

Licenciatura en Nutrición Trabajo Final Integrador

Autora: Daniella Alejandra Bracho Mendoza

NORMAS PARA EL ROTULADO NUTRICIONAL Y PUBLICIDADES DEL GRUPO DE DERIVADOS DE CEREALES

¿Se cumplen en productos en dietéticas?

2021

Tutoras: Lic. Vanesa Rodríguez García
Lic. Carla Carrazana

Citar como: Bracho Mendoza DA. Normas para el rotulado nutricional y publicidades del grupo de derivados de cereales: ¿se cumplen en productos en dietéticas? [Trabajo Final de Grado]. Universidad ISALUD, Buenos Aires; 2021. <http://repositorio.isalud.edu.ar/xmlui/handle/123456789/3226>



ÍNDICE

RESUMEN	3
TEMA	4
SUBTEMA	4
PROBLEMA	4
HIPÓTESIS	4
INTRODUCCIÓN	5
MARCO TEÓRICO	7
OBJETIVOS	12
Objetivo General	12
Objetivos Específicos	12
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	14
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	20
POBLACIÓN Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA	20
Criterios de Inclusión	20
Criterios de Exclusión	20
Criterios de Eliminación	20
RESULTADOS	22
DISCUSIÓN	28
CONCLUSIONES	29
BIBLIOGRAFÍA	30
ANEXOS	33

RESUMEN

El rotulado nutricional es el principal medio de comunicación entre la industria y el consumidor, su propósito es informar acerca de las características del alimento y facilitar la decisión de compra; una declaración engañosa o ambigua resulta contraproducente para el comprador e incumple con las normativas del Código Alimentario Argentino (C.A.A.). El *marketing* nutricional es cualquier tipo de publicidad en alimentos o bebidas para hacer más atractivo a un producto, la Información Nutricional Complementaria (I.N.C) influye en la decisión de compra del consumidor. El análisis se realizó diseñando una planilla en Excel siguiendo exigencias obligatorias y facultativas del capítulo V del C.A.A. Los ítems de la información obligatoria consideraron: principios generales, información obligatoria, rotulado nutricional y modelo de rótulo utilizado. La información facultativa valoró declaraciones de propiedades nutricionales e I.N.C. Se recorrieron dietéticas de CABA. Se tomaron muestras fotográficas de los productos. Se analizaron 60 ítems de forma individual para verificar si el producto cumplía con dicho ítem. Posteriormente se creó una tabla de parámetros donde se valoraban exigencias del código, de esta forma se determinó si el producto cumplía con las mismas. Los productos analizados fueron galletitas, cereales y barritas. De los 51 productos estudiados 80,39% no cumplen el capítulo V del C.A.A. Los envases de los productos del grupo de derivados de cereales no cumplen con la reglamentación establecida. Se demostró que, de los establecimientos estudiados, solo 19,61% de los artículos analizados cumplirían con las exigencias del C.A.A.

Palabras clave: código alimentario argentino, rotulado nutricional, marketing nutricional, dietéticas.

TEMA

Leyes de comercialización de alimentos en Argentina.

SUBTEMA

Análisis del cumplimiento de las normas del rotulado y publicidades en alimentos envasados del grupo de derivados de cereales.

PROBLEMA

¿Se cumplen las normas para la rotulación y publicidad en alimentos envasados del grupo de derivados de cereales?

HIPÓTESIS

El envase de los productos del grupo de derivados de cereales no cumpliría con la reglamentación establecida en el Capítulo V del Código Alimentario Argentino.

INTRODUCCIÓN

El rotulado nutricional de los alimentos es una herramienta muy importante debido al diverso y amplio espectro de alimentos ofrecidos en el mercado (1). El consumidor hoy en día está más informado y se apoya de este instrumento para su elección de compra (2). Según la FAO la etiqueta alimentaria es: “Cualquier marbete, rótulo, marca, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado en relieve o en huecograbado o adherido al envase de un alimento. El etiquetado incluye cualquier material escrito, impreso o gráfico que contiene la etiqueta, acompaña al alimento o se expone cerca del alimento, incluso el que tiene por objeto fomentar su venta o colocación” (3).

Siendo este el principal medio de comunicación entre la industria y el comprador, el propósito del rotulado nutricional es informar al consumidor de forma fidedigna acerca de las características del alimento, por lo tanto, existen normas que establecen cómo deben ser las descripciones de los mismos. Es fundamental que no se empleen frases o ilustraciones que inciten al consumidor a adquirir un producto si este no se corresponde con las características expuestas (3). El objetivo del rotulado nutricional además de informar debe ser facilitar la decisión de compra al consumidor acerca de cuál producto es más saludable que otro; una declaración engañosa, ambigua o que haga uso de eufemismos técnicos resulta contraproducente para el comprador e incumple con las normativas establecidas en el código alimentario (2).

Estudios anteriores, del grupo alimenticio de las grasas y aceites, demuestran que sólo un 74% de los productos analizados cumplían con la declaración de la información obligatoria. En este sentido, la conclusión de dicha investigación fue precisamente aumentar el monitoreo de los rotulados de los envases (4). Por otro lado, las publicidades y el *marketing* nutricional son un fuerte determinante en la elección de compra y el entendimiento de la calidad nutricional de un producto (5). Además, resulta interesante analizar las declaraciones facultativas no obligatorias

que se muestran en los envases de los alimentos ya que estas son atractivas para el consumidor pudiendo incurrir en confusiones al momento de su interpretación (6).

Hasta el momento, no hay investigaciones en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que se hayan enfocado en evaluar y analizar el cumplimiento de los rotulados, publicidades e información nutricional complementaria en este grupo alimentario.

Dada la importancia de este instrumento y abogando en la protección al consumidor resulta imperativo monitorear y verificar si la información expuesta cumple con la normativa establecida en el Capítulo V del Código Alimentario Argentino (7), por esto, el objetivo de la presente investigación será determinar si realmente se cumplen las normas para la rotulación y publicidad en los alimentos envasados del grupo de derivados de cereales.

MARCO TEÓRICO

El rotulado nutricional es toda aquella descripción que se encuentre adosado al envase del alimento, tiene como función comunicar las características nutricionales del alimento e información relacionada al mismo. No se deben declarar propiedades que el alimento no contenga, hacer referencias que induzcan a la mala interpretación del consumidor acerca de su contenido, afirmar efectos propios de un ingrediente en particular ni presentarse como medicina o cura de ciertas patologías o afecciones. En él, se deberá declarar un número de Registro Nacional de Establecimiento (R.N.E) y el mismo deberá ser respetado. No se debe obstaculizar la correcta visualización del rotulado por la adherencia de información no autorizada, el rotulado debe presentarse en óptimas condiciones que permitan su entendimiento. El idioma del rotulado nutricional debe coincidir con el idioma oficial del país en donde este se distribuya y consuma el producto, también deberá tener un tamaño que favorezca la correcta lectura del mismo. Como información obligatoria, en el envase del alimento debe presentarse de forma imprescindible la denominación de venta del alimento, la lista de ingredientes (incluye aditivos si es el alimento los tiene presentes), contenidos netos, la identificación de origen, datos del fabricante, identificación del lote, fecha de duración, preparación e instrucciones de uso en caso de corresponder y el rotulado nutricional. Es crucial además que se informen en los ingredientes si el alimento cuenta con alérgenos, se deberá de esta forma advertir la presencia de cualquier alimento de este grupo donde se incluye trigo, avena, cebada, centeno, crustáceos, huevos, pescados, maní, soja, leche, frutas secas y sus derivados. Obligatoriamente se deberán exponer los valores de carbohidratos, proteínas, grasas totales, grasas saturadas, grasas trans, fibra alimentaria y sodio presentes en el alimento respetando los distintos modelos permitidos (8).

En la actualidad, el consumidor le brinda gran importancia a la información del envase del alimento para realizar o no su compra y compara con alimentos similares para optar por la mejor opción. Según un estudio realizado en el año 2019 en la

provincia del Chaco teniendo como población destino a docentes y alumnos de un Instituto de Educación Superior, un 69% (n=240) de las personas encuestadas afirman leer la información nutricional antes de comprar un producto, el 31% restante (n=106) que afirmó no leer esta información argumentó que no lo consideraban importante, no la entendían o solo se fijaban del precio. Se considera relevante mencionar la población destino de dicho estudio para evidenciar que el no entendimiento del rotulado nutricional, no está exclusivamente determinado por el nivel académico del consumidor; personas con estudios avanzados también pueden encontrarse con confusiones a la hora de hacer la lectura del mismo. En definitiva, el fabricante del alimento debe presentar información concisa y fácil de entender para todo tipo de compradores, reducir la brecha del mal entendimiento de la rotulación nutricional es imperativo para la correcta información de las propiedades de los alimentos (2).

La información nutricional declarada en los envases de alimentos además de cumplir con la normativa debe ser más amena para el comprador, la credibilidad y el entendimiento deben estar garantizados para que las elecciones que realice el consumidor sean acordes a lo que el envase da a entender y pueda tomar decisiones más saludables a la hora de realizar las compras (9).

En Chile, un estudio se encargó de analizar el rotulado nutricional de más de 1.000 productos alimenticios envasados, entre los grupos estudiados se pueden mencionar cereales, legumbres, lácteos y golosinas. El objetivo era determinar si el mismo era confiable o no para los consumidores y que tan certera era la información declarada. En el mismo se pudo constatar que a pesar de presentar la información nutricional obligatoria, la misma en gran parte de los casos no tenía concordancia o presentaba errores en su declaración, la calidad de la información se catalogó como inexacta, a grandes rasgos, el 90,4% de los envases alimentarios analizados se catalogaron con información “presumiblemente correcta” lo cual, da hincapié a que lo que se indica no es 100% exacto (10). Por esto, resulta crucial que se respete, pero además que se cumpla de forma correcta la normativa establecida en el

Capítulo V del Código Alimentario Argentino (C.A.A) para la rotulación y publicidades de los alimentos envasados.

Un estudio de similares características al presente trabajo, analizó alimentos envasados del grupo de aceites y grasas y concluyó que solo un 74% de los alimentos analizados de dicho grupo declararon toda aquella información obligatoriamente establecida y que los demás alimentos de este grupo informaron entre el 60% y el 90% de lo solicitado por el código alimentario. Dentro del 26% de los alimentos restantes que no cumplían con la información obligatoria un 15% expuso menos del 10% de la información nutricional obligatoria a presentar siendo el mayor nivel de incumplimiento en el rotulado nutricional (4).

Otro determinante de compra es la información nutricional complementaria (I.N.C) o *claims* nutricionales. Si bien esta información no es obligatoria sino facultativa, los mismos también están reglamentados y sus requisitos se aplican a marcas y publicidades. Inclusive alimentos como aguas, sal, bebidas alcohólicas, aditivos alimentarios, especias, vinagres e infusiones que no aporten valor nutricional no podrán hacer uso de esta información. Los INC son “cualquier expresión y/o representación que afirme, sugiera o implique que un alimento posee propiedades nutricionales particulares, en relación a su valor energético y su contenido de proteínas, grasas, carbohidratos y fibra alimentaria, y también su contenido de vitaminas y minerales.” Hay dos tipos de INC, en primer lugar, encontramos a los de declaración de contenido absoluta “que describe el nivel o cantidad de uno o más nutrientes y/o valor energético presente en el alimento”; incluyéndose en sus posibles “bajo” o “no contiene” para el caso de valor energético, grasas totales, grasas saturadas, colesterol, sodio; “sin adición” para el caso de sal y “fuente” o “alto contenido” como atributos para ácidos omega 3, 6, 9, proteínas, fibra alimentaria, vitaminas y minerales. (1)

Por su parte los I.N.C de declaración de contenido comparativo “son aquellos que compara o coteja en menos el/los nivel/es de uno o más nutrientes y/o valor

energético de dos o más alimentos”. Entre sus atributos se podrá clasificar como “reducido” el valor energético, las azúcares, grasas totales, saturadas, colesterol, sodio y “aumentado” para proteínas, fibra alimentaria, vitaminas y minerales.

Cabe acotar que ambos tipos de I.N.C responden a condiciones específicamente estipuladas para poder hacer uso de las declaraciones en los envases de los alimentos (11).

El *marketing* nutricional es cualquier tipo de publicidad en alimentos o bebidas que haga uso de la información nutricional para hacer más atractiva la compra de un producto. Las empresas productoras de alimentos han concluido que esta información es llamativa para el consumidor y cada vez se hace más uso de la misma, principalmente en productos procesados y ultraprocesados, para mostrar ciertas cualidades que producirían un beneficio si se consume dicho alimento, esta información puede no ser del todo certera. Un estudio realizado en España determinó que de un N=88, 65 productos (74%) hicieron uso de el *marketing* nutricional. De estos, 55 productos, lo que representa a un 62% de la muestra, recurrieron al “grafismo sugerente de producto saludable” como tipo de *marketing* nutricional más usado, entre las otras publicidades pueden mencionarse alegaciones nutricionales, alegaciones relacionadas a la salud y declaraciones sanitarias avaladas científicamente. En este mismo estudio se determinó que, de los alimentos estudiados que hacían uso de *marketing* nutricional, un 87% correspondían a cereales, galletas y bollería (12).

Estudios demuestran que la información presentada como I.N.C regulan la decisión de compra del consumidor. Las afirmaciones como “bajo en calorías”, “con fibra”, “0% azúcares”, “0% grasa y colesterol” brindadas en los envases de alimentos hacen al mismo más atractivo y constituyen una importante influencia en el consumidor a la hora de elegir un alimento sobre otro. Los *claims* nutricionales pueden ser ambiguos lo que induciría a mal interpretaciones por parte del consumidor en especial si este no tiene un correcto entendimiento de las afirmaciones expresadas o si el productor del alimento busca intencionalmente

proveer mensajes poco claros. Por esto la reglamentación también debe ser cumplida, respetada y especialmente, monitoreada (13).

Se ha analizado que el uso de *claims* nutricionales y, se determinó que especialmente en el grupo de cereales, el uso de estos hace parecer a un producto potencialmente más saludable de lo que en realidad es, o incluso, hacer que un alimento que no es saludable parezca serlo (14).

Los productos farináceos derivados o de segunda industrialización como las galletitas dulces y saladas, cereales para el desayuno y barras de cereales, tienen un importante consumo en la Argentina, posicionándose incluso en los primeros puestos de mayor consumo per cápita en la región. Considerando estas características y el auge en su producción y comercialización resulta de interés evaluar si los argentinos están siendo bien informados respecto a un grupo de derivados de tan considerable consumo en el país (15).

Hasta la fecha, las investigaciones acerca de el cumplimiento de las publicidades y rotulado nutricional en el grupo de alimentos envasados de derivados de cereales son insuficientes, este estudio buscará presentar una perspectiva actual respecto al tema en cuestión y determinar si hay cumplimiento o no del capítulo V del Código Alimentario Argentino.

OBJETIVOS

Objetivo General

Identificar el cumplimiento de las normas para la rotulación y publicidades en alimentos envasados del rubro de derivados de cereales en dietéticas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante 2021.

Objetivos Específicos

- 1) Confirmar la presencia de rótulo en los envases de alimentos del rubro de derivados de cereales en dietéticas de un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante 2021.
- 2) Evaluar el estado el rotulado nutricional en los envases de alimentos del rubro de derivados de cereales en dietéticas de un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante 2021.
- 3) Examinar si se declara la denominación de venta del alimento en los envases de alimentos del rubro de derivados de cereales en dietéticas de un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante 2021.
- 4) Indicar si se especifica la lista de ingredientes en los envases de alimentos del rubro de derivados de cereales en dietéticas de un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante 2021.
- 5) Verificar si se señala contenido neto en los envases de alimentos del rubro de derivados de cereales en dietéticas de un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante 2021.

- 6) Indicar si se presenta la identificación de origen en los envases de alimentos del rubro de derivados de cereales en dietéticas de un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante 2021.
- 7) Identificar la presencia de Número de Registro Nacional de Establecimiento (RNE) en los envases de alimentos del rubro de derivados de cereales en dietéticas de un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante 2021.
- 8) Indagar si se declara la fecha de duración en los envases de alimentos del rubro de derivados de cereales en dietéticas de un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante 2021.
- 9) Mencionar que tipo de modelo de presentación de la tabla nutricional se usa en el envase se encuentra ubicado en alimentos del rubro de derivados de cereales en dietéticas de un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante 2021.
- 10) Analizar qué tipo de *claims* o información nutricional complementaria está presente en el envase de alimentos del rubro de derivados de cereales en dietéticas de un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante 2021.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS				
VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	TIPO DE VARIABLE	RESULTADO	OBTENCIÓN DEL DATO
Ubicación del establecimiento	Lugar en que está ubicado (16). Lugar donde habitualmente se ejerce una actividad (17).	Cualitativa, ordinal, pública.	- Número de Comuna de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.	Instrumento de elaboración propia.
Tipo de producto	Sustancia o producto destinado a ser ingerido por los seres humanos. (18)	Cualitativa, ordinal, policotómica, pública.	- Nacional - Internacional	Instrumento de elaboración propia.

VARIABLES EN ESTUDIO					
DIMENSIÓN	VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	TIPO DE VARIABLE	RESULTADO	OBTENCIÓN DEL DATO
Información Nutricional Obligatoria	Rótulo	Es toda inscripción, leyenda, imagen o toda materia descriptiva o gráfica que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o huecograbado o adherido al envase del alimento con el objeto de suministrar al consumidor información sobre características particulares de los alimentos, su forma de preparación, manipulación y conservación, su contenido y propiedades nutricionales (8).	Cualitativa, nominal, dicotómica, pública.	- Presencia - Ausencia	Instrumento de elaboración propia.
	Estado del Rotulado Nutricional	Situación en que se encuentra algo. (19)	Cualitativa, ordinal,	- Buen estado - Regular estado - Mal estado	Instrumento de elaboración propia.

			pública, policotómica		
Denominación de venta del alimento	Es el nombre específico y no genérico que indica la verdadera naturaleza y las características del alimento. (20)	Cualitativa, nominal, dicotómica, pública.	- Presencia - Ausencia	Instrumento de elaboración propia.	
Lista de ingredientes	Aquella que debe especificar todos los ingredientes que componen el producto, excepto en el caso de los que contienen un solo ingrediente, como por ejemplo el azúcar. (21)	Cualitativa, nominal, dicotómica, pública.	- Presencia - Ausencia	Instrumento de elaboración propia.	
Contenidos Netos	Es el peso total del producto. (22)	Cualitativa, nominal, dicotómica, pública.	- Presencia - Ausencia	Instrumento de elaboración propia.	
Identificación de origen	Es la información sobre el fabricante o productor o fraccionador o titular de la marca. (23)	Cualitativa, nominal, dicotómica, pública.	- Presencia - Ausencia	Instrumento de elaboración propia.	

<p>Número de Registro Nacional de Establecimiento</p>	<p>Certificado que las autoridades sanitarias jurisdiccionales otorgan a una empresa elaboradora de productos alimenticios o de suplementos dietarios para sus establecimientos elaboradores, fraccionadores, depósitos, etc. Es una constancia de que la empresa ha sido inscrita en el Registro Nacional de Establecimientos, que la habilita para desarrollar la actividad declarada. Además, es un requisito para el posterior registro de sus productos. (24)</p>	<p>Cualitativa, nominal, dicotómica, pública.</p>	<p>- Presencia - Ausencia</p>	<p>Instrumento de elaboración propia.</p>
<p>Fecha de Duración</p>	<p>Es la fecha hasta la cual el producto mantiene sus propiedades y resulta apto para el consumo. (25)</p>	<p>Cualitativa, nominal, dicotómica, pública.</p>	<p>- Presencia - Ausencia</p>	<p>Instrumento de elaboración propia.</p>

	<p>Modelo de Presentación</p>	<p>La información nutricional, debe aparecer agrupada en un mismo lugar, estructurada en forma de cuadro (tabular), con las cifras y las unidades en columnas, siempre que el tamaño de la etiqueta lo permita. De lo contrario puede ser simplificado en forma lineal. (26)</p>	<p>Cualitativa, ordinal, policotómica, pública.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo vertical A - Modelo vertical B - Modelo lineal 	<p>Instrumento de elaboración propia.</p>
<p>Información Nutricional Complementaria</p>	<p>Uso de Claims Nutricionales</p>	<p>Es cualquier expresión y/o representación que afirme, sugiera o implique que un alimento posee propiedades nutricionales particulares, en relación a su valor energético y su contenido de proteínas, grasas, carbohidratos y fibra alimentaria, y también su contenido de vitaminas y minerales. (27)</p>	<p>Cualitativa, nominal, dicotómica, pública.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia - Ausencia 	<p>Instrumento de elaboración propia.</p>

	<p>Declaración de Contenido Absoluto</p>	<p>Es la INC que describe el nivel o cantidad de uno o más nutrientes y/o valor energético presente en el alimento. (27)</p>	<p>Cualitativa, ordinal, pública, policotómica</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alto contenido - Fuente - Bajo contenido - Muy bajo contenido - Sin adición - No contiene 	<p>Instrumento de elaboración propia.</p>
	<p>Declaración de Contenido Comparativo</p>	<p>Es la INC que compara o coteja en más o en menos el/los nivel/es de uno o más nutrientes y/o el valor energético de dos o más alimentos. (27)</p>	<p>Cualitativa, ordinal, pública, dicotómica</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reducido - Aumentado 	<p>Instrumento de elaboración propia.</p>

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo será cuantitativo de diseño no experimental, su investigación de corte transversal con alcance descriptivo. Los diseños no experimentales se caracterizan por la cantidad de veces en las cuales se recolectan los datos, en la investigación transeccional esto ocurre una única vez. Los diseños transversales descriptivos en un único momento investigan sobre diversas variables de interés y facilitan su descripción. (28)

POBLACIÓN Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA

La población del presente trabajo serán los envases de alimentos de argentina. Para la muestra se seleccionarán alimentos pertenecientes al grupo de derivados de cereales comercializados en dietéticas de un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El tipo de muestra será no probabilística por conveniencia, cuyos criterios de inclusión, exclusión y eliminación se presentan a continuación:

Criterios de Inclusión

- ◇ Alimentos envasados.
- ◇ Derivados de cereales del grupo de galletitas dulces, saladas, barras de cereal y cereales para el desayuno.

Criterios de Exclusión

- ◇ Alimentos importados que no respondan a las exigencias del capítulo V del C.A.A.
- ◇ Alimentos de preparación casera.
- ◇ Alimentos de la misma marca / empresa productora.

Criterios de Eliminación

- ◇ Alimentos con rotulado nutricional no legible.

- ◇ Alimentos con rotulado nutricional parcialmente arrancado o deteriorado.

MATERIAL Y MÉTODO

El análisis se realizó diseñando y estandarizando una planilla en Excel, la misma se creó siguiendo exigencias obligatorias (38 ítems) y facultativas (22 ítems) del capítulo V del C.A.A. Entre los ítems de la información obligatoria se consideraron 4 categorías las cuales se describen a continuación; 1) Principios generales, que determina principalmente la existencia del rotulado nutricional y su estado. 2) Información obligatoria, que tiene que ver con todo lo relacionado a aspectos obligatorios a declarar como denominación de venta, ingredientes, contenidos netos, identificación de origen, nombre o razón social del fabricante, número de registro nacional de establecimiento, identificación del lote, fecha de duración y declaración de aditivos. 3) Rotulado nutricional, consta de la declaración de macro y micronutrientes obligatorios, valor energético, leyendas obligatorias y por último la cuarta categoría indagaba acerca del modelo de rótulo utilizado, vertical A, vertical B o lineal. La información facultativa valoró declaraciones de propiedades nutricionales e información nutricional complementaria de tipo absoluto o relativo. Se procedió al recorrido de distintas dietéticas de un barrio en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires donde se solicitó autorización para ingresar a las dietéticas (anexo 3). Una vez otorgado el acceso, se tomaron muestras fotográficas de los productos a analizar: cereales para el desayuno, barras de cereal, galletitas dulces y saladas. Se capturaron al menos 4 fotos por producto para luego cargar los datos en la matriz del Excel. Una vez cargados todos los productos, se analizaron los 60 ítems de forma individual para obtener la frecuencia absoluta y relativa respecto a si cumplían o no con dicho ítem. Posteriormente se creó una tabla de parámetros donde se valoraban exigencias obligatorias del código y de esta forma se determinó si el producto cumplía o no con el capítulo V del Código Alimentario Argentino.

RESULTADOS

De los 51 productos estudiados el 80,39% no cumplen con las exigencias del capítulo V del Código Alimentario Argentino como es mostrado en el gráfico 1. Los productos se obtuvieron de distintas dietéticas en un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Como se muestra en el gráfico 2, de los productos analizados un 63% fueron galletitas, 23% cereales y un 14% barritas de cereales. De los mismos, un 82% contaba con rotulado mientras que un 18% no (gráfico 3). Los que poseían rotulado se encontraban en correcto estado para su visualización. La denominación de venta del alimento se encontraba declarada en el 84% de los productos mismo porcentaje se repite para la lista de ingredientes de los artículos analizados. En cuanto a los contenidos netos, solo dos productos no mencionaban esta información, lo que indica un 96% de cumplimiento de esta variable. El 20% de los productos no presentaban identificación de origen ni indicaban el número de Registro Nacional de Establecimiento, lo que se puede observar en el gráfico 4. En cuanto a la fecha de duración de los alimentos, un 53% la presentaba de forma correcta. En la tabla número 1 se muestra la proporción de la declaración de la fecha de duración con las expresiones admitidas por el Código Alimentario Argentino. Por otro lado, el tipo de modelo de presentación de la tabla utilizado con más frecuencia fue el modelo vertical A como se observa en el gráfico número 5. En relación a los *claims* nutricionales, se observa en el gráfico número 6 (n=94) la proporción de los mensajes categorizados por propiedades nutricionales particulares en relación a nutrientes obligatorios a declarar, micronutrientes y otros. En cuanto a otras declaraciones, un 36,59% de los productos declararon ser sin T.A.A.C (gráfico 7) y un 21,95% ser veganos. En el caso de la información nutricional complementaria, el n muestral aumenta debido a que un mismo producto puede o no contener más de un mensaje facultativo. Se destaca además que respecto a la mención de localidad y país en la dirección del fabricante un 49% de los productos analizados no mencionaban el país mientras que un 10% no mencionaba dirección del fabricante y solo un 16% declaraba tanto la localidad como el país en la dirección como establece el artículo (gráfico 8).

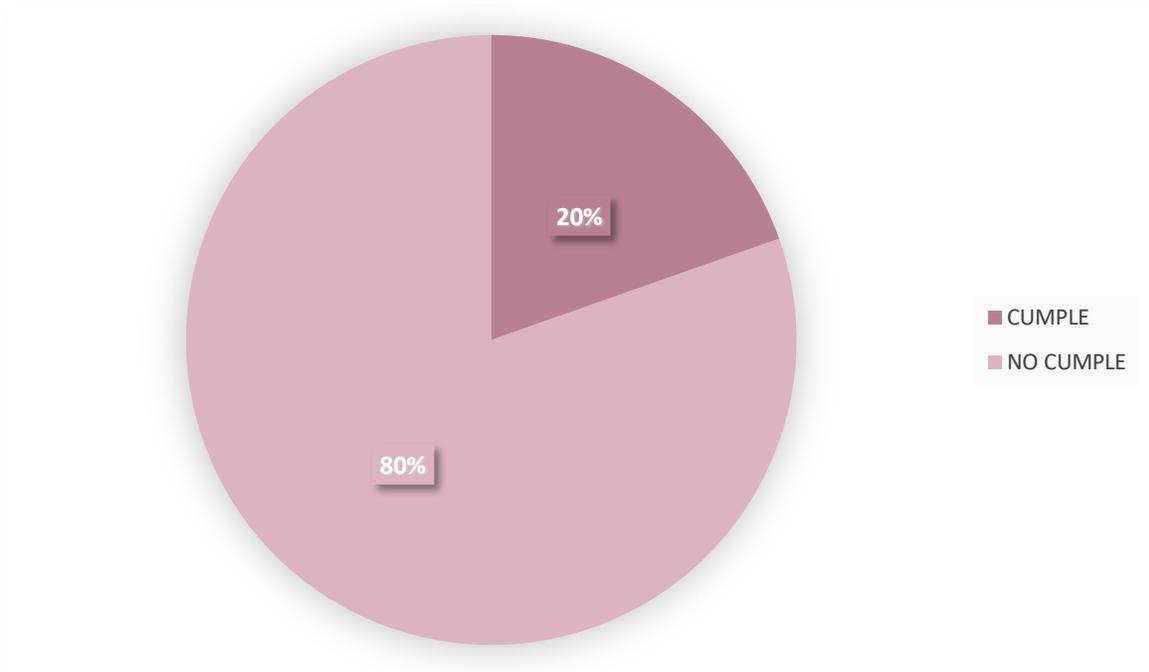


Gráfico 1 – Cumplimiento del capítulo V del C.A.A en el grupo de derivados de cereales (cereales, barras de cereales y galletitas).

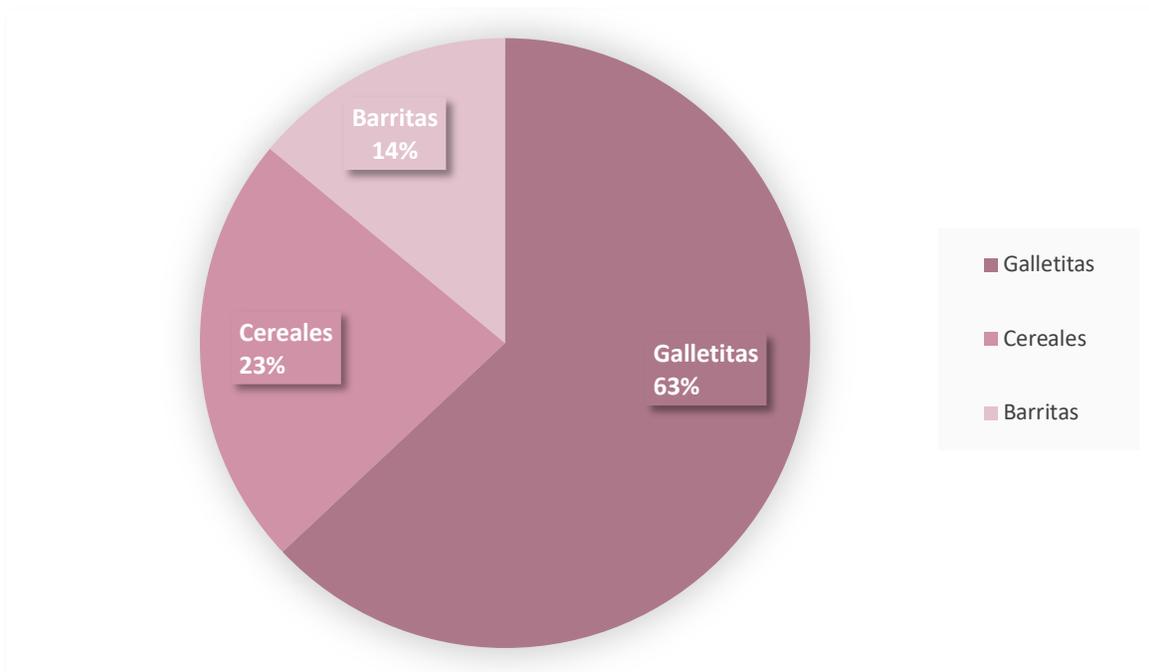


Gráfico 2 – Distribución porcentual de los productos analizados.

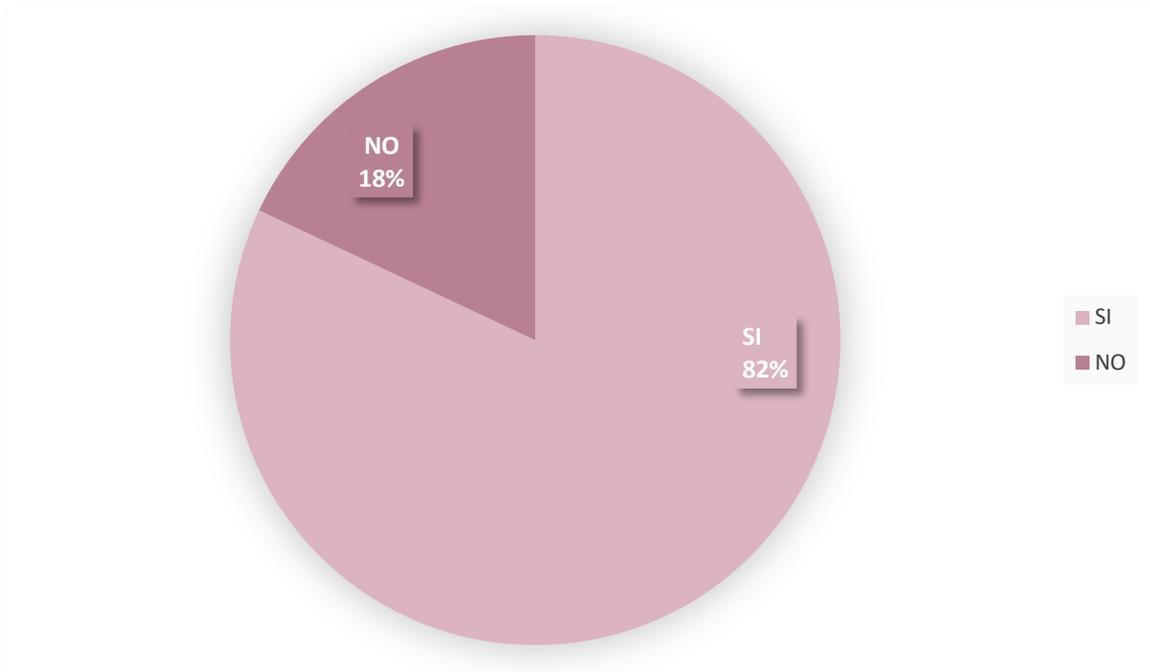


Gráfico 3 – Presencia de rotulado nutricional.

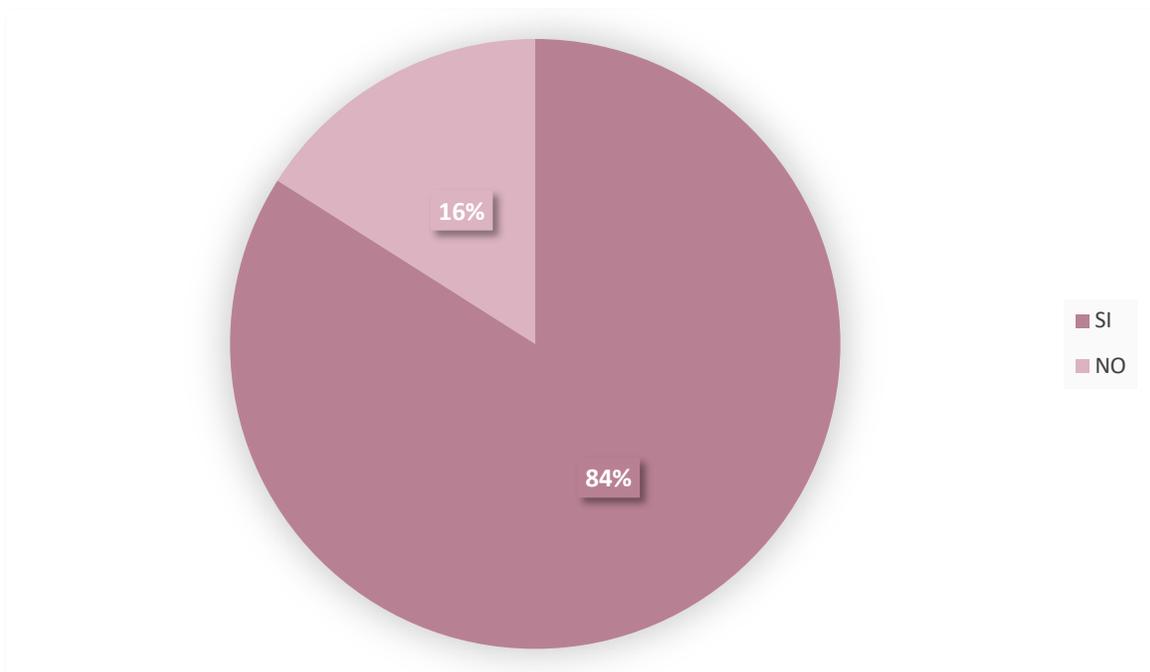


Gráfico 4 – Declaración del número de registro nacional de establecimiento.

TABLA 1		
DECLARACIÓN DE LA FECHA DE DURACIÓN CON EXPRESIONES ADMITIDAS POR EL CÓDIGO ALIMENTARIO ARGENTINO (%)		
<i>¿INDICA LA FECHA DE DURACIÓN CON LAS EXPRESIONES "CONSUMIR ANTES DE..." , "VÁLIDO HASTA", "VALIDEZ..." , "VAL..." , "VENCE..." , "VENCIMIENTO..." , "VTO..." , "VENC..." , "CONSUMIR PREFERENTEMENTE ANTES DE..."?</i>	EXPRESIÓN UTILIZADA	N
SI 27 productos = 52,94%	CONSUMIR PREFERENTEMENTE ANTES DE	2
	CONSUMIR ANTES DE	1
	VENCIMIENTO	2
	VENC	2
	VTO	20
NO 24 productos = 47,05%	NO UTILIZA EXPRESIÓN	2
	EXP	1
	N/A	12
	VEN	2
	V	7
TOTAL		51

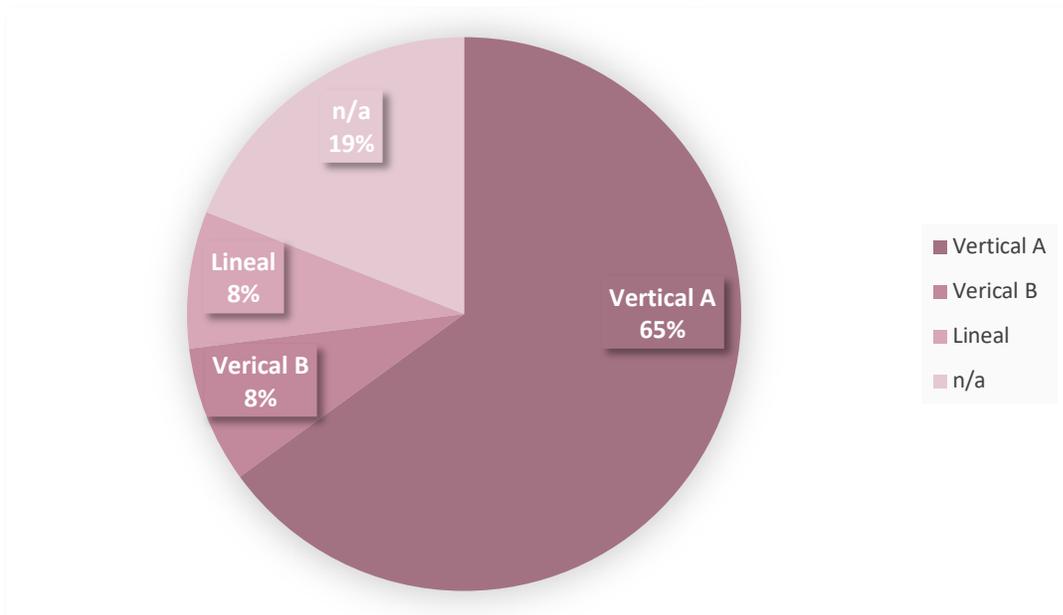


Gráfico 5 – Proporción del modelo de presentación elegido para mostrar la tabla nutricional.

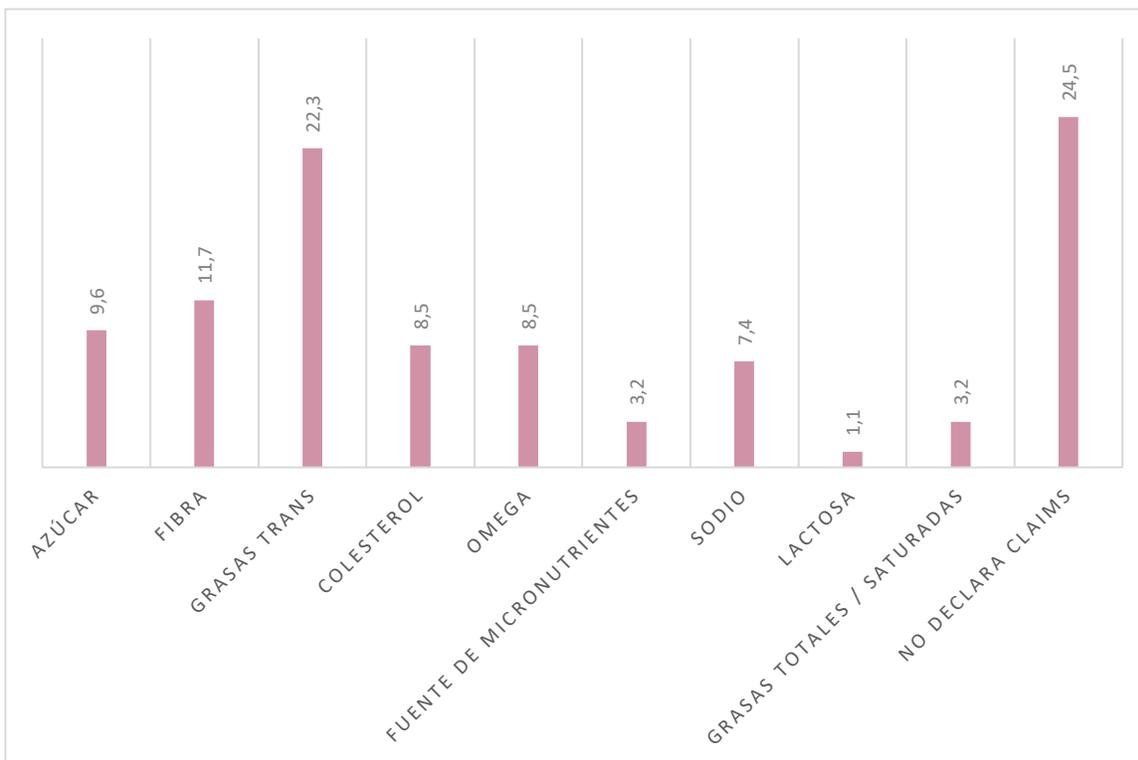


Gráfico 6 – Proporción de los mensajes categorizados por propiedades nutricionales particulares en relación a nutrientes obligatorios a declarar, micronutrientes y otros.

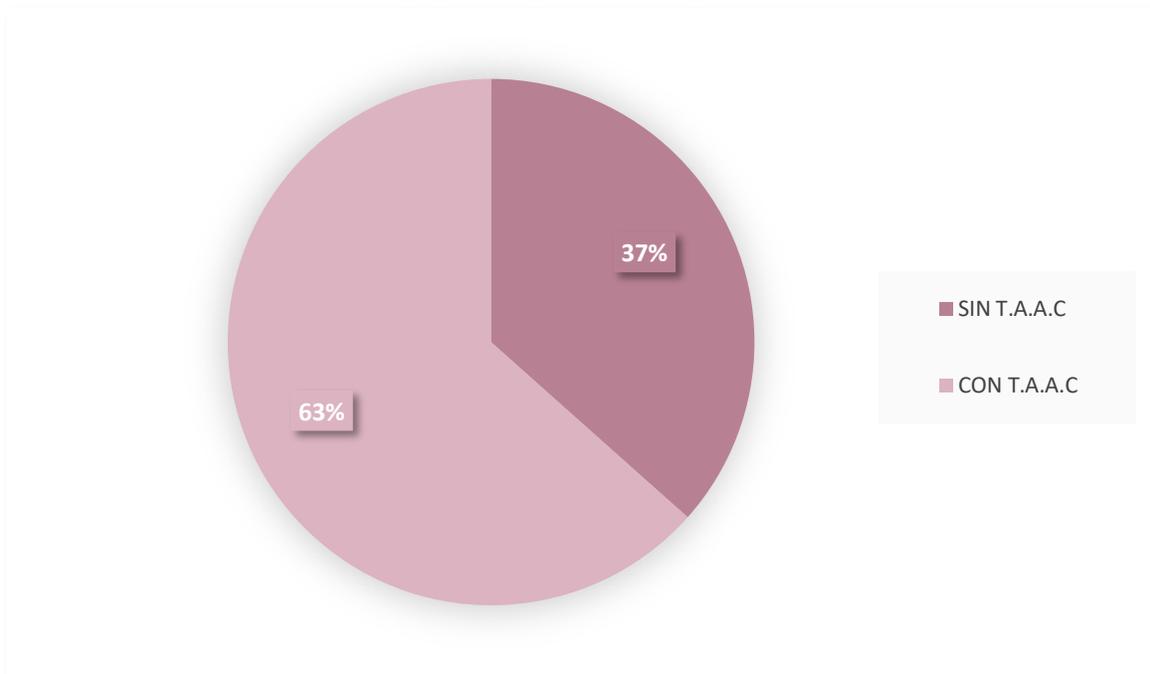


Gráfico 7 – Declaración nutricional respecto a contenido de T.A.A.C

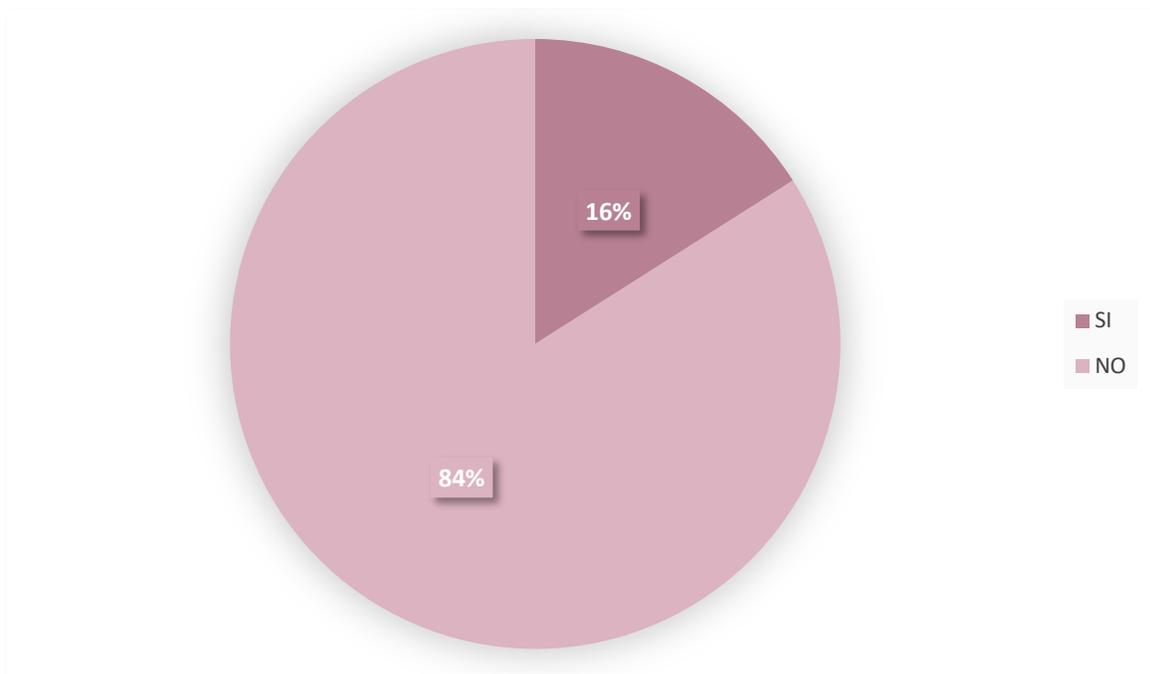


Gráfico 8 – Porcentaje de cumplimiento en la declaración de la dirección del fabricante.

DISCUSIÓN

Es relevante analizar la información nutricional de productos en lugares donde la población suele ir en búsqueda de alimentos saludables. Esta investigación tuvo como propósito estudiar y dimensionar el cumplimiento del artículo V del Código Alimentario Argentino en dietéticas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La elección de alimentos saludables se ve afectada por la falta, inexactitud u omisión de información de los rotulados nutricionales, un estudio de la Fundación InterAmericana del Corazón (FIC Argentina), la Fundación para el desarrollo de políticas sustentables (FUNDEPS) y la Universidad Católica de Santa Fe del año 2017 concluyó que los envases de cereales de desayuno, postres y galletitas dulces presentan información confusa para el consumidor en cuanto a sus rotulados facultativos y técnicas de *marketing* dirigidas a niños y niñas de Argentina (29).

Investigaciones anteriores del grupo de alimentos grasos envasados señalan también que en lo que refiere a la presentación del rotulado nutricional, estos no cumplirían con la información obligatoria establecida. (4)

La regulación del uso de técnicas de *marketing*, el uso de mensajes de nutrición y de salud en los envases deben estar reguladas, además de estas técnicas, la industria de alimentos incorpora declaraciones nutricionales con el objetivo de que los consumidores identifiquen a estos productos como más saludables. Se ha comprobado que se prefieren los alimentos con estas declaraciones por percibirlos erróneamente más saludables que aquellos que no las tienen cuando esto no necesariamente es correcto. (30)

Se encuentran similitudes con un estudio del 2020 de supermercados españoles respecto a la frecuencia del uso de información nutricional complementaria y el cumplimiento de las mismas en cuanto a que las grasas y la fibra son los mensajes mayormente usados y que no se cumple el objetivo de garantizar un alto nivel de protección al consumidor, por lo cual se debe invertir más en la supervisión de los rotulados nutricionales para el cumplimiento de la normativa. Se comparte además la preocupación del efecto de los mensajes nutricionales en la influencia de compra

del consumidor puesto que con frecuencia en lugar de promover una dieta saludable se convierte en herramienta para que los fabricantes aumenten sus ventas. (31)

Resultó favorable el hecho de tener la posibilidad de obtener varios productos para el análisis en un mismo establecimiento y que se permitiera la toma de muestras fotográficas. Sin embargo, es necesario considerar que el estudio se realizó en un contexto de pandemia por el virus SARS-CoV-2, lo cual dificultó la recolección de datos en cuanto a la movilización, la apertura de los establecimientos, horarios reducidos y el limitado tiempo de permanencia en el cuál se podía estar en las dietéticas para la toma de fotos de los artículos para su posterior análisis. Por esto, la diversificación de la búsqueda fue limitada al igual que el n total, además se excluyeron productos de la misma empresa productora, lo cual conllevó a una saturación más rápida de la muestra.

Esta investigación de mercado contrarrestó el rótulo de barras de cereal, cereales para el desayuno, galletitas dulces y saladas con las exigencias del capítulo V del Código Alimentario Argentino, lo cual permite sentar bases para evaluar los tipos de productos que son distribuidos en las dietéticas y la obligación que tienen las mismas de asegurar que todo lo vendido tenga información completa y fidedigna acorde al código.

CONCLUSIONES

Se comprueba la hipótesis planteada al corroborar que los envases de los productos del grupo de derivados de cereales no cumplen con la reglamentación establecida en el Capítulo V del Código Alimentario Argentino. Este estudio demostró que, de todos los establecimientos estudiados, solo el 19,61% de los artículos analizados cumplirían con las exigencias del C.A.A. El presente análisis ofrece información y estadísticas actualizadas sobre la problemática vinculada a los establecimientos de tipo dietéticas y parte de los artículos expedidos en ellas. Se insta a intensificar la revisión de productos en el mercado y a obligar a los establecimientos a aceptar productos que cumplan con las regulaciones y no sean engañosos para los consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

- 1 Basterra IALE, Alos LME, Nimo IAM, Morón DP, Morón DJ. GUIA DE ROTULADO PARA ALIMENTOS ENVASADOS. [Online].; 2018 [cited 2020 Octubre 14. Available from: <http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/publicaciones/calidad/Guias/GuiaRotulo.pdf>.
- 2 Baudín FA, Romero MC. COMPRENSIÓN DE LOS CONSUMIDORES DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL PARA LA COMPRA DE ALIMENTOS ENVASADOS. [Online].; 2019 [cited 2020 Octubre 14. Available from: http://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2020_3_0X.-RENC-D-19-0041.pdf.
- 3 Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. FAO. [Online].; 2013 [cited 2020 Octubre 14. Available from: <http://www.fao.org/ag/humannutrition/foodlabel@172033/es/>.
- 4 Juarez MD, Tur JA. ADECUACIÓN DE LOS ALIMENTOS GRASOS ENVASADOS A LA NORMATIVA DE ROTULACIÓN NUTRICIONAL. [Online].; 2007 [cited 2020 Octubre 14. Available from: http://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/NUT_0092007_Adecuacion.pdf.
- 5 Chandon P, Wansink B. ¿EL MARKETING DE LOS ALIMENTOS NECESARIAMENTE NOS TIENE QUE ENGORDAR? ANÁLISIS Y SOLUCIONES. [Online].; 2012 [cited 2020 Octubre 14. Available from: <https://silo.tips/download/el-marketing-de-alimentos-necesariamente-nos-tiene-que-engordar-analisis-y-soluc>.
- 6 SECRETARIA DE AGROINDUSTRIA. INFORMACIÓN NUTRICIONAL COMPLEMENTARIA (INC). [Online]. [cited 2020 Octubre 14. Available from: <http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/valorAr/Educa/rotulo/InformacionNutricionalComplementaria.pdf>.
- 7 Palma YE, Castaño R. PERCEPCIONES Y DECISIONES DEL CONSUMIDOR ANTE LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL EN LAS ETIQUETAS DE ALIMENTOS. [Online].; 2010 [cited 2020 Octubre 14. Available from: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/13_PF156_Percepciones_del_Consumidor.pdf.
- 8 LEY 18.284 DECRETO 2126/71 - Código Alimentario Argentino. CAPITULO V - NORMAS PARA LA ROTULACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS ALIMENTOS. [Online].; 1969 [cited 2020 Octubre 14. Available from: https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/2.14_rotulacion_de_productos_alimenticios.pdf.
- 9 Santana SRG, González JR, Salcido MHT, Jaime AG. UN ESTUDIO DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL. [Online].; 2012 [cited 2020 Noviembre 18. Available from: Dialnet-Estudio_Del_Etiquetado_Nutricional-7058116.pdf.
- 10 Urquiaga I, Lamarca M, Jiménez P, Echeverría G, Leighton F. ¿PODEMOS CONFIAR EN EL ETIQUETADO NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS EN CHILE? [Online].; 2014 [cited 2020 Octubre 21. Available from: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rmc/v142n6/art12.pdf>.

- 1 ANMAT. REGLAMENTO TÉCNICO MERCOSUR SOBRE INFORMACIÓN
1 NUTRICIONAL COMPLEMENTARIA (DECLARACIONES DE PROPIEDADES
NUTRICIONALES). [Online].; 2010 [cited 2020 Noviembre 17. Available from:
http://www.anmat.gov.ar/webanmat/mercosur/alimentos/acta_alimentos/xxxix_ca_02-10_a06_Claims.pdf.
- 1 Cuevas-Casado M, M. RF, Á. RB. USO DEL MARKETING NUTRICIONAL EN
2 PRODUCTOS ANUNCIADOS POR TELEVISIÓN EN ESPAÑA. [Online].; 2012 [cited
. 2020 Noviembre 18. Available from: <http://www.nutricionhospitalaria.com/pdf/5905.pdf>.
- 1 Oliver AP, March MP. LA EVIDENCIA CIENTÍFICA EN LA INFORMACIÓN AL
3 CONSUMIDOR: LAS DECLARACIONES NUTRICIONALES Y DE PROPIEDADES
. SALUDABLES (HEALTH CLAIMS) EN LOS ALIMENTOS. [Online].; 2015 [cited
2020 Octubre 21. Available from: <https://core.ac.uk/download/pdf/270226359.pdf>.
- 1 Al-Ani HH, Devi A, Eyles H, Swinburn B, Vandevijvere S. NUTRITION AND HEALTH
4 CLAIMS ON HEALTHY AND LESS-HEALTHY PACKAGED FOOD PRODUCTS IN
. NEW ZELAND. [Online].; 2016 [cited 2020 Noviembre 17. Available from:
https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/578861BFCF30894A45C1855D909A327D/S0007114516002981a.pdf/nutrition_and_health_claims_on_healthy_and_lesshealthy_packaged_food_products_in_new_zealand.pdf.
- 1 Pouiller IAC, Umaran IAMI. ALIMENTOS ARGENTINOS. [Online]. [cited 2020
5 Noviembre 17. Available from:
http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/revista/ediciones/48/cadenas/r48_05_Cereales.pdf.
- 1 REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. [DEFINICIÓN].; 2020 [cited 17 Noviembre 2020.
6 Available from: <https://dle.rae.es/ubicación>.
- .
- 1 REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. [DEFINICIÓN].; 2020 [cited 2020 Noviembre 18.
7 Available from: <https://dle.rae.es/establecimiento>.
- .
- 1 REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. [DEFINICIÓN].; 2020 [cited 2021 Junio 2021.
8 Available from: <https://dpej.rae.es/lema/alimento>.
- .
- 1 REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. [DEFINICIÓN].; 2020 [cited 2020 Noviembre 17.
9 Available from: <https://dle.rae.es/estado>.
- .
- 2 ALIMENTOS ARGENTINOS. [DEFINICIÓN]. [cited 2020 Noviembre 17. Available
0 from:
http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/saiea/articulos/Denominacion_de_venta.pdf.
- 2 ALIMENTOS ARGENTINOS. [DEFINICIÓN]. [cited 2020 Noviembre 17. Available
1 from:
http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/saiea/articulos/Lista_de_ingredientes.pdf.

- 2 ALIMENTOS ARGENTINOS. [DEFINICIÓN]. [cited 2020 Noviembre 17. Available
2 from:
· http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/saica/articulos/Contenido_Neto_farinaceos.pdf.
- 2 ALIMENTOS ARGENTINOS. [DEFINICIÓN]. [cited 2020 Noviembre 17. Available
3 from:
· http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/saica/articulos/Identificacion_d_el_origen.pdf.
- 2 ALIMENTOS ARGENTINOS. [DEFINICIÓN]. [cited 2020 Noviembre 17. Available
4 from: <https://www.argentina.gob.ar/anmat/regulados/alimentos/alimentos-autorizados-establecimientos-habilitados>.
- 2 ALIMENTOS ARGENTINOS. [DEFINICIÓN]. [cited 2020 Noviembre 17. Available
5 from:
· http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/saica/articulos/Fecha_de_duracion.pdf.
- 2 ALIMENTOS ARGENTINOS. [DEFINICIÓN]. [cited 2020 Noviembre 17. Available
6 from:
· http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/saica/articulos/Rotulado_Nutricional.pdf.
- 2 ALIMENTOS ARGENTINOS. [DEFINICIÓN]. [cited 2020 Noviembre 17. Available
7 from:
· <http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/publicaciones/calidad/Guias/GuiaRotulo.pdf>.
- 2 ROBERTO HS. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. 6th ed. MÉXICO DF:
8 McGraw-Hill; 2014.
-
- 2 Unoiversidad Católica de Santa Fe; Fundación para el Desarrollo de Políticas
9 Sustentables; Fundación InterArgentina del Corazón de Argentina. INFORME DE
· INVESTIGACIÓN: ROTULADO FACULTATIVO Y TÉCNICAS DE MARKETING
DIRIGIDAS A NIÑOS Y NIÑAS EN ENVASES DE ALIMENTOS PROCESADOS DE
ARGENTINA. [Online].; 2017 [cited 2021 Junio 13. Available from:
https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2017/11/1708_informe_envases_completo.pdf.
- 3 Allemandi L, Tiscornia MV, Castronuovo L, Guarnieri L. ETIQUETADO FRONTAL
0 DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN ARGENTINA. [Online].; 2018 [cited 2020
· Junio 16. Available from: <https://www.scielosp.org/article/scol/2018.v14n3/645-648/>.
- 3 Ropero AB, Blain N, Beltrá M. NUTRITION CLAIMS FREQUENCY AND
1 COMPLIANCE IN A FOOD SAMPLE OF THE SPANISH MARKET: THE BADALI
· STUDY. [Online].; 2020 [cited 2021 Junio 21. Available from:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7599968/>.



	S	T	U	V	W	X	Y	Z	
1	SI EL INC ESTÁ BASADO EN PROPIEDADES INHERENTES AL ALIMENTO...							EN RELACIÓN AL TIPO DE INC...	
2	¿POR QUÉ EL MENSAJE DE INC ES ENGAÑOSO PARA EL CONSUMIDOR?								
3		¿INDICA LA EXPRESIÓN "AL IGUAL QUE TODOS LOS ALIMENTOS DEL MISMO TIPO POSE E STÁS PROPIEDADES"?	¿SE PUEDE APRECIAR DE FORMA VISIBLE Y LEIBLE?	¿PRESENTA INC DE TIPO ABSOLUTO?	¿PRESENTA INC DE TIPO COMPARATIVO?				
4									
5									
6	CLAIM(S) UTILIZADO(S)								



	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	
1	EN RELACIÓN AL TIPO DE INC...							
2							OTRAS DECLARACIONES	
3	CLAIM(S) UTILIZADO(S)							
4								
5								
6								

3) Carta de Autorización para ingreso a establecimientos

Yo, _____ que cumpla el cargo de _____ en la dietética
 _____ autorizo a Daniella Alejandra Bracho Mendoza DNI
 95.678.285 a ingresar al establecimiento para la recolección de datos con fines
 educativos para su trabajo final integrador de la Universidad Isalud.