

Material Imprimible

Curso Etiquetado nutricional

Módulo 1

Contenidos:

- Características y generalidades del etiquetado de alimentos
- Código Alimentario Argentino
- Envases de alimentos: tipos y características de cada uno
- *Packaging*
- Rotulado nutricional

Características y generalidades del etiquetado de alimentos

Cuando hablamos de etiquetado de alimentos no solo hablamos de la información nutricional que se encuentra en el mismo. Esto es un punto muy importante que debemos tener en cuenta, porque muchas veces se suele confundir etiquetado con rotulado nutricional.

En realidad, los envases dicen mucho de los productos, y nos dan muchas de las características de los mismos. Por dicho motivo, no es lo mismo decir envase que etiquetado, ni tampoco es lo mismo etiquetado que etiquetado nutricional. Vamos paso a paso, viendo cada uno de estos conceptos.

El **etiquetado de alimentos** sirve para informarle al consumidor sobre la naturaleza y características de los alimentos y su conservación, para que este pueda conocerlo y actuar en consecuencia. Por dicho motivo, gracias al etiquetado podemos decidir qué comprar y qué no.

Podemos decir entonces que el etiquetado es toda la información que tiene el envase, desde el nombre comercial hasta las características.

Según el Ministerio de Producción y Trabajo de la República Argentina, el rótulo “es toda inscripción, leyenda, imagen o materia descriptiva o gráfica que se haya escrito, impreso, esparcido, marcado, marcado en relieve o huecograbado o adherido al envase del alimento, destinada a informar al consumidor sobre las características de un alimento.”

Asimismo, debemos tener en cuenta que sólo se rotula el alimento envasado, y no, por ejemplo, los productos de panadería, verdulería o frutería, ya que estos no tienen obligatoriedad de llevar rótulo.

Código Alimentario Argentino

Según la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica, mayormente conocida como ANMAT, el Código Alimentario Argentino es la norma legal donde se encuentran las regulaciones oficiales de los productos alimenticios y establecimientos productores, elaboradores y comercializadores de esos productos, sus envases, aparatos y accesorios para alimentos.

Repasando un poco de la historia, vamos a contarles que el 18 de julio de 1969 se creó la ley 18.284, y mediante la misma se creó el Código.

Anteriormente se controlaban los alimentos, pero bajo otras normas, y luego de la creación de esta ley se unificó toda la información de legalizaciones en dicho Código, y además de la legalidad jurídica, se empezó a tomar en cuenta la protección de la salud o el riesgo alimentario.

El Código es un compendio de normas y normativas sobre higiene e inocuidad de los alimentos, lo que genera que si un alimento enferma a las personas, recae sobre el estado. A su vez, este tiene aproximadamente 1400 artículos, donde se describen cómo deben hacerse, producirse y cuidarse cada uno de los alimentos. Recuerden que el objetivo fundamental del Código es cuidar la salud, y para cumplir sus objetivos, diseña estrategias para conservar la inocuidad de los alimentos, en su producción, manipulación, transporte, almacenamiento y consumo. Asimismo, reglamenta procesos, establecimientos, temperatura, aditivos, conservantes y colorantes.

Este Código es útil y necesario, y todos los productores y manipuladores de alimentos deberán conocer cada una de sus normativas y anexos, ya que en cada uno de ellos aclara las características de cada uno. Más aún, en caso de desear crear un nuevo producto, es esencial conocer las regulaciones del Código.

Es importante leer bien cada artículo, las condiciones y procesos por los que deben pasar los alimentos para que sean aptos para nuestro consumo. Debemos tener en cuenta tanto los alimentos naturales como los procesados y ultraprocesados, que son aquellos que se elaboran con ingredientes artificiales o industriales.

De igual manera, cabe aclarar que cada uno de los países tiene su propio Código, y estos países, a su vez, se reúnen anualmente para debatir normas y reglamentaciones con bases científicas. Este encuentro lo organiza la Administración de Medicamentos y Alimentos, que es la agencia del Gobierno de los Estados Unidos responsable de la regulación de alimentos, medicamentos, cosméticos, aparatos médicos, productos biológicos y derivados sanguíneos.

Además de todo lo dicho anteriormente, el Código también establece las normas para que un producto pueda ser exportado a otro país o para que ingresen productos que vienen de otros países al nuestro, y que todos sean aptos para el consumo y que no generen daños en la población. Este punto es muy importante y debe estar muy bien regulado, ya que estamos hablando de alimentos que no son producidos dentro del país.

En síntesis, podemos decir que el Código Alimentario Argentino permite que podamos conocer bien los procesos alimentarios y también estar tranquilos que nuestra salud está

avalada y cuidada por el Estado, y que los alimentos que consumimos se encuentran regulados bajo todas las normativas y son inocuos para la salud.

El etiquetado nutricional está dentro del etiquetado general o rótulo, y nos da la información específica sobre los nutrientes, calorías y demás componentes de un alimento. Entonces, resumiendo, cuando hablamos de etiquetado o rotulado, estamos hablando de todas las características y de toda la información del alimento, mientras que al rotulado nutricional lo encontramos dentro del etiquetado.

Ahora bien. Existen características que son específicas y que no pueden faltar en el etiquetado y que es información que debe estar de manera obligatoria. Ojo, no dijimos rotulado nutricional, sino etiquetado. ¿Venimos bien hasta acá? Sigamos.

Antes de llevar un producto a casa, debemos mirar en su rótulo, las siguientes cosas que describiremos a continuación:

- En primer lugar, la denominación del producto, es decir, su nombre, marca y descripción, para saber en todo momento de qué se trata y conocer el tratamiento industrial que ha sufrido ese producto, como por ejemplo, si es ahumado, congelado, en polvo, líquido, en granos, a granel, etc. A esto se le llama estado físico del producto.
- En segundo lugar, debemos observar la lista de ingredientes que componen el alimento, y tenemos que prestar atención a los posibles alérgenos. Si bien este tema lo estudiaremos más adelante, es importante que sepamos todo lo que se usa en la industrialización de ese producto y diferenciar los diversos alérgenos. De este punto están exentos los alimentos que sean frescos y naturales como las frutas y verduras, o alimentos que no tengan ingredientes agregados en su proceso, como los yogures, quesos o cremas.
- Asimismo, tenemos que prestar atención a la cantidad neta, que se expresa en litros, centilitros, mililitros, kilogramos o gramos, y permite saber específicamente la cantidad de producto que hay dentro del envase.
- También debemos mirar la fecha de duración mínima o la fecha de caducidad, que indica hasta cuando el producto mantiene intactas todas sus propiedades. En el caso de los congelados, debe estar presente la fecha de congelación o fecha en la que ha sido congelado.

- De igual manera, es esencial conocer las condiciones específicas de almacenamiento, conservación o utilización. Sin embargo, esta solo está presente si el alimento tiene alguna característica específica para conservarlo o para consumirlo. Por ejemplo, podemos encontrar las leyendas “consumidor dentro de los 3 a 5 días luego de abierto”, “conservar en lugar fresco”, “conservar en la heladera”, etc.
- La identificación del lote también es esencial. Pero... ¿a qué llamamos lote? Al conjunto de unidades de venta de un mismo producto producido o fabricado y envasado en circunstancias casi idénticas.
- Asimismo, debemos prestar atención a la información nutricional o rotulado nutricional, que comprende la información del producto en lo referido a los nutrientes, calorías, hidratos de carbono, proteínas, grasas saturadas, grasas insaturadas, sal, fibra, sodio, agua, entre otros. Es decir, esta información permite que el consumidor pueda saber qué composición química tiene cada uno de los alimentos. Estos valores, como veremos más adelante, se expresan cada 100 gramos o mililitro de alimento y por porción; de esta manera, el consumidor podrá saber la cantidad de calorías que va a ingerir cada 100 gramos o por porción.
- También debemos mirar el lugar de origen o procedencia del alimento, ya que, por ejemplo, para que un producto se importe o exporte de un país a otro, debe cumplir con los requerimientos de las normas legales vigentes en lo referido a la legalización de alimentos, como por ejemplo el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria, mayormente conocido como SENASA, que controla los alimentos de origen animal.
- Por último tenemos que conocer las especificaciones especiales, como por ejemplo, las normativas ISO de cada país, que avalan que el producto está apto para consumir, así como también la graduación alcohólica en bebidas que tengan más de 1.5%

Envases de alimentos: tipos y características de cada uno

Los **envases** son estructuras que sirven para conservar a los alimentos antes y durante el consumo humano, y les dan una protección química, física y biológica de cualquier contaminante que pueda hacer que se modifique y que no sea útil para su consumo. Asimismo, este hace al alimento resistente de su manipulación.

