

E

Editorial

Transparencia en la góndola láctea

La ofensiva iniciada por el Sernac, impulsada por denuncias de Fedeleche, radica en el cumplimiento de la Ley de Etiquetado.

Chile ha logrado consolidarse como una potencia láctea, no solo por volumen, sino por un estándar de calidad. Sin embargo, este prestigio sectorial hoy enfrenta un desafío que no proviene de la productividad, sino de la ambigüedad en el punto de venta. La reciente ofensiva de fiscalización iniciada por el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), impulsada por denuncias de la Federación Nacional de Productores de Leche (Fedeleche), pone sobre la mesa un debate urgente: la diferencia entre la libertad de elección y la confusión inducida. El corazón del conflicto radica en el cumplimiento de la Ley de Etiquetado de Lácteos. Un estudio jurídico detectó más de cien productos en supermercados que, bajo la apariencia de lácteos, son en realidad sucedáneos o extractos vegetales. El uso de términos como “leche de almendras” o denominaciones propias de quesos (como mozzarella o cheddar) para productos de origen sintético o vegetal no es sólo una imprecisión semántica; es una vulneración del derecho a la información veraz.

La normativa vigente es taxativa: la leche es una emulsión natural de origen animal. Por lo tanto, cualquier producto que intente imitar sus propiedades organolépticas -textura, sabor o color- debe declararse explícitamente como sucedáneo. Cuando esta distinción se difumina en el rotulado o en la ubicación física de las góndolas, se entra en el terreno de la publicidad engañosa.

Un aspecto crítico revelado por las auditorías es la utilización de ganchos publicitarios como el sello “sin lactosa” en productos que, por su naturaleza vegetal, jamás podrían contenerla. Esta práctica no sólo es redundante, sino que está prohibida por el Reglamento de Rotulación de Alimentos, ya que induce al consumidor a creer que el producto posee un beneficio especial, cuando en realidad se trata de una característica intrínseca de su origen no lácteo.

Si el consumidor opta por ellos por una cuestión de costos o preferencia dietética, debe hacerlo con plena conciencia de que no está adquiriendo un lácteo. La acción del Sernac es un paso necesario para restablecer el orden en un mercado que parece haber operado bajo cierta zona gris. La transparencia no busca limitar la oferta de alternativas vegetales o sintéticas sino garantizar que el nombre del producto en el envase coincida con el contenido de la receta.