

LEY DE ETIQUETADO FRONTAL

EL GRAN RETO DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA REPÚBLICA DE ARGENTINA



MIREIA CUNILL
Directora

Experta Food & Beverages
of Stratesys | Barcelona



MARIANO SABICHE
Executive Manager

Experto Digital Supply Chain
of Stratesys | Buenos Aires

La industria alimentaria está sujeta a constantes cambios legislativos cuyo objetivo es velar por la calidad de los alimentos que se ofrecen en el mercado y, sobre todo, preservar nuestra salud. Los ciudadanos somos hoy en día mucho más exigentes que hace unos años y queremos saber con mayor detalle qué es lo que consumimos, cómo está elaborado, cuáles son los ingredientes empleados, su origen, su composición, etc. A su vez, el sector trata de mejorar no sólo la seguridad, las propiedades y la variedad de los productos, sino que ha adquirido el compromiso de dar respuesta a las demandas de consumo de todos los hogares y de los distintos grupos de población con necesidades específicas. Las alergias e

intolerancias alimentarias están cada vez más presentes, así como las nuevas tendencias centradas en nutrición sana y sostenible, y la información en este sentido es una piedra angular.

El 26 de octubre del 2021 la Cámara de Diputados aprobó la Ley 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable, más conocida como **Ley de Etiquetado Frontal**, que tiene como objetivo ayudar a combatir factores de riesgo para la salud de la sociedad como la obesidad, la hipertensión y los riesgos cardíacos en la República de Argentina, y el 22 de Marzo del 2022 se ha publicado como Decreto 151/2022.

Objetivos de esta nueva ley

- ▶ **Garantizar el derecho a la salud y a una alimentación adecuada.** Dar información nutricional comprensible de los alimentos envasados y bebidas alcohólicas para resguardar los derechos de las y los consumidores.
- ▶ **Advertir a las y los consumidores sobre los excesos** de: azúcares, sodio, grasas saturadas, grasas totales y calorías.
- ▶ **Prevenir la malnutrición en la población y reducir las enfermedades crónicas no transmisibles.**



Tenemos ley de etiquetado frontal



Esta ley establece que **todo alimento alto en azúcares, grasas saturadas, sodio y/o cualquier otro elemento nocivo para la salud deberá llevar en la etiqueta unos octágonos negros indicando esto claramente**. La ley establece que “Los alimentos y bebidas analcohólicas (sin alcohol) cuya composición supere los nutrientes críticos establecidos por la medida deberán de incluir estos octágonos negros. Deberá de indicarse por tanto un octágono por cada nutriente crítico en exceso.

Los límites de cada nutriente serán calculados en base al perfil de NUTRIENTES de la Organización Panamericana de la Salud (OPS).

De esta forma, nos encontraremos de forma visible en la etiqueta de estos productos un sello de advertencia indeleble que advierta si el producto tiene:

- Exceso de azúcares
- Exceso en sodio
- Exceso en grasas saturadas
- Exceso en grasas totales
- Exceso en calorías

Por otro lado, **estará prohibida la publicidad, promoción y patrocinio de los alimentos y bebidas analcohólicas envasados que contengan al menos 1 sello de advertencia dirigida a niños, niñas y adolescentes**. Por tanto:

- ▶ No puede resaltar declaraciones nutricionales complementarias que destaquen cualidades positivas y nutritivas de los productos.
- ▶ No puede incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, la entrega o promesa de entrega de obsequios, premios, regalos, accesorios, adhesivos, juegos, descargas digitales.
- ▶ No puede incluir la participación o promesa de participación en concursos, juegos, eventos deportivos, musicales, teatrales o culturales.
- ▶ No pueden promover ni entregar a título gratuito.

Y nos encontraremos en la etiqueta del producto:

- ▶ Si contiene edulcorantes, el envase debe contener debajo de los sellos de advertencia la siguiente leyenda: “CONTIENE EDULCORANTES, NO RECOMENDABLE EN NIÑOS/AS”.
- ▶ Si contiene cafeína, el envase debe contener debajo de los sellos de advertencia la siguiente leyenda: “CONTIENE CAFEÍNA. EVITAR EN NIÑOS/AS”.
- ▶ Esto se aplica a cajas, cajones, y cualquier otro tipo de empaquetado que contenga los productos en cuestión.

Esta ley la deben cumplir todas las personas, humanas o jurídicas, que fabriquen, produzcan, elaboren, fraccionen, envasen, encomienden envasar o fabricar, distribuyan, comercialicen, importen, pongan su marca o integren la cadena de comercialización de alimentos y bebidas analcohólicas de consumo humano en la República Argentina.

La reglamentación estipula dos plazos de implementación. Para cumplir con la primera parte, las grandes empresas tendrán 9 meses para adecuarse a la ley y las pequeñas y medianas empresas (pymes), 15 meses. La implementación de la segunda etapa estipula un plazo no mayor a los 18 meses para las grandes empresas y de 24 para las pymes.

Este sistema es de utilización de etiquetado ya está en vigor y obligatorio en Chile, México, Perú y Uruguay.

Frente al reto de la transformación

El no cumplimiento de los requisitos de la ley puede acarrear importantes sanciones económicas, ya que de su correcta aplicación depende la salud de millones de consumidores. Ante este planteamiento, **las empresas alimentarias ineludiblemente tienen que ponerse manos a la obra y acometer una transformación de sus procedimientos para ajustarse a las directrices de la nueva normativa.** Y todo ello intentando que el coste económico y humano no sea desproporcionado.

No obstante, hay muchas empresas que aún no han iniciado ese proceso de transformación o que se encuentran con serias dificultades para llevarlo a cabo con garantías. Algunas de esas dificultades están relacionadas con la complejidad que conlleva afrontar el cambio en solitario. Un cambio que exige una mayor innovación en los modelos de gestión y trabajo, y en el que el papel de la tecnología es determinante, pues nos permite automatizar y coordinar de manera ágil y sencilla las distintas fases de producción.

Por este motivo, las empresas deben valorar si están preparadas para asumir el reto por sí mismas o necesitan contar con la ayuda de profesionales que faciliten el camino. A la hora de tomar esta decisión es conveniente tener en cuenta cuál es el escenario en el que se van a tener que desenvolver. Una de las principales consecuencias de la aplicación de la

nueva normativa es que exige una mayor coordinación entre los diferentes departamentos implicados (compras, packaging y producción). En línea con este punto, las compañías, además, deben mejorar la eficacia y fluidez en la comunicación a sus proveedores, con los que tendrán que estar en todo momento alineados.

Es aconsejable, por otro lado, que se recurra a soluciones que permitan reducir la intervención humana para evitar posibles errores en el etiquetado. Así, la automatización de los cálculos de formulaciones es una de las claves del proceso.

Por último, no debemos olvidar que el objetivo final es el bienestar del consumidor, al que se le deben dar todas las facilidades para acceder a la información, a través de un diseño de la etiqueta comprensible y un acceso sencillo a las fichas de los alimentos, que tienen que estar permanentemente actualizadas. Este punto es de especial interés en el caso de la venta online.

En definitiva, nos encontramos con una realidad en la que se dibujan dos desafíos para la industria alimentaria. El primero es dotarse de recursos suficientes para cumplir con los requisitos de la legislación actual. El segundo requiere estar preparada ante futuros cambios, que llegarán, porque los mercados evolucionan al mismo tiempo que crecen las demandas y necesidades de los consumidores.



En **Stratesys**, nuestros expertos te ayudan a dar respuesta al cumplimiento normativo de la Ley de Etiquetado. Mediante la gestión del contenido de cada producto, implementamos en plazo y calidad los procesos que requiere tu organización para observar el cumplimiento de esta nueva norma. **Nuestra solución, basada en tecnología SAP**, asegura plenamente la adecuación normativa de la plataforma tecnológica de tu organización y acelera el ciclo de diseño y lanzamiento al mercado / go-to-market de nuevos productos.