Existen diferentes tipos de envases, y su uso siempre va a depender del tipo de alimento que se esté envasando. Por ejemplo, están los envases de papel, plástico, vidrio, metal, cartón, etc. Vamos a describir cada uno de ellos.

El plástico es un material de origen orgánico que se puede obtener del petróleo, la celulosa, de proteínas, o de diversos elementos químicos, como el azufre, oxígeno, nitrógeno, hidrógeno y carbono. Su fabricación es en caliente y gana plasticidad en moldes que le dan la forma final.

A estos se los clasifica en dos grandes grupos:

- Termoestables
- Y termoplásticos

Los termoestables son aquellos que no se modifican en presencia de calor, y si bien son rígidos, son frágiles si se golpean. Podemos citar como ejemplo a los repuestos de los elementos tecnológicos, o repuestos de un auto o una moto, o una silla.

Por su parte, los termoplásticos son aquellos que cuando le brindamos calor, se deforma, lo que le permite ser moldeados nuevamente, es decir, que se puede reciclar y recuperar. Un claro ejemplo son los plásticos utilizados en la conservación y envasado de alimentos. Estos no se rompen, ayudan a proteger y evitar daños, y a prolongar su vida útil.

Si miramos con atención los envases plásticos, vamos a encontrar un símbolo que incluye un número que puede ir del 1 al 7, generalmente acompañado de letras. Estos números corresponden al Código de Identificación de Resina y fueron creados en 1988 por la Sociedad de la Industria de Plásticos para identificar el contenido de resina de cada tipo de recipiente plástico con el fin de facilitar la segregación previa al reciclaje. Asimismo, nos sirven para saber qué tipo de plástico debemos dejar de usar con mayor urgencia.

El número uno es el PET, es decir, Tereftalato de polietileno, que es un plástico transparente que se usa para fabricar botellas de agua o refrescos. Este plástico tiene buena resistencia al vapor y a los gases, y es uno de los plásticos más usados y reciclados.

El número dos es el PE-HD o HDPE, que es el Polietileno de alta densidad, un plástico que se utiliza para fabricar envases de lácteos, jugos, champú, perfume, detergentes, etc. Resiste bien la humedad y es muy duro.

El número tres es el PVC, o Policloruro de vinilo, que es un plástico rígido, duro y versátil, y se utiliza para embalar elementos no alimenticios debido a su toxicidad, como por ejemplo, medicamentos.

El número cuatro es el LDPE, o Polietileno de baja densidad, que es muy flexible e impermeable al vapor. Este se utiliza para fabricar bolsas de alimentos y de basura, botellas exprimibles o tapas flexibles.

Por su parte, el número cinco es el PP, o sea, Polipropileno, que se emplea, sobre todo, en la fabricación de utensilios de cocina, como por ejemplo platos de plástico para microondas, sorbetes, cubiertos desechables, etc.

El número seis es el PS, es decir, Poliestireno, que se usa para fabricar vasos, platos, bandejas o envases de comida para llevar, y también para realizar material electrónico y espuma de embalaje. Este es un material muy fácil de moldear.

Por último están los plásticos que no se pueden clasificar en las categorías anteriores. En general, se trata de artículos que incluyen varios tipos de plástico y por eso los posibles daños que generan a la salud no se saben con certeza, porque tampoco se conoce con exactitud los tipos de resinas que contienen. Como ejemplo podemos citar los discos compactos, gabinetes de aparatos electrónicos, lentes de sol, elementos del automóvil, teléfonos y juguetes. Estos, a su vez, no se pueden reciclar.

Además de los envases de plástico, existen en el mercado otros tipos de envases, como por ejemplo, los de vidrio, que se destacan por su uso para bebidas y conservas, y suelen presentarse en forma de tarros, frascos, botellas y botellones.

Si bien estos no son biodegradables, son reutilizables, reciclables, inertes, impermeables y totalmente herméticos. Además, son una barrera contra los cambios de temperatura y permiten una larga vida del alimento. No obstante, sus desventajas son el peso y su fragilidad ante impactos.

Como dijimos, se utilizan para bebidas y conservas, y también en la industria farmacéutica, por ejemplo, para almacenar gotas, fórmulas específicas, Flor de Bach, etc.

Por su parte, el metal es un material rígido que se utiliza para alojar líquidos y sólidos, como por ejemplo, latas de gaseosas o las latas de conservas de todo tipo de productos.

Asimismo, estos varían en su composición, ya que pueden ser de materiales como hojalata o aluminio.

Las ventajas principales de este material son las siguientes:

- El envase siempre está bien sellado
- Se puede etiquetar o imprimir sobre la lata
- La composición del metal no se permea en los alimentos ni los contamina
- Es muy resistente

A su vez, a los envases de metal se los clasifica en:

- envase de dos piezas, que son los que tienen cuerpo y fondo, que son una sola pieza, y la tapa, que son la segunda pieza
- y los envases de tres piezas, que tiene un cuerpo, un fondo y una tapa

De igual manera, es muy importante tener en cuenta las siguientes cuestiones de las latas: cuando vemos una lata golpeada, es muy importante descartarla y buscar una nueva, ya que todo golpe que reciba el metal puede comprometer al alimento. Si bien, a veces, esto puede no ocurrir, ante la duda es recomendable comprar un nuevo producto. Asimismo, cuando las latas están infladas o rotas, pueden tener fugas que hagan que se contaminen, por el hecho de estar en contacto con el medio. Por ejemplo, pueden causar Botulismo, que es una enfermedad que causa parálisis de los músculos respiratorios y también los músculos faciales, dificultad para tragar y debilidad de brazos y piernas. Toda lata hinchada nos está indicando la presencia de aire y microorganismos dentro del envase, por lo que también es recomendable desecharla.

También podemos encontrar el cartón en los envases, siendo este uno de los más comunes para transportar alimentos. Estos son biodegradables y quizás lo relacionemos con los envases para transportar pizzas o empanadas, o también podemos pensar en las cajas de huevos, o en las bolsas selladas de papel que protege la harina.

Las ventajas de estos envases son que ofrece protección del polvo, retrasa la contaminación, aumenta la vida útil del producto, es fácil de transportar y no se rompe con facilidad.

Por su parte, las desventajas es que es un envase que está muy en contacto con el alimento, por lo que tiene que conservarse en lugar limpio, ya que el cartón no puede

lavarse. Además, si bien es reciclable, no es reutilizable, y una vez usado, no se lo puede volver a utilizar.

Ahora vamos a mencionar al tetra pak, que fue creado en Suecia, en el año 1951, para transportar fluidos, ya sea agua, jugos o demás líquidos. Su nombre proviene de la palabra “tetra”, que significa “cuatro” en griego, y “pak”, que deriva de “embalaje”, ya que el envase tiene cuatro caras. También lo podemos encontrar con el nombre de tetrabrik, donde “tetra”, nuevamente, es “cuatro” y “brik” significa “ladrillo”.

¿Cuál es el objetivo de este envase? Permitir el envasado ágil para ser transportado y almacenado.

A su vez podemos decir que este envase está formado, principalmente, por cartón, que da estabilidad, fuerza y suavidad para la superficie de impresión, el polietileno, que lo protege de la humedad y permite que el cartón se pegue al papel aluminio, y por último, el aluminio, que mantiene el valor nutricional y el sabor del alimento en el envase a temperatura ambiente.

Finalmente, podemos encontrarnos con el sachet, que también es un envase muy utilizado en la industria, ya que su gran beneficio es la reducción de costos y, por ende, el menor precio al consumidor. Asimismo, es útil y ocupa poco espacio a comparación de un cartón. A este se lo utiliza en la leche, los yogures, la crema de leche, los quesos cremas, entre otros.

Si bien es un envase muy beneficioso, su principal riesgo es la debilidad del producto, ya que ante cualquier caída o ruptura, se perderá la conservación del alimento. Por dicho motivo podemos decir que es un envase muy débil y que hay que tener mucha precaución a la hora de transportarlo. Además, es un envase inestable, por lo que siempre se recomienda almacenarlo de manera acostada.

Packaging

El **packaging** es lo que vemos del producto, lo que nos cuenta a simple vista, de qué se trata, y lo que nos puede llamar o no la atención para comprarlo. En esto se basa mucho el marketing.

También podemos decir que es el embalaje, y un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal, principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenamiento. Por lo tanto, el packaging

puede ser el papel que envuelve a un determinado producto o la caja en la que se almacena.

El objetivo es que el packaging proteja al producto en cuestión durante su traslado a los centros de venta, su permanencia en un depósito o en un local, y su manipulación.

Existen cinco cuestiones a tener en cuenta para que el packaging sea exitoso:

- En primer lugar, es importante considerar a quien esté dirigido, ya que no es lo mismo un envase que sea de un producto para bebés, niños o adultos. Los gustos, las aspiraciones, el universo, las características y qué tipo de estética rodea a esa persona, son fundamentales. Esto no significa que la persona a la que está destinada el producto va a ser la única consumidora, sino que simplemente es el grupo etario o el grupo con determinadas características específicas al que va destinado.
- También es importante investigar el entorno, es decir, indagar los pequeños y grandes mercados y relevar los productos de la categoría con la que queremos trabajar. Esto nos va a dar una idea clara de quiénes pueden ser nuestra competencia, y también nos va a ayudar a conocer los patrones culturales y los códigos cromáticos, es decir, los colores que se utilizan para que la gente identifique ciertos productos con ciertas categorías. Por ejemplo, los productos verdes se asocian a una vida light o saludable, o si es un jugo de naranja se asocia a esa fruta y a esos colores.
- El tercer punto tiene que ver con la arquitectura gráfica, pero... ¿saben a qué se refiere? a contar una historia de marca mediante la arquitectura. Esta comprende tres elementos: la marca gráfica, el descriptor y la imagen clave. La marca gráfica tiene que ver con el color y la tipografía específica, dependiendo del tipo de alimento que vamos a querer vender. Acá lo importante es pensar cuál es el mensaje que queremos transmitir en tipografía y colores. Luego tenemos el descriptor, es decir, lo que define qué tipo de producto es y qué tipo de proceso tiene. Por último encontramos la imagen clave, y acá hay muchas opciones: puede ser que la imagen clave sea la marca propiamente dicha, o una fotografía del producto mismo en foto real o simbólica, es decir, que requiere cierto tipo de interpretación.
- El cuarto punto a tener en cuenta son los recursos que se usan para trabajar en la estructura del envase, es decir, qué poner en el frente, en el dorso, cuáles son las características del envase, y ver cómo colocar la información en cada una de las

caras. Por ejemplo, si alguna parte del envase es translúcido, se puede jugar con el producto y mostrar el interior con algún dibujo, o también se puede contar alguna historia a lo largo de todo el envase.

- En quinto lugar encontramos las especificaciones de impresión, ya que es importante saber cómo se va a imprimir. Existen cuatro sistemas de impresión: la flexografía, el huecograbado, el opposed, y la impresión digital. La flexografía se usa para las bolsas, como por ejemplo, los paquetes de galletitas o snacks. Estos son sellos que imprime material continuo con buena definición. Por su parte, el huecograbado es un cilindro de metal que es muy caro pero dura más, y se usa mucho en la impresión de embalaje flexible y de edición. También se encuentra el opposed, que era el sistema de impresión más usado en la industria gráfica en folletos, y se usa en las cajas o etiquetas de vinos, latas, café, entre otros. Por último encontramos la impresión digital, que también se usa en etiquetas para personalizar y hacer cambios con precisión, pero para poca producción de productos.

Asimismo, hay siete estrategias que usa el marketing en los envases para atraer la atención del público y hacer que ese producto se pueda vender. Es decir, estas estrategias tienen el objetivo de conectar al consumidor con el producto, y que las marcas puedan contar su mensaje. Podemos atraer la atención del público con la imagen, con una característica específica, y con lo que hay específicamente adentro del envase.

Bien. Las siete estrategias son las siguientes:

- *Classic*
- *Esencial pack*
- *Craft pack*
- *Wellness pack*
- *Deco pack*
- *Place pack*
- *Fun pack*

La primera estrategia es la *Classic*, que consiste en ser un antídoto a esta actualidad que siempre cambia, es decir, se usa el pasado como refugio de tranquilidad y seguridad, respetando los procesos naturales de lo que pasó. En esta estrategia también se recrean dibujos del pasado, o se utilizan letras antiguas. Podemos decir entonces que se intenta

reconstruir la historia de un viejo producto para la actualidad y que se vea lo más parecido al pasado.

Por su parte, la estrategia llamada esencial pack o esencialista se encarga de simplificar los elementos con diseño simple y pocas letras sin gráficos, para dar a conocer que la importancia es la esencia de lo que tiene el producto, y no el cuento que hacen o pueden hacer las marcas.

Esta estrategia busca no distraer con adornos o recursos que saquen de foco el tipo de alimento que se quiere vender, por eso utilizan un etiquetado muy simple, o a veces transparente, donde solo se ve en envase. Además, la marca está escondida o en el sello, pero no se utiliza colocar la marca en el frente, ni en fotografía, ni con tipografía grande. A diferencia del primero, esta estrategia hace referencia a lo que contiene adentro, en lugar de hablar de su pasado, ya que siempre se quiere siempre mostrar al producto. Generalmente se usan en los nuevos productos o en los naturales, como por ejemplo, una mayonesa para veganos, jugos de verduras, entre otros.

La tercera estrategia se llama *Craft pack*, y si bien es similar a la primera estrategia, tiene que ver más con los envases que sean de cartón, es decir, los que son más artesanales y hechos a mano.

Esta tendencia está muy presente, sobre todo en las nuevas marcas, y es la antítesis a las marcas corporativas internacionales o a los productos más industrializados, ultra procesados o alimentos no tan naturales. La idea de esta estrategia es diferenciarse de ellos y mostrar una nueva impronta.

La cuarta estrategia consiste en comunicar bienestar, confianza en salud, alimentación saludable, entre otros, por ello se la llama *Wellness pack*, dado que muestra lo que significa llevar una vida saludable, y está destinado a quienes ya llevan esta vida y a quienes quieren empezar un cambio en ella.

En esta estrategia, muchas veces se muestran muchos colores, frutas saludables, fresca, agua, y también se colocan mensajes que tienen que ver con la alimentación sana. Generalmente se asocian como base los colores verdes, que significa *light* o sano y, de igual manera, se relaciona con el reciclaje en el envase.

Otra característica de esta es que a veces se pueden colocar gráficos de personas haciendo ejercicio, bebiendo o alimentándose saludable, y también se utiliza mucho la simetría como sinónimo de balance, estabilidad, que todo está en equilibrio y bien.

En cuanto a la tipografía podemos decir que es simple, sin muchos garabatos, muy esencial y se encarga de transmitir calma. Además, es probable que estos envases lleven diferentes leyendas basadas en lo saludable, como por ejemplo, “bajo en”, “light”, “diet”, “libre de...”, entre otros. Y también suelen usarse imágenes con la forma del corazón, que indica que un alimento es saludable.

Bien. Avancemos en la estrategia cinco, también llamada decorativa o *deco pack*, que tiene que ver con una decoración adicional en cada uno de los envases. Muchas veces esta decoración se la relaciona con la realeza, como por ejemplo, latas decoradas de té, café, galletitas que se venden en latas con muchos diseños, formas, figuras y colores.

Si bien esta estrategia puede tener que ver con el diseño retro, acá el packaging se utiliza como algo decorativo que da lugar al producto, y dado que tiene gran valor decorativo, se convierte en un regalo aun sin necesitar envoltorio.

Asimismo, hay una necesidad de decorar el entorno con patrones, es decir, el área del frente donde tiene la información, el reverso, la tapa y la parte de abajo, y muchas veces, cada una de la caras tiene proyección en la otra y continuidad.

A la hora de generar unidad, se recomienda consistencia pero con variedad, y cuando no hay algo particular que contar en cada uno de los productos, el envoltorio ya nos invita a usarlo como regalo. Esa es la idea de la estrategia número cinco. Sigamos con la próxima.

Es momento de preguntarnos... ¿El origen del producto puede ser una buena identificación del mismo? El *Place Pack* tiene que ver con el lugar al que nos remite el producto, es decir, refiere al lugar de origen. Acá se usa el recurso de lo decorativo, pero para dar a conocer el lugar donde fue realizado, ya sea un país, ciudad, una cultura, entre otras.

Asimismo, no necesariamente tiene que ver con el lugar donde se consuma más ese producto. A veces pueden utilizar diferentes lugares del mundo para mostrar diversas formas o tipos del producto. Por ejemplo, una misma marca de vino puede usar diferentes lugares del mundo por medio de fotos, y que en cada uno de los tipos de vino esté presente una fotografía distinta.

Otras ilustraciones pueden tener que ver con los animales autóctonos del lugar de origen, o los colores de la bandera del país que es originario el producto. Por ejemplo, si queremos vender un café de Colombia, podemos utilizar los tres colores de la bandera, algún jugo de Brasil, o alguna comida tradicional o postre español.

Esto tiene que ver con la experiencia de sabores, que nos llevan a otros lugares y nos transportan, más allá de que tengan origen argentino. Por ejemplo, sabemos que la pasta tiene origen italiano, por lo que a un producto, por más que sea argentino, se le puede colocar los colores de la bandera de Italia como identificación cultural.

La publicidad gráfica o televisiva acompaña mucho para el conocimiento y venta de este producto y para poder contar una nueva historia. No es fácil posicionarse bien en el mercado: muchas veces solo basta con tener un buen envase, y no solo una buena publicidad.

Llegamos a la última estrategia, que es el packaging divertido o *Fun Pack*, que tiene que ver con un gran llamado de atención al comprador mediante algo que se lo puede denominar como divertido, o que se relacione con situaciones festivas, de felicidad, alegres o con emociones positivas.

Generalmente podemos observar que hay muchas publicidades televisivas donde se asocia un alimento con la búsqueda de la felicidad, el encuentro de amigos, la amistad y la alegría. En esta estrategia, el envase tiene una vuelta que despierta una sonrisa en el consumidor, por medio de algún chiste, una imagen, personificaciones, y no necesariamente son packaging para chicos. El objetivo es contar alguna historia a modo de historietas, con dibujos de personajes divertidos, conocidos o nuevos, que representen la marca.

Rotulado nutricional

Como dijimos anteriormente, el **rotulado nutricional** nos va a servir para conocer las calorías, nutrientes y demás informaciones relevantes del producto.

¿Qué información comprende un rotulado nutricional?

- El valor energético expresado en kilocalorías y kilojoules, teniendo en cuenta que 1 kilocaloría equivale a 4.18 kilojoules
- Hidratos de carbono
- Proteínas
- Grasas totales
- Grasas saturadas
- Grasas trans
- Fibra alimentaria
- Y sodio

Todos los anteriormente citados deben estar expresados en el rotulado nutricional de manera obligatoria, y luego se podrían agregar más, dependiendo de cada alimento.

Bien. Después de esta información, también se contemplan las cantidades de minerales y vitaminas que sean relevantes. Estas últimas serán declaradas solo en el caso de que sean significativas del alimento y que estén en concentraciones mayores al 5% de la ingesta diaria recomendada por porción.

Esta declaración es opcional, excepto en aquellos alimentos que son especiales, es decir, que están especialmente preparados con aporte de alguna vitamina o mineral, o fortificado para satisfacer necesidades nutricionales en grupos etarios específicos, como niños, bebés o embarazadas. Solo en estos casos es obligatoria.

Por otro lado podemos encontrar la declaración de propiedades nutricionales o información nutricional complementaria, sobre la que hablaremos más en detalle en el próximo módulo, pero les adelantamos que esta información es opcional, y es la expresión de que el alimento posee propiedades nutricionales específicas referido a la energía o a los nutrientes, como por ejemplo, “bajo en sodio”, “sin sal agregada”, “libre de grasas trans”, entre otras.

No obstante, es importante aclarar que esta información no suplanta a la tabla de información nutricional.

Generalmente encontramos esta información como una tabla, pero si el envase es muy pequeño, esta información nutricional va escrita en forma horizontal en alguna parte del mismo.

La ubicación de los nutrientes en la tabla nutricional no es aleatoria, es decir, que es obligatorio que mantengan todos los productos el mismo orden de aparición.

- En primer lugar siempre van las calorías
- En el siguiente renglón están los hidratos de carbono, que también pueden estar expresados como azúcares. En caso de los productos lácteos lo vamos a encontrar como lactosa, es decir, el azúcar de la leche.
- Luego encontraremos a las proteínas
- Y después las grasas. En estas últimas podremos encontrar subgrupos o subdivisiones: primero se expresan las grasas totales, luego las saturadas, después las insaturadas, y dentro de estas podemos encontrar las monoinsaturadas y poliinsaturadas. Recordemos que las grasas insaturadas corresponden sólo a

productos de origen vegetal, mientras que las saturadas corresponden a los alimentos de origen animal.

- Inmediatamente después de las grasas se encuentran las concentraciones de colesterol, si es que tiene el producto
- debajo el sodio
- luego la fibra
- y, a continuación, se expresarán las vitaminas y los minerales

Pero ahora nos preguntamos... ¿Cómo interpretamos estos valores? Muy fácil. En la tabla vamos a encontrar la cantidad de producto y su equivalente en porciones. Por ejemplo, podemos encontrar que 30 gramos de pan equivalen a dos rebanadas. Es muy importante prestar atención a este dato y que siempre esté la equivalencia en medidas caseras, ya que el consumidor no siempre sabe lo que significan 30 gramos.

Asimismo, es importante definir qué es una porción. Esta es la cantidad promedio de un alimento que debería consumir una persona sana mayor de 3 años para mantener una alimentación saludable.

Es muy recomendable mantener y controlar las porciones, sobre todo en los alimentos que tienen más aportes de azúcares y grasas, para poder mantener nuestro peso y estar sanos. El rotulado nutricional nos va a permitir aprender y saber cuál de los alimentos es alto o bajo en estos nutrientes y elegir mejor.

Las grasas trans y las saturadas aumentan el colesterol malo o LDL, y baja el colesterol bueno, que es el HDL. Esto conlleva a posibles enfermedades cardiovasculares y circulatorias, obesidad, cáncer, diabetes tipo 2 e hipertensión arterial.

Un producto va a ser considerado bajo en grasas cuando la porción contenga menos de 3 gramos de grasa.

Por su parte, un alimento bajo en grasas trans es aquel que contiene menos de un gramo por porción.

Respecto al colesterol, cuando el aporte sea menos de 5% del valor diario, diremos que su contenido es bajo. Por el contrario, si se pasa del 20% por porción, entonces el contenido del colesterol es elevado.

En cuanto a las grasas trans, para que su contenido sea considerado 0, deberían estar por debajo de 0.2 gramos de grasas trans por porción de alimentos.

Sin embargo, hay que estar atentos, ya que las leyendas bajas en grasas no implican que sean cero, sino que es menor al tradicional.

Ahora hablemos del sodio. Los alimentos que proporcionan el 5 o menos del 5% del valor recomendado, van a ser bajos, y los que proporcionan un 20% serán altos en sodio. Esto es muy importante tenerlo en cuenta, sobre todo en las personas que son hipertensas.

Asimismo, es esencial saber que el sodio está oculto en muchos alimentos, y por eso hay que aprender a encontrarlo, aunque no esté declarado como tal. De igual manera, es fundamental determinar en qué lugar de la lista está ubicado: si está dentro de los tres primeros, es un alimento alto en sodio.

Respecto a la fibra siempre se recomienda elegir granos integrales en arroz, pan y legumbres, y se aconseja consumir 25 gramos de fibra al día. Un alimento es rico en fibras si aporta entre 2.9 y 4.9 gramos por porción. Por ejemplo, una lata de lentejas contiene 8.6 gramos de fibra por porción, por lo que este sería un alimento alto en fibra.

Otra información que nos da el rotulado nutricional es el %VD. ¿Escucharon alguna vez sobre este? Se llama VDR al valor diario recomendado, es decir, a la ingesta diaria recomendada de un nutriente para mantener una dieta saludable.

El %VD es el porcentaje de la ingesta diaria recomendada de un nutriente que se cubre con una porción de alimento.

Para cada nutriente está determinado un valor diario determinado. Por ello, para mantener un peso saludable, hay que tratar de no superar el 100%, tanto de las calorías como de grasas totales y saturadas, y así mantener un buen estado de salud.

Sin embargo, las necesidades nutricionales varían según el momento biológico, por ejemplo, en la niñez, adolescencia, infancia, embarazo, lactancia y vejez, y también varía según el sexo y la actividad física que realice la persona.

En caso de que una marca coloque en un rotulado un valor energético o de algún nutriente como 0, es porque dicha cantidad no es significativa. Por ejemplo: Calorías igual o menos a 4 kilocalorías o 17 Kilojoules, hidratos de carbono, proteínas y grasas totales menor o igual a 0.5 gramos, grasas saturadas y grasas trans menor o igual a 0.3 gramos, fibra alimentaria menor o igual a 0.5 gramos, y sodio menor o igual a 5 miligramos.

Esto es un dato muy importante porque a veces nos confundimos con la leyenda 0% o “no contiene”, y muchas veces no significa que realmente tenga 0 gramos o miligramos. No obstante, se coloca así por lo anteriormente citado, debido a sus bajas cantidades que no son significativas para colocarlo.

Quizás esto no interfiere directamente en una dieta habitual, pero en caso de que la persona tenga alguna patología o alergia a algún nutriente, es importante que la marca aclare si dentro de ese 0% puede haber trazas de ese nutriente.