativa sobre los productos con mensajes que no son validados por la información nutricional. Además, generando expectativas sobre los beneficios para la salud, las afirmaciones nutricionales y de salud podrían influir en la apreciación hedónica y, por último, en los factores sensoriales (31). Incluso se puede apreciar en las tendencias de los consumidores que la información acerca de las propiedades nutricionales parece prevalecer sobre las declaraciones de propiedades saludables, disminuyendo la confianza hacia estas últimas si son sesgadas por las primeras. Aunque las declaraciones de propiedades saludables pueden influir de forma determinante en la primera adquisición, sólo las características nutricionales acompañadas de las sensoriales determinan la redundancia de consumo (32).

Incluso algunos estudios apuntan que las declaraciones de propiedades saludables no sólo no influyen en las conductas de compra del consumidor sino que pueden disminuir la naturalidad percibida del producto (33).

Aunque la percepción de los consumidores de las declaraciones nutricionales y de salud es bastante positiva se ve afectada por factores de diversa índole. En primer lugar por que las diferencias entre los países en cuanto a los hábitos alimenticios determina el tipo de declaraciones (34), al igual que el valor de las declaraciones va estrechamente asociado al valor que socialmente se le atribuye a la matriz como saludable, o al conocimiento por parte del consumidor de los ingredientes funcionales que contiene. Otros aspectos importantes son los niveles de evidenciación científica que aporta el producto con declaraciones. En líneas generales, los consumidores tienen dificultades para discriminar entre estos niveles de evidenciación y es difícil de discernir si perciben correctamente las variaciones en cuanto al nivel de evidenciación se refiere, es decir, desconocen si las declaraciones de salud o nutricionales realizadas sobre los productos están sustentadas científicamente o no (35). Por último, de manera similar a la que se encuentra para el etiquetado nutricional y los FoPs, los consumidores que muestran familiaridad con los alimentos funcionales de los efectos alegados de nutrición o salud son más favorables hacia estos productos.

**En conclusión, los estudios que se han sintetizado en este apartado ponen de relieve que los consumidores tienen un conocimiento global de los conceptos claves de la nutrición pero disponen de competencias limitadas para clasificar correctamente los grupos de alimentos o de definir el tamaño adecuado de la porción con respecto a las necesidades nutricionales óptimas recomendadas.** Este hecho puede afectar negativamente a la conciencia de los vínculos existentes entre los componentes alimentarios y nutricionales y la dieta, explicando por qué los consumidores rara vez utilizan la información nutricional en los alimentos, aunque perciben el etiquetado nutricional y los FoP como fuentes fiables de información nutricional. Además, numerosos elementos como las características socio-demográficas y culturales, la afinidad y percepción de los productos así como la categoría de éstos, afectan a la capacidad de los consumidores para utilizar el etiquetado nutricional y los proveedores de alimentos para sus elecciones alimentarias correctamente. Estos resultados indican la necesidad de más investigación sobre qué tipo de información o conocimiento sobre la nutrición, los principios y componentes de los alimentos, y los efectos relacionados con la salud, tienen que ser proporcionados a los consumidores, y de qué manera, con el fin de ayudarles a tomar conciencia en la composición de una dieta saludable. La evidencia de estos nuevos estudios podría ayudar a los expertos ya los responsables de la formulación de políticas a planificar nuevas soluciones: etiquetas, vías

educativas, exposiciones en los comercios, para comunicar la información nutricional y aumentar la comprensión de los consumidores sobre los vínculos entre la salud y la dieta. Los consumidores podrían realmente ser más conscientes de las opciones de alimentos, lo que resulta en hábitos de consumo más equilibrado y sostenible. De esta manera, la industria alimentaria y el mercado también podrían beneficiarse en la medida que podrían seguir innovando y diferenciándose mediante el desarrollo de alimentos que realmente respondan a las necesidades de los consumidores, sin perjuicio de la protección y seguridad del consumidor.