

## **PROGRAMA DE ASESORIA PARLAMENTARIA**

**Fundación Nuevas Generaciones**

en cooperación internacional con

**Fundación Hanns Seidel<sup>1</sup>**

### ***Rotulación del contenido calórico en los envases de las bebidas alcohólicas<sup>2</sup>***

#### **Resumen ejecutivo**

*Además de los conocidos efectos perjudiciales en la salud, el consumo excesivo de alcohol es responsable de otras afecciones vinculadas al sobrepeso. Muy poca gente es consciente de la cantidad de calorías que se ingieren cada vez que consumen bebidas espirituosas. En el presente trabajo se propone que los envases de bebidas alcohólicas exhiban la información referida a su contenido calórico para que los consumidores tengan conocimiento de ello.*

#### **I) Introducción**

Según un reciente informe elaborado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), América Latina es la segunda región del mundo con mayor consumo de alcohol per cápita. A su vez, dentro de dicha escala, Argentina se ubica segunda detrás de Chile, evidenciando un consumo promedio de 9,3 litros de alcohol puro por persona cada año, apenas por debajo de la media arrojada para los países nórdicos.

Dichas estadísticas son indicadores inquietantes tanto en términos económicos como sociológicos y médicos, los que a su vez, se relacionan entre sí. El consumo de alcohol es, de acuerdo a términos técnicos, un “Problema Social Global” cuya proliferación a nivel mundial, ha trascendido fronteras geográficas, socioculturales y etarias, configurándose como un problema de primer orden, frente al cual el Estado no debe permanecer inactivo.

Existe una clara distinción entre la ingesta de alcohol en términos tolerables y el alcoholismo como patología reconocida por la Organización Mundial de la Salud. No obstante ello,

---

<sup>1</sup> La Fundación Hanns Seidel no necesariamente comparte los dichos y contenidos del presente trabajo.

<sup>2</sup> Trabajo publicado en el mes de julio de 2015.

entendemos que resulta necesario evaluar el impacto que el consumo de bebidas alcohólicas genera en la calidad de vida de las personas, ya que existe una relación entre su consumo y el desencadenamiento de patologías múltiples. No podemos tampoco dejar de lado la incidencia que el alcohol tiene como desencadenante de la violencia social y su relevancia como elemento ligado a la pérdida de salud.

## II) El alcohol y sus implicancias en el ámbito social

Sin abundar en las múltiples consecuencias nocivas y del impacto que el consumo de alcohol genera de manera directa e indirecta en la población, debemos resaltar que “...los problemas sociales y de salud de las personas que rodean a la persona bebedora son al menos tan importantes como los problemas para el propio bebedor o bebedora. El impacto del consumo perjudicial de alcohol para las otras personas, además de para la persona bebedora, es un argumento muy sólido para llevar a cabo acciones eficaces con el fin de reducir la carga de los trastornos relacionados con el alcohol.” En otras palabras, resulta imposible negar la trascendencia que de uno u otro modo el alcohol genera en el conjunto de la sociedad.

Resulta pues crucial desarrollar políticas públicas tendientes a la prevención y la mitigación de los efectos que el consumo de alcohol causa de manera integral a la sociedad.

En este sentido, no se debe soslayar la incidencia del factor sociológico y económico que subyace a esta problemática. Por ello, es fundamental tener en cuenta que en la actualidad, se ha gestado una concepción del alcohol como medio de sociabilidad y la adopción de éste, como un simbolismo motivador del descanso de las responsabilidades cotidianas y su familiarización como medio para la profundización de lazos de carácter afectivo y profesional. Asimismo, desde otro punto de análisis, el alcohol es indudablemente una mercancía que, como tal, se trasunta en un conjunto de intereses económicos y fiscales. A nadie escapa el hecho de que “la producción y la venta de bebidas alcohólicas, junto con sus industrias asociadas, son partes importantes de la economía en muchos países” (...) “proporcionan puestos de trabajo a muchas personas, ingresos de exportación a las empresas de bebidas y sustanciales ingresos fiscales a los gobiernos.” Esos intereses económicos y fiscales pueden incluso oficiar de obstáculo para las iniciativas que se deben adoptar en cuanto a la relación entre el alcohol y la salud pública.

### FUNDACION NUEVAS GENERACIONES

Beruti 2480 (C1117AAD)  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)  
Tel: (54) (11) 4822-7721  
contacto@nuevasgeneraciones.com.ar  
www.nuevasgeneraciones.com.ar

### FUNDACION HANNS SEIDEL

Montevideo 1669 piso 4º depto “C” (C1021AAA)  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)  
Tel: (54) (11) 4813-8383  
argentina@hss.de  
www.hss.de/americalatina

### **III) El desconocimiento social de los efectos nutricionales del alcohol**

Si analizamos de manera preliminar cuales son las políticas y programas que los Estados han implementado a lo largo de los años para mitigar los efectos nocivos derivados del consumo de alcohol, observamos una considerable intervención que se evidencia en diferentes objetos concretos de protección. Entre ellos, se encuentran la limitación en el horario de venta de alcohol al público en los locales comerciales; los controles de alcoholemia a los conductores; campañas de concientización; etc. A su vez, fuera del plano preventivo, se han adoptado diferentes programas tendientes a lograr la reinserción social de las personas que se recuperado del alcoholismo.

Sin embargo, advertimos que no se han desarrollado propuestas efectivas capaces de concientizar a la población a través de una tarea coordinada entre el Estado y las empresas productoras y comercializadoras de bebidas alcohólicas. La realidad demuestra que, en términos generales, la ciudadanía reconoce las consecuencias nocivas que provoca el exceso de alcohol, pero al mismo tiempo se observa un palmario desconocimiento respecto de la implicancia nutricional que su consumo representa para el organismo. En otras palabras, se advierte una clara falta de información en el conjunto de la sociedad respecto de la incidencia del alcohol en el marco de un consumo responsable.

Esta situación se halla respaldada en un reciente informe elaborado por el prestigioso British Medical Journal, donde se afirma que el 80% de las personas consultadas desconocían el contenido calórico de las bebidas y demostraban una ignorancia completa respecto del impacto que el alcohol tenía en la totalidad de las calorías consumidas por día. Dicho informe afirma además que para un consumidor de bebidas alcohólicas, éstas representan el 10% del valor calórico diario, y que la ingesta de dos vasos de vino se traduce en unas 370 calorías, es decir, casi una quinta parte de las calorías recomendadas por día.

Esta presentación difundida a nivel mundial debe resultar un disparador que motive la adopción de medidas concretas de concientización y prevención. En nuestro país advertimos que el consumo de bebidas alcohólicas aumentó un 20,5% entre 2004 y 2013, pasando de 66,6 a casi 71 litros anuales por persona.

De allí que, como resultado del cruzamiento de los datos aportados por la institución británica y los datos existentes a nivel local, es que advertimos que esta ingesta de alcohol, aún en medidas razonables pero sin la conciencia debida, resulta un camino inexorable a la propagación de enfermedades como la obesidad .

En efecto, cabe preguntarnos cuál habrá sido la incidencia del consumo de alcohol en las alarmantes cifras de obesidad y sobrepeso que se aprecian hoy en la Argentina. El último informe disponible del Ministerio de Salud de la Nación arrojó los siguientes resultados: “El exceso de peso afecta al 57,9 por ciento de la población; en 2009 era el 53,4 y en 2005, el 49 por ciento. La obesidad hoy llega al 20,8 por ciento; mientras que era del 18 por ciento en 2009 y del 14,6 por ciento en 2005. Lo antedicho quiere decir que la obesidad aumentó un 23,3 por ciento entre 2005 y 2009 y un 15,6 por ciento entre 2009 y 2013: un 42,5 por ciento de aumento en ocho años”.

Sin pretender esbozar una comparación rigurosa de ambas estadísticas, advertimos que ambos indicadores demuestran un crecimiento constante, ameritando un efectivo abordaje preventivo. Esto cobra aún mayor importancia cuando se ponen de resalto las consecuencias que genera la obesidad en la calidad de vida de la población. Es así que un obeso se encuentra expuesto a enfermedades cardiovasculares; diabetes; trastornos del aparato locomotor (en especial la osteoartritis, una enfermedad degenerativa de las articulaciones); y algunos tipos de cáncer como los del endometrio, la mama y el colon).

#### **IV) La realidad legislativa sobre la materia**

A la luz de la descripción realizada hasta aquí, proponemos iniciar un camino de concientización y prevención conjunta, para que se imponga a las empresas que producen o comercializan bebidas alcohólicas la obligación de exhibir de manera clara en sus envases la información relativa a la cantidad de calorías que contiene por unidad de medida.

Esta iniciativa pretende generar conciencia respecto del consumo de alcohol a partir de la facilitación de datos concretos y precisos acerca de la incidencia de su ingesta en la dieta de una persona. De esa forma se estaría comenzando a combatir la ignorancia que existe acerca de los datos nutricionales del alcohol.

Desde el punto de vista estrictamente legislativo, encontramos escasas regulaciones a nivel mundial respecto de la obligatoriedad de la exhibición de los valores calóricos en las bebidas alcohólicas y de la forma en que dicha información debe ser presentada.

Irlanda ha sido el primer país en proponer legislación concreta sobre el tema. Mediante la Public Health (Alcohol) Bill de 2015 se estableció la obligatoriedad de incluir, entre otras especificaciones, los valores calóricos en las rotulaciones de los envases de las bebidas alcohólicas. Las investigaciones realizadas en aquél país demuestran que la existencia de información precisa en las bebidas alcohólicas resulta esencial, no sólo para hacer un seguimiento de la dieta del consumidor, sino también como instrumento de gran importancia para el control de la ingesta. Dicha norma, busca regular el conjunto de la cadena de comercialización de las bebidas alcohólicas, por lo que sanciona a todo aquél que produzca, importe, venda, ofrezca y distribuya bebidas alcohólicas sin la rotulación correspondiente. Por su parte, Noruega ha promovido en el seno de la Unión Europea la determinación de lineamientos estratégicos para instar a que el conjunto de países comunitarios busquen la aprobación de normas globales de rotulación de envases de bebidas alcohólicas incluyendo sus valores calóricos.

En nuestras latitudes, las políticas adoptadas en la materia son prácticamente nulas. No existe en Sudamérica legislación alguna que exija la exhibición de las calorías en los envases de las bebidas con alcohol. En efecto, el criterio utilizado es el opuesto, en la medida en que se establece la eximición a las bebidas alcohólicas, del rotulado nutricional. Así lo establece el Reglamento Técnico Mercosur sobre el Rotulado Nutricional de Alimentos Envasados aprobado por Resolución N° 46/2003 del Grupo Mercado Común. Al analizar su exposición de motivos, salta a la vista que esta norma ha sido el resultado de varias modificaciones previas, impulsadas con el objetivo de que el consumidor pueda tener acceso a toda la información que pudiera resultar indispensable. Sin embargo, resulta paradójico y sugestivo que frente al notable desconocimiento imperante, no se haya optado por quitar de la enumeración de alimentos exentos de rotulación nutricional a las bebidas alcohólicas.

## V) El derecho del ciudadano a saber qué está consumiendo

Desde la perspectiva comercial, existen evidencias alentadoras respecto del impacto que la rotulación de los valores calóricos en los envases de bebidas con alcohol. De manera voluntaria, varias empresas productoras de bebidas alcohólicas han optado por incluir en sus envases esta información. Resulta destacable la política corporativa adoptada por el conglomerado multinacional Diageo cuyos directivos han tomado la decisión de incluir el valor energético en los envases como recurso para colaborar con la concientización, sin que por ello, se hayan resentido considerablemente sus esquemas de comercialización.

Ahora bien, una vez descripto en su conjunto, tanto la problemática en sí misma, como el escenario socioeconómico actual frente al cual se inserta esta propuesta, entendemos que es importante referirse puntualmente al sujeto al cual se busca proteger con la norma que proponemos: el consumidor.

Su mención resulta insoslayable ya que, en el marco de una sociedad de consumo, es éste, el agente principal de su desarrollo. En efecto, entendiendo al consumidor como aquél individuo que demanda bienes de los productores dentro de un vastísimo universo de opciones frente a cada necesidad que se le plantea, se sitúa, desde el punto de vista práctico y jurídico, en una clara posición de vulnerabilidad. Ésta se origina principalmente a partir la falta de información respecto de las características, peculiaridades y cuidados, que deben tenerse en cuenta respecto de los productos que se le ofrecen. En este contexto, y tomando como referencia la trascendencia social que las bebidas alcohólicas poseen de acuerdo con lo que describiéramos precedentemente, y la ignorancia generalizada respecto de sus implicancias nutricionales, se entiende que aquélla posición de vulnerabilidad se profundiza, exigiendo que los resortes del Estado se activen de modo efectivo.

De allí que las ideas propuestas en el presente trabajo se inserten en el marco de los derechos del consumidor, consagrado en el art. 42 de nuestra Constitución Nacional, luego de la reforma de 1994, el cual establece que:

“Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno.

Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los

monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.”

En consecuencia, a los efectos de propender a la protección de la salud de los consumidores, lo cual se fortalece con un acceso adecuado y veraz a la información, es que proponemos la observancia estricta del cumplimiento de la rotulación de los envases de bebidas alcohólicas con la información nutricional calórica.

En definitiva, creemos que esta propuesta legislativa es un importante paso en la búsqueda de la prevención de aquellos riesgos a la salud y a la sociedad que significa el consumo excesivo de alcohol. Por ello consideramos fundamental facilitar la información calórica de las bebidas alcohólicas dada la extrema importancia que ella reviste para el consumidor y la concientización acerca de las consecuencias nocivas que se generan a partir de su ingesta en exceso.

## **VI) Texto normativo propuesto**

Artículo 1°.- Los envases de las bebidas alcohólicas que se produzcan, importen, vendan, ofrezcan y distribuyan en la República Argentina deberán detallar, conforme lo determine la autoridad de aplicación, la cantidad de calorías que contengan por litro y por porción o medida de dicha bebida. Deberá asimismo consignarse en los envases la cantidad de porciones o medidas que en ellos se contengan. Los envases cuya capacidad fuere menor al volumen correspondiente a una porción o medida, deberán consignar las calorías totales de la bebida alcohólica en ellos contenida.

Artículo 2°.- A los efectos de la presente ley, se entiende por porción o medida de una bebida alcohólica al volumen, expresado en centímetros cúbicos, que comúnmente se sirve para su consumo. La autoridad de aplicación determinará para cada tipo de bebida alcohólica el volumen de su porción o medida.

Artículo 3°.- El Poder Ejecutivo determinará la autoridad de aplicación de la presente ley.

Artículo 4°.- La presente Ley entrará en vigencia dentro de los 90 (noventa) días de su sanción.

### **FUNDACION NUEVAS GENERACIONES**

Beruti 2480 (C1117AAD)  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)  
Tel: (54) (11) 4822-7721  
contacto@nuevasgeneraciones.com.ar  
www.nuevasgeneraciones.com.ar

### **FUNDACION HANNS SEIDEL**

Montevideo 1669 piso 4° depto “C” (C1021AAA)  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)  
Tel: (54) (11) 4813-8383  
argentina@hss.de  
www.hss.de/americalatina

Artículo 5°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo