

TRABAJO FIN DE GRADO
Grado en Derecho
Facultad de Derecho de la Universidad de La Laguna
Curso 2019/2020
Convocatoria Ordinaria de julio

“Vigilantibus non dormientibus iura succurrunt”

**ETIQUETADO Y SEGURIDAD ALIMENTARIA: CUESTIONES
JURÍDICO-CIVILES PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR**

**LABELING AND FOOD SECURITY: CIVIL LEGAL ISSUE FOR
CONSUMER PROTECTION**

Realizado por la alumna Dña. Paula Amador Santana
Tutorizado por la Profesora Dña. Estefanía Hernández Torres

Departamento: Disciplinas Jurídicas Básicas
Área de conocimiento: Derecho Civil

RESUMEN

El etiquetado de los productos alimentarios tiene la finalidad de proteger al consumidor, siendo uno de los instrumentos más importantes del Derecho Alimentario. Este pone a disposición del consumidor la información necesaria para conocer las características del producto, así puede tomarse decisiones informadas y, en consecuencia, libres.

En algo más de 30 años se han desarrollado disposiciones legislativas tanto europeas como nacionales que han supuesto una notoria variación en el papel de la información alimentaria y en la forma de presentarla.

Estudiaremos las consecuencias que se pueden dar si la etiqueta no refleja correctamente la realidad del producto, la falta de formación acerca del etiquetado y la publicidad normativa que regula el etiquetado de los alimentos.

Mostraremos los resultados de un análisis mediante una encuesta realizada sobre el conocimiento y la percepción que tienen los consumidores de la información que está a su alcance, los medios para poder exigir la correlatividad entre etiquetado y publicidad, en relación con el contenido del producto.

Palabras clave: etiqueta, alimento, consumidor, responsabilidad civil, empresa, seguridad alimentaria, Derecho civil.

ABSTRACT

The labeling of food products is one of the most important instruments of food law and it is intended to protect consumers. It provides the latter significant information regarding the characteristics of the product, in order to help them make informed and, consequently, free decisions when purchasing.

In just over 30 years, both European and national laws have been passed, leading to significant changes in the role of food information and the way it is presented.

We will show the consequences of a labeling that does not reflect the reality of the product correctly, the lack of information and limited advertising regulations of food labeling may cause consumers to be uninformed.

We will show the results of an analysis through a survey carried out on the knowledge and perception that consumers have of the information that is within their reach, the means to be able to demand the correlation between labeling and advertising, in relation to the content of the product.

Key words: labeling, food, consumer, civil liability, company, food security, civil law.

ÍNDICE

1. Introducción al derecho alimentario.....	5
2. Función limitada pero fundamental de la información alimentaria.....	7
3. Información determinante y sistemas de etiquetado.....	10
3.1. Sistema tradicional de etiquetado: Tabla nutricional.....	10
3.2. Sistema semáforo nutricional.....	11
3.3. Sistema semáforo nutricional múltiple.....	12
3.4. Otros sistemas destacables.....	12
4. Regulación del etiquetado de alimentos.....	14
4.1. Codex Alimentarius.....	14
4.1.1. Información facultativa.....	17
4.1.2. Información obligatoria.....	17
4.2. Reglamento (CE) nº 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.....	18
4.3. Reglamento (UE) nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.....	22
4.3.1. Información obligatoria.....	23
4.3.2. Información alimentaria voluntaria.....	25
4.4. Decreto 2484/1967, de 21 de septiembre, por el que se aprueba el texto del Código Alimentario Español.	25
5. Deber de información y etiquetado: especial referencia al incumplimiento en las obligaciones derivadas de la compraventa en el ámbito alimentario.....	28
a) Publicidad en el proceso de formación del contrato.....	30
b) El dolo como vicio de consentimiento.....	33
c) La responsabilidad civil por daños.....	36
6. La identificación de la empresa en el etiquetado de los productos alimentarios.....	42
7. Protección del consumidor a través de organismos de Derecho Público. Controles de eficacia.	46
8. Conclusiones.....	50

BIBLIOGRAFÍA.....	53
ANEXO I.....	55
ANEXO II.....	69
ANEXO III.....	72
ANEXO IV.....	76

1) Introducción al derecho alimentario

La evolución del sector alimentario ha ido pareja a nuevas necesidades que tenemos como sociedad. La persona del consumidor ha pasado a cobrar conciencia de su poder, pasando de ser un agente pasivo a tener posibilidades de acción, obligando así a la producción alimentaria a proporcionar cierta información más allá del precio y, por lo tanto, a pronunciarse, siendo la aparición del etiquetado una buena muestra de esta evolución, así como las inquietudes medioambientales, la salud, la ética, etc. Debemos tener presente que, además de ser un producto de consumo, la alimentación es un acto repetido (al menos tres veces al día lo efectuamos normalmente) que se encuentra rodeado de otros factores como lo son la cultura, territorio, familia, percepciones que ostente cada individuo.

El interés por la seguridad alimentaria comenzó a surgir en Europa a raíz de las diversas crisis alimentarias, como las de “las vacas locas o dioxinas” y, al mismo tiempo, comenzó a prestarse atención a los sellos de calidad, estándares y certificaciones, convirtiéndose en instrumento adicional de información del producto. Por todo ello, surge el **Derecho Alimentario**, que es una rama del Derecho que tiene por objeto el estudio de las normas y principios cuya finalidad sea garantizar la seguridad alimentaria y la calidad de los alimentos. Se trata, pues, de una rama relativamente reciente del Derecho sanitario, que regula la industria alimentaria, surgida frente a las adulteraciones y fraudes alimentarios¹. Su área de acción se extiende desde la producción del alimento hasta su consumo.

Cabe destacar que el derecho a una alimentación saludable se reconoce en el artículo 25 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos² y se ratifica en el artículo 11 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales³. Por otro lado, la Constitución Española de 1978⁴, en su artículo 51, establece que: “*los poderes públicos garantizan la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos*”, por lo que podemos apreciar cómo existe una preocupación

¹ RECUERDA GIRELA, M: *Tratado de Derecho Alimentario*. Ed. Thomson-Aranzadi, Cizur Menor, 2011, pág. 47.

² BOE, núm. 243.

³ BOE, núm. 103.

⁴ BOE, núm. 311.

especial por tutelar la salud de los consumidores.

En este ámbito desempeñan también un especial papel las Comunidades Autónomas, que tienen la competencia en materia de sanidad e higiene, salvo en el ámbito exterior y labores de la sanidad general⁵. Ello supone que las Comunidades Autónomas pueden asumir todas las competencias en esta materia, siempre que se tenga en cuenta el carácter de legislación básica de las leyes estatales, como la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad⁶, o el Real Decreto 1/2007, de 16 de noviembre por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (en adelante TRLGDCU)⁷. En definitiva, en materia de alimentación, le corresponde al Estado dictar las bases y coordinación, mientras que la Comunidad Autónoma tendrá competencia para el desarrollo y ejecución de la normativas.

Los primeros signos de interés social por la nutrición y estilos de vida saludables aparecen por esa época con el boom de los productos “light”, “bajos en”, “cero”, entre otros, pero este es solo el primer paso. Rápidamente, la sociedad empieza a cuestionar los efectos saludables o perjudiciales de lo que comemos y es por eso por lo que aparece el etiquetado nutricional, que se realiza primero de manera voluntaria por la propia industria y, más tarde, se impone como obligación legal; pasando a ser la salud un factor clave a la hora de la elección del consumidor en los lineales, las alegaciones y la comunicación del producto⁹.

El presente trabajo pretende poner de manifiesto la repercusión que tiene la información de los productos alimentarios en la elección individual del consumidor en el momento de su adquisición. Comprobaremos como, al amparo de diferentes reglamentos comunitarios, se han aprobado normas referentes a la información que debe aparecer obligatoriamente en el etiquetado, a la vez que se establecen prohibiciones para limitar la publicidad que va a aparecer en las comunicaciones comerciales; todo ello con la finalidad de que los consumidores puedan llegar a una toma de decisiones libres e

⁵ Puesto a que ello es competencia estatal (véase artículos 148 y 149 de la Constitución Española y disposición final primera de la Ley 17/2011, 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición).

⁶ BOE, núm. 102.

⁷ BOE, núm. 287.

⁸ VIVÓ CABO, SILVIA. *Derecho alimentario. Análisis de la seguridad alimentaria, especial referencia al ámbito penal*. Artículo CEF Civil Mercantil, 2018. Pág. 8.

⁹ GONZÁLEZ ALEMÁN, HORACIO. *Dossier alimentación, ética y derecho reflexiones en torno al poder del consumidor alimentario*. Revista de bioética y derecho. Barcelona, 2018, pág. 28.

informadas verazmente. Además, estudiaremos las consecuencias jurídicas que tendrá en el ámbito del Derecho privado el hecho de que no se dé cumplimiento a las exigencias respecto a la información y etiquetado en las obligaciones concretas contraídas por los consumidores frente a los empresarios del sector.

Hay que tener en cuenta que, en nuestro país, la política de protección de los consumidores se concreta a través de la vigilancia de los alimentos del mercado y en la inspección de los establecimientos alimentarios, pero debe reconocerse la importancia clave de la información que recibe el consumidor a través del etiquetado y la publicidad del alimento, por lo que nos ocuparemos del análisis de esta cuestión en este trabajo.

2) Función limitada pero fundamental de la información alimentaria

En la actualidad, el consumidor se encuentra sometido a una enorme saturación de información, generando esto dificultades para decidir qué productos comprar. La información puede llegar por diversos canales, ya sean consultas médicas (especializadas o general), el etiquetado de los alimentos, prensa, televisión, radio, internet, y también de nuestro entorno social (familiares, amigos, redes sociales, etc.). En la encuesta que hemos realizado a quinientos consumidores nacionales, observamos como el 86,8% de los encuestados han respondido que confían más a la hora de informarse sobre salud y alimentación en profesionales sanitarios y nutricionistas. Por otra parte recogimos 21 respuestas (4,2%) de personas que confían en amigos/conocidos y familiares; 25 respuestas (5%) de los encuestados confían en escuchar a su propio cuerpo; 10 respuestas (2%) confían en información de internet y de las redes sociales y, finalmente, 8 respuestas (1,6%) hacen alusión a otros. De tal forma observamos como la tendencia mayoritaria es la confianza depositada en sanitarios y profesionales de la nutrición, pero no es absoluta pues un total de 64 personas de las 500 confían en otros canales de información (véase Gráfico 16 Anexo I SEGUNDO, elaboración propia).¹⁰

De todo lo anterior, podemos extraer que no puede excluirse que los propios profesionales de la salud se vean inducidos a error a través de declaraciones nutricionales

¹⁰ También se justifica este pensamiento en datos extraído del *Special Eurobarometer 2010* «Food-related risks», disponible en: <https://sante.public.lu/fr/publications/f/food-related-risks/food-related-risks.pdf> (fecha de la última consulta 8 de julio de 2020). Todavía no se ha publicado una versión actualizada de esta encuesta.

y de propiedades saludables falsas, ambiguas o engañosas. Es objeto de mención que los profesionales de la salud corren el riesgo de transmitir, de buena fe, información errónea de los alimentos que ha sido objeto de la transmisión comercial a los consumidores finales, por lo que el riesgo es todavía mayor si tenemos en cuenta que tales profesionales pueden, debido a la relación de confianza que existe entre ellos y sus pacientes, generalmente ejercer una influencia significativa sobre estos¹¹.

La información que se presenta en los productos envasados para que los consumidores conozcan sus características principales se recoge en el etiquetado. Sus funciones principales son, por un lado, ayudar al consumidor en la selección de alimentos saludables, de acuerdo con sus preferencias y necesidades y, por otro lado, incentivar a la industria para la mejora de la calidad nutricional de sus productos facilitando así la comercialización de alimentos. Así *“el etiquetado contiene información nutricional y de otro tipo, como la referente a características organolépticas, método de conservación o fechas de caducidad”*¹².

Junto a la información que brinda el etiquetado, debemos destacar como en el marketing publicitario se juega con la imagen arropada por expresiones cortas, sencillas, que se memorizan con facilidad, con tono coloquial y frases que están de moda, poniendo el énfasis en las palabras que mejor definen las cualidades que se desean destacar del producto. En las actividades y programas de comunicación sobre alimentos se debe cuidar mucho las expresiones, evitando siempre inducir en el consumidor expectativas falsas. Existen numerosos ejemplos de mensajes que aparecen en la televisión o radio, en especial relacionados con alimentos o alimentación, que al ponerlos en boca de personas que gozan de popularidad, ya sean cantantes, deportistas, actores, *influencers*, constituyen una buena estrategia desde el punto de vista del marketing social¹³. Pero estas estrategias publicitarias no deben sustituir en ningún caso la información nutricional que debe

¹¹ Tribunal de Justicia (Sala Tercera) de 14 de julio de 2016, Verband Sozialer Wettbewerb eV contra Innova Vital GmbH.

¹² PRIETO- CASTILLO, L y ROYO BORDONADA, M.A: “Capítulo III, Etiquetado nutricional de los alimentos”, en. ROYO BORDONADA, M.A: *La alimentación y el consumidor*. Escuela Nacional de Sanidad, Instituto de Salud Carlos III. Madrid, 2013, pág. 36.

¹³ CALVO BRUZOS, C y LÓPEZ NOMDEDEU, C: “Cap. II, Marketing Social en nutrición”, en ROYO BORDONADA, M.A: *La alimentación y el consumidor*. Escuela Nacional de Sanidad, Instituto de Salud Carlos III. Madrid, 2013, pág. 31.

contenerse en el etiquetado.

La única fuente de información con la que contamos en el momento de compra de un alimento es la etiqueta, siendo así necesario que ésta sea útil, comprensible, completa y que se pueda leer fácilmente; en definitiva, que sea una auténtica fuente de información para el consumidor. El etiquetado ayuda a ser conscientes de lo que seleccionamos los consumidores cuando compramos productos alimentarios. Esto puede ser de utilidad para la prevención de enfermedades no transmisibles relacionadas con la dieta, como la obesidad, la diabetes, las enfermedades cardiovasculares y el cáncer, pues constituyen la primera causa de mortalidad y enfermedad a nivel global. En 2016, la enfermedad pulmonar obstructiva crónica se cobró 3.0 millones de vidas, mientras que el cáncer de pulmón, junto con los cánceres de bronquios y tráquea causó 1.7 millones de muertes. La diabetes, por su parte, mató a 1,6 millones de personas en 2016, frente a menos de un millón en 2000¹⁴.

En el escenario de los esfuerzos para limitar los riesgos alimentarios, las autoridades han puesto en marcha un sistema complejo de instituciones y normas jurídicas que pretende garantizar la inocuidad de los alimentos por la vía de la vigilancia constante del mercado de alimentos y el principio de corresponsabilidad de los operadores, el cual analizaremos más adelante, obligando a los explotadores de empresas alimentarias a velar para que los alimentos cumplan los requisitos de la legislación alimentaria en todas las etapas de la producción, la transformación y la distribución en las empresas¹⁵.

Sin embargo, en la sociedad digitalizada en la que vivimos, que expone a sus ciudadanos al flujo constante de información por múltiples canales, ya no se puede sostener que la etiqueta del producto alimenticio sea el canal principal a través del cual los consumidores obtienen información relevante para realizar sus elecciones.

Hay mucha información fácilmente disponible, casi sin costo de acceso y

¹⁴ World Health Organization. The top 10 causes of death. 24 de mayo 2018. Disponible en: <https://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/the-top-10-causes-of-death> (fecha de última consulta: 8 de julio de 2020).

¹⁵ Conforme al artículo 17.1 del Reglamento 178/2002, el Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria.

producción, y de fuentes muy variadas, incluso sobre la calidad de los productos alimentarios. Por eso, la solución a este problema radica en transmitir esta información a la sociedad para que de una forma responsable y libre sea capaz de elegir entre un tipo de alimento u otro, reconociendo que el sistema de etiquetado tradicional no es suficiente, pues, entre otras cosas, junto a los factores estrictamente nutricionales o sanitarios hay que tener en cuenta elementos antropológicos, ideológicos y políticos que enturbian este tipo de debates. A pesar del interés mostrado por el etiquetado nutricional, algunos estudios con medidas más objetivas sugieren que el tiempo de lectura del etiquetado durante el proceso de compra por el consumidor es mínimo, probablemente debido a que los consumidores consultan la etiqueta sin entender totalmente la información proporcionada¹⁶.

3) Información determinante y sistemas de etiquetado

En estos últimos años, además del etiquetado habitual en el reverso del paquete que observamos en los productos alimentarios, varios fabricantes y distribuidores de alimentos están usando representaciones gráficas en la parte frontal de los paquetes con la finalidad de ayudar a los consumidores a interpretar la información nutricional. A los consumidores les atrae disponer de información simplificada en la parte frontal del envase, pero difieren en sus preferencias entre los diversos formatos creados y, por todo ello, no se ha llegado a un consenso sobre los sistemas de etiquetado. A continuación, procederemos a analizar varios tipos.

3.1. Sistema tradicional de etiquetado: Tabla nutricional

Colocado tradicionalmente en la parte trasera del envase, el etiquetado nutricional contiene, además, de las calorías y la cantidad de los nutrientes contenidos por ración y/o por 100 g. o ml. de producto, el porcentaje que esa cantidad representa sobre las ingestas diarias recomendadas (IDR) para unas necesidades energéticas medias de 2000 Kcal. por persona/día¹⁷.

Actualmente existe gran interés por impulsar el uso del sistema de etiquetado frontal y no este sistema tradicional, pues posee una la mayor visibilidad y facilidad de

¹⁶ COWBURN, GILL and STOCKLEY, LYNN: *Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review*. Public Health Nutrition. Oxford, 2005, pág. 21-28.

¹⁷ Véase Figura 1, Anexo II.

acceso a la información para los consumidores, es más directa y rápida.

3.2. Sistema semáforo nutricional

El semáforo nutricional es el sistema de etiquetado frontal más eficaz para ayudar a los consumidores a elegir productos más saludables¹⁸. Por ejemplo, el sistema Nutri-Score (inicialmente llamado 5C por los 5 colores) es un logotipo de colores asociado a letras que describe cinco clases de calidades nutricionales, que van del verde (asociado con la letra A) al naranja oscuro/rojo (asociado con la letra E), y que se basan en el cálculo de un algoritmo de nido en criterios de salud pública validados científicamente¹⁹.

En la actualidad, la colocación del Nutri-Score depende totalmente de la voluntad de las industrias que pueden negarse a la colocación en sus productos. Ello se debe a la normativa europea sobre la información de los consumidores. Así pues, los Estados miembros no tienen la posibilidad de hacer obligatoria la adopción de un Etiquetado Frontal del Envase (EFE), como es el Nutri-Score, a menos que se logre modificar el Reglamento 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 (que analizaremos más adelante). Tal es el sentido de la Iniciativa Ciudadana Europea (ICE), denominada «PRO-NUTRISCORE», lanzada gracias a la iniciativa de siete asociaciones de consumidores miembros de la Oficina Europea de Asociaciones de Consumidores²⁰ y cuyo objetivo es pedir a la Comisión Europea que imponga el etiquetado simplificado «Nutri-Score» sobre los productos alimenticios, para garantizar una información nutricional de calidad a los consumidores europeos y proteger su salud.

El etiquetado nutricional frontal «Nutri-Score» ha sido adoptado por la Ministra de Sanidad de España, en fecha 12 de noviembre de 2018, como el sistema oficial de información nutricional recomendado. Este etiquetado también se ha reconocido en Francia y en Bélgica, y se está debatiendo su implantación también en otros países europeos. La introducción de Nutri-Score posee varios objetivos, entre los que destacan: permitir a los consumidores juzgar, con un simple vistazo, la calidad nutricional de los

¹⁸ PRIETO- CASTILLO, L y ROYO BORDONADA, M.A.: “Capítulo III, Etiquetado... *op. cit.*, pág. 40.

¹⁹ Véase Figura 2, Anexo II.

²⁰ BEUC, organización europea de consumidores. *Front-of-Pack Nutritional labelling: BEUC position* Disponible en:https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-033_front-of-pack_nutritional_labelling.pdf (fecha de última consulta: 8 de julio de 2020).

alimentos y con ello tomar decisiones más saludables en el momento de la compra; e incitar a la industria alimentaria a mejorar la composición nutricional de los alimentos que producen a través de reformulaciones e innovaciones para obtener una mejor puntuación en la escala de colores del Nutri-Score²¹.

3.3. Sistema semáforo nutricional múltiple

A través de este sistema, se puede conocer de un vistazo si el alimento contiene una cantidad alta, media o baja de calorías, azúcares, grasa, grasa saturada y sal por 100gr de alimento o por ración. Difiere con el anterior, pues aquí además se incluyen las cantidades (en gramos) de los nutrientes presentes en una ración del alimento y el porcentaje de los mismos en relación a las IDR (Ingesta Diaria Recomendada) o Cantidades Diarias Orientativas (CDO). Los colores usados y su correspondencia con la cantidad del nutriente aportado por el producto en relación a las CDO son: Naranja = alta. Amarillo = media. Verde = baja²².

3.4. Otros sistemas destacables

En muchos países, incluidos Canadá, Estados Unidos y la mayor parte de Europa, las etiquetas nutricionales de EFE (Etiquetado Frontal del Envase) o FOP (Front Of Pack) no se encuentran específicamente. La existencia de múltiples sistemas de FOP en el mercado crea confusión y limita su efectividad para ayudar a los consumidores a evaluar y comparar los perfiles nutricionales de los alimentos²³.

En este momento, un sistema de etiquetado, llamado “NuVal” ofrece 19 atributos basados en el Código de Regulaciones Federales (CFR) del Gobierno de Estados Unidos²⁴. Por otro lado, existe un sistema llamado “Guiding Stars” que se está utilizando, tanto en Canadá, como en los Estados Unidos. Este último, trata de analizar los alimentos

²¹ GALA, P. BABIO, N. Y SALAS-SALVADÓ, J.: *Nutri-Score: el logotipo frontal de información nutricional útil para la salud pública de España que se apoya sobre bases científicas*. Arán Ediciones S.L. 2019. Pág. 1214-1222.

²² Véase Figura 3, Anexo II.

²³ HOBIN, E. BOLLINGER, B. SACCO, J. LIEBMAN, E. VANDERLEE, L. ZUO, F. ROSELLA, L. L'ABBE, M. MANSON, H and HAMMOND, D.: *Consumers' Response to an On-Shelf Nutrition Labelling System in Supermarkets: Evidence to Inform Policy and Practice*. The Milbank Quarterly, Vol. 95, No. 3, septiembre 2017, pág. 494-534.

²⁴ Véase gráficamente en el Anexo II, Figura 3.

utilizando un algoritmo patentado y traducir la información nutricional en un sistema de calificación de más fácil comprensión²⁵.

Del estudio de los distintos sistemas de etiquetado, se puede extraer que existe dificultad para evaluar el carácter nutricional de un producto con diferentes colores en su etiquetado (ej.: contenido alto en azúcares, bajo en sal y medio en grasas), pudiendo ser esta facilidad la razón por la que las personas con menor nivel prefieran otro tipo de formatos. En la encuesta que hemos realizado el 71,4% de los encuestados tenían un nivel de estudios universitarios o superiores terminados o en proceso.

Debemos destacar que de forma similar se utilizan los sistemas de etiquetado para hacer comparaciones entre productos de una misma categoría, donde uno quizás tiene mayor cantidad de un nutriente que otro, pero si se realiza una valoración global del producto en sí mismo, se llega a observar que la cantidad absoluta del nutriente en ese producto determinado es extremadamente alta o baja. Por hablar de un ejemplo, el queso de untar denominado «Bajo en Grasa» contiene menos grasa que la mantequilla, pero no deja de ser un producto con alto contenido en grasa. Una prolongación de estos principios consiste en la combinación de diferentes nutrientes en una puntuación simple que pueda utilizarse para mostrar que un producto es nutricionalmente mejor que otro, como puede ser el logo del “Ojo de Cerradura” (Key Hole) sueco, conocido en Europa²⁶, que se coloca en los productos para identificar la opción más saludable entre los alimentos de una misma clase²⁷.

Una desventaja que podemos observar del “Ojo de Cerradura” sueco, es que puede crear confusión en los consumidores pensando que el producto es recomendado como parte de una dieta saludable, y en algunos casos no es así. Ahora bien, que sea más saludable no significa saludable *per se*. Por su parte la expresión «Mejor Que» puede inducir a confusión a los consumidores sobre qué es lo mejor realmente. Otra desventaja que podemos observar es que no pueden ser aplicados uniformemente para la identificación de alimentos que los consumidores deben comer más. Así pues, no se incluyen el etiquetado de fruta y verdura. Por eso, puede que un producto alimentario contenga cantidades elevadas de otros nutrientes poco recomendables, como azúcar o sal,

²⁵ Véase Anexo II, Figura 4.

²⁶ Véase Anexo I SEGUNDO, Figura 6.

²⁷ PRIETO- CASTILLO, L y ROYO BORDONADA, M.A: “Capítulo III, Etiquetado... *op. cit.*, pág. 43-46.

que puedan pasar desapercibidas.

Existen otro tipo de propuestas que pretenden mejorar el etiquetado y la información que se facilita al consumidor, siendo por ejemplo Chile un país muy preocupado sobre esta dinámica.

4) Regulación del etiquetado de alimentos

A la hora de realizar y desarrollar este trabajo, nos hemos encontrado con enormes dificultades por la confusión de normas alimentarias que existen y que continúan vigentes. Por ello, procederemos a la realización de un análisis de las mismas que sirva de apoyo para el estudio de la importancia del correcto etiquetado de los productos alimentarios desde la perspectiva de la protección al consumidor.

4.1. Codex Alimentarius

Antes de referirnos a algunas de las disposiciones normativas más importantes, debemos destacar la existencia de la Comisión del *Codex Alimentarius*, que es el más alto organismo intergubernamental creado en 1962 para implementar el Programa Conjunto de la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura (Food and Agriculture Organization, FAO) y la Organización Mundial de la Salud sobre Normas Alimentarias. Persigue los siguientes objetivos: a) proteger la salud de los consumidores; b) asegurar prácticas equitativas en el comercio de alimentos y c) coordinar el trabajo sobre normas alimentarias a nivel internacional. El *Codex Alimentarius* constituye la compilación de todas las normas, códigos de comportamientos, directrices y recomendaciones de la Comisión del *Codex Alimentarius*²⁸.

Uno de sus textos legales, denominado Directrices sobre etiquetado nutricional²⁹, que ha sido revisado en 2017 por última vez, tiene por finalidad velar porque el etiquetado nutricional facilite al consumidor datos sobre los alimentos, para que pueda elegir su alimentación con discernimiento, y proporcionar un medio eficaz para indicar en la etiqueta datos sobre el contenido de nutrientes del alimento. Al mismo tiempo habrá de ofrecer la oportunidad de incluir información nutricional complementaria en la etiqueta. A su vez, trata de asegurar que el etiquetado nutricional no describa un producto, ni

²⁸ Disponible en: <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/es/> (fecha de última consulta: 8 de julio de 2020).

²⁹ CAC/GL 2-1985.

presente información sobre el mismo, que sea falsa, equívoca, engañosa o carente de significado en cualquier respecto.

En la norma general para el etiquetado de los alimentos pre envasados del *Codex Alimentarius*³⁰, revisada por última vez en 2018, se establecen definiciones de términos que nos pueden resultar útiles. Como la “*fecha de fabricación*” (en definitiva, la fecha en que el alimento se transforma en el producto descrito) y lo que se entiende por “*aditivo alimentario*” (cualquier sustancia que no se consume normalmente como alimento por sí mismo ni se usa normalmente como ingrediente típico del alimento). Los alimentos pre envasados no deberán describirse ni presentarse con una etiqueta o etiquetado en los que se empleen palabras, ilustraciones u otras representaciones gráficas que se refieran a (o sugieran, directa o indirectamente) cualquier otro con el que el producto pueda confundirse, ni en una forma tal que pueda inducir al comprador o al consumidor a suponer que el alimento se relaciona en forma alguna con aquel otro producto.

En la etiqueta de alimentos pre envasados deberá aparecer la siguiente información según sea aplicable al alimento que ha de ser etiquetado, excepto cuando expresamente se indique otra cosa en una norma individual del *Codex*:

- **Nombre del alimento**

El nombre deberá indicar la verdadera naturaleza del alimento y, normalmente, deberá ser específico y no genérico. Cuando se hayan establecido uno o varios nombres para un alimento en una norma del *Codex*, deberá utilizarse por lo menos uno de estos nombres. En otros casos, deberá utilizarse el nombre prescrito por la legislación nacional. Se podrá emplear un nombre “acuñado”, “de fantasía” o “de fábrica”, o una “marca registrada”, siempre que vaya acompañado de uno de los nombres indicados. En la etiqueta, junto al nombre del alimento o muy cerca del mismo, aparecerán las palabras o frases adicionales necesarias para evitar que se induzca a error o engaño al consumidor con respecto a la naturaleza y condición físicas auténticas del alimento que incluyen, pero no se limitan al tipo de medio de cobertura, la forma de presentación, su condición o el tipo de tratamiento al que ha sido sometido, por ejemplo, deshidratación, concentración, reconstitución, ahumado, etc.

³⁰ CXS 1-1985.

- **Lista de ingredientes**

Salvo cuando se trate de alimentos de un único ingrediente, deberá figurar en la etiqueta una lista de ingredientes. Deberán enumerarse todos los ingredientes por orden decreciente de peso inicial (m/m) en el momento de la fabricación del alimento. Cuando un ingrediente compuesto, para el que se ha establecido un nombre en una norma del *Codex* o en la legislación nacional, constituya menos del 5 por ciento del alimento, no será necesario declarar los ingredientes, salvo los aditivos alimentarios que desempeñan una función tecnológica en el producto acabado.

Cuando no es posible proporcionar información adecuada sobre la presencia de un alérgeno por medio del etiquetado, el alimento que contiene el alérgeno no deberá comercializarse.

- **País de origen**

Deberá indicarse el país de origen del alimento cuando su omisión pueda resultar engañosa o equívoca para el consumidor, así, por ejemplo, en la actualidad se ha incrementado la utilización por las empresas como nombre del alimento una palabra o palabras que hagan dudar sobre la denominación de origen del mismo (concepto que identifica el producto determinado con el medio geográfico particular), confundiendo al consumidor sobre el producto que adquiere, siendo necesario que se determine en el etiquetado el país de origen. Cuando un alimento se someta en un segundo país a una elaboración que cambie su naturaleza, el país en el que se efectúe la elaboración deberá considerarse como país de origen para los fines del etiquetado.

- **Marcado de la fecha e instrucciones de almacenamiento**

En los productos que tengan una duración no superior a tres meses, se deberán declarar el día y el mes de caducidad y, en caso de que las autoridades competentes consideren que se podría inducir a error al consumidor, también el año. En los productos con una duración de más de tres meses se deberán declarar como mínimo el mes y el año.

- **Instrucciones para el uso**

La etiqueta deberá contener las instrucciones que sean necesarias sobre el modo de empleo, incluida la reconstitución, si es el caso, para asegurar una correcta utilización

del alimento.

4.1.1. Información facultativa

En cuanto a la información opcional o facultativa, en el etiquetado podrá presentarse cualquier información o representación gráfica, así como materia escrita, impresa o gráfica, siempre que no esté en contradicción con los requisitos obligatorios de la presente norma, incluidos los referentes a la declaración de propiedades y al engaño.

4.1.2. Información obligatoria

- Generalidades

Las etiquetas que se pongan en los alimentos pre envasados deberán aplicarse de manera que no se separen del envase. Los datos que deben aparecer en la etiqueta, en virtud de esta norma o de cualquier otra norma del *Codex* deberán indicarse con caracteres claros, bien visibles, indelebles y fáciles de leer por el consumidor en circunstancias normales de compra y uso. Cuando el envase esté cubierto por una envoltura, en esta deberá figurar toda la información necesaria, o la etiqueta aplicada al envase deberá poder leerse fácilmente a través de la envoltura exterior y no deberá estar oscurecida por ésta.

El nombre y contenido neto del alimento deberán aparecer en un lugar prominente y en el mismo campo de visión.

- Idioma

Cuando el idioma en que está redactada la etiqueta original no sea aceptable para el consumidor al que se destina, en vez de poner una nueva etiqueta podrá emplearse una etiqueta complementaria, que contenga la información obligatoria en el idioma requerido, esta deberá reflejar totalmente y con exactitud la información que figura en la etiqueta original.

Respecto a este último tema sobre el idioma, nuestra legislación nacional y más concretamente el Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado presentación y publicidad de los productos alimenticios, ³¹, de la

³¹ BOE, núm. 202.

cual solamente queda en vigor sus artículos 12 y 18, este último artículo recoge que las indicaciones obligatorias del etiquetado de los productos alimenticios que se comercialicen en España se expresarán, al menos, en la lengua española oficial del Estado. Lo dispuesto anteriormente no será de aplicación a los productos tradicionales elaborados y distribuidos exclusivamente en el ámbito de una Comunidad Autónoma con lengua oficial propia.

A continuación, destacaremos algunas de las disposiciones comunitarias más relevantes sobre información alimentaria.

4.2. Reglamento (CE) nº 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos

Este ha sido modificado por Reglamentos posteriores, como el Reglamento 1047/2012 de la Comisión de 8 de noviembre de 2012, que lo modifica en lo relativo a la lista de declaraciones nutricionales. El objetivo de este reglamento es múltiple: proteger al consumidor, armonizar la legislación en la UE y controlar el buen funcionamiento del mercado alimentario europeo evitando desigualdades de competencia entre países. Se trata del primer texto específico que regula las alegaciones nutricionales y de propiedades saludables. Incorpora las siguientes alegaciones: sin sodio o sin sal añadidos (dentro de la entrada «sin sodio o sin sal»), contenido reducido de grasas saturadas y contenido reducido de azúcares (dentro de la entrada de «contenido reducido de nutrientes»)³². Proporciona cobertura legal a las declaraciones relativas a la salud y las diferencia de las declaraciones medicinales y nutricionales³³.

Este Reglamento establece dos tipos de declaraciones: nutricionales y de propiedades saludables. Ambas deben basarse en pruebas científicas generalmente aceptadas. Ahora bien, en el caso de las declaraciones de propiedades saludables se requiere, también una evaluación científica previa a la autorización para su uso. Aunque la encargada de verificar su fundamento científico es la Autoridad Europea de Seguridad

³² Véase Anexo IV.

³³ BUTRISS JL, BENELAM B.: *Nutrition and health claims: the role of food composition data*. European Journal of Clinical Nutrition, 2010, 64 (Suppl 3): S8-13.

Alimentaria (EFSA), al final la resolución de aprobar o rechazar una declaración es de la Comisión Europea, responsable de realizar la lista de declaraciones autorizadas y las condiciones necesarias para el uso del producto.

En el artículo 3 del Reglamento, se establece lo siguiente: *“la utilización de dichas declaraciones no deberá ser falsa, ambigua o engañosa; ni podrá suscitar dudas sobre la seguridad y/o la adecuación nutricional de los alimentos; ni alentar o aprobar el consumo excesivo de un alimento; ni incitar al consumo de un producto alimenticio sugiriendo o dando a entender que una dieta equilibrada y variada no proporciona todos los nutrientes necesarios y/o haciendo referencia a cambios en las funciones corporales que puedan crear alarma en el consumidor o explotar su miedo, tanto textualmente como a través de representaciones pictóricas, gráficas o simbólicas”*.

Solamente se permitirán las declaraciones de propiedades saludables si se incluye la siguiente información en el etiquetado o, de no existir éste, en la presentación y la publicidad: a) una declaración en la que se indique la importancia de una dieta variada y equilibrada y un estilo de vida saludable; b) la cantidad de alimento y el patrón de consumo requeridos para obtener el efecto benéfico declarado; c) en su caso, una declaración dirigida a las personas que deberían evitar el consumo del alimento; y d) una advertencia adecuada en relación con los productos que pueden suponer un riesgo para la salud si se consumen en exceso.

Los nutrientes que recoge el Reglamento en su Anexo son los siguientes: grasas totales, grasas saturadas, azúcares, sodio, fibra, proteínas, vitaminas y minerales (véase Anexo IV). Además, el Reglamento recoge las alegaciones nutricionales relativas a productos light y natural. En este apartado queremos hacer un especial hincapié. En la encuesta que hemos realizado a los consumidores, en la octava cuestión se preguntó si se observaba el etiquetado del envoltorio de los alimentos antes de comprarlos. La respuesta mayoritaria, con un 33,6%, afirmaba que lo observa con mucha frecuencia (el 75% de las veces), seguida con un 26% del total del cómputo por la afirmación de observar el etiquetado de vez en cuando (el 25% de las veces), un 22,2% de los encuestados afirman mirarlo un 50% de las veces, un 12,4% lo revisa el 100% de las veces que compra un producto alimenticio y una minoría de 29 personas de 500 que han realizado la encuesta

afirma no mirarlo nunca (5,8%)³⁴. En la undécima pregunta de la encuesta se cuestionó si pensaban que tienen los conocimientos suficientes para entender el etiquetado de los productos alimenticios. En una escala del uno al cinco, siendo uno poco y cinco mucho, el 37,6 % de las respuestas fueron un tres, frente a un 5,4% de las respuestas para cinco (es decir, para tener conocimiento suficiente)³⁵. De todo lo anteriormente expuesto podemos deducir que los consumidores se sienten con herramientas insuficientes para entender el etiquetado.

Un ejemplo de ello puede observarse en las alegaciones nutricionales relativas a productos light y natural, existiendo una confusión provocada por la no coincidencia entre las definiciones legalmente aceptadas y la acepción identificada por el consumidor. Esto conduce a equívocos que pueden influir en la decisión de compra de alimentos más caros.

Así pues, los requisitos para denominar light/lite/ligero a un producto alimentario en el Anexo del Reglamento 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos, serán los mismos que los establecidos para el término “*contenido reducido*”, es decir, a reducción del contenido es de, como mínimo, el 30 % en comparación con un producto similar, excepto para micronutrientes, en los que será admisible una diferencia del 10 % en los valores de referencia establecidos en la Directiva 90/496/CEE, así como para el sodio, o el valor equivalente para la sal, en que será admisible una diferencia del 25 %. Al efectuar la encuesta en su pregunta duodécima: “¿qué entiende por light?” un 54,4% de los encuestados responden “*que tiene un contenido más bajo de lo habitual de azúcar, grasa, calorías, nicotina o de alguna sustancia que se considera perjudicial para la salud*”, frente a un 13,6% que entiende la acepción legal anteriormente descrita.

En el Anexo III, tabla 1 podemos observar otros ejemplos en los que se aprecia una diferencia entre la definición legal y la acepción socialmente reconocida de conceptos clave del etiquetado de alimentos³⁶. Como es el caso de “ecológico”. Un 60,8% de los encuestados entienden que los alimentos ecológicos son aquellos que desarrollan todas

³⁴ Véase Gráfico 8 del Anexo I SEGUNDO. Elaboración propia.

³⁵ Véase Gráfico 11 del Anexo I SEGUNDO. Elaboración propia.

³⁶ Tabla elaborada y extraída: PLANA, M^a.J. y DE LECUONA, I.: *Información alimentaria: cuestiones éticas y jurídico-políticas*. Universidad de Barcelona. Barcelona, 2017, págs. 44-48.

sus etapas de crecimiento y producción como en la naturaleza y sin intervención artificial³⁷. En cambio, a tenor del artículo primero del Reglamento 834/2007, del Consejo de 28 de junio de 2007, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento nº 2092/91, se entiende por producción ecológica *el uso de métodos de producción conformes a las normas establecidas en el presente Reglamento en todas las etapas de la producción, preparación y distribución. En particular, la prohibición de ingredientes o componentes transgénicos y de radiaciones ionizantes, así como la estricta limitación del uso de los medios de síntesis* (artículo 4 y 10).

Es debido a lo señalado que, partiendo del principio de no confusión, no es suficiente con que la publicidad y el etiquetado cumplan con la literalidad de la ley como hemos visto, pues se puede inducir a error al ciudadano cuando se utilizan mensajes aparentemente conformes a Derecho. En nuestra opinión, estos no deberían considerarse legales, ya que podría dar lugar a la compra de un producto alimentario determinado, con buena fe del consumidor, pero mal informado, lo cual puede revertir en consecuencias importantes para la salud del consumidor (ej. consumo alimentos que poseen declaraciones nutricionales o propiedades saludables, interpretando así que estas constituyen un hábito de vida saludable). En lugar de cumplir el objetivo de proteger al consumidor, se convierte en una dificultad para aquellos que quieren mantener su salud o controlar su enfermedad eligiendo alimentos que aparentemente son saludables.

Además, *“la situación resulta también llamativa en lo que se refiere a las menciones relativas al impacto ambiental de los alimentos. En este sentido, a pesar de que la configuración legal de la producción ecológica no pone énfasis en la sostenibilidad ambiental del alimento durante todas sus fases de producción, el consumidor medio con frecuencia relaciona alimento ecológico con un menor impacto en el medio ambiente. Sin embargo, esto no siempre es así, puesto que los acuerdos internacionales permiten, por ejemplo, que un alimento ecológico producido en otro continente pueda etiquetarse como ecológico legalmente en Europa, a pesar de la huella de carbono que se asocia a su transporte. Lo mismo ocurre con aquellos alimentos elaborados a partir de alimentos de producción ecológica, pero en los que el resto de procesos (gasto de agua, gas, generación de residuos, materiales de envasado) conlleva*

³⁷ Véase Gráfico 13 del Anexo I SEGUNDO. Elaboración propia.

importantes costes ambientales”³⁸.

4.3. Reglamento (UE) n^o 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor

En el año 2011 la Unión Europea publicó este Reglamento³⁹, incluyendo la información nutricional en la lista de menciones obligatorias de información alimentaria, que fue exigible a partir del 13 de diciembre de 2016. *El presente Reglamento establece los principios generales, los requisitos y las responsabilidades que rigen la información alimentaria y, en particular, el etiquetado de los alimentos. Asimismo, establece los medios para garantizar el derecho de los consumidores a la información, así como los procedimientos para facilitar información alimentaria, teniendo en cuenta la necesidad de dar la flexibilidad suficiente para responder a los futuros avances y los nuevos requisitos de información* (artículo 1.2).

En el artículo 2.2 se recoge lo que se entenderá por información alimentaria, siendo esta *“la información relativa a un alimento y puesta a disposición del consumidor final por medio de una etiqueta, otro material de acompañamiento, o cualquier otro medio, incluyendo herramientas tecnológicas modernas o la comunicación verbal”*. También se estipula lo que se entenderá por información alimentaria obligatoria, *“las menciones cuya comunicación al consumidor final es exigida por las disposiciones de la Unión”*⁴⁰.

³⁸ PLANA, M^a. J. y DE LECUONA, I.: *Información alimentaria: cuestiones éticas y jurídico-políticas*. Universidad de Barcelona. Barcelona, 2017, págs. 49-52.

³⁹ Por este Reglamento se modifican los Reglamentos (CE) n^o 1924/2006 y (CE) n^o 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, y por el que se derogan la Directiva 87/250/CEE de la Comisión, la Directiva 90/496/CEE del Consejo, la Directiva 1999/10/CE de la Comisión, la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 2002/67/CE, y 2008/5/CE de la Comisión, y el Reglamento (CE) n^o 608/2004 de la Comisión.

⁴⁰ Resulta interesante comentar la diferenciación que realiza este Reglamento entre: a) «denominación jurídica»: la denominación de un alimento prescrita en las disposiciones de la Unión aplicables al mismo o, a falta de tales disposiciones de la Unión, la denominación prevista en las leyes, los reglamentos y las disposiciones administrativas aplicables en el Estado miembro en que el alimento se vende al consumidor final o a las colectividades; b) «denominación habitual»: cualquier nombre que se acepte como denominación del alimento, de manera que los consumidores del Estado miembro en que se vende no necesiten ninguna otra aclaración; c) «denominación descriptiva»: cualquier denominación que proporcione una descripción del alimento y, en caso necesario, de su uso, que sea suficientemente clara para permitir a los consumidores conocer su verdadera naturaleza y distinguirlo de otros productos con los que pudiera confundirse.

En el capítulo III se regulan los requisitos generales de información alimentaria y responsabilidades de los explotadores de empresas. Concretamente, el artículo 7 sobre prácticas informativas leales estipula que la información alimentaria no deberá inducir a error, en particular: *“a) sobre las características del alimento y, en particular, sobre la naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, país de origen o lugar de procedencia, y modo de fabricación o de obtención; b) al atribuir al alimento efectos o propiedades que no posee; c) al insinuar que el alimento posee características especiales, cuando, en realidad, todos los alimentos similares poseen esas mismas características, en particular poniendo especialmente de relieve la presencia o ausencia de determinados ingredientes o nutrientes; d) al sugerir, mediante la apariencia, la descripción o representaciones pictóricas, la presencia de un determinado alimento o ingrediente, cuando en realidad un componente presente de forma natural o un ingrediente utilizado normalmente en dicho alimento se ha sustituido por un componente o un ingrediente distinto”*.

La información alimentaria habrá de ser, por tanto, precisa, clara y fácil de comprender para el consumidor. El operador de empresa alimentaria responsable de la información alimentaria será el operador con cuyo nombre o razón social se comercialice el alimento o, en caso de que no esté establecido en la Unión, el importador del alimento al mercado de la Unión (artículo 8).

4.3.1. Información obligatoria

Conforme al presente Reglamento, será obligatorio contener las siguientes menciones, según el artículo 9:

a) la denominación del alimento; b) la lista de ingredientes; c) todo ingrediente o coadyuvante tecnológico que figure en el anexo II o derive de una sustancia o producto que figure en dicho anexo que cause alergias o intolerancias y se utilice en la fabricación o la elaboración de un alimento y siga estando presente en el producto acabado, aunque sea en una forma modificada; d) la cantidad de determinados ingredientes o de determinadas categorías de ingredientes; e) la cantidad neta del alimento; f) la fecha de duración mínima o la fecha de caducidad; g) las condiciones especiales de conservación y/o las condiciones de utilización; h) el nombre o la razón social y la dirección del

operador de la empresa alimentaria a que se refiere el artículo 8, apartado 1; i) el país de origen o lugar de procedencia cuando así esté previsto en el artículo 26; j) el modo de empleo en caso de que, en ausencia de esta información, fuera difícil hacer un uso adecuado del alimento; k) respecto a las bebidas que tengan más de un 1,2 % en volumen de alcohol, se especificará el grado alcohólico volumétrico adquirido; l) la información nutricional⁴¹ 42.

En cuanto a la disponibilidad y la colocación de la información alimentaria obligatoria que mencionábamos, se entiende que esta estará disponible y será fácilmente accesible, de manera que sea visible, claramente legible⁴³ y, en su caso, indeleble. No podrá estar disimulada, tapada o separada por ninguna otra indicación o imagen, ni por ningún otro material interpuesto (artículo 13 del Reglamento (UE) n^o 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor).

En este Reglamento se regula cuál será la denominación del alimento: será su denominación jurídica. A falta de tal denominación, la denominación del alimento será la habitual, o, en caso de que esta no exista o no se use, se facilitará una denominación descriptiva del alimento. Todo ello se debe relacionar con la mención que hacíamos en epígrafes previos sobre la falta de concordancia entre la denominación jurídica y la habitual. Si todavía generase confusión la denominación del alimento deberá completarse con otras indicaciones descriptivas que habrán de figurar en su proximidad.

La información nutricional obligatoria incluirá lo siguiente: a) el valor energético, y b) las cantidades de grasas, ácidos grasos saturados, hidratos de carbono, azúcares, proteínas y sal⁴⁴. La expresión se expresará por 100g o por 100 ml. La presentación será

⁴¹ Véase Anexo II, figura 7 sobre ejemplo de una etiqueta.

⁴² Existen algunas omisiones de determinadas menciones obligatorias como es el caso de las botellas de vidrio destinadas a la reutilización que estén marcadas indeleblemente y, por tanto, no lleven ninguna etiqueta, faja o collarín solo serán obligatorias las menciones enumeradas en el artículo 9, apartado 1, letras a), c), e), f) y l). En el caso del envase o los recipientes cuya mayor superficie sea inferior a 10 cm², solo serán obligatorias en el envase o en la etiqueta las menciones enumeradas en el artículo 9, apartado 1, letras a), c), e) y f). Las menciones a que se hace referencia en el artículo 9, apartado 1, letra b), se facilitarán mediante otros medios o estarán disponibles a petición del consumidor.

⁴³ Véase Anexo III, tabla 3 sobre el tamaño de la letra que resulta en numerosas ocasiones demasiado pequeño o con graffías mal impresas.

⁴⁴ Artículo 30 del Reglamento (UE) n^o 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre

en formato de tabla con las cifras en columnas, si el espacio lo permite, si no fuera así el formato será lineal. Podrán facilitarse por medio de otras formas de expresión y/o presentación mediante formas o símbolos gráficos además de mediante texto o números, a condición de que se cumplan todos los requisitos siguientes: a) se basen en estudios rigurosos y válidos científicamente sobre los consumidores y no induzcan a engaño al consumidor; b) su desarrollo sea el resultado de la consulta de un amplio abanico de los grupos interesados; c) estén destinadas a facilitar la comprensión del consumidor sobre la contribución o la importancia del alimento en relación con el aporte energético y de nutrientes de una dieta; d) estén respaldadas por pruebas científicas válidas que demuestren que el consumidor medio comprende tales formas de expresión y presentación; e) sean objetivas y no discriminatorias, y g) su aplicación no suponga obstáculos a la libre circulación de mercancías⁴⁵.

4.3.2 Información alimentaria voluntaria

En cuanto a la información alimentaria proporcionada voluntariamente cumplirá los requisitos siguientes: a) no inducirá a error al consumidor, según se indica en el artículo 7; b) no será ambigua ni confusa para los consumidores, y c) se basará, según proceda, en los datos científicos pertinentes (artículo 30)⁴⁶. La información nutricional obligatoria podrá complementarse con: a) ácidos grasos monoinsaturados; b) ácidos grasos poliinsaturados; c) polialcoholes; d) almidón; e) fibra alimentaria; f) cualquier vitamina o mineral⁴⁷.

4.4. Decreto 2484/1967, de 21 de septiembre, por el que se aprueba el texto del Código Alimentario Español

Resulta sorprendente como una norma del año 1967 continua vigente y por tanto sigue siendo de aplicación en nuestro país. Este Decreto⁴⁸ destaca por la identificación

de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. Véase Tabla 2, Anexo III.

⁴⁵ Artículo 34 y 35 del Reglamento (UE) n^o 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.

⁴⁶ Artículo 36 del Reglamento (UE) n^o 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.

⁴⁷ Véase Tabla 2, Anexo III.

⁴⁸ BOE núm. 248, de 17 de octubre de 1967.

y categorización que hace de cada producto alimentario⁴⁹.

Se considera alimento “*todas las sustancias o productos de cualquier naturaleza, sólidos o líquidos, naturales o transformados, que, por sus características, aplicaciones, componentes, preparación y estado de conservación, sean susceptibles de ser habitual o idóneamente utilizados a alguno de los fines siguientes: a) Para la normal nutrición humana o como frutivos. b) Como productos dietéticos, en casos especiales de alimentación humana*” (artículo 1.02.01 del citado texto legal).

En el artículo 1.02.09 habla de los alimentos falsificados, establece que serán aquellos que: “*a) Que haya sido preparado o rotulado para simular otro conocido. b) Que su composición real no corresponda a la declarada y comercialmente anunciada. c) Cualquier otra capaz de inducir a error al consumidor*”. Como podemos observar la norma puede ser de amplia aplicación y de susceptible interpretación.

Para entrar en el tema objeto de nuestro comentario central, que es el etiquetado del producto, debemos de partir de lo que la Ley entiende como envoltente, pues este será lo que recubra al alimento, donde se colocará la rotulación y el etiquetado del mismo. Los envoltentes, según el artículo 2.04.06 CAE, son los materiales que, en cualquier forma y circunstancia, protegen los alimentos, bebidas y sus materias primas, distinguiéndose las siguientes clases: envase, embalaje, envoltura, revestimiento, cobertura. Siendo el rótulo la inscripción o marca que se adhiere, imprime o graba en los embalajes, carteles y anuncios. Por su parte, es etiqueta la leyenda que preceptivamente se adhiere, imprime, litografía o graba en un producto, envase o envoltura.

Toda la información, propaganda, rotulación y etiquetado de los alimentos y bebidas se redactará de forma que no deje lugar a duda respecto a su verdadera naturaleza, composición, calidad, origen, cantidad, tratamiento general a que ha sido sometido y otras propiedades esenciales de los mismos (artículo 2.04.16 CAE).

⁴⁹ El su primer artículo se establece que: “*El Código Alimentario es el cuerpo orgánico de normas básicas y sistematizadas relativas a los alimentos, condimentos, estimulantes y bebidas, sus primeras materias correspondientes, utensilios y enseres de uso y consumo doméstico. A tales efectos, tiene como finalidad: a) Definir qué ha de entenderse por alimentos, condimentos estimulantes, bebidas y demás productos y materias a que alcanza esta codificación. b) Determinar las condiciones mínimas que han de reunir aquéllos. c) Establecer las condiciones básicas de los distintos procedimientos de preparación, conservación, envasado, distribución, transporte, publicidad y consumo de alimentos*”.

En la rotulación, etiquetado y propaganda no se permitirá a tenor del artículo 2.04.19: “a) *Cualquier impresión o litografía en la cara interna del envase o envoltura que esté en contacto con los alimentos.* b) *Signos, inscripciones, dibujos y omisiones que induzcan a error o engaño.* c) *Calificativos, tales como «puro» o «natural» en aquellos alimentos que contengan aditivos o materias extrañas.* d) *Indicaciones que atribuyan a los alimentos una acción terapéutica, preventiva o curativa, o que hagan creer que tiene propiedades superiores a las que poseen normalmente.* e) *Observaciones que puedan inducir a error respecto a su verdadera composición o técnica de elaboración.* f) *Inscribir los datos obligatorios únicamente en precintos, cápsulas, tapones u otras partes que se inutilizan al abrir el envase”.*

De todas estas prohibiciones destaca, en primer lugar, el apartado b, es notorio que gran cantidad de productos alimenticios utilizan dibujos o signos que inducen al consumidor a crear una falsa realidad del mismo. Un ejemplo de lo dicho, son las cajas de cereales en las que aparece la silueta de un cuerpo atlético o imágenes de trigo, cuando la realidad, es que a pesar de ser cierto que el producto tenga un alto contenido en fibra, también tiene normalmente alto contenido en azúcares, atrae así a que consumidor crea que es más sano el producto de lo que realmente es. En segundo lugar, del apartado c podemos destacar que últimamente uno de los más comunes es el término “natural” o “100% natural”, utilizado en muchos productos alimenticios. Este sufijo hace ver que el producto no ha sido objeto de elaboración, manipulación o que no se le han añadido otros aditivos. Sin embargo, muchos productos comercializados bajo esta expresión no cumplen estos requisitos.

En resumen, el Código Alimentario Español, encierra una regulación específica de cada alimento en particular y en todos ellos hace mención del envasado y venta de los mismos⁵⁰.

Hasta el momento nos hemos aproximado al concepto de Derecho alimentario realizado un estudio pormenorizado de la legislación que versa sobre la información que debe o puede contener el etiquetado de los productos alimentarios. Pasaremos ahora a

⁵⁰ Así por ejemplo establece que los zumos naturales, concentrados, conservados, edulcorados, azucarados y néctares se presentarán siempre envasados, y en la etiqueta figurará claramente la clase de fruta con que ha sido elaborado. Si se trata de zumo azucarado se indicará en gramos la cantidad de azúcar añadida por kilogramo de zumo tratado; cuando sean gaseados se especificará esta condición. Si se trata de zumo concentrado se indicará el grado de concentración con relación al zumo fresco o natural (en el artículo 3.22.21).

analizar cuestiones jurídico civiles aplicables al asunto objeto del presente trabajo.

5) Deber de información y etiquetado: especial referencia al incumplimiento en las obligaciones derivadas de la compraventa en el ámbito alimentario

Para el estudio de esta cuestión debemos partir de la base de que la adquisición de un producto alimenticio tiene lugar a través de un contrato. El artículo 1089 del Código Civil lo sitúa entre las fuentes de obligaciones, reiterando así la cuestión en el artículo 1091 del mismo texto legal, cuando establece que: “*las obligaciones que nacen de los contratos tienen fuerza de ley entre las partes contratantes, y deben cumplirse a tenor de los mismos*”. Si avanzamos en la lectura de la citada norma, observamos como en su artículo 1254 establece que “*el contrato existe desde que una o varias personas consienten en obligarse, respecto de otra u otras, a dar alguna cosa o prestar algún servicio*”. Siendo este último precepto muy importante para el tema que se trata, pues se centra en el consentimiento, siendo este necesario para que se produzca el nacimiento de las obligaciones.

El ámbito de la protección de los consumidores, aun siendo una regulación sectorial, incide directamente sobre la teoría general del contrato. Como dice Carlos MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ en relación a la contratación *en masa*, el sistema jurídico fundado sobre los principios de igualdad entre los contratantes, y de la libertad de regulación de los propios intereses no logra dar respuestas a los principios de igualdad y libertad de elección, pues estos son puramente formales. En estos contratos es escasa la intervención de la voluntad del consumidor, por el contrario, el profesional sí goza de tal poder que puede llegar a generar un desequilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes⁵¹. Proliferando de tal manera las contrataciones masivas, así, por ejemplo, los consumidores acuden a grandes cadenas de supermercados para adquirir un producto alimentario, limitándose únicamente a entrar en el establecimiento, seleccionar el producto y ponerlo en la cesta o carro para pagarlo de forma inmediata, sin pararse a efectuar una negociación individual del contrato de compraventa. Respecto al contenido de los contratos, en la mayor parte de los casos de contratación en masa, este viene predispuesto por una de las partes, adhiriéndose la otra: de ahí la especial importancia de

⁵¹ MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ, C.: “Capítulo 9, El contrato... *op. cit.*, pág. 312.

la regulación adecuada de las condiciones generales de los contratos, así como de las cláusulas abusivas en contratos con consumidores.

En cuanto a la compraventa, que es lo que nos interesa aquí por ser el medio a través del cual los consumidores adquieren los productos alimentarios elegidos, el art. 1445 del CC establece que “*por contrato de compra y venta uno de los contratantes se obliga a entregar una determinada cosa, y el otro a pagar por ello un precio cierto en dinero o signo que lo represente*”. Nos encontramos en estos casos ante un contrato de compraventa alimentaria que reviste las siguientes características: es bilateral o sinalagmático, pues de él nacen obligaciones recíprocas, donde ambas partes se encuentran obligadas una respecto de la otra. Es oneroso, porque la prestación que realiza cada una de las partes se corresponde con la otra (comprador entrega el precio y recibe la cosa). Además, es consensual (ni formal, ni real) debido a que se perfecciona con el consentimiento y típico⁵²⁵³.

En referencia a los elementos esenciales del contrato, estos son aquellos requisitos sin los cuales el contrato no puede llegar a existir, y son, por consiguiente, requisitos *sine qua non*. Los elementos esenciales de todo contrato son, según el artículo 1261 del Código Civil, los tres siguientes: 1.º consentimiento de los contratantes; 2.º objeto cierto que sea materia del contrato; y 3.º causa de la obligación que se establezca. De los tres elementos enumerados, aunque todos ellos son esenciales y sin cuya concurrencia carecería este de validez, el consentimiento constituye el más importante, ya que en el acuerdo de voluntades de los contratantes descansa la obligatoriedad del contrato, y de las obligaciones que de él nacen⁵⁴. La voluntad contractual es la que el ordenamiento considera como precepto de la voluntad privada (acuerdo que resulta objetivamente de la concurrencia de estas declaraciones, el resultado concurrente e integrado de todas ellas)⁵⁵.

A continuación, analizaremos algunas cuestiones de interés que poseen cierta trascendencia en el momento de formación del contrato para valorar cuáles podrán ser las

⁵² SÁNCHEZ CALERO, F.J.: “*Curso derecho Civil II. Derecho de obligaciones, contratos y responsabilidad por hechos ilícitos*”. Tirant lo Blanch, Valencia, 2018, pág. 140.

⁵³ El contrato de compraventa encuentra su regulación genérica, en los arts. 1445 a 1537 CC. Hay previsiones contenidas en el Código de Comercio, respecto a la llamada compraventa mercantil, ahora bien, la compraventa de consumo siempre se calificará como civil.

⁵⁴ SÁNCHEZ CALERO, F.J.: “*Curso derecho Civil... op. cit.*”, pág. 145.

⁵⁵ DE PABLO CONTRERAS, P.: “Capítulo 10: requisitos del contrato”, en MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ, C.: *Teoría General de la Obligación y el Contrato*. Edisofer. 4º Ed, 2016. Pág.335 a 337.

consecuencias jurídicas derivadas del incumplimiento de las exigencias normativas respecto al etiquetado e información nutricional, entre otros aspectos.

a) La publicidad en el proceso de formación del contrato

El proceso de formación del contrato, conforme a su esquema clásico (oferta y aceptación) se ha visto afectado por la irrupción de la publicidad comercial (radio, televisión revistas, periódicos, vallas publicitarias, internet, etc.), que ha sustituido a los tratos previos de los que se ocupa el Derecho civil clásico, y ha alterado profundamente el proceso de formación del contrato.

La publicidad puede ser definida como aquella forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o un servicio, inducir una nueva marca o producto del mercado de consumo o reposicionarla⁵⁶. Se atribuye a la publicidad dos funciones básicas: por un lado, la de *informar a los consumidores*, permitiendo así encontrar un modelo de comunicación entre estos y los profesionales que sustituya al contacto directo y personalizado entre ambos; y, por otro lado, la de *convencer a los consumidores*, que es de carácter persuasivo y está encaminada a ejercer una influencia psicológica sobre los destinatarios de sus mensajes⁵⁷.

En la fase precontractual como establece el artículo 60.1 TRLGDCU, antes de que el consumidor y usuario quede vinculado por un contrato u oferta correspondiente, el empresario deberá facilitarle de forma clara y comprensible, salvo que resulte manifiesta por el contexto, la información relevante, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato, en particular sobre sus condiciones jurídicas y económicas. Dicha información, en concreto la relacionada con el tema objeto de nuestro trabajo, debe ser proporcionada tanto por el etiquetado de los productos alimentarios, como por la publicidad que se difunda de los mismos. Destacan: a) Las características principales de los bienes o servicios, en la medida adecuada al soporte utilizado y a los bienes o servicios. b) La identidad del empresario, incluidos los datos correspondientes a la razón

⁵⁶ MOYA JIMÉNEZ, A.: “Reclamaciones de derecho de consumo. Aspectos prácticos”. Wolters Kluwer, 2018. Pág. 307.

⁵⁷ MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ, C.: “Capítulo 11, formación y perfeccionamiento del contrato”, en MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ, C.: *Teoría General de la Obligación y el Contrato*. Edisofer. 4º Ed, 2016. Pág. 388.

social, el nombre comercial, su dirección completa y su número de teléfono y, en su caso, del empresario por cuya cuenta actúe.

Las reglas de protección inciden en la regulación de la publicidad. Además de impedir la publicidad engañosa, según el artículo 61 TRLGDCU, el contenido de la publicidad es exigible por el consumidor, aunque no figure expresamente en el clausulado del contrato que ha firmado⁵⁸, pues el contrato irrumpe en el mundo jurídico en el momento de su perfección, cuando se cruzan ambos consentimientos. Se debe estudiar si las actuaciones ocurridas con anterioridad a la celebración del mismo (que por tanto han conducido a que se produzca la celebración) tienen trascendencia clara en orden a la formación de la voluntad contractual. A modo de ejemplo, destaca la legislación relativa al mercado de huevos para consumo humano, que requiere que se informe de si el huevo ha sido puesto por una gallina criada en una jaula, en el suelo, si es campera o si la producción es ecológica. Esta medida exige que esta información aparezca mediante un código numérico (3 jaula, 2 suelo, 1 campera o 0 ecológico) que se encuentra en la cáscara, y que se añade en la etiqueta, pero que frecuentemente está oculta entre múltiples menciones adicionales que hacen que esta información resulte poco visible⁵⁹. En la encuesta que hemos realizado, le hemos preguntado a los consumidores si saben diferenciar entre los diferentes huevos a los que hacíamos alusión, respondiendo exclusivamente un 48,2% de los encuestados que si sabrían realizar dicha diferenciación⁶⁰. En ciertos países de la Unión Europea, durante años, se estuvieron comercializando millones de huevos como si procedieran de gallinas criadas en libertad o ecológicas, siendo la realidad totalmente distinta, ya que se trataba de gallinas ponedoras convencionales y criadas en jaulas⁶¹. A pesar de poder calificar todo esto como un fraude o una estafa económica al consumidor, cabe destacar que en el ámbito civilista supone dar una publicidad del tipo de crianza de las gallinas que ponen los huevos objeto

⁵⁸ Artículo 61 TRLGDCU en su apartado 2: “El contenido de la oferta, promoción o publicidad, las prestaciones propias de cada bien o servicio, las condiciones jurídicas o económicas y garantías ofrecidas serán exigibles por los consumidores y usuarios, aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido y deberán tenerse en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato”.

⁵⁹ PLANA, M.ª J. y DE LECUONA, I.: *Información alimentaria... op. cit.*, pág. 50.

⁶⁰ Véase Gráfico 14 del Anexo I SEGUNDO. Elaboración propia.

⁶¹ LÓPEZ JURADO, L. y MOYA GEROMINI, Á.: “Capítulo VI fraudes alimentarios” en ROYO BORDONADA, M.A: *La alimentación y el consumidor*. Escuela Nacional de Sanidad, Instituto de Salud Carlos III. Madrid, 2013. Pág. 36.

de consumo, no siendo veraz la información proporcionada. De forma habitual los consumidores asumen un precio superior pensando que se tratan de productos de mejor calidad o con cualidades concretas, como es el caso que nos ocupa. Se puede observar en envases de huevos de gallinas camperas imágenes de varias gallinas en campos verdes, cuando lo cierto es que, según la regulación actual, las gallinas no vive ni en campos, ni en jaulas, como vemos regulado en el Reglamento Delegado (UE) 2017/2168 de la Comisión, de 20 de septiembre de 2017, por el que se modifica el Reglamento (CE) nº589/2008 de la Comisión en lo que atañe a las normas de comercialización de los huevos de gallinas camperas en los casos en que se restringe el acceso de estas a espacios al aire libre⁶². Se regula en su anexo II que se puede limitar a una franja temporal de tiempo la exposición de las gallinas al aire libre, por lo que son criadas realmente en naves, regulando el espacio de cada gallina al aire libre (cuando las sueltan) pero no en el interior de la nave.

Más allá de lo expuesto, en la Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición⁶³, concretamente en su artículo 44.3 se recoge que: *“Sin perjuicio de lo establecido en el Reglamento (CE) nº 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos, en la **publicidad o promoción directa o indirecta de alimentos** quedará prohibida: a) La aportación de testimonios de profesionales sanitarios o científicos, reales o ficticios, o de pacientes reales o supuestos, como medio de inducción al consumo, así como la sugerencia de un aval sanitario o científico. b) La promoción del consumo de alimentos con el fin de sustituir el régimen de alimentación o nutrición comunes, especialmente en los casos de maternidad, lactancia, infancia o tercera edad. c) La referencia a su uso en centros sanitarios o a su distribución a través de oficinas de farmacia. Solo se permitirá la utilización de avales de asociaciones, corporaciones, fundaciones o instituciones, relacionadas con la salud y la nutrición en la publicidad o promoción directa o indirecta de alimentos, cuando: a) Se trate de organizaciones sin ánimo de lucro. b) Se comprometan, por escrito, a utilizar los recursos económicos, obtenidos con esta colaboración en actividades que favorezcan la*

⁶² DO L 163 de 24 de junio de 2008, pág. 6.

⁶³ BOE núm. 160, de 6 de julio de 2011.

salud, a través de la investigación, desarrollo y divulgación especializada en el ámbito de la nutrición y la salud. Todo ello a tenor de artículo 44 de la ley 17/2011, de seguridad alimentaria y nutrición.”

De acuerdo con la teoría tradicional, corresponde a cada uno de los contratantes adquirir la información precisa sobre las prestaciones objeto del contrato y el alcance tanto de su compromiso como el de la contraparte. Existen unos limitados deberes de información precontractual, que se articulan en torno al régimen de los vicios del consentimiento o al de saneamiento por evicción o vicios ocultos. Este planteamiento resulta insuficiente cuando existe una situación de déficit de información a cargo del consumidor, que puede afectar a la formación de su consentimiento contractual, (muchas veces el consumidor es un profano en la materia sobre la que contrata). La superación de este déficit es demasiado costosa para el consumidor, pero podría ser fácilmente conseguida mediante la información facilitada por el profesional. De ahí que exista una marcada tendencia a invertir la regla tradicional, imponiendo a los profesionales un deber genérico de información respecto al consumidor, garantizando así la emisión de un consentimiento suficientemente ilustrado⁶⁴. Esto ocurre con muchos de los productos alimentarios que los consumidores adquieren en ventas o supermercados, donde el fin es la comercialización del producto, pero no su fabricación, siendo la lectura del etiquetado el único modo de obtener la información esencial sobre la composición del producto.

b) El dolo como vicio de consentimiento

Llegados a este punto resulta conveniente hacer referencia a los vicios del consentimiento que podrían concurrir en el proceso de contratación, con una mención especial al dolo.

El supuesto de dolo es, en cierto modo, semejante al del error, pues quien presta su consentimiento viciado por dolo desconoce también la realidad, en definitiva, obra en virtud de una falsa representación de las cosas. Pero se diferencia en que supone un error provocado maliciosamente por la otra parte contratante. El dolo constituye un engaño utilizado por uno de los contratantes para inducir al otro a contratar. A tenor del artículo 1269 del CC: *“Hay dolo cuando con palabras o maquinaciones insidiosas de parte de*

⁶⁴ MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ, C.: “Capítulo 11, formación ... *op. cit.*, pág. 389.

uno de los contratantes, es inducido el otro a celebrar un contrato que sin ellas, no hubiera hecho”.

Caracterizado así por la mala fe y por el ánimo de defraudar con que un contratante procede maliciosamente respecto del otro, puede manifestarse tanto mediante palabras, como a través de simples hechos e, incluso, por omisiones encaminadas a ocultar la realidad (en definitiva, sin su empleo, el contrato no hubiera llegado a celebrarse). Pero no basta cualquier engaño para determinar la invalidez del consentimiento. Se trata sólo del dolo grave (cuando una parte pretende maliciosamente engañar a la otra e inducir la a celebrar el contrato, frente al que los romanos llamaban *dolus bonus*). Todo lo expresado se puede observar hoy en día en multitud de campañas publicitarias: así, por ejemplo, cuando se pone de manifiesto exageradamente las excelencias de la cosa que se intenta vender; algo tolerado por la conciencia social e intrascendente, por ello, a efectos de invalidar el consentimiento, como ocurre con la comercialización de infusiones détox, anti-grasas o adelgazantes, infundiendo en el consumidor una creencia en la que únicamente basta con el consumo del producto determinado para bajar de peso (sin incidir en que, en realidad, este producto es un complemento, siendo el elemento principal una dieta equilibrada, hacer deporte, etc., en definitiva, llevar una vida sana).

Existe pues, un dolo llamado incidental, que no determina la nulidad del contrato, si bien el contratante que haya sido objeto del dolo **podrá exigir del otro los daños y perjuicios** que se le hayan causado (artículo 1270 del CC). En consecuencia, para poder determinar la anulabilidad del contrato, el dolo ha de ser grave y causante, es decir, de tal entidad que de no haber mediado, el contrato no hubiera llegado a celebrarse⁶⁵.

Cuando no hay consentimiento, falta uno de los requisitos esenciales del contrato, por lo que se produce la ineficacia total. En ocasiones la doctrina habla de inexistencia; esta expresión no debe tomarse en un sentido demasiado riguroso, pues, aunque le falte al contrato algún elemento esencial existirá normalmente una apariencia de contrato que será necesario impugnar para que tal inexistencia se declare. Se distinguen los contratos nulos de los anulables por no ser susceptibles los primeros de convalidación, ya que lo inicialmente nulo no puede sanarse después, ni por voluntad de los contratantes mediante ratificación, ni por el transcurso del tiempo (no pudiendo tampoco producir ningún efecto,

⁶⁵ SÁNCHEZ CALERO, F.J.: “Curso derecho Civil... op. cit., pág. 151.

de suerte que una vez declarada su nulidad, han de borrarse retroactivamente todos los efectos jurídicos que hayan originado, restableciendo las cosas al estado que tenían antes de su celebración)⁶⁶. Sin embargo, cuando se presta el consentimiento viciado por error, intimidación o dolo, el contrato es susceptible de ser anulado (artículo 1.300 del CC), y se denomina a esta forma de ineficacia anulabilidad (pues en este caso sí que se cumplen todos y cada uno de los requisitos esenciales para su validez), que sólo puede solicitar el que ha sido perjudicado y no la parte que empleó el dolo, o la violencia o intimidación, o que ha resultado favorecido por el error del otro contratante⁶⁷.

En estos casos, la persona que ha sufrido el error, o que ha sido víctima de la intimidación o del dolo, cuando los efectos del vicio del consentimiento hayan cesado, una vez conocido el error o el dolo de que fue objeto, o cesado el efecto de la intimidación, puede, pedir la declaración de ineficacia o anulabilidad. Pero a diferencia de lo que sucede en los casos de inexistencia y de nulidad absoluta, estos contratos son susceptibles de convalidación, lo cual puede hacerse por el perjudicado de dos maneras: bien confirmando expresamente (quien podría impugnar el contrato, con conocimiento del vicio que adolecía, realiza algo que implica necesariamente la voluntad de renunciar a impugnarlo), o bien dejando transcurrir sin ejercitarla (tácito consentimiento del perjudicado) el plazo de prescripción de la acción de impugnación, que es de cuatro años, según preceptúa el artículo 1301 del Código Civil. Estos cuatro años se cuentan para el supuesto que nos interesa (que es el dolo) desde la consumación del contrato⁶⁸.

Así, se puede ejemplificar este vicio del consentimiento (dolo) en el tratamiento de una imagen que pueda llegar a inducir a engaño al consumidor. En la encuesta que le hemos realizado a quinientas personas se ilustra cómo, aunque se inserten en el envase del producto los elementos esenciales que deberían proporcionar al consumidor un reflejo fiel de la información sobre el producto alimentario, no se integran con la finalidad de que la información sea recibida por el consumidor. En la indagación señalada, se proporcionó a los encuestados dos imágenes de un bote de *ColaCao*, que permitían observar los 360° del envase, preguntándoles que, tras analizar las fotografías, contestaran para qué edad era acorde el producto. Solamente el 27,2% de los encuestados

⁶⁶ SÁNCHEZ CALERO, F.J.: “Curso derecho Civil II... *op.cit.*”, págs. 180-181.

⁶⁷ *Idem*, pág. 152.

⁶⁸ *Idem*, págs. 181.

respondieron 36 meses de edad⁶⁹ (siendo esta la correcta: o sea, la indicada por fuera del margen izquierdo inferior de la tabla de información nutricional media), lo que equivale a tres años de vida del menor. La imagen proporcionada en el envase (donde aparece un niño aparentemente menor de 3 años) y el hecho de que llame al producto “*mi primer ColaCao*” induce a pensar que se puede ingerir por sujetos aún más pequeños. El padre o madre de un niño menor de 36 meses puede comprarlo y al llegar a casa analizar detenida y minuciosamente el etiquetado, comprobando así que, en el momento de celebrarse la compraventa no tuvo conocimiento de este dato. Así, dicho contrato no hubiera tenido lugar si el empresario hubiera reflejado la edad con un tamaño de letra adecuado y con una imagen fiel a la realidad.

c) La responsabilidad civil por daños

La efectividad de la garantía de la salud y seguridad del consumidor implica la necesidad de establecer un adecuado régimen de responsabilidad civil en este campo. Proclamar el derecho del consumidor a la salud y seguridad en el uso y consumo de bienes y servicios, sin establecer la posibilidad de la adecuada indemnización de los daños sufridos en violación de este derecho, sería convertir al mismo en un mero principio programático carente de contenido práctico efectivo. El régimen general de responsabilidad civil supone la sanción privada a la infracción del principio *alterum non laedere*⁷⁰.

Uno de los extremos más discutidos por la doctrina, y más contradictorios en su solución jurisprudencial, era la determinación del régimen de responsabilidad que establecía la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, en adelante LCU, (disposición sustituida por el TRLGDCU)⁷¹. A pesar de

⁶⁹ Véase Pregunta 15 y Gráfico 15 del Anexo I SEGUNDO. Elaboración propia.

⁷⁰ GARCÍA GARCÍA, L.M^a.: “Capítulo 1, La reparación del daño causado por productos” en DE LEÓN ARCE, A.: *Derecho de los consumidores y usuarios. Tomo II*, Tirant lo Blanch. 3^o Ed, Valencia, 2016. Pág. 1863 - 1864.

⁷¹ Pueden identificarse tres corrientes de interpretación, que muy resumidamente son:

– La que entendía que la LCU establecía un único régimen de responsabilidad, de carácter subjetivo con inversión de la carga de la prueba de la culpa o negligencia del sujeto responsable (como hacen las SSTS 13 de junio de 1996 (RJ1996/4763) y 19 septiembre 1996 (RJ 1996/6719), y SAP Zaragoza 2 octubre 1996 (AC 1996/1950)). En concreto la SSTS de 25 de junio de 1996 establece que “*es cierto que el ámbito de la misma es preferentemente administrativo, pero es innegable que contiene normas sustantivas civiles, hasta el punto que pueden comprenderse en su texto los supuestos de culpa contractual y extracontractual, si bien, regulados con los matices complementarios derivados de la propia Ley*” (RJ 1996/4853).

– La que, partiendo también de la existencia en la LCU de un único régimen de responsabilidad, entendía que el mismo se configuraba con carácter objetivo, con independencia de la diligencia desplegada por el fabricante, importador o suministrador.

que la LCU, establecía un régimen especial de responsabilidad civil del fabricante, unificado ahora en el TRLGDCU, no se puede prescindir radicalmente del estudio del régimen general de responsabilidad (contractual y/o extracontractual), por cuanto que continúa siendo de aplicación. La pervivencia de la aplicabilidad del régimen general de responsabilidad civil viene determinada por dos circunstancias:

-En primer lugar, porque la legislación especial de daños por productos (el Libro III del TRLGDCU) tiene un ámbito de aplicación determinado, de forma que los supuestos que no se encuentren comprendidos en dicho ámbito se regirán por la normativa general del Código Civil como directamente aplicable. Así, el ámbito de aplicación del TRLGDCU se circunscribe a daños causados por productos (bienes muebles y vivienda), y siempre que se trate de daños corporales o materiales en bienes distintos del propio producto, por lo que esta norma no será aplicable por ejemplo a los daños causados por bienes inmuebles (excepto la vivienda, que sí está cubierta). En estos casos, la indemnización del daño habrá de lograrse invocando necesariamente el régimen general de responsabilidad del Código Civil.

-En segundo lugar, la aplicabilidad del régimen general de responsabilidad civil a los **daños por productos** se deriva de las propias normas que recogen un régimen especial de responsabilidad del fabricante, pues el TRLGDCU no sólo no excluye la aplicación de otros regímenes de responsabilidad a los supuestos por ellas regulados, sino que, por el contrario, otorgan al perjudicado la facultad de elección entre un sistema u otro. En este sentido, el TRLGDCU establece en el art. 128 el principio general de que *“todo perjudicado tiene derecho a ser indemnizado en los términos establecidos en este Libro por los daños o perjuicios causados por los bienes o servicios”*, añadiendo en su párrafo segundo que *“las acciones reconocidas en este libro no afectan a otros derechos que el perjudicado pueda tener a ser indemnizado por daños y perjuicios, incluidos los morales, como consecuencia de la responsabilidad contractual, fundada en la falta de conformidad de los bienes o servicios o en cualquier otra causa de incumplimiento o*

– La que consideraba que la LCU contenía dos regímenes distintos de responsabilidad; así, con carácter general se establecía un régimen de responsabilidad subjetivo con inversión de la carga de la prueba (art. 26 LCU), y otro, para determinados tipos de productos, que revestía carácter objetivo (art. 28 LCU). El tipo de producto causante del daño determinaría por tanto la aplicabilidad de uno u otro sistema de responsabilidad.

cumplimiento defectuoso del contrato, o de la responsabilidad extracontractual a que hubiere lugar". Se realiza pues una salvaguarda genérica de todo derecho que pudiera corresponder al perjudicado en virtud de cualquier disposición normativa, que incluye tanto el Código Civil (y por tanto la responsabilidad extracontractual o contractual), como el Código Penal o cualquier otra ley especial que pueda resultar de aplicación⁷², interpretación que ha sido acogida por las SSTS de la Sala de lo Civil en fecha 17 junio de 1994⁷³ y SSTS de la Sala de lo Civil de 18 marzo 1995⁷⁴ entre otras.

Puede decirse que la indemnización de los daños causados por productos puede pretenderse al amparo de lo dispuesto en el TRLGDCU, pero sin que ello signifique que sea imperativo acudir a este régimen especial de responsabilidad dada la subsistencia, expresamente reconocida, de las demás normas que pudieran resultar aplicables; puede por tanto el perjudicado elegir la norma en que basar jurídicamente su pretensión indemnizatoria sin que quepa alegar en su contra la existencia de un régimen de responsabilidad específico.

A pesar de esta pluralidad normativa sólo nos detendremos en el estudio de la responsabilidad civil prevista en el Código Civil por ser la invocada y aplicada en mayor número de casos; y dentro de la contractual, únicamente nos detendremos en la dimanante del contrato de compraventa por ser el que con mayor frecuencia supone el vehículo jurídico de transmisión de productos. Hay que recurrir a los mecanismos generales predispuestos por el Código Civil **las dos posibilidades existentes son: la responsabilidad contractual (arts. 1100 y ss. CC) y responsabilidad extracontractual (art. 1902 CC).**

Por definición, y en líneas generales, la responsabilidad contractual deriva del incumplimiento de los deberes u obligaciones que nacen para las partes de un contrato y como consecuencia del mismo. Por ello, puede decirse que este tipo de responsabilidad nace en garantía del cumplimiento de lo pactado, en otras palabras, que el interés protegido es el del contrato⁷⁵. Existe por tanto un deber de conducta previamente pactado

⁷² GARCÍA GARCÍA, L.M^a.: "Capítulo 1, La reparación del... *op. cit.*, págs. 1880-1882.

⁷³ Rec., núm. 602/1994.

⁷⁴ Rec., núm. 232/1995.

⁷⁵ ROCA ITRÍAS, E.: *Derecho de daños. Textos y materiales*. Tirant lo Blanch., 7^{ed}. Valencia, 2016, pág. 39 y ss.

que emana de una relación jurídica anterior, y cuyo incumplimiento genera responsabilidad⁷⁶. Así pues, las acciones solamente podrán ser ejercitadas cuando medie un vínculo contractual.

Con carácter general, la responsabilidad civil extracontractual viene regulada en el art. 1902 CC, donde se señala que *“el que por acción u omisión causa daño a otro, interviniendo culpa o negligencia, está obligado a reparar el daño causado”*. A pesar de que la responsabilidad extracontractual se reduce a los casos en los que el causante del daño y el perjudicado no estaban unidos por una relación previa, los Tribunales no han tenido reparos a la hora de condenar al vendedor o suministrador de un producto por los daños ocasionados⁷⁷ por el mismo, al amparo del art. 1902 CC, y ello a pesar del contrato que unía previamente a las partes; así se ha tenido lugar en la SSTS 26 enero 1990⁷⁸ *“Además dicha responsabilidad aparece reforzada por las siguientes consideraciones, aunque las decisivas sean las ya expuestas en este fundamento de derecho: c) En esa responsabilidad no está excluida desde luego la persona del fabricante del objeto causante de los daños, ni tampoco la entidad o persona que actúa como vendedora, no siendo al respecto de ignorar en este sentido la jurisprudencia francesa que en casos como el ahora debatido aplica el criterio de que el que ejerce una industria o comercio se presupone que la conoce, y que se presume que el vendedor que trafica con la cosa que tiene defectos de fabricación conoce siempre los defectos de que adolece («unusquisque peritus esse debet artis suae»); ideas jurídicas a las que no es extraña nuestra Ley de Consumidores y Usuarios, de 19 de julio de 1984 (RCL 1984\1906 y ApNDL 1975-85, 2943), que impone, además de al fabricante, también al vendedor la responsabilidad por los daños y perjuicios demostrados que la utilización de productos o el consumo de bienes les irroguen cuando no media culpa exclusiva de su parte”*.

Esta expansión jurisprudencial de los respectivos campos de aplicación de la responsabilidad contractual y extracontractual provoca a su vez la ampliación de la zona de conflicto entre ambos regímenes de responsabilidad, supuestos que se encuentran en la frontera del campo de operatividad de cada una de las instituciones y a los que, *a priori*, se les puede aplicar indistintamente las normas reguladoras de la responsabilidad

⁷⁶ GARCÍA GARCÍA, L.M^a.: “Capítulo 1, La reparación del... *op. cit.*, pág. 1886.

⁷⁷ PARRA LUCÁN, M. A., “Daños por productos y protección del consumidor”, Librería Bosch, Barcelona, 1990, pág. 19 y ss.

⁷⁸ RJ 1990/60.

contractual o de la extracontractual. La dificultad de calificar un supuesto como originador de responsabilidad contractual o extracontractual se da también en el ámbito de los daños por productos, donde perfectamente pueden concurrir las normas de responsabilidad contractual por incumplimiento, cumplimiento defectuoso o vicios ocultos, con las de responsabilidad extracontractual, sobre los mismos antecedentes de hecho⁷⁹. Pues de esta manera los productos que podemos calificar como nocivos por ser poco saludables, que se encuentran en sus envases con una información, proporcionada por el etiquetado, incompleta o incluso errónea, pueden incidir en la voluntad del consumidor a la hora de la libre elección de su alimentación, generando las responsabilidades contractual o extracontractual de la que hablábamos.

En la actualidad la distinción entre uno y otro sistema es relevante no solo a nivel teórico, sino que también tiene importantes consecuencias de orden práctico, dado las diferencias en el tratamiento jurídico que *ope legis*, cada una de las instituciones tiene:

La prescripción de la acción de responsabilidad extracontractual es de un año a contar desde que el agraviado conoció el daño (art. 1968.2 CC), mientras que la acción de responsabilidad contractual prescribe como regla general a los 5 años (art. 1964 CC), salvo que se ejercite la acción de saneamiento por vicios ocultos, en cuyo caso el art. 1490 CC establece un plazo de caducidad de 6 meses a contar desde la entrega de la cosa.

No obstante también a la corriente jurisprudencial de inversión de la carga de la prueba, en la responsabilidad extracontractual la prueba de la culpa corresponde *ex lege* y con carácter general al dañado-demandante, en cuanto requisito del nacimiento de la obligación de indemnizar cuyo cumplimiento se reclama; sin embargo, en la responsabilidad contractual, la prueba de no concurrencia de la culpa corresponde al deudor demandado por aplicación analógica del art. 1183 CC, entendiéndose mayoritariamente la doctrina y la jurisprudencia que la culpa del deudor se presume *iuris tantum* del propio incumplimiento, extremo al que se circunscribe la prueba del demandante⁸⁰.

Mientras que en el régimen de responsabilidad extracontractual rige el principio de reparación integral del daño o perjuicio causado, con independencia del grado de culpa en que haya incurrido el causante del daño, en la responsabilidad contractual la reparación

⁷⁹ GARCÍA GARCÍA, L.M^a.: “Capítulo 1, La reparación del... *op. cit.*, pág.1888.

⁸⁰ *Idem*, pág. 1889.

integral sólo tendrá lugar en caso de dolo del deudor (art. 1107 pfo. 2º CC), pues en caso contrario, el deudor de buena fe solo responderá de los daños y perjuicios “*previstos o que se hayan podido prever al tiempo de constituirse la obligación y que sean consecuencia necesaria de su falta de cumplimiento*” (art. 1107 pfo. 1º CC); es decir, que, en la responsabilidad contractual, la culpa y su gravedad actúa como factor de moderación del *quantum* indemnizatorio.

Ahora bien, hay que tener en cuenta que la prosperidad de la acción ejercitada depende de la correcta calificación del supuesto de hecho, y que el error en esta elección puede conllevar consecuencias jurídico-prácticas graves por cuanto puede suponer la desestimación de las pretensiones aducidas si finalmente el Tribunal entiende que la norma aplicable no era la invocada. Ello avocaría al demandante a iniciar un nuevo proceso invocando la acción no ejercitada con anterioridad (pues no se produciría el efecto de cosa juzgada respecto de la acción no ejercitada), provocando una duplicidad de procesos con los inconvenientes que ello acarrea⁸¹.

Para el supuesto de que exista un vicio en el consentimiento, existiría la anulabilidad del contrato, de tal manera, recurrir al sistema de responsabilidad contractual no resulta adecuado, puesto que lo que regula el Código Civil son las consecuencias del incumplimiento de una obligación preexistente, mientras que en la llamada *culpa in contrahendo*, no hay una previa obligación a cargo de ninguno de los implicados⁸². Así, hay que recurrir a la responsabilidad extracontractual, tal y como resulta del art. 1902. Según esto, si por dolo o culpa en el curso de uno de los tratos preliminares, uno de los intervinientes causa un daño a la otra parte, por observar una conducta contraria a los postulados de la buena fe, está obligado a indemnizarlo, con base en el art. 1902 CC, permitiendo así reclamar una indemnización por daños y perjuicios al fabricante o productor del producto alimentario, sin necesidad de tener suscrito previamente un contrato⁸³. Existiendo jurisprudencia estimatoria que se remonta al año 1988, “*todo ello sobradamente justificativo de la existencia por parte de los demandados de una culpa in contrahendo que al faltar aquella relación contractual se nos ofrece como aquiliana puesto que no puede negársele al constituir una violación del principio «neminem laedere» que determina la responsabilidad de los demandados, y al no entenderlo así el*

⁸¹ GARCÍA GARCÍA, L.M^a.: “Capítulo 1, La reparación del... *op. cit.*, pág. 1891.

⁸² MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ, C.: “Capítulo 11... *op. cit.*, págs. 387-388.

⁸³ MOYA JIMÉNEZ, A.: “*Reclamaciones de derecho... op. cit.*, pág. 71.

Juzgador de instancia es claro infringió el artículo 1902 aplicable de conformidad con los que son hechos probados de la recurrida sentencia determinando la estimación de este primer motivo del recurso”⁸⁴.

6) La identificación de la empresa en el etiquetado de los productos alimentarios

Como ya hemos señalado con anterioridad, la información es uno de los fundamentos esenciales del sistema de protección de los consumidores y garantiza la transparencia en el mercado, que facilita la libre circulación y la competencia entre productos dentro del mercado interior. Si bien es cierto que el acceso a una información adecuada resulta esencial para que los ciudadanos tengan un conocimiento preciso de las características de los productos que consumen dentro del libre mercado, dicha **información adquiere una mayor relevancia cuando se trata de productos alimenticios en la medida en que inciden en la salud de los consumidores.** En el caso de los productos **alimenticios la información se transmite a los consumidores de forma esencial y directa a través de su etiquetado**, por lo cual se exige a nivel europeo que figure una información mínima en cada etiqueta, como se ha determinado con anterioridad. **La información básica obligatoria que ha motivado más conflictos y, por tanto, un mayor interés, ha sido la relativa a los ingredientes, a la fecha de duración mínima o caducidad, o a su procedencia.** Por el contrario, existe muy poca o nula atención a la obligación de **identificar a la empresa** en las etiquetas de los productos alimenticios, lo cual es fundamental para conocer quién sería responsable.

Sin embargo, la creciente complejidad del mercado alimentario ha motivado que la información relativa a la empresa se convierta en un elemento competitivo fundamental, en particular, por la proliferación de las denominadas marcas de distribuidor o marcas blancas. Los consumidores, cada vez más exigentes e informados, reclaman conocer quiénes son los sujetos responsables (productores, importadores, envasadores, distribuidores o vendedores) de la comercialización de los productos alimenticios para ajustar su decisión de consumo ⁸⁵.

⁸⁴ STS (Sala de lo Civil) de 16 de mayo de 1988 (RJ nº1988\4308).

⁸⁵ VIDA FERNÁNDEZ, J.: *La identificación de la empresa en el etiquetado de productos alimenticios comercializados en la Unión Europea*. Cuaderno de Derecho Transnacional, Vol. 6, núm. 2, 2014, pág. 291.

La exigencia de brindar a los consumidores una información adecuada, se contiene en las normas fundamentales de los ordenamientos jurídicos europeos que constituyen el vértice desde el que se erige el sistema de protección jurídica de los consumidores y usuarios⁸⁶. Por otro lado, no existe una armonización completa y determinada del etiquetado de los productos en general a nivel europeo⁸⁷, a pesar de la existencia de los reglamentos nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y nº 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos. Por eso es necesario acudir a la normativa nacional de protección de consumidores y usuarios para identificar cómo y con qué alcance se le reconoce el derecho a la información a través del etiquetado de productos alimentarios, cuestión será examinada a continuación.

El Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (TRLGDCU), enumera una serie de características esenciales y, en entre otras, se señala de forma expresa la obligación de facilitar el nombre y dirección completa del productor (art. 18.2. a) TRLGDCU) en el envase del producto. Este requisito impuesto a nivel nacional exige que la información deba figurar, al menos, en castellano sin perjuicio de que las Comunidades Autónomas puedan disponer que figure en otras lenguas cooficiales cuando existan. Por lo demás, las Comunidades Autónomas no han desarrollado requisitos adicionales por lo que respecta a la información que deber figurar en el etiquetado de los productos⁸⁸.

⁸⁶ En el artículo 51.2 de la Constitución Española se recoge este derecho que obliga a los poderes públicos a promover la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la Ley establezca.

⁸⁷ En los productos en general, el etiquetado forma parte de las especificaciones técnicas que los Estados miembros debe comunicar a la Unión Europea a través de un procedimiento de información conforme a lo dispuesto en Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo de 9 de septiembre de 2015 por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información.

⁸⁸ Todo ello debido a que las Comunidades Autónomas si bien han asumido en sus respectivos Estatutos competencias legislativas en materia de defensa del consumidor, deben ejercerla de acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general, así como con las bases y coordinación general de la sanidad, en los términos de lo dispuesto en los artículos 38 y 131, y en los números 11, 13 y 16 del apartado uno del artículo 149 de la Constitución. La introducción de requisitos adicionales en el etiquetado, más que una medida de protección del consumidor, que ya se encuentra protegido por los requisitos de información en el etiquetado fijados a nivel nacional podría, constituir un obstáculo a la libre circulación de productos dentro de nuestro país, que no sólo afectaría a estos títulos competenciales del Estado, sino que también constituiría un obstáculo a la libre circulación de productos prohibido por el artículo 139 de la Constitución Española. Como puede comprobarse en el artículo 126-5 de la Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de

Siendo esencial en este apartado destacar lo que se entiende como productor, para identificar la persona sobre la que recaería en su caso la responsabilidad, el productor es definido como “*el fabricante del bien o su intermediario, o el importador del bien en el territorio de la Unión Europea, así como cualquier persona que se presente como tal al indicar en el bien, ya sea en el envase, el envoltorio o cualquier otro elemento de protección o presentación, o servicio su nombre, marca u otro signo distintivo*” (art. 5 TRLGDCU). Este concepto adquiere un significado adicional más amplio cuando se regula la cuestión de la responsabilidad, ya que se considera productor al fabricante o al importador en la Unión Europea no solo de productos terminados, como veíamos, sino también de los elementos integrados en el producto terminado o de las materias primas (conforme a lo dispuesto en el art. 138 TRLGDCU). Por otra parte, el proveedor es identificado como “*el empresario que suministra o distribuye productos en el mercado, cualquiera que sea el título o contrato en virtud del cual realice dicha distribución*” (art. 7 TRLGDCU).

La interpretación de todos estos aspectos objetos de nuestro comentario se limita a lo dispuesto en la TRLGDCU ya que, los productos alimenticios quedan fuera del ámbito de aplicación del Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a su venta directa a los consumidores y usuarios⁸⁹.

Al mismo tiempo, la Directiva del Consejo de 25 de julio de 1985, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos (85/374/CEE) en su artículo 3 establece que: “*1. Se entiende por «productor» la persona que fabrica un producto acabado, que produce una materia prima o que fabrica una parte integrante, y toda aquella persona que se presente como productor poniendo su nombre, marca o cualquier otro signo distintivo en el producto. 2. Sin perjuicio de la responsabilidad del productor, toda persona que importe un producto en la Comunidad con vistas a su venta, alquiler, arrendamiento financiero o cualquier otra forma de distribución en el marco de su actividad comercial será considerada como*

consumo de Cataluña, DOGC núm. 5677, que afirma que se debe añadir como información en el envase o etiqueta del producto el riesgo que entraña para el consumo, a forma de prever, contrarrestar y reducir los efectos no deseables de los incidentes que, pese a las instrucciones, puedan producirse, entre otros requisitos.

⁸⁹ BOE núm. 294, a tenor de su artículo tercero.

productor del mismo, a los efectos de la presente Directiva, y tendrá la misma responsabilidad que el productor. 3. Si el productor del producto no pudiera ser identificado, cada suministrador del producto será considerado como su productor, a no ser que informara al perjudicado de la identidad del productor o de la persona que le suministró el producto dentro de un plazo de tiempo razonable. Lo mismo sucederá en el caso de los productos importados, si en estos no estuviera indicado el nombre del importador al que se refiere el apartado 2, incluso si se indicara el nombre del productor”.

Esta dinámica en la definición del productor propicia una mayor protección de los consumidores y usuarios, en la medida en que amplía el alcance de la responsabilidad. Sin embargo, produce un efecto añadido perjudicial sobre el etiquetado, ya que la indefinición del productor dificulta la imputación de ciertas obligaciones sobre su identificación en el mismo, como ocurre, por ejemplo, cuando el consumidor desea reclamar un daño causado y no logra identificar contra quién dirigir dicha reclamación⁹⁰.

En lo referente a las responsabilidades en la información de los productos alimentarios con la finalidad de lograr identificar al operador de la empresa alimentaria, debemos definir qué se entiende por operador de la empresa. En el artículo 8.1 del Reglamento (UE) 1169/2011 se establece que: “*el responsable de la información alimentaria será el operador con cuyo nombre o razón social se comercialice el alimento o, en caso de que no esté establecido en la Unión, el importador del alimento al mercado de la Unión*”. El artículo 9 h) del Reglamento (UE) n° 1169/2011 es más flexible que la normativa precedente ya que ni siquiera se refiere al fabricante, envasador o vendedor, sino que solamente exige que en el etiquetado figure el nombre o razón social y la dirección de un operador de empresa alimentaria que se hace responsable de la comercialización del alimento, independientemente de su condición.

La conclusión de todo ello es que no es un requisito exigible el realizar la identificación de la empresa en el etiquetado de los productos alimenticios, pues basta con indicar, por ejemplo, la empresa que sea responsable de su comercialización. Tampoco es necesario indicar en qué condición opera la misma, pudiendo ser fabricante,

⁹⁰ VIDA FERNÁNDEZ, J.: *La identificación* op. cit., pág. 294.

envasador, distribuidor, vendedor, etc. Esto supone que, tal y como está configurada la información del etiquetado de los alimentos en la actualidad, no existe un derecho de los consumidores a conocer quién es el fabricante concreto de los productos alimenticios.

En definitiva, la finalidad del etiquetado es facilitar información suficiente para permitir una adecuada identificación del producto que permita a los consumidores adoptar sus decisiones de forma libre, en definitiva, con conocimiento de causa para que resulte más conveniente para sus intereses. Ahora bien, se debe ponderar adecuadamente la información que se exige sea pertinente para la protección de la seguridad, la salud y los beneficios de los consumidores, ya que puede llegar a ser confuso para el consumidor, un exceso en la información.

Una cuestión distinta se plantea en los productos alimenticios comercializados bajo las denominadas marcas de distribuidor o marcas blancas que son fabricados o envasados por empresas especializadas y se comercializan bajo la marca de empresas distribuidoras o vendedora. En estos casos, puede existir un mayor interés por parte del consumidor la identificación del fabricante ya que, en ocasiones, los mismos fabricantes comercializan simultáneamente productos con marca propia a un precio superior, por lo que los adquirientes podrían acceder a estos mismos productos (o similares) a un precio inferior bajo la denominada “marca blanca”. La identificación del fabricante en este caso sí tendría relevancia en la medida que permite al consumidor adoptar sus decisiones con mejor criterio. Por el contrario, el fabricante puede tener interés en que no se sepa que fabrica para marcas blancas (por ejemplo, El Corte Inglés, Hacendado, Mercadona, etc.), ya que de este modo se haría competencia a sí mismo con unos productos de menor precio⁹¹.

7) Protección del consumidor a través de organismos de Derecho Público. Controles de eficacia

La Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición⁹² en su artículo 27 establece que la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición será el organismo encargado de desarrollar, mantener y actualizar un sistema de información

⁹¹ VIDA FERNÁNDEZ, J.: *La identificación...* op. cit., pág. 300.

⁹² BOE núm. 160, de 6 de julio de 2011.

sobre seguridad alimentaria y nutrición, en colaboración con las Comunidades Autónomas, y con criterios de transparencia y objetividad respecto de la información generada, y que garantice su disponibilidad a todas las Administraciones Públicas competentes en la materia, a los operadores económicos y a los consumidores. El diseño, objetivos, contenidos y acceso a este sistema se acordarán por la propia Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, a través de sus órganos, que serán los encargados de establecer mecanismos eficaces de coordinación y cooperación entre las Administraciones Públicas con competencias en materia de seguridad alimentaria⁹³.

Es motivo de análisis las reclamaciones que puede realizar los particulares frente a las empresas alimentarias, en principio se puede acudir al Sistema Arbitral de Consumo y si la empresa no se somete a esta decisión se acudirá a los Tribunales, a través de la presentación de una demanda judicial ante el Juzgado de Primera Instancia que corresponda, pero esto es solo aconsejable en cuantías de cierta entidad, pues en muchos casos estas reclamaciones quedan sin realizarse, con la consiguiente indefensión que produce a los consumidores afectados. Al margen de la vía judicial, existe también una vía administrativa de reclamación que permite presentar una Hoja de Reclamaciones en la Oficina de consumo de la localidad del consumidor para pedir que se sancione a la empresa implicada, pero aquí no son posibles pedir indemnizaciones causadas por el perjuicio⁹⁴.

Así, la protección de los intereses de los consumidores y usuarios se impone a la totalidad de los poderes públicos, y se lleva a cabo a través de los organismos que, en cada una de las Administraciones Públicas con competencias en la materia, ejercen las funciones predispuestas por la legislación específica para garantizar en España los derechos de los consumidores y usuarios. A través de la institución del Defensor del Pueblo (y de las figuras similares creadas por las Comunidades Autónomas en su respectivo ámbito territorial) a quien corresponden funciones de “*supervisión de la actividad de la Administración*” (art. 54 CE), se lleva a cabo también la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios.

⁹³ Artículo 14 de la Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición.

⁹⁴ Oficina Municipal de Información al consumidor (OMIC) presta un servicio gratuito de información y orientación a los consumidores y usuarios, así como de mediación en los conflictos en materia de consumo. Disponible en: <https://www.santacruzdetenerife.es/web/servicios-municipales/atencion-ciudadana/omic> (fecha de última consulta: 8 de julio de 2020)

Procedemos a esquematizar los organismos nacionales de derecho público destinados a la protección del consumidor:

- Pertenecientes a la Administración General del Estado.
 - o Secretaría General de Sanidad y Consumo.
 - o La Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición.
 - o Comisión Internacional de Consumo.
 - o Conferencia Sectorial de Consumo.
- El Defensor del Pueblo.
- Pertenecientes a la Administración de las CCAA.
- Pertenecientes a la Administración Local.
 - o Servicios de Inspección de Consumo.
 - o Oficinas Municipales de Información al consumidor.

Las Administraciones Públicas competentes, en el uso de su potestad sancionadora, sancionarán las conductas tipificadas como infracción en materia de seguridad alimentaria y nutrición, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que puedan concurrir. Las Administraciones españolas, que en cada caso resulten competentes, sancionarán las infracciones, en materia de defensa de los consumidores y usuarios, cometidas en territorio español, cualquiera que sea la nacionalidad, el domicilio o el lugar en que radiquen los establecimientos del responsable. Conforme a lo previsto en el artículo 28.2 de la Ley 40/2015 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público *“las responsabilidades administrativas que se deriven de la comisión de una infracción serán compatibles con la exigencia al infractor de la reposición de la situación alterada por el mismo a su estado originario, así como con la indemnización por los daños y perjuicios causados, que será determinada y exigida por el órgano al que corresponda el ejercicio de la potestad sancionadora”*⁹⁵⁹⁶.

Se recoge en el artículo 50.1.b) de la Ley 17/2011, de seguridad alimentaria y nutrición, como una **infracción** en materia de seguridad alimentaria la utilización falsa o fraudulenta de marcas sanitarias o identificativas de alimentos, así como la puesta en el mercado de alimentos o piensos **etiquetados de una manera insuficiente**, defectuosa o,

⁹⁵ BOE núm. 236.

⁹⁶ También se regula sobre la potestad sancionadora en los artículos 47-49 Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición. BOE núm.160.

en su caso, fraudulenta. Será **sanción leve** (artículo 51.1 párrafo 3 de la referenciada Ley), el etiquetado insuficiente o defectuoso, establecido en la normativa aplicable a los alimentos y piensos, siempre que dicho incumplimiento no esté tipificado como infracción grave o muy grave. Serán **infracciones graves**, a tenor del artículo 51.2 párrafo 10, el etiquetado insuficiente o defectuoso conforme a la normativa vigente de alimentos y piensos, cuando dicho incumplimiento comporte un riesgo para la salud pública. Por otra parte, se considera **infracción muy grave**, la realización de conductas infractoras que se produzcan de manera consciente y deliberada, y la falta de los controles o precauciones exigibles en la actividad alimentaria, cuando éstas comporten un riesgo grave para la salud pública (no habiendo infracción muy grave que nos hable exclusivamente del etiquetado del producto).

Las multas por las infracciones en materia de seguridad alimentaria y nutrición serán las siguientes: a) Infracciones leves, hasta 5.000,00 euros. b) Infracciones graves, entre 5.001,00 euros y 20.000,00 euros. c) Infracciones muy graves, entre 20.001,00 y 600.000,00 euros⁹⁷. Como sanciones accesorias se recoge el decomiso de la mercancía adulterada, deteriorada, falsificada, fraudulenta, no identificada o que pueda entrañar riesgo para el consumidor y la publicidad de las sanciones impuestas por la comisión de infracciones muy graves, cuando hayan adquirido firmeza en vía administrativa.

A pesar de lo expuesto, estas sanciones administrativas no tienen peso suficiente para evitar que no exista el etiquetado confuso.

En relación con lo anterior, resulta conveniente destacar la evaluación que la población hace de la labor de la defensoría del consumidor, en la encuesta realizada siendo el 49% de los encuestados compradores principales de sus casas (en definitiva, quien compra mayor porcentaje de alimentos)⁹⁸. Un 42% de los encuestados destacan que tienen conocimientos medios sobre los derechos y deberes que poseen como consumidor, mientras que solamente un 4% entiende que tiene muchos conocimientos sobre esta materia⁹⁹. Un 31% de los encuestados afirma tener un conocimiento medio sobre la existencia de la Ley de protección al consumidor y lo que en ella se regula, seguido de un 24,2% que afirma tener un dos de cinco (siendo uno poco y cinco mucho conocimiento)

⁹⁷ Artículo 52 de la Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición.

⁹⁸ Véase Anexo I SEGUNDO, Gráfico 4. Elaboración propia.

⁹⁹ Véase Anexo I SEGUNDO, Gráfico 5. Elaboración propia.

y un 21,6% determina tener poco conocimiento en este asunto. Se puede destacar de todo lo expuesto, que la población encuestada no se interesa por este tipo de temas, pese a lo ligado que está a la salud¹⁰⁰.

Un 84% de los encuestados afirma no haber necesitado nunca realizar una denuncia por consumo de un producto alimenticio. Pudiendo considerarse esta negativa porque en la mayoría de los casos no se resuelve lo que se presentan o denuncia, en definitiva, no vela efectivamente por sus derechos, aspecto que puede llegar a influir en las escasas quejas presentadas¹⁰¹.

En definitiva, podemos concluir apreciando la importancia de la identificación del responsable de los posibles daños que pueda causar los productos alimentarios, pues si es constitutivo de una infracción en materia de seguridad alimentaria el consumidor debe saber contra quién se debe dirigir dicha responsabilidad. Todo ello, sin perjuicio de que se debe ser equitativos y justos en la aplicación de sanciones o advertencias a las empresas que infringen los derechos de los consumidores, aplicando la Ley con transparencia e imparcialidad, así como estimular a las que la respetan ¹⁰².

8) Conclusiones

Es bien sabido que el consumo en sentido extenso no es un hecho nuevo o actual, pues es tan antiguo como el propio hombre. Ahora bien, en la sociedad hiper-industrializada y desarrollada en la que nos encontramos en la actualidad, el consumo pasa a ser el último acto del ciclo productivo. Primando el beneficio propio frente a la buena fe de los terceros que desean adquirir el producto alimentario, por todo lo expuesto debe el Derecho instrumentalizar los controles, las prácticas que puedan inducir a error a los consumidores, en definitiva, restablecer el principio de equidad mediante el uso de la norma jurídica.

La industria alimentaria debería de esforzarse en lograr un ajuste a la normativa y en proteger a los consumidores, dotándolos de herramientas y medio donde puedan

¹⁰⁰ Véase Anexo I SEGUNDO, Gráfico 6. Elaboración propia.

¹⁰¹ Véase Anexo I SEGUNDO, Gráfico 7. Elaboración propia.

¹⁰² MEJÍAS DIETRICH, R.M. y RIGOBERTO VAQUERANO, J.: *Percepción de los consumidores: Calidad, inocuidad y seguridad de productos alimenticios basados en la Ley de Protección al Consumidor*. Revista de la Facultad de Derecho Universidad de la República de Montevideo, núm. 39, 2015, pág. 196.

verificar la exposición y daño al que se exponen. Dejando a un lado el lenguaje ambiguo que caracteriza a la publicidad de alimentos, que dificulta el análisis y valoración por el adquirente del producto alimentario. El objetivo de proteger al consumidor se debe a la escasa intervención de la voluntad del mismo en el establecimiento del contenido del contrato, se intenta de esta forma conseguir un equilibrio entre los derechos y obligaciones de cada una de las partes de la relación contractual.

Si bien es cierto que, algunas medidas tomadas como la obligación de incluir una lista completa de ingredientes o la identificación del operador han mejorado de forma potencial la seguridad alimentaria, tras el estudio realizado se puede concluir con que la legislación actual es poco útil para poder lograr la elección informada de lo que realmente se está comprando. El etiquetado tiene que contener como mínimo la información obligatoria requerida (lista de ingredientes, denominación del alimento, cantidad neta del alimento, fecha de caducidad, condiciones especiales de utilización, nombre o razón social y dirección del operador, país de origen, la información nutricional), pudiendo la integración de una información alimentaria facultativa o voluntaria, producir un incremento de información no relevante, la cual desluce la información obligatoria, agravando así los problemas de legibilidad y comprensión.

El sistema educativo implantado actualmente en España no recoge una materia específica alimentaria, siendo el propio ciudadano el que debe autoformarse, y ello se agrava debido a que la legislación nacional y europea no es suficientemente informativa e ilustradora, como se ha podido observar cuando las definiciones legales difieren de las definiciones habituales que tiene los ciudadanos. Lo que se pretende dejar claro es la exigibilidad por el consumidor frente a la empresa del contenido que aparezca en el etiquetado y también de las campañas publicitarias que se efectúen del producto alimentario. En definitiva, se debe evitar por las mercantiles alimentarias la publicidad engañosa y el etiquetado dudoso, oscuro o desordenado.

El fabricante asumirá la responsabilidad por los daños que causen sus productos alimentarios, de lo cual derivará una sanción por incumplimiento al poner en el mercado productos que no son seguros y, por otro lado, deberá responder indemnizando por los daños que ha causado al consumidor del uso y consumo del bien alimentario. El Código Civil recoge las dos posibilidades existentes de responsabilidad la contractual (arts. 1100 y ss. CC.) y la extracontractual (art. 1902 CC.), que nacerán en función de la casuística

del antecedente de hecho.

Todo lo anteriormente expuesto lleva a que los ciudadanos sean los que tienen que fomentar su responsabilidad como consumidores y asumir así una posición proactiva en los procesos legislativos.

BIBLIOGRAFÍA

BUTRISS JL, BENELAM B.: *Nutrition and health claims: the role of food composition data*. European Journal of Clinical Nutrition. 2010.

CALVO BRUZOS, C y LÓPEZ NOMDEDEU, C: “Cap. II, Marketing Social en nutrición”, en ROYO BORDONADA, M.A: *La alimentación y el consumidor*. Escuela Nacional de Sanidad, Instituto de Salud Carlos III. Madrid, 2013.

COWBURN, GILL and STOCKLEY, LYNN: *Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review*. Public Health Nutrition. Oxford, 2005.

DE PABLO CONTRERAS, P.: “Capítulo 10: requisitos del contrato”, en MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ, C.: *Teoría General de la Obligación y el Contrato*. Edisofer. 4º Ed, 2016.

GALA, P. BABIO, N. Y SALAS-SALVADÓ, J.: *Nutri-Score: el logotipo frontal de información nutricional útil para la salud pública de España que se apoya sobre bases científicas*. Arán Ediciones S.L. 2019.

GARCÍA GARCÍA, L.Mª.: “Capítulo 1, La reparación del daño causado por productos” en DE LEÓN ARCE, A.: *Derecho de los consumidores y usuarios. Tomo II*, Tirant lo Blanch. 3º Ed, Valencia, 2016.

GONZÁLEZ ALEMÁN, HORACIO. *Dossier alimentación, ética y derecho reflexiones en torno al poder del consumidor alimentario*. Revista de bioética y derecho. Barcelona, 2018.

GONZÁLEZ VAQUÉ, L.: “La noción del consumidor medio según la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas”. Revista de Derecho Comunitario Europea núm. 17. 2004.

HOBIN, E. BOLLINGER, B. SACCO, J. LIEBMAN, E. VANDERLEE, L. ZUO, F. ROSELLA, L. L'ABBE, M. MANSON, H and HAMMOND, D.: *Consumers' Response to an On-Shelf Nutrition Labelling System in Supermarkets: Evidence to Inform Policy and Practice*. The Milbank Quarterly, Vol. 95, No. 3, septiembre 2017.

IHERING, R.: “*De la culpa in contrahendo ou des dommages –interdi dans les conventions nulls ou restées imparfaites*”, traducción francesa por DE MEULENAERE, Ouvres choisis de R. VON IHERING, tomo II (Marescq, París, 1893).

LÓPEZ JURADO, L. y MOYA GEROMINI, Á.: “Capítulo VI fraudes alimentarios” en ROYO BORDONADA, M.A: *La alimentación y el consumidor*. Escuela Nacional de Sanidad, Instituto de Salud Carlos III. Madrid, 2013.

MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ, C.: “Capítulo 11, formación y perfeccionamiento del contrato”, en MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ, C.: *Teoría General de la Obligación y el Contrato*. Edisofer. 4º Ed, 2016.

MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ, C.: “Capítulo 9, El contrato”, en MARTÍNEZ DE AGUIRRE ALDAZ, C.: *Teoría General de la Obligación y el Contrato*. Edisofer. 4º Ed, 2016.

MOYA JIMÉNEZ, A.: “*Reclamaciones de derecho de consumo. Aspectos prácticos*”. Wolters Kluwer.2018.

PARRA LUCÁN, M. A., “Daños por productos y protección del consumidor”, Librería Bosch, Barcelona, 1990.

PLANA, Mª.J. y DE LECUONA, I.: *Información alimentaria: cuestiones éticas y jurídico-políticas*. Universidad de Barcelona. Barcelona, 2017.

PRIETO- CASTILLO, L y ROYO BORDONADA, M.A: “Capítulo III, Etiquetado nutricional de los alimentos”, en. ROYO BORDONADA, M.A: *La alimentación y el consumidor*. Escuela Nacional de Sanidad, Instituto de Salud Carlos III. Madrid, 2013.

RECUERDA GIRELA, M: *Tratado de Derecho Alimentario*. Ed. Thomson-Aranzadi, Cizur Menor, 2011.

ROCA I TRÍAS, E.: *Derecho de daños. Textos y materiales*. Tirant lo Blanch., 7ªed. Valencia, 2016.

SÁNCHEZ CALERO, F.J.: “*Curso derecho Civil II. Derecho de obligaciones, contratos y responsabilidad por hechos ilícitos*”. Tirant lo Blanch, Valencia, 2018.

VIDA FERNÁNDEZ, J.: *La identificación de la empresa en el etiquetado de productos alimenticios comercializados en la Unión Europea*. Cuaderno de Derecho Transnacional, Vol. 6, núm. 2, 2014.

MEJÍAS DIETRICH, R.M. y RIGOBERTO VAQUERANO, J.: *Percepción de los consumidores: Calidad, inocuidad y seguridad de productos alimenticios basados en la Ley de Protección al Consumidor*. Revista de la Facultad de Derecho Universidad de la República de Montevideo, núm. 39, 2015.

VIVÓ CABO, SILVIA. *Derecho alimentario. Análisis de la seguridad alimentaria, especial referencia al ámbito penal*. Artículo CEF Civil Mercantil, 2018.

ANEXO I

PRIMERO. - Plantilla del formulario efectuado a 500 encuestados nacionales.

Formulario TFG Grado en Derecho ULL

Bienvenidos a todas y todos a este formulario ante todo darle las gracias por dedicar un rato de su tiempo a ayudar en este estudio acerca del consumo.

Mi nombre es Paula Amador Santana estudiante de último año en el Grado de Derecho de la Universidad de La Laguna. Este es un breve cuestionario sobre su visión de la protección del consumidor frente a los productos alimentarios y su etiquetado.

Gracias por dedicarme este tiempo.

***Obligatorio**

1. Dirección de correo electrónico *

2. DNI (no se hará usos de este dato, es únicamente de registro) *

3. Sexo *

Marca solo un óvalo.

Mujer

Hombre

Prefiero no decirlo

Otro: _____

4. **Edad ***

Marca solo un óvalo.

- Entre 18 y 28
- Entre 29 y 39
- Entre 40 y 50
- Entre 51 y 61
- Entre 62 y 72
- Entre 73 y 83

5. **Nivel de estudios terminados o en proceso. ***

Marca solo un óvalo.

- Escuela Básica Obligatoria / EGB
- Formación Profesional
- Secundaria-Bachillerato
- Estudios Universitarios o superiores
- Ninguno

6. **¿Usted es el comprador/a principal en su casa (que compra mayor porcentaje de alimentos)? ***

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

7. ¿Tiene conocimientos sobre los derechos y deberes que tiene como consumidor? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco	<input type="radio"/>	Mucho				

8. ¿Tiene conocimientos sobre la existencia de la Ley de protección al consumidor y lo que en ella se regula? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco	<input type="radio"/>	Mucho				

9. ¿Ha realizado en alguna ocasión una denuncia por productos alimenticios? *

Marca solo un óvalo.

- Sí, he obtenido respuesta.
- Sí, no he obtenido respuesta.
- No, nunca lo he necesitado.
- No, nunca me ha resultado útil

10. ¿Observa el etiquetado del envoltorio de los alimentos antes de comprarlos? *

Marca solo un óvalo.

- No, nunca.
- De vez en cuando, el 25% de las veces.
- Tal vez, el 50% de las veces.
- Con mucha frecuencia, el 75% de las veces.
- Siempre, el 100% de las veces.

11. ¿Se siente protegido/a frente a las empresas fabricantes, distribuidoras, envasadoras o vendedor del producto alimentario? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco protegido/a	<input type="radio"/>	Muy protegido/a				

12. ¿Siente que tiene mucha información por múltiples canales y que no solo se sostiene en el etiquetado del producto como canal principal? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poca información	<input type="radio"/>	Mucha información				

13. ¿Piensa que tiene los conocimientos suficientes para entender el etiquetado de los productos alimenticios? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco conocimiento	<input type="radio"/>	Altos conocimientos				

14. ¿Qué entiende por light? *

Marca solo un óvalo.

- Que tiene un contenido más bajo de lo habitual de azúcar, grasa, calorías, nicotina o de alguna sustancia que se considera perjudicial para la salud.
- Uno de los nutrientes ha quedado reducido, como mínimo, en un 30% en comparación con un producto similar.
- Dicho de una bebida o de un alimento elaborado: Con menos calorías de las habituales.
- Se entiende de un alimento o bebida con un nivel valor energético menor.
- Otro

15. Cuando escucha que un producto es ecológico, ¿qué entiendes? *

Marca solo un óvalo.

- Dicho de un producto o de una actividad, que no es perjudicial para el medio ambiente, como producto sostenible
- Prohibición de ingredientes o componentes transgénicos y de radiaciones ionizantes y la estricta limitación del uso de medios de síntesis.
- No sé lo que es.
- Que es sano y saludable.
- Los alimentos ecológicos son aquellos que desarrollan todas sus etapas de crecimiento y producción como en la naturaleza y sin intervención artificial.
- Otro

16. ¿Sabes diferenciar por el etiquetado de los huevos si proceden de gallinas criadas en suelo, en jaula, si son camperas o si se trata de huevos ecológicos? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez

17. Tras analizar las dos imágenes siguientes, ¿para qué edad diría que es el producto? *

Marca solo un óvalo.

- de 6 meses en adelante
- de 12 meses en adelante (1 año)
- de 18 meses en adelante (1 año y medio)
- de 24 meses en adelante (2 años)
- de 30 meses en adelante (2 años y medio)
- de 36 meses en adelante (3 años)
- de 42 meses en adelante (3 años y medio)

Imagen 1



Imagen 2



18. ¿En quién confía más a la hora de informarse sobre salud y alimentación? *

Marca solo un óvalo.

- Profesionales sanitarios/nutricionistas
- Experiencia de amigos/conocidos/familiares
- Experiencia de famosos
- En escuchar a mi propio cuerpo
- Información de internet o redes sociales
- Otro

SEGUNDO. - Los porcentajes obtenidos de las respuestas de los encuestados.

Gráfico 1:

Sexo
500 respuestas

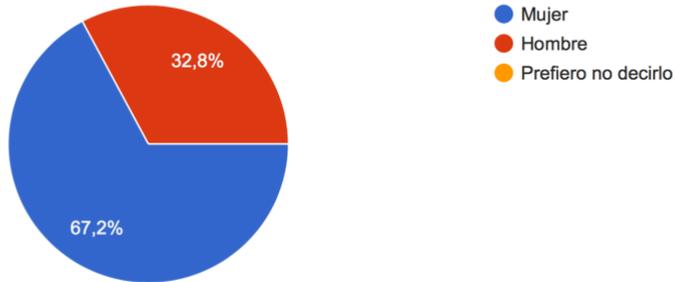
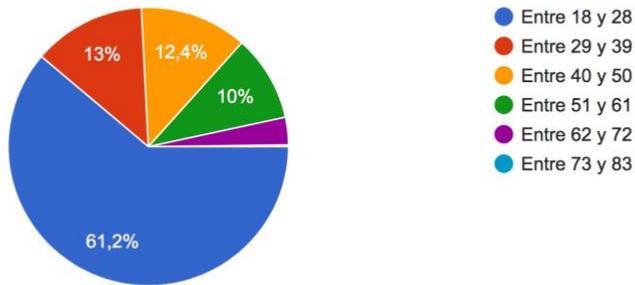


Gráfico 2:

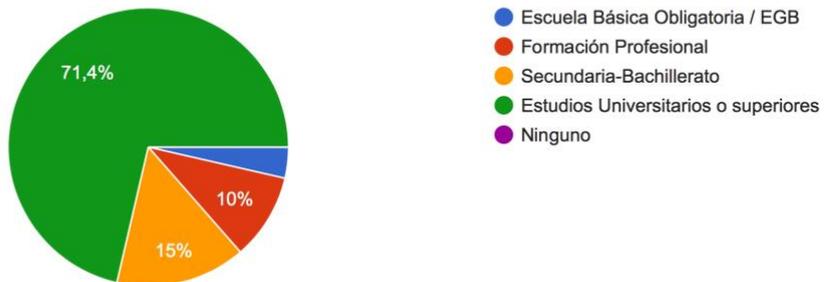
Edad
500 respuestas



* Porcentaje 3,2% entre 62 y 72.

Gráfico 3:

Nivel de estudios terminados o en proceso.
500 respuestas



* Porcentaje 3,6% tienen estudios de escuela básica / EGB

Gráfico 4:

¿Usted es el comprador/a principal en su casa (que compra mayor porcentaje de alimentos)?
500 respuestas

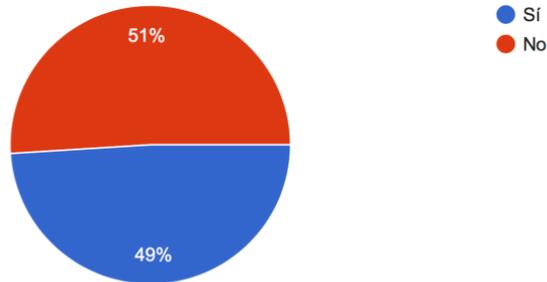
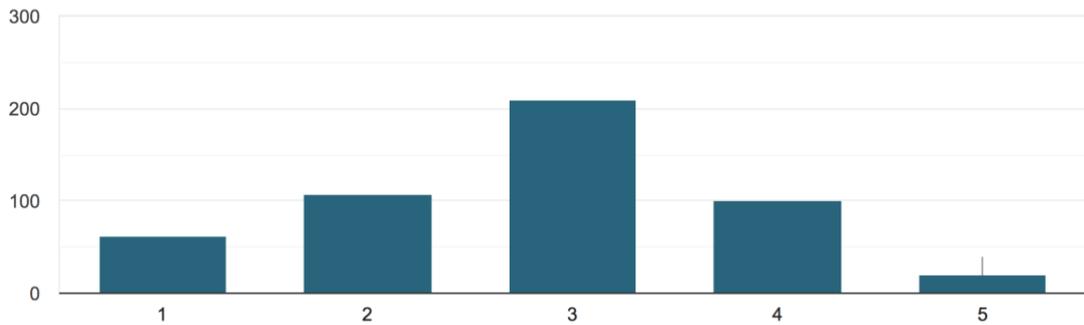


Gráfico 5:

¿Tiene conocimientos sobre los derechos y deberes que tiene como consumidor?
500 respuestas



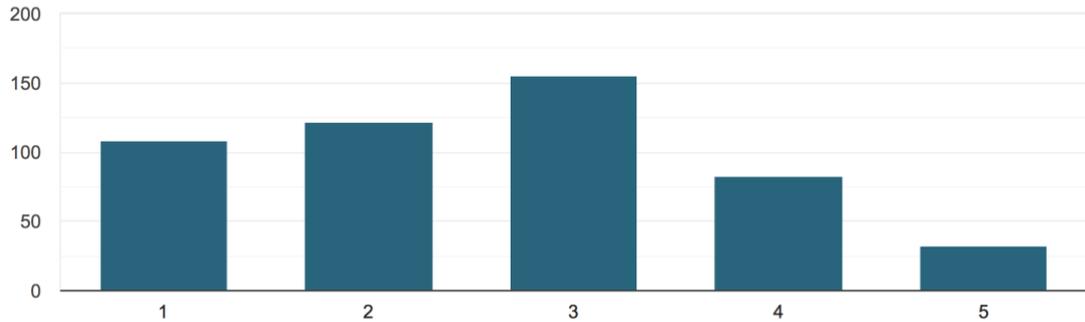
Siendo 1 poco y 5 mucho esta es la estadística obtenida.

- 1- 62 respuestas (12,4%).
- 2- 107 respuestas (21,4%).
- 3- 210 respuestas (42%).
- 4- 101 respuestas (20,2%).
- 5- 20 respuestas (4%).

Gráfico 6:

¿Tiene conocimientos sobre la existencia de la Ley de protección al consumidor y lo que en ella se regula?

500 respuestas



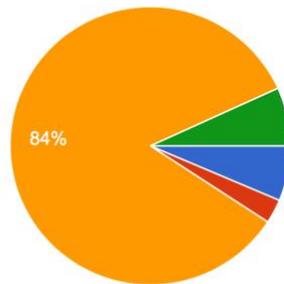
Siendo 1 poco y 5 mucho esta es la estadística obtenida:

- 1- 108 respuestas (21,6%).
- 2- 122 respuestas (24,2%).
- 3- 155 respuestas (31%).
- 4- 83 respuestas (16,6%).
- 5- 32 respuestas (6,4%).

Grafico 7:

¿Ha realizado en alguna ocasión una denuncia por productos alimenticios?

500 respuestas



- Si, he obtenido respuesta.
- Sí, no he obtenido respuesta.
- No, nunca lo he necesitado.
- No, nunca me ha resultado útil

- 34 respuestas (6,8%).
- 32 respuestas (6,4%).
- 14 respuestas (2,8%).

Gráfico 8:

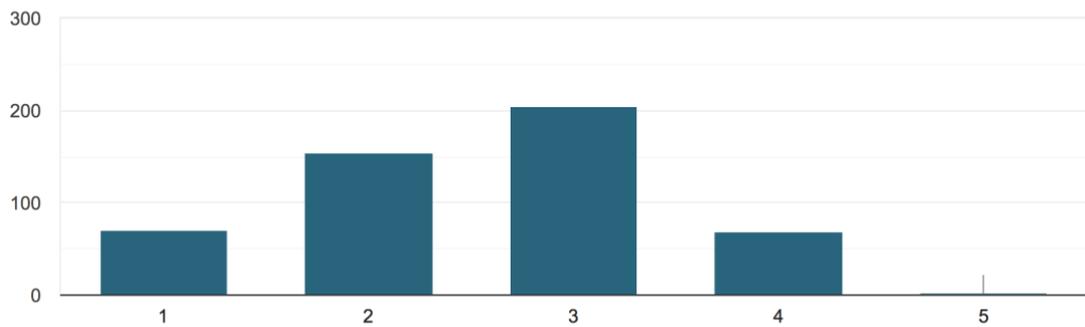
¿Observa el etiquetado del envoltorio de los alimentos antes de comprarlos?
500 respuestas



* 29 respuestas (5,8%).

Gráfico 9:

¿Se siente protegido/a frente a las empresas fabricantes, distribuidoras, envasadoras o vendedor del producto alimentario?
500 respuestas



Siendo 1 poco y 5 mucho esta es la estadística obtenida:

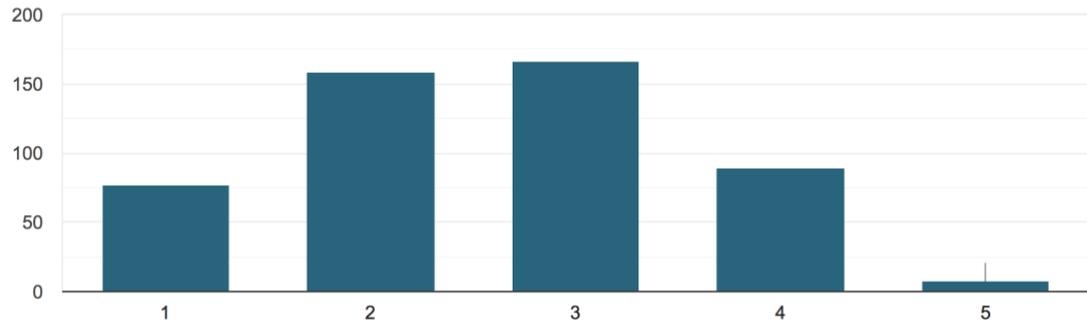
- 1- 70 respuestas (14%).
- 2- 155 respuestas (31%).
- 3- 204 respuestas (40,8%).
- 4- 69 respuestas (13,8%).
- 5- 2 respuestas (0,4%).

Gráfico 10:

Siendo 1 poco y 5 mucho esta es la estadística obtenida:

¿Siente que tiene mucha información por múltiples canales y que no solo se sostiene en el etiquetado del producto como canal principal ?

500 respuestas



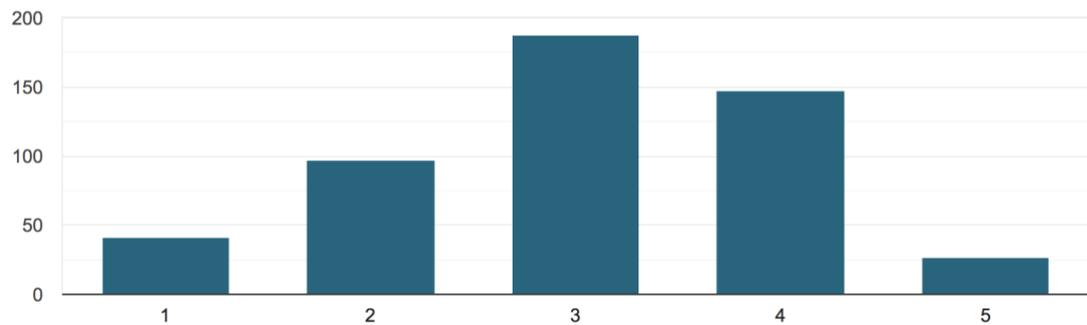
- 1- 77 respuestas (15,4%).
- 2- 159 respuestas (31,8%).
- 3- 167 respuestas (33,4%).
- 4- 89 respuestas (17,8%).
- 5- 8 respuestas (1,6%).

Gráfico 11:

Siendo 1 poco y 5 mucho esta es la estadística obtenida:

¿Piensa que tiene los conocimientos suficientes para entender el etiquetado de los productos alimenticios?

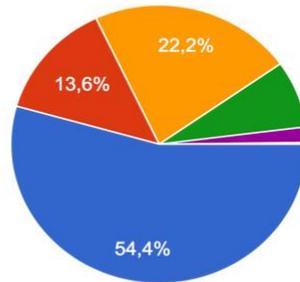
500 respuestas



- 1- 41 respuestas (8,2%).
- 2- 97 respuestas (19,4%).
- 3- 188 respuestas (37,6%).
- 4- 147 respuestas (29,4%).
- 5- 27 respuestas (5,4%).

Gráfico 12:

¿Qué entiende por light?
500 respuestas

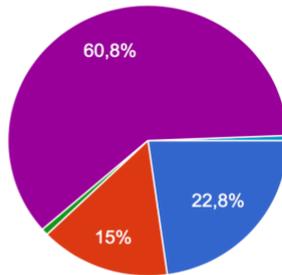


- Que tiene un contenido más bajo de lo habitual de azúcar, grasa, calorías, ni...
- Uno de los nutrientes ha quedado reducido, como mínimo, en un 30% e...
- Dicho de una bebida o de un alimento elaborado: Con menos calorías de las...
- Se entiende de un alimento o bebida con un nivel valor energético menor.
- Otro
- Que tiene un por lo menos un 25 por...

- 39 respuestas (7,8%).
- * 9 respuestas (1,8%).
- * 1 respuesta (0,2%).

Gráfico 13:

Cuando escucha que un producto es ecológico, ¿qué entiendes?
500 respuestas

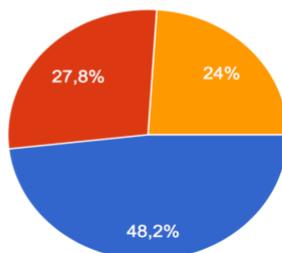


- Dicho de un producto o de una actividad, que no es perjudicial para el medio ambiente, como producto soste...
- Prohibición de ingredientes o componentes transgénicos y de radia...
- No sé lo que es.
- Que es sano y saludable.
- Los alimentos ecológicos son aquellos que desarrollan todas sus etapas de c...
- Otro

- * 3 respuestas para "otro" (0,6%).
- 4 respuestas (0,8 %).

Gráfico 14:

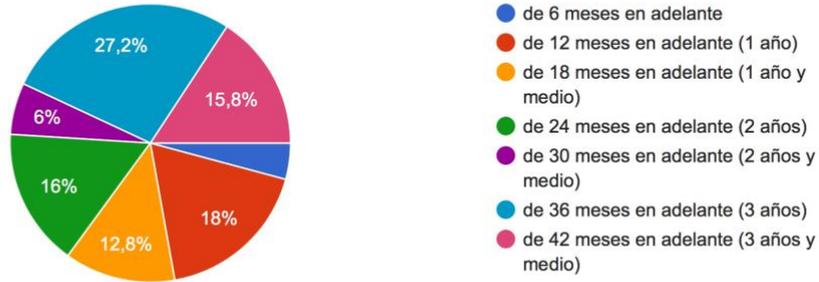
¿Sabes diferenciar por el etiquetado de los huevos si proceden de gallinas criadas en suelo, en jaula, si son camperas o si se trata de huevos ecológicos?
500 respuestas



- Sí
- No
- Tal vez

Gráfico 15:

Tras analizar las dos imágenes siguientes, ¿para qué edad diría que es el producto?
500 respuestas



*21 respuestas para “de 6 meses en adelante” (4,2%).

Gráfico 16:

¿En quién confía más a la hora de informarse sobre salud y alimentación?
500 respuestas



- * 21 respuestas (4,2%) confían en amigos/conocidos y familiares.
- * 25 respuestas (5%) confían en escuchar a su propio cuerpo.
- * 10 respuestas (2%) información de internet y de las redes sociales.
- * 8 respuestas (1,6%) otros.

ANEXO II

Figura 1. Información nutricional (sistema tradicional).



Figura 2. (Nutri-Score).

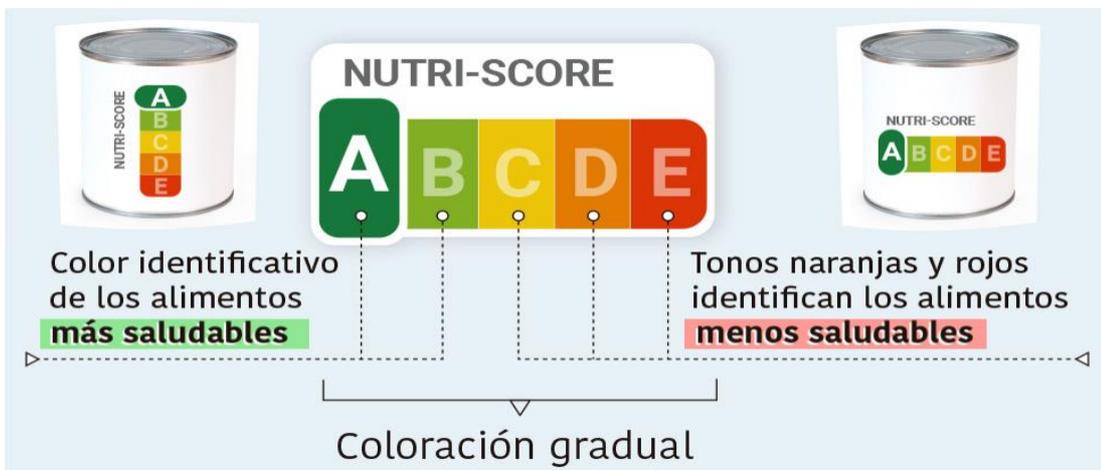


Figura 3. Semáforo Nutricional Múltiple.



Figura 4. Sistema NuVal.



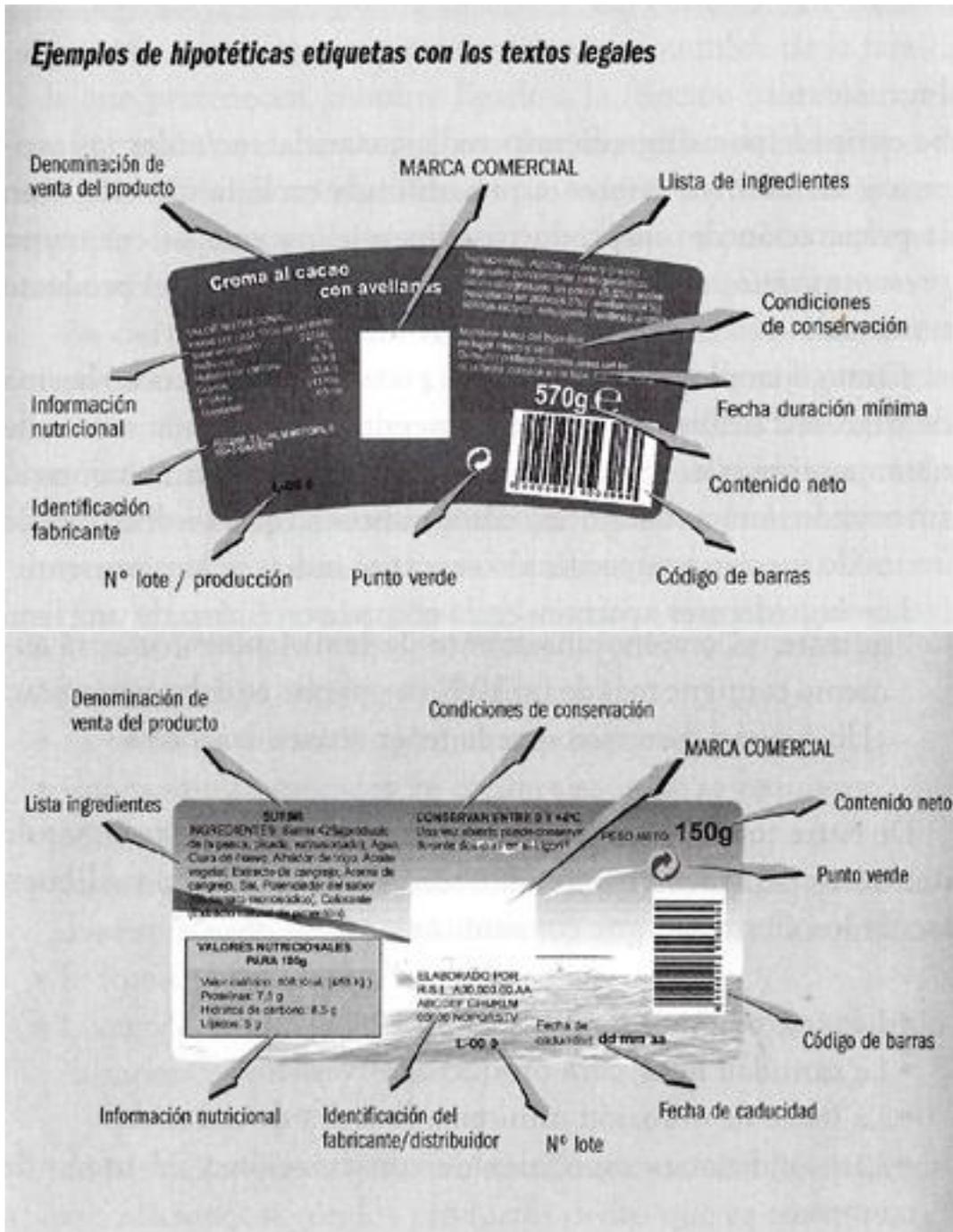
Figura 5. Sistema Guiding Strars.



Figura 6. Logo del «ojo de cerradura»



Figura 7. Ejemplo Etiqueta.



Extracto del capítulo de J. Carbonell, J. Giménez, A. Palencia y J. Permanyer en el libro "Alimentos ¿qué hay detrás de la etiqueta?" de Fundación Triptolemos (Ed. Viena, 2004).

ANEXO III

Tabla 1: diferencia entre la definición legal y la acepción socialmente reconocida de conceptos clave del etiquetado de alimentos.¹⁰³

Concepto	Acepción socialmente reconocida	Significado legal en la UE	Referencia legal
Ecológico	Dicho de un producto o de una actividad, que no es perjudicial para el medio ambiente (RAE, acepción 2). Sinónimo de sostenibilidad ambiental. Un producto ecológico como producto sostenible.	Elaborado conforme a los métodos de producción establecidos en el Reglamento de la UE, en todas las etapas de la producción, preparación y distribución. En particular, la prohibición de ingredientes o componentes transgénicos y de radiaciones ionizantes y la estricta limitación del uso de medios de síntesis.	Reglamento 834/2007, del Consejo de Europa, de 28 de junio de 2007, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos.
Biológico	Natural o que implica respeto hacia el medio ambiente al evitar el uso de productos químicos (RAE, acepción 2).	Sinónimo de «ecológico».	Reglamento 834/2007, del Consejo de Europa, de 28 de junio de 2007, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos.
Concepto	Acepción socialmente reconocida	Significado legal en la UE	Referencia legal
País de origen del alimento	País en el que se lleva a cabo el proceso de producción y obtención de materias primas. País del ingrediente primario.	Con carácter general, país en el que se lleva a cabo el proceso de producción, crecimiento o envasado, con independencia del origen o procedencia del ingrediente primario.	Reglamento 1169/2011, de la UE, sobre información alimentaria facilitada al consumidor.
Light	Contenido reducido en azúcar o valor energético. Expresión que se asocia a la valoración como saludable del producto comparado con otros similares.	Uno de los nutrientes ha quedado reducido, como mínimo, en un 30% en comparación con un producto similar, excepto en los micronutrientes, en los que será admisible una diferencia del 10% en los valores de referencia establecidos en la Directiva 90/496/CEE, así como en el sodio, o el valor equivalente para la sal, en el que será admisible una diferencia del 25%. La reducción de este nutriente puede comportar un aumento de otros nutrientes en el alimento.	Reglamento 1924/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.

¹⁰³ PLANA, M^a. J. y DE LECUONA, I.: *Información alimentaria: cuestiones éticas y jurídico-políticas*. Ed. Universidad de Barcelona. Barcelona, 2017. Págs. 44-48.

Concepto	Acepción socialmente reconocida	Significado legal en la UE	Referencia legal
Sin	<p>Sin grasa. Sin azúcar. Sin aporte energético.</p> <p>Asociado a la ausencia de un nutriente, por tanto, se espera un contenido del 0%.</p> <p>Expresión que se asocia a la valoración como saludable del producto comparado con otros similares.</p>	<p>Solo podrá afirmarse que un alimento no contiene grasa, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 0,5 g de grasa por 100 g o 100 ml.</p> <p>Solo podrá declararse que un alimento no contiene azúcares, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 0,5 g de azúcares por 100 g o 100 ml.</p> <p>La reducción de este nutriente puede comportar un aumento de otros nutrientes en el alimento.</p>	<p>Reglamento 1924/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.</p>
Alto contenido	<p>Con una mayor presencia de determinado nutriente.</p> <p>Expresión que se asocia a la percepción de que, a mayor presencia de dicho nutriente, mayor beneficio para la salud.</p>	<p>Para vitaminas y minerales es admisible si el producto contiene, como mínimo, el doble de la cantidad significativa en virtud del Reglamento 1169/2011.</p> <p>Para otros nutrientes (por ejemplo, fibra o proteínas), según el contenido regulado en el Reglamento (CE) 1924/2006.</p> <p>No se tiene en cuenta su capacidad de asimilación por el individuo.</p>	<p>Reglamento 1924/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.</p>

Concepto	Acepción socialmente reconocida	Significado legal en la UE	Referencia legal
Natural	Que está tal como se halla en la naturaleza, o que no tiene mezcla o elaboración (RAE, acepción 2). Sin aditivos ni aplicación de procesos tecnológicos.	No suele estar regulado. Sí está regulado y asociado a declaraciones nutricionales cuando un alimento reúna de forma natural la condición o las condiciones establecidas para el uso de una declaración nutricional (por ejemplo, «naturalmente rico en fibra»).	No regulado. Reglamento 1924/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.
Tradicional / Casero	Elaborado sin aplicación de procesos o ingredientes tecnológicos.	No regulado.	No regulado.

Concepto	Acepción socialmente reconocida	Significado legal en la UE	Referencia legal
Sin conservantes ni colorantes	Expresión que se asocia a la ausencia de aditivos.	No regulado. Ante el vacío legal, se considera una mención válida aunque el producto alimenticio lleve aditivos con funciones tecnológicas (por ejemplo, edulcorantes o espesantes) distintas a las mencionadas según el principio de no confusión.	No regulado.

Elaboración de M.^a José Plana.

Tabla 2: Información nutricional del etiquetado alimentario.

OBLIGATORIA	VOLUNTARIA
Valor energético	Ácidos grasos
Grasa total	Monoinsaturados
Ácidos grasos saturados	Poliinsaturados
Hidratos de carbono	Polialcoholes
Azúcares	Almidón
Proteínas	Fibra alimentaria
Sal	Vitaminas
	Minerales

Elaboración propia a partir del artículo 30 del Reglamento (UE) n^o 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.

Tabla 3: Definición de la altura de la X del Anexo IV del Reglamento (UE) n^o 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.



Índice

1	Línea ascendente
2	Línea de las mayúsculas
3	Línea media
4	Línea base
5	Línea descendente
6	Altura x
7	Tamaño

ANEXO IV

Declaraciones nutricionales y condiciones que se les aplican reguladas en el Anexo del Reglamento (CE) n° 1924/2006 con las modificaciones aplicadas por Reglamentos posteriores como la que introduce el Reglamento (UE) n° 1047/2012 de la Comisión de 8 de noviembre de 2012 y el Reglamento (UE) n° 116/2010 de la Comisión de 9 de febrero de 2010.

BAJO VALOR ENERGÉTICO

Solamente podrá declararse que un alimento posee un bajo valor energético, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 40 kcal (170 kJ)/100 g en el caso de los sólidos o más de 20 kcal (80 kJ)/100 ml en el caso de los líquidos. Para los edulcorantes de mesa se aplicará un límite de 4 kcal (17 kJ) por porción, con propiedades edulcorantes equivalentes a 6 g de sacarosa (una cucharadita de sacarosa aproximadamente).

VALOR ENERGÉTICO REDUCIDO

Solamente podrá declararse que un alimento posee un valor energético reducido, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el valor energético se reduce, como mínimo, en un 30 %, con una indicación de la característica o características que provocan la reducción del valor energético total del alimento.

SIN APORTE ENERGÉTICO

Solamente podrá declararse que un alimento carece de aporte energético, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 4 kcal (17 kJ)/100 ml. Para los edulcorantes de mesa se aplicará un límite de 0,4 kcal (1,7 kJ) por porción, con propiedades edulcorantes equivalentes a 6 g de sacarosa (una cucharadita de sacarosa aproximadamente).

BAJO CONTENIDO DE GRASA

Solamente podrá declararse que un alimento posee un bajo contenido de grasa, así como

efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 3 g de grasa por 100 g en el caso de los sólidos o 1,5 g de grasa por 100 ml en el caso de los líquidos (1,8 g de grasa por 100 ml para la leche semidesnatada).

SIN GRASA

Solamente podrá declararse que un alimento no contiene grasa, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 0,5 g de grasa por 100 g o 100 ml. No obstante, se prohibirán las declaraciones expresadas como «X % sin grasa».

BAJO CONTENIDO DE GRASAS SATURADAS

Solamente podrá declararse que un alimento posee un bajo contenido de grasas saturadas, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si la suma de ácidos grasos saturados y de ácidos grasos trans en el producto no es superior a 1,5 g/100 g para los productos sólidos y a 0,75 g/100 ml para los productos líquidos, y en cualquier caso la suma de ácidos grasos saturados y de ácidos grasos trans no deberá aportar más del 10 % del valor energético.

SIN GRASAS SATURADAS

Solamente podrá declararse que un alimento no contiene grasas saturadas, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si la suma de grasas saturadas y de ácidos grasos trans no es superior a 0,1 g por 100 g o 100 ml.

BAJO CONTENIDO DE AZÚCARES

Solamente podrá declararse que un alimento posee un bajo contenido de azúcares, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 5 g de azúcares por 100 g en el caso de los sólidos o 2,5 g de azúcares por 100 ml en el caso de los líquidos.

SIN AZÚCARES

Solamente podrá declararse que un alimento no contiene azúcares, así como efectuarse

cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 0,5 g de azúcares por 100 g o 100 ml.

SIN AZÚCARES AÑADIDOS

Solamente podrá declararse que no se han añadido azúcares a un alimento, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si no se ha añadido al producto ningún monosacárido ni disacárido, ni ningún alimento utilizado por sus propiedades edulcorantes. Si los azúcares están naturalmente presentes en los alimentos, en el etiquetado deberá figurar asimismo la siguiente indicación: «CONTIENE AZÚCARES NATURALMENTE PRESENTES».

BAJO CONTENIDO DE SODIO/SAL

Solamente podrá declararse que un alimento posee un bajo contenido de sodio/ sal, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 0,12 g de sodio, o el valor equivalente de sal, por 100 g o por 100 ml. Por lo que respecta a las aguas distintas de las aguas minerales naturales cuya composición se ajuste a las disposiciones de la Directiva 80/777/CEE, este valor no deberá ser superior a 2 mg de sodio por 100 ml.

MUY BAJO CONTENIDO DE SODIO/SAL

Solamente podrá declararse que un alimento posee un contenido muy bajo de sodio/sal, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 0,04 g de sodio, o el valor equivalente de sal, por 100 g o por 100 ml. Esta declaración no se utilizará para las aguas minerales naturales y otras aguas.

SIN SODIO o SIN SAL

Solamente podrá declararse que un alimento no contiene sodio o sal, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto no contiene más de 0,005 g de sodio, o el valor equivalente de sal, por 100 g.

SIN SODIO O SIN SAL AÑADIDOS

Solamente podrá declararse que no se han añadido sodio o sal a un alimento, así como

efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si no se ha añadido al producto sodio o sal, ni ingrediente alguno con sodio o sal añadidos, y siempre que el producto no contenga más de 0,12 g de sodio, o su valor equivalente de sal, por 100 g o por 100 ml.

FUENTE DE FIBRA

Solamente podrá declararse que un alimento es fuente de fibra, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto contiene como mínimo 3 g de fibra por 100 g o, como mínimo, 1,5 g de fibra por 100 kcal.

ALTO CONTENIDO DE FIBRA

Solamente podrá declararse que un alimento posee un alto contenido de fibra, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto contiene como mínimo 6 g de fibra por 100 g o 3 g de fibra por 100 kcal.

FUENTE DE PROTEÍNAS

Solamente podrá declararse que un alimento es fuente de proteínas, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si las proteínas aportan como mínimo el 12 % del valor energético del alimento.

ALTO CONTENIDO DE PROTEÍNAS

Solamente podrá declararse que un alimento posee un alto contenido de proteínas, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si las proteínas aportan como mínimo el 20 % del valor energético del alimento.

FUENTE DE [NOMBRE DE LAS VITAMINAS] Y/O [NOMBRE DE LOS MINERALES]

Solamente podrá declararse que un alimento es una fuente de vitaminas y/o minerales, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto contiene como mínimo una cantidad significativa tal como se

define en el Anexo de la Directiva 90/496/CEE o una cantidad establecida por las excepciones concedidas en virtud del artículo 6 del Reglamento (CE) n^o 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, [sobre la adición de vitaminas, minerales y otras determinadas sustancias a los alimentos] (1).

ALTO CONTENIDO DE [NOMBRE DE LAS VITAMINAS] Y/O [NOMBRE DE LOS MINERALES]

Solamente podrá declararse que un alimento posee un alto contenido de vitaminas y/o minerales, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto contiene como mínimo dos veces el valor de la «fuente de [NOMBRE DE LAS VITAMINAS] y/o [NOMBRE DE LOS MINERALES]».

CONTIENE [NOMBRE DEL NUTRIENTE U OTRA SUSTANCIA]

Solamente podrá declararse que un alimento contiene un nutriente u otra sustancia, para los que no se establezcan condiciones específicas en el presente Reglamento, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto cumple todas las disposiciones aplicables previstas en el presente Reglamento, y en particular en el artículo 5. Por lo que respecta a las vitaminas y minerales, se aplicarán las condiciones correspondientes a la declaración «fuente de».

MAYOR CONTENIDO DE [NOMBRE DEL NUTRIENTE]

Solamente podrá declararse que se ha incrementado el contenido de uno o más nutrientes, distintos de vitaminas o minerales, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el producto cumple las condiciones previstas para la declaración «fuente de» y el incremento de su contenido es de, como mínimo, el 30 % en comparación con un producto similar.

CONTENIDO REDUCIDO DE [NOMBRE DEL NUTRIENTE]

Solamente podrá declararse que se ha reducido el contenido de uno o más nutrientes, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si la reducción del contenido es de, como mínimo, el 30 % en comparación con un producto similar, excepto para micronutrientes, en los que será admisible una

diferencia del 10 % en los valores de referencia establecidos en la Directiva 90/496/CEE, así como para el sodio, o el valor equivalente para la sal, en que será admisible una diferencia del 25 %.

Solamente podrá declararse «contenido reducido de grasas saturadas», así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si:

- a) la suma de ácidos grasos saturados y de ácidos grasos trans en el producto objeto de la declaración es, como mínimo, un 30 % inferior a la de un producto similar, y
- b) el contenido de ácidos grasos trans en el producto objeto de la declaración es igual o inferior al de un producto similar.

Solamente podrá declararse «contenido reducido de azúcares», así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si el aporte energético del producto objeto de la declaración es igual o inferior al de un producto similar.

LIGHT/LITE (LIGERO)

Las declaraciones en las que se afirme que un producto es «*light*» o «*lite*» (ligero), y cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, deberán cumplir las mismas condiciones que las establecidas para el término «contenido reducido»; asimismo, la declaración deberá estar acompañada por una indicación de la característica o características que hacen que el alimento sea «*light*» o «*lite*» (ligero).

NATURALMENTE/NATURAL

Cuando un alimento reúna de forma natural la condición o las condiciones establecidas en el presente Anexo para el uso de una declaración nutricional, podrá utilizarse el término «naturalmente/natural» antepuesto a la declaración.

Paula Amador Santana
2020