NOM-051 Etiquetado

La **NOM-051** es una Norma Oficial Mexicana que regula el etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados en México. Su objetivo principal es proporcionar al consumidor información clara y veraz sobre el contenido y las características de los productos para **tomar decisiones informadas**.

Sobre el etiquetado frontal...

Obliga a que los productos incluyan sellos de advertencia si tienen un alto contenido de calorías, azúcares, grasas saturadas, grasas trans o sodio. Estos sellos buscan alertar al consumidor sobre los riesgos de consumo excesivo.











No busca prohibir productos, sino promover la consciencia sobre la salud.

Etiquetado Frontal de Advertencia (Artículo 7.1) Los sellos de advertencia deben ser visibles, claros y colocarse en la parte frontal del envase para alertar a los consumidores.



Los sellos de advertencia se colocan en productos que superan los límites establecidos de ciertos nutrimentos críticos: calorías (exceso de energía por porción que puede contribuir al aumento de peso), azúcares (asociados con diabetes y caries), grasas saturadas (relacionadas con enfermedades cardiovasculares), grasas trans (perjudiciales para la salud del corazón), y sodio (que puede causar hipertensión).

También existen sellos que advierten el contenido de edulcorantes y cafeína en niños.



CONTIENE EDULCORANTES, NO RECOMENDABLE EN NIÑOS

Sobre la declaración nutrimental...



La declaración nutrimental de la NOM-051 obliga a los productos a mostrar información clara y detallada sobre su contenido de energía, grasas, carbohidratos, azúcares, proteínas y sodio por porción y por 100 g/ml.



En el etiquetado nutrimental, los porcentajes de VNR ayudan a los consumidores a entender cuánto aporta una porción del producto a sus necesidades diarias, facilitando una mejor gestión de la dieta y asegurando una ingesta balanceada de nutrimentos esenciales.

Sobre la publicidad...

La **NOM-051** restringe la publicidad de productos con sellos de advertencia para proteger a los consumidores, especialmente a los niños.

 No se permite el uso de personajes, dibujos animados, celebridades, ni promociones que puedan atraer a los menores. Esta medida **reduce la influencia** en las
decisiones de
compra.