



# ASPECTOS REGULATORIOS DE ETIQUETADO EJECUCIÓN LEY 20.606 (y su hermana Ley 20.869)

TALCA 5 JUNIO 2018

CAPCHICAL

# Se acabó el estado de negación







# Adaptarse o morir



A gusto con la vida

Nestlé

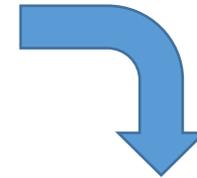
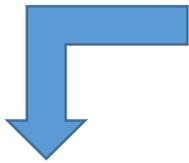
INFORMACIÓN NUTRICIONAL	Por 30g + 125ml de leche semidesnatada	Por 100g
Valor energético	747 kJ 177 kcal	1645 kJ 389 kcal
Grasas de las cuales saturadas	3,4 g 1,7 g	4,5 g 1,8 g
Hidratos de carbono de los cuales azúcares	28,9 g 14,5 g	75,8 g 28,8 g
Fibra alimentaria	1,8 g	6,2 g
Proteínas	6,7 g	8,1 g
Sal	0,27 g	0,38 g

Good Food, Good Life®

Nestlé

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	Por 100g	Por 30g	Por 30g + 200ml Lache Semi Desnatada
Porción: 3/4 taza (30g) Porciones por envase: aprox. 27			
Energía (Kcal)	348	104	207
Proteínas (g)	9,3	2,8	9,6
Grasas Totales (g)	4,1	1,2	5,3
Grasas Saturadas (g)	1,5	0,45	3,0
Grasas Monoinsat. (g)	1,3	0,39	1,5
Grasas Poliinsat. (g)	1,3	0,39	0,54
Ac. Grasos Trans (g)	0,01	0,00	0,16
Coolesterol (mg)	0,1	0,03	16,5
Hidratos de Carbono Disponibles (g)	68,4	20,5	30,4
Azúcares Totales (g)	16,7	5,0	15,4
Fibra Dietética Total (g)	9,5	2,9	2,9
Sodio (mg)	395	119	215
VITAMINAS Y MINERALES			
Vitamina B2 (mg)	0,9	18%	41%
Niacina (mg EN)	11,7	20%	21%
Vitamina B6 (mg)	1,3	19%	23%
Ácido Fólico (mg)	0,27	10%	10%

# LOS GANCHOS, LOS “CANDY TOYS”



# SON RICOS!!!!!!



© Can Stock Photo



# Cronología ....

- 06/07/2012 Se publica Ley 20606
- 26/06/2015 Se publica DS 13/2015 MINSAL
- 13/11/2015 Se publica y entra en vigencia Ley 20.869
- 25/06/2016 Entran en vigencia artículos 110 bis y 120 bis



## **Límites 1ª etapa**

- 11/12/2017 Se publica DS 1/2017 MINSAL
- 11/06/2018 Entra en vigencia mensaje



- 27/06/2018 **Límites 2ª etapa** más restrictivos

- 27/6/2019 **Límites 3ª etapa** más restrictiva

## Art. 2º Transitorio: Entrada en vigencia progresiva:

LÍMITES ALIMENTOS SÓLIDOS (valores > /100 g )	a 12 meses	a 36 meses	a 4 años (48 meses = 12 + 36)
Grasa saturada (g)	<b>6</b>	5	<b>4</b>
Azúcares totales (g)	<b>22,5</b>	15	<b>10</b>
Sodio (mg)	<b>800</b>	500	<b>400</b>
Contenido energético (Kcal)	<b>350</b>	300	<b>275</b>

LÍMITES ALIMENTOS LÍQUIDOS (valores > /100 ml )	a 12 meses	a 36 meses	a 4 años (48 meses = 12 + 36)
Grasa saturada (g)	<b>3</b>	3	<b>3</b>
Azúcares totales (g)	<b>6</b>	5	<b>5</b>
Sodio (mg)	<b>100</b>	100	<b>100</b>
Contenido energético (Kcal)	<b>100</b>	80	<b>70</b>

Ley 20.606 → D.S. Nº 13/2015 MINSAL

- **Nuevos artículos en el RSA:**

- **110 bis**

- RESTRICCIONES DE PUBLICIDAD Y PROHIBICIÓN DE VENTA EN COLEGIOS

- **120 bis**

- ROTULACIÓN DESCRIPTORES “ALTO EN”

## ALIMENTOS AFECTADOS:

Alimentos y sus mezclas **a los que se les haya adicionado** sodio, azúcares, miel, jarabes o grasas saturadas, **y superen los límites**



VER LISTADOS DE INGREDIENTES  
(y hojas técnicas)



**PUBLICIDAD: EL MAYOR IMPACTO**

---

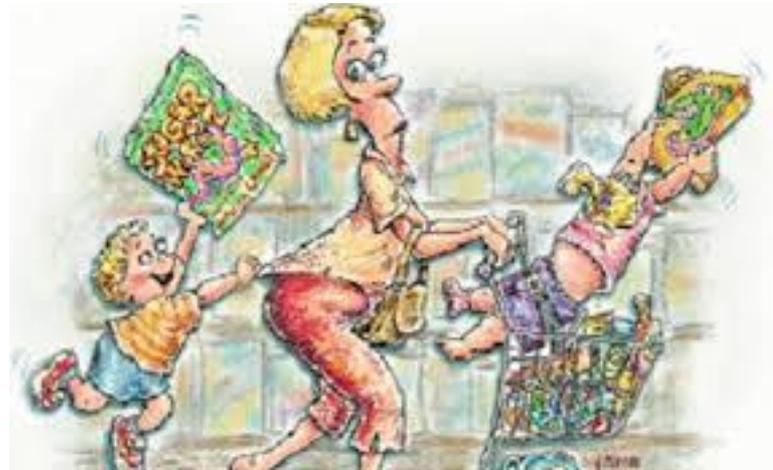
## ¿Qué tipo de publicidad se podrá hacer de estos productos? = “OLVÍDENSE DE LOS NIÑOS”

- Fuera de los colegios
- En programas con < 20% audiencia infantil
- Dirigida a > 14 años
- Sin elementos de atracción infantil
- Sin violencia ni agresividad (Ley 20.869)
- Sin ganchos, juegos, concursos, etc.
- Rotulados “ALTO EN”, sin descriptor incompatible (rótulo es publicidad)
- Mensaje en medios de comunicación masivo
- En horario entre 22:00 y las 06:00 horas (Ley 20.869)
- Atención a resolución conflicto con mensajes saludables e información nutricional complementaria

Prohibido...



Prohibido....



Prohibido....



# LA “FISURA”: EL TEMA DE LOS MOLDEADOS...

- “DIRECTRIZ PARA LA VIGILANCIA Y FISCALIZACIÓN DE LA COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS Y SU PUBLICIDAD”:
- *“Cuando la **forma** del producto que se comercializa represente un elemento dirigido a menores de 14 años (por ejemplo un dulce o galleta en forma de animal), la utilización de la imagen del producto en su envase, no se considerará publicidad dirigida a menores de catorce años, siempre y cuando ésta sea **realista (idéntica a la forma del alimento)**. Por el contrario, imágenes fantasiosas del producto o que se alejan de la realidad de éste, tales como imágenes de tamaño desproporcionado, serán considerados publicidad dirigida a menores de 14 años de edad”.*

# Prohibido....





Lo que viene ahora....

## Junio

lun	mar	mie	jue	vie	sab	dom
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	



Ministerio de  
Salud

Gobierno de Chile

**PREFIERA ALIMENTOS  
CON MENOS SELLOS DE  
ADVERTENCIA**

# DIARIO OFICIAL

DE LA REPUBLICA DE CHILE  
Ministerio del Interior y Seguridad Pública

I  
SECCIÓN

---

---

## LEYES, REGLAMENTOS, DECRETOS Y RESOLUCIONES DE ORDEN GENERAL

---

---

Núm. 41.929

Lunes 11 de Diciembre de 2017

Página 1 de 8

### Normas Generales

CVE 1315884

---

---

#### MINISTERIO DE SALUD

#### DETERMINA CARACTERÍSTICAS DEL MENSAJE QUE PROMUEVE HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE CONTENIDO EN LA PUBLICIDAD DE LOS ALIMENTOS QUE INDICA

Núm. 1.- Santiago, 3 de enero de 2017.

Visto:

Estos antecedentes; lo dispuesto en la ley N° 20.606, sobre Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad; en los artículos 4 y 7 del DFL N° 1, de 2005, del Ministerio de Salud, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del DL N° 2.763/79 y de las leyes N° 18.933 y N° 18.469; en el DFL N° 725, de 1967, Código Sanitario; en el decreto supremo N° 977, de 1996, del Ministerio de Salud, Reglamento Sanitario de los Alimentos; lo informado por la División de Políticas Públicas Saludables y Promoción del Ministerio de Salud; en la resolución N° 1.600, de 2008, de la Contraloría General de la República, y

Considerando:

1. Que, el artículo 6° de la ley N° 20.606, sobre Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad, dispone que la publicidad de los alimentos efectuada por medios de comunicación masivos deberá contener un mensaje que promueva hábitos de vida saludable, cuyas características determinará el Ministerio de Salud.

2. Que, el artículo 110 bis del Reglamento Sanitario de los Alimentos prescribe que las características del mensaje que promueva hábitos de vida saludable serán determinadas por decreto supremo del Ministerio de Salud dictado "por orden del Presidente de la República".

3. Que, en razón de lo anterior, se hace necesario establecer las características sobre disposición y normas gráficas del mensaje que promueve hábitos de vida saludable.

Teniendo presente, las facultades que me confiere el artículo 32 N° 6 y 35 de la Constitución Política de la República,

Decreto:

**Artículo 1°.-** Determinanse como características del Mensaje que promueve hábitos de vida saludable contenido en la publicidad de los alimentos señalados en el artículo 5° de la ley N° 20.606, que se realice en medios de comunicación masivos, las siguientes:

1) Los alimentos o productos alimenticios deberán incluir en su publicidad efectuada a través de medios de comunicación masivos, un mensaje que promueva hábitos de vida saludable, en adelante "El Mensaje", cuando se les haya adicionado sodio, azúcares y grasas saturadas, y su contenido supere el valor establecido en el artículo 120 bis del Reglamento Sanitario de los Alimentos, para dichos nutrientes, o cuando superen los niveles establecidos para calorías y se les haya adicionado azúcares o grasas saturadas.

2) Se entenderá por medios de comunicación masiva o social aquellos aptos para transmitir, divulgar, difundir o propagar, textos, sonidos o imágenes destinados al público, cualquiera sea el soporte o instrumento utilizado. Para efectos del alcance de este decreto, se considerará a los siguientes medios de comunicación masiva: televisión, radio, prensa, aquellos medios dispuestos en la vía pública e internet.

---

CVE 1315884

Director: Carlos Orellana Céspedes  
Sitio Web: [www.diarioficial.cl](http://www.diarioficial.cl)

Mesa Central: +562 2486 3600

Email: [consultas@diarioficial.cl](mailto:consultas@diarioficial.cl)  
Dirección: Dr. Torres Boonen N°511, Providencia, Santiago, Chile.

Este documento ha sido firmado electrónicamente de acuerdo con la ley N°19.799 e incluye sellado de tiempo y firma electrónica avanzada. Para verificar la autenticidad de una representación impresa del mismo, ingrese este código en el sitio web [www.diarioficial.cl](http://www.diarioficial.cl)

---

PUBLICIDAD : Artículo 110 bis RSA

MENSAJE EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS

- *“La publicidad de estos alimentos que se efectúe por medios de comunicación masivos, deberá llevar un mensaje que promueva hábitos de vida saludable, cuyas características serán determinadas por **decreto supremo** del Ministerio de Salud dictado “por orden del Presidente de la República”.*

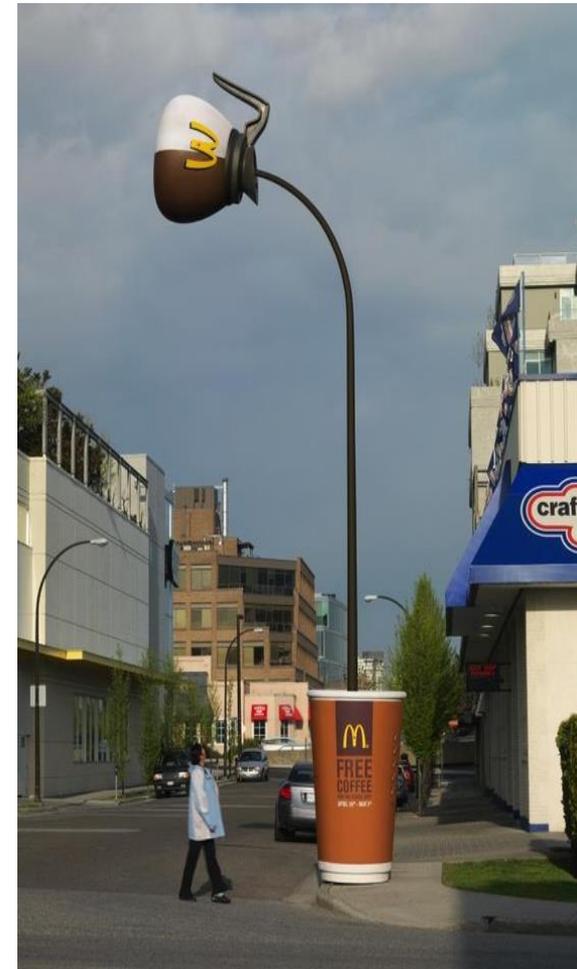
1) ¿Qué se entiende por medios de comunicación masivos?

2) Características del mensaje

**DECRETO SUPREMO Nº 1 /2017 MINSAL**

## ¿Qué se entiende por medios de comunicación masiva?

- 2) Se entenderá por medios de comunicación masiva o social aquellos aptos para transmitir, divulgar, difundir o propagar, textos, sonidos o imágenes destinados al público, cualquiera sea el soporte o instrumento utilizado. Para efectos del alcance de este decreto, se considerará a los siguientes medios de comunicación masiva: **televisión, radio, prensa, aquellos medios dispuestos en la vía pública e internet.**
- 5. f) La aplicación del Mensaje será obligatoria para las siguientes formas de publicidad en televisión: spot (tandas y comerciales insertos dentro de los programas o que formen parte de los mismos), cápsulas, mención comercial y cortina. **La aplicación de esta norma también rige para anuncios creados para otros soportes y exhibidos por medio de pantallas.**
- 6.a) En el caso de la **radio u otro formato de publicidad auditiva, ...**
- 6.j) En el caso de los anuncios, pagados y no pagados, **de Facebook y Twitter,**



# MERCHANDISING

(PENDONES, OBJETOS CILÍNDRICOS, ROPA, GORROS, MOCHILAS, BOLSAS)



~~PREFIERA ALIMENTOS  
CON MENOS SELLOS  
DE ADVERTENCIA~~

## ¿Cuál es el mensaje?

- 4) El texto del Mensaje será el siguiente: "Prefiera Alimentos con menos sellos de advertencia", seguido de la frase: "Ministerio de Salud, Gobierno de Chile".
- 5.b) El Mensaje se presentará en una franja con el logotipo del Ministerio de Salud y la frase del Mensaje.
- 5. d) La tipografía del Mensaje es Arial, específicamente en su variante Bold. En los casos en que corresponda indicar la firma del Ministerio con el texto: "Ministerio de Salud", ésta será aplicada en gobCL Bold. El uso mínimo de tamaño de la tipografía será de 7pt, según el diagrama 2.
- 5.e) El logotipo del Ministerio de Salud siempre irá dispuesto a la izquierda de la franja negra del anuncio...

# Medidas y tiempos

- 6) Las medidas y tiempos de presentación del Mensaje según el medio de comunicación en el cual se presente, deberán ser los siguientes:
- a) En el caso de la **radio u otro formato de publicidad auditiva**, el Mensaje utilizará 4 segundos del aviso y corresponderá a la frase
- b) En los anuncios en prensa, según alto y ancho
- f) La aplicación del Mensaje será obligatoria para las siguientes formas de publicidad en televisión:.... **El Mensaje deberá estar presente durante todo el tiempo de exposición del aviso en la pantalla.**
- g) Los anuncios en la vía pública cuyo alto (h) sea igual o mayor que el ancho (w) del aviso, deberán presentar la franja de color negro ubicada en la parte inferior del mismo y su altura comprenderá el 12% del alto del anuncio.
- h) Los anuncios en vía pública cuyo ancho (w) sea mayor que el alto (h) del anuncio, deberán presentar la franja de color negro ubicada en la parte lateral derecha del aviso y el ancho de la misma corresponderá al 12% del ancho del anuncio.
- i) Los anuncios realizados en las diferentes plataformas de internet deberán respetar los parámetros estipulados para anuncios de prensa horizontales y verticales, en sus proporciones, medidas y presencia del logotipo del Ministerio de Salud o su complemento, según corresponda. En este tipo de anuncios, la franja con el Mensaje, deberá estar presente durante toda la animación del banner
- j) En el caso de los anuncios, pagados y no pagados, de Facebook y Twitter, el Mensaje utilizará un quinto de la malla predefinida por el medio de comunicación y deberá ubicarse en la parte superior derecha de la misma
- **La franja con el Mensaje no aplica a los anuncios de dimensiones menores a 4 cm de alto y 4,5 cm de ancho.**

En vigencia el 11 de junio 2018?

Artículo 3°.- El presente decreto entrará en vigencia en el plazo de 6 meses contado desde su publicación en el Diario Oficial.

MENSAJE EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS:



# Escenario cambio de autoridades:



- ¿Otros sellos?
  - ¿Otros límites?
  - ¿Por porción o por 100 g?
  - ¿Subcategorías?
  - ¿Otro mensaje en medios de comunicación masivos?
  - ¿Suspensión de la tercera etapa?
- 
- **Duda metódica de la información que se publique. Necesidad de verificar todo**
  - **Sólo existe lo publicado en Diario Oficial**
  - **Cuidado con borradores que circulen**
  - **Temporada de rumores**



# El Mercurio, domingo 27 de mayo 2018

...s, sodio, grasas saturadas y/o azúcares—, aumentarán considerablemente (ver recuadro).

En este escenario, el arduo debate en torno a varios puntos de la norma que se dio en los años anteriores en la industria y la autoridad, podría repetirse. Santiago Valdés, gerente de la División Chile de Empresas Carrefour, asegura que valoran que haya una ley que permita tener una mayor claridad y conciencia, pero señala que el reglamento “tiene una serie de errores que fueron advertidos en su oportunidad y que permiten tomar decisiones informadas”.

Por ello, asegura que “es necesario mejorar la norma, corregir las inconsistencias que se han generado y avanzar hacia un etiquetado 2.0, que entregue más y mejor información para que los consumidores puedan tomar sus decisiones de alimentación de manera libre e informada”, sostiene.

Desde ya, las empresas han iniciado contactos con la nueva autoridad del Ministerio de Salud. Daniela Godoy, jefa de la División de Políticas Públicas Saludables y Promoción (Dipol) del Ministerio, asegura que ha recibido por la Ley del Lobby a las compañías que han solicitado reunión por esta se-

... estudios que se han realizado y la información sobre cómo se tomaron las decisiones reglamentarias”, afirma. Como dato, la jefa de la Dipol agrega

... también haciendo evaluaciones de la normativa a dos, tres y cinco años.

## Polémica por la nueva advertencia en los envases

Claro que esta segunda etapa de la ley contempla una nueva exigencia: agregar un aviso de advertencia en los envases de los productos con sellos, con la leyenda “prefiera alimentos con menos sellos de advertencia”.

Este punto está desatando nuevamente la resistencia de la industria, que lo considera una distorsión. En rigor, la Ley 20.606 dice que los alimentos deben contener un mensaje saludable —sin precisar cuál—, y ese mensaje lo establece el Ministerio de Salud a través de un decreto supremo, que es justamente

... Universidad de Chile, el que concluyó que el que causaba mayor impacto en la población era el que se exhibirá a partir del próximo mes.

... actores de la industria aseguran reserva que con aquel mensaje redundará a la población y en algunos casos se promoverá el consumo de esos alimentos que tienen un alto contenido de nutrientes críticos y que van sellos, por lo que urge que la sea reevaluada.

... Rodrigo Álvarez, presidente del grupo AB Chile, explica que participó de la consulta pública realizada por el Ministerio de Salud y comparó los estudios que demostraban que las frases que tenían mucha mejor aceptación por parte de los consumidores que eran más claras, movilizaban a los consumidores hacia mejores hábitos y entregaban recomendaciones concretas. “Algunos ejemplos que se vieron entre la población fueron: ‘toma todas tus comidas en su justa medida’, ‘la actividad física ayuda a tener la salud’ o ‘la mejor receta es una dieta equilibrada y actividad física’ entre otras. Todas estas cumplían mejor forma el propósito buscado”, asegura. “El Ministerio de Salud y el Ministerio está más abierto a posi-

... tificado según la evaluación. El 27 de junio se implementará, porque no se puede no cumplir la ley, lo que no indica que ese mensaje prospere para los próximos años”, señala Daniela Godoy.

## Cambio en la unidad de medida no requiere modificar la ley

En torno al debate sobre la unidad de medida elegida para establecer el límite sobre los cuales correspondía incorporar los sellos de “alto en” —de 100 gramos o 100 ml—, la industria insiste en que esta es una medida irreal, y que lo correcto es basarse en porciones. Una modificación que podría tener viabilidad, al menos en la teoría, pues dicha unidad de medida fue fijada por reglamento y, por tanto, no requeriría un cambio en la ley para llevarla a cabo.

“Nuestras objeciones apuntan a los criterios técnicos sobre los que se elaboró el reglamento que acompaña a la ley, donde se han hecho evidentes ciertas falencias que merman la efectividad de la política pública, tales como solo considerar dos categorías de alimentos (sólidos y líquidos), medir ca-

... hubiese estado catalogado por la ley de etiquetado como ‘alto en azúcar’. Tras una serie de reformulaciones previas a la implementación de la ley en 2016, solo un 23% de nuestro portafolio tuvo el sello ‘alto en’. Desde entonces hemos seguido trabajando en nuevas fórmulas, y frente a la nueva fase de la ley, solo el 7% de nuestros productos quedará con sello ‘alto en’”, asegura. Entre las inversiones que ha hecho esta empresa por efectos de la ley, el ejecutivo detalla que han invertido en investigación y desarrollo de mejores fórmulas bajas y sin calorías.

Para la tercera etapa de la ley, que se implementará en junio de 2019, el Ministerio de Salud espera tener los primeros resultados de los estudios de las universidades norteamericanas para poder hacer evaluaciones más concretas y revisar los resultados de las dos primeras etapas. “Entre un 40% y 45% de la población encuestada asegura que los sellos influyen en sus decisiones de compra. Pero esos son estudios de opinión, una cosa es lo que la gente dice que hace y otra que se mida el comportamiento propiamente tal: si la persona efectivamente compra ese producto, se lo lleva a la casa y se lo come. No tenemos asignaciones presupuestarias para hacer este tipo de estudios (de comportamientos), pero está dentro de nuestras prioridades para apoyar, en caso de que la academia u otras organizaciones quieran hacer ese tipo de estudios”, dice Daniela Godoy.

Supermercado Tottus, del grupo Fa-

## Se exigen las advertencias a los productos, pero se mantienen las multas



iciado  
id del  
odoy,  
blicas  
de es-  
ibido  
softías  
sta se-  
+ figu-  
onada  
geren-  
ión de  
ios re-  
.  
mo su  
nente  
s nue-  
arzo,  
s que  
bleci-

blece el Ministerio de Salud a través de un decreto supremo, que es justamen-

plantea.

El ministerio está más abierto a posi-

solo considerar dos categorías de alimentos (sólidos y líquidos), medir ca-

producto, come. No supuestari tudios (de- tá dentro d apoyar, en otras orgar tipo de est Superm labela, ex marcas pro te revisión ductos. "E apuntando aplicable e para el seg de 2017 he fórmulase es factible, modificaci ses", megu

## Se elevan las exigencias a los productos, pero se mantienen las multas

En la segunda etapa de la ley de etiquetado, los productos llevarán un sello "alto en" cuando al ser sólidos en 100 gramos tengan más de 300 kcal (hasta ahora el límite es 350 kcal), 500 mg de sodio (hoy es 800 mg), 15 gramos de azúcar (actualmente es 22,5 gramos) y 5 gramos de grasas saturadas (hoy son 6 gramos de grasas saturadas). Los 100 ml de líquidos llevarán sellos cuando superen los 80 kcal, 100 mg de sodio, 5 gramos de azúcares y 3 de grasas.

En la tercera etapa, en junio de 2019, nuevamente subirán las exigencias. Para los sólidos, en 100 gramos los máximos serán

275 kcal, 400 mg de sodio, 10 gramos de azúcar y 4 gramos de grasa. En los líquidos, en 100 ml el tope será de 70 kcal, 100 mg de sodio, 5 gramos de azúcar y 3 de grasas.

Las sanciones por incumplimiento de la normativa son las establecidas en el Código Sanitario, las que pueden ser multas de un décimo de UTM hasta 1.000 UTM. "Además, se podrá proceder con la clausura de establecimientos, la cancelación de la autorización de funcionamiento, la paralización de obras o faenas; la suspensión de la distribución y uso de los productos o con el retiro de los mitanos, cuando proceda", precisa el Minsal.

## DATOS FREAK:

- Estudio en 54 países empresa EUROMONITOR INTERNACIONAL  
(La Tercera 22/11/2016)  
DATOS PARA CHILE:

• 142,7 g azúcar alimentos comprados	571 Kcal
• Pan no envasado	625 Kcal (*)
• Bebidas alcohólicas	86 Kcal
• Bebidas analcohólicas	192 Kcal
•	_____
•	1.474 Kcal/día

- (\*) vs. 155 kcal en EEUU

Lo que viene ahora....

## Junio

lun	mar	mie	jue	vie	sab	dom
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

## Art. 2º Transitorio: Entrada en vigencia progresiva:

LÍMITES ALIMENTOS SÓLIDOS (valores > /100 g )	a 12 meses	a 36 meses	a 4 años (48 meses = 12 + 36)
Grasa saturada (g)	6	<b>5</b>	4
Azúcares totales (g)	22,5	<b>15</b>	10
Sodio (mg)	800	<b>500</b>	400
Contenido energético (Kcal)	350	<b>300</b>	275
LÍMITES ALIMENTOS LÍQUIDOS (valores > /100 ml )	a 12 meses	a 36 meses	a 4 años (48 meses = 12 + 36)
Grasa saturada (g)	3	<b>3</b>	3
Azúcares totales (g)	6	<b>5</b>	5
Sodio (mg)	100	<b>100</b>	100
Contenido energético (Kcal)	100	<b>80</b>	70

# DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

- Desarrollo y disponibilidad de nuevos ingredientes
- Reformular para reducir o eliminar discos manteniendo SABOR y estabilidad
- Cambio de target productos tradicionalmente dirigidos a < 14 años
- Marcas completas sin discos
- Posicionamiento en colegios
- Productos verdaderamente saludables

## **Origen de la Propuesta:** (Comité RSA 27/10/2015)

- Contexto reformulaciones por próxima entrada en vigencia de los nuevos artículos 110 bis y 120 bis RSA
- Problemática por el uso de estos endulzantes como sustituto o para reducción de azúcares y su detección analítica como glucosa
- Cálculo de calorías en fiscalización de ENOA, 4 kcal/g de hidrato de carbono disponible en todo caso (necesidad de discriminar)
- Necesidad de establecer si equivalencia de aporte calórico aceptada será la de UE o la de FDA
- Aclaración de duda sobre posibilidad de uso de estos ingredientes

# Valores FDA y Unión Europea,.

Tabla 1				
N° SIN	Ingrediente/Aditivo	Tabla Nutricional	Valor energético	
		Tipo de Nutriente	kcal/g	
			FDA	EMA
965	Maltitol	Carbohidrato Disponible	2,1	2,4
968	Eritritol	Carbohidrato Disponible	0,2	0
953	Isomaltitol	Carbohidrato Disponible	2	2,4
420	Sorbitol	Carbohidrato Disponible	2,6	2,4
967	Xilitol	Carbohidrato Disponible	2,4	2,4
421	Manitol	Carbohidrato Disponible	1,6	2,4
967	Lactitol	Carbohidrato Disponible	2	2,4
	Alulosa	Carbohidrato Disponible	0,4	S/ Ref.
	Tagatosa	Carbohidrato Disponible	1,5	S/ Ref.
	Trehalosa	Carbohidrato Disponible	S/ Ref.	S/ Ref.

La siguiente es la tabla que será oficializada como norma técnica, conforme a la propuesta de modificación del artículo 115 como se presenta más arriba, sobre factores de conversión energética con fines de etiquetado nutricional a utilizar en distintos nutrientes e ingredientes de los alimentos:

Nutriente/ingrediente	Factor de conversión energética
Carbohidratos disponibles (azúcares más almidones)	4 kcal/g
Proteínas	4 kcal/g
Grasas	9 kcal/g
Alcohol (etanol)	7 kcal/g
Ácidos orgánicos*	3 kcal/g
Polioles (Sorbitol, xilitol, maltitol, isomaltitol, lactitol, manitol)	2.4 kcal/g
Eritritol	0
Tagatosa	1.5 kcal/g
Alulosa	0.2 kcal/g
Fibra soluble en general	2 kcal/g
fructooligosacáridos	1,6 kcal/g
Inulina	1,5 kcal/g
Polidextrosa	1 kcal/g

\*Por ejemplo ácido acético, ácido láctico, ácido cítrico, etc.

# Cambio cultural = Actuar en conciencia



**muchas gracias!**

Purificación Pérez Escobedo  
[purificacionpe@hotmail.com](mailto:purificacionpe@hotmail.com)  
Paseo Bulnes 377, oficina 407. Santiago  
Tlfnos. 226966044/ 9-8-8175445