



**ClearFarm**

**PRACTICE ABSTRACT**

## Etiquetado de productos de alto bienestar animal

El bienestar de los animales de granja destaca cada vez más como atributo de calidad de los alimentos. Un número creciente de ciudadanos de la UE desearía tener más información sobre el trato que reciben los animales de granja. El etiquetado de los productos puede informar eficazmente sobre la calidad y la sostenibilidad de los alimentos, aumentar la transparencia de la ganadería y ofrecer una mayor protección a los productores de la UE que aplican un alto nivel de bienestar animal.

Las etiquetas de bienestar animal examinadas por ClearFarm miden en su mayoría el bienestar de los animales utilizando criterios basados en los recursos y no en los animales. Solo unas pocas hacían referencia a la especificación técnica ISO/TS 34700:2016 sobre la gestión del bienestar animal.


La normativa genérica de la UE sobre el etiquetado de productos se aplica también al etiquetado de bienestar animal. Por ejemplo: 1) el producto no debe comercializarse con propiedades que no tiene o que pueden suponerse compartidas por todos los demás productos, como los requisitos legales mínimos, 2) la comercialización no debe ser engañosa, y 3) las declaraciones comparativas deben ser verificables.

Además, todas las etiquetas de los envases deben ser fácilmente visibles, legibles y comprensibles. Asimismo, la Comisión Europea ha proporcionado guías de buenas prácticas para los sistemas de certificación voluntaria de productos agrícolas y alimenticios.

Los factores clave para el éxito del etiquetado de bienestar animal son: 1) el deseo de apertura de los operadores comerciales, 2) la

### Contáctanos

 <http://www.clearfarm.eu/>

 +34 93 581 2854

 [clearfarm@uab.cat](mailto:clearfarm@uab.cat)

### Síguenos:



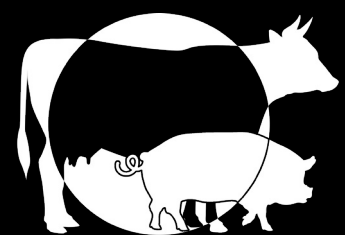
participación de la industria, los minoristas y los grupