

¿Adiós a los personajes en las etiquetas?

Abirrached Fernández, María Teresa

2019-12-13

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/4460>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

¿ADIÓS A LOS PERSONAJES EN LAS ETIQUETAS? M.M. MARÍA TERESA ABIRACHED FERNÁNDEZ

Publicado en "Síntesis", el 13 de diciembre de 2019. Disponible en:

<https://web.mediasolutions.mx/Notas/?id=201912130218392686&temaid=11946>

Hace un año conocí a Constanza, una hermosa chilena que ahora forma parte de mi familia. Desde entonces nos visita con frecuencia y nos trae de su país ricos chocolates y otras golosinas que nos encantan. Hasta aquí este comentario puede quedar en una historia familiar, pero lo interesante es que estos productos, en la parte frontal, tienen octágonos negros con bordes blancos que alertan sobre el alto contenido de azúcares, calorías y grasas saturadas.

La primera vez que los recibí recordé que había leído que Chile, además de Uruguay y Perú, es uno de los 3 países de la Región que por ley exige a las empresas de productos industrializados colocar estos símbolos para advertir a los consumidores sobre el riesgo de estos productos.

La Ley en Chile es aún más estricta y además de indicar el alto valor calórico en las etiquetas, ningún envase de alimentos y bebidas dirigido a niños tiene imágenes que atraigan su atención. Por esta razón, el cereal azucarado de una marca muy famosa no tiene al tigre Toño, ni hay pingüinos en los pastelitos de chocolate. Su lugar está vacío y sólo aparece el nombre del producto.

México se ha sumado a esta iniciativa y en el mes de octubre el Senado aprobó la Ley en materia de etiquetado frontal de advertencia en alimentos y bebidas, y sólo resta que se publique en el Diario Oficial de la Federación. El objetivo de esta norma es que los consumidores tomen decisiones informadas acerca de los productos que compran, los cuales tendrán un etiquetado sencillo y fácil de entender.

¿Qué pasará con los productos que acostumbramos comprar en la tienda de la esquina ahora que entre en vigor la nueva ley de etiquetado?

El impacto para las empresas es significativo porque para empezar tendrán que modificar su etiquetado y, después, invertir para reformular sus productos, lo cual en ambos casos genera costos.

Sumado a los costos, las ventas de estos productos pueden verse afectadas por la percepción de los consumidores de que, al tener estas señales, el producto puede ser dañino para la salud.

Aún está por definirse el tamaño y diseño de los avisos, lo que es un hecho es que por fin el consumidor podrá tener la información de los productos que consume.