**La Fundación Española de la Nutrición (FEN) presenta al Senado las conclusiones del I Estudio sobre Etiquetado de Alimentos impulsado con Gallo**

**Madrid, 26 de junio de 2025** – La Fundación Española de la Nutrición (FEN) presentó este lunes ante la Comisión de Agricultura, Ganadería y Alimentación del Senado las principales conclusiones del ***Primer Estudio sobre el Uso y la Interpretación del Etiquetado de Alimentos*,** un análisis pionero llevado a cabo por FEN a propuesta de Gallo.

El estudio pone de manifiesto la escasa consulta, así como el desconocimiento generalizado de los consumidores españoles en torno al etiquetado nutricional, y **destaca la necesidad de avanzar hacia una normativa más clara que garantice el acceso efectivo a la información por parte de los ciudadanos**. El informe, basado en una muestra de 4.640 personas de más de 18 años, residentes en las 17 comunidades autónomas, muestra que siete de cada diez españoles no leen con regularidad el etiquetado de los alimentos, a pesar de que nueve de cada diez afirman preocuparse por su alimentación.

Asimismo, solo un 6,6 % de los consumidores afirma comprender claramente el contenido de las etiquetas. Los elementos más consultados son la fecha de caducidad (68,9 %), los ingredientes (64,6 %) y la información nutricional (62,3 %). No obstante, más del 50 % considera que el lenguaje utilizado en el etiquetado resulta difícil de entender.

“Este estudio refleja una brecha entre el interés de la ciudadanía por comer mejor y la falta de consulta del etiquetado, lo que justifican por la dificultad de su lectura y entendimiento. Una etiqueta clara es fundamental para una elección informada”, ha señalado la **Dra. Rosaura Leis, presidenta de la Fundación Española de la Nutrición.**

En la categoría de caldos se evidencia el bajo conocimiento sobre las diferencias de calidad. El 44 % de los encuestados desconoce que el contenido de pollo puede variar significativamente, oscilando entre un 2 % y un 33 %. De hecho, la mitad de los caldos presentes en el mercado contiene un máximo del 2 % de pollo, lo que subraya la importancia de contar con etiquetas más comprensibles y transparentes que permitan comparar adecuadamente entre opciones.

“Es fundamental que todas las Administraciones avancen de manera coordinada, alineando sus esfuerzos en educación, formación, sanidad y comunicación social, para garantizar una información clara, veraz y accesible en el etiquetado de los productos, fortaleciendo así la confianza del consumidor y promoviendo hábitos de alimentación saludables”, concluyó en la comparecencia el senador **Luengo Zapata, portavoz de Alimentación de la Comisión de Agricultura, Ganadería y Alimentación en el Senado.** Además, el **senador Rodríguez Villarino** añadió: “formar y concienciar es necesario, pero no suficiente: debemos garantizar que las familias más vulnerables también puedan acceder a hábitos de consumo saludables, favoreciendo contextos de estabilidad y confianza que permitan adoptar decisiones informadas en su día a día.”

**Sobre la FEN**

**La Fundación Española de la Nutrición (FEN)**, miembro español de *The European Nutrítion Foundations Network-,* fue creada en el año 1984 por los que han sido padres de la nutrición en España, los Profesores Gregorio Varela Mosquera y Francisco Grande Covián. Tiene por objeto el estudio y mejora de la nutrición de los españoles y, para ello, favorece la coordinación entre los estamentos científicos y las industrias alimentarias en todos los temas relacionados con la alimentación, y la nutrición saludable y su promoción.

**Gallo, líder de pasta en España**

**Grupo Gallo** se ha consolidado como la marca fabricante líder del mercado español en pasta seca, salsas y harinas. La compañía ofrece una amplia gama de productos, con recetas adaptadas a los gustos de los consumidores españoles. También destaca en la producción de pan rallado, opciones sin gluten y desde hace dos años, en la fabricación de caldos 100% naturales, además de comida asiática bajo la marca Ta-tung. Con casi 80 años de historia, Gallo ha sido un referente para las familias españolas, siempre comprometido con la innovación, la sostenibilidad y la calidad, valores que han sido fundamentales para su crecimiento y éxito en el mercado.

**ATREVIA**

**Joan Cascante- 673 33 98 15** [jcascante@atrevia.com](mailto:asanchez@atrevia.com)

**Lluïsa Barrera- 646 493 363** [lbarrera@atrevia.com](mailto:lbarrera@atrevia.com)