

Link: <https://www.magazinedigital.cl/clean-label-la-revolucion-silenciosa-que-esta-cambiando-la-forma-en-que-comemos/>

Cada vez más consumidores están dejando de mirar solo el precio o las calorías al momento de elegir un producto. <p>Hoy, el origen de los ingredientes, su trazabilidad, el tipo de procesamiento y la ausencia de aditivos químicos se han vuelto factores decisivos en la canasta de la compra.

En este nuevo escenario, la tendencia Clean Label -o etiqueta limpia- ha pasado de ser una inquietud de nicho a convertirse en una demanda transversal y poderosa en la industria alimentaria. </p><p> Aunque el concepto aún carece de una definición oficial, su esencia es clara: menos es más. Productos con pocos ingredientes, todos reconocibles, sin nombres impronunciables ni sustancias artificiales.

Una propuesta que busca devolverle autenticidad y confianza a lo que comemos, y que responde a un consumidor cada vez más informado y crítico. </p><p> “La etiqueta limpia nace como una respuesta a la desconfianza hacia la industria alimentaria y a la saturación de información.

Muchas personas ya no quieren fórmulas que parecen más de laboratorio que de cocina”, afirma Ximena Rodríguez, directora de la Escuela de Nutrición y Dietética de la **Universidad Bernardo OHiggins (UBO)**. Según la académica, esta tendencia no solo facilita decisiones alimentarias más simples, sino que puede tener efectos concretos en la salud, especialmente cuando se asocia a la reducción de sodio, grasas saturadas o aditivos sintéticos. </p><p> En un mercado donde el consumidor premia la transparencia, el etiquetado claro se vuelve una herramienta de educación nutricional. “Permite comparar productos, entender qué se está comiendo y prevenir enfermedades crónicas como hipertensión o diabetes.

También es clave para quienes tienen alergias o necesidades alimentarias específicas”, agrega Rodríguez. </p><p> Este enfoque ético y consciente está impulsando una transformación de fondo en las empresas, que ya no pueden escudarse en etiquetas complejas o publicidad engañosa.

Un ejemplo concreto de esta evolución es Paccari, la reconocida marca de chocolates ecuatoriana, que ha hecho de la transparencia, la sostenibilidad y el comercio justo su carta de presentación. </p><p> Una apuesta que sobresale</p><p> Con certificación orgánica, sin pesticidas ni saborizantes añadidos, la compañía destaca por exponer con total claridad los ingredientes de cada tableta, siendo el cacao el protagonista. Su compromiso con la transparencia y la trazabilidad permite a los consumidores conocer con exactitud el origen de lo que están consumiendo, alineando sus decisiones de compra con valores responsables.

Además, al estar libres de químicos y aditivos, sus productos contribuyen al bienestar, reduciendo la exposición a sustancias nocivas y fomentando una alimentación más saludable. </p><p> Pero su estrategia va más allá del producto final. A través de relaciones directas con los agricultores y prácticas regenerativas, la marca garantiza un impacto positivo tanto para el medio ambiente como para las comunidades productoras. “Cada chocolate que elaboramos es una forma de generar bienestar.

Queremos que el consumidor sepa de dónde viene lo que está comiendo, quién lo cultivó y bajo qué condiciones”, ha afirmado públicamente Santiago Peralta, fundador de la empresa. </p><p> Para Ximena Rodríguez, este tipo de prácticas no son solo bienvenidas, sino necesarias. “Elegir productos responsables tiene múltiples beneficios. Mejora la salud individual, disminuye el impacto ambiental y promueve un sistema alimentario más justo. Y lo más importante, devuelve al consumidor el poder de decidir con conciencia”. Es así como la revolución Clean Label ya está en marcha. Y aunque no aparece en grandes titulares, está transformando la forma en que comemos, elegimos y nos relacionamos con la comida. </p>

Clean Label: la revolución silenciosa que está cambiando la forma en que comemos

jun 14, 14 de agosto de 2025. Fuente: Magazine Digital

Cada vez más consumidores están dejando de mirar solo el precio o las calorías al momento de elegir un producto. Hoy, el origen de los ingredientes, su trazabilidad, el tipo de procesamiento y la ausencia de aditivos químicos se han vuelto factores decisivos en la canasta de la compra. En este nuevo escenario, la tendencia Clean Label -o etiqueta limpia- ha pasado de ser una inquietud de nicho a convertirse en una demanda transversal y poderosa en la industria alimentaria.

Aunque el concepto aún carece de una definición oficial, su esencia es clara: menos es más. Productos con pocos ingredientes, todos reconocibles, sin nombres impronunciables ni sustancias artificiales. Una propuesta que busca devolverle autenticidad y confianza a lo que comemos, y que responde a un consumidor cada vez más informado y crítico.

La etiqueta limpia nace como una respuesta a la desconfianza hacia la industria alimentaria y a la saturación de información. Muchas personas ya no quieren fórmulas que parecen más de laboratorio que de cocina”, afirma Ximena Rodríguez, directora de la Escuela de Nutrición y Dietética de la Universidad Bernardo OHiggins (UBO). Según la académica, esta tendencia no solo facilita decisiones alimentarias más simples, sino que puede tener efectos concretos en la salud, especialmente cuando se asocia a la reducción de sodio, grasas saturadas o aditivos sintéticos.

En un mercado donde el consumidor premia la transparencia, el etiquetado claro se vuelve una herramienta de educación nutricional. Permite comparar productos, entender qué se está comiendo y prevenir enfermedades crónicas como hipertensión o diabetes. También es clave para quienes tienen alergias o necesidades alimentarias específicas”, agrega Rodríguez.

Este enfoque ético y consciente está impulsando una transformación de fondo en las empresas, que ya no pueden escudarse en etiquetas complejas o publicidad engañosa. Un ejemplo concreto de esta evolución es Paccari, la reconocida marca de chocolates ecuatoriana, que ha hecho de la transparencia, la sostenibilidad y el comercio justo su carta de presentación.

Una apuesta que sobresale

Con certificación orgánica, sin pesticidas ni saborizantes añadidos, la compañía destaca por exponer con total claridad los ingredientes de cada tableta, siendo el cacao el protagonista. Su compromiso con la transparencia y la trazabilidad permite a los consumidores conocer con exactitud el origen de lo que están consumiendo, alineando sus decisiones de compra con valores responsables. Además, al estar libres de químicos y aditivos, sus productos contribuyen al bienestar, reduciendo la exposición a sustancias nocivas y fomentando una alimentación más saludable.

Pero su estrategia va más allá del producto final. A través de relaciones directas con los agricultores y prácticas regenerativas, la marca garantiza un impacto positivo tanto para el medio ambiente como para las comunidades productoras. Cada chocolate que elaboramos es una forma de generar bienestar. Queremos que el consumidor sepa de dónde viene lo que está comiendo, quién lo cultivó y bajo qué condiciones”, ha afirmado públicamente Santiago Peralta, fundador de la empresa.

Para Ximena Rodríguez, este tipo de prácticas no son solo bienvenidas, sino necesarias. Elegir productos responsables tiene múltiples beneficios. Mejora la salud individual, disminuye el impacto ambiental y promueve un sistema alimentario más justo. Y lo más importante, devuelve al consumidor el poder de decidir con conciencia”. Es así como la revolución Clean Label ya está en marcha. Y aunque no aparece en grandes titulares, está transformando la forma en que comemos, elegimos y nos relacionamos con la comida. </p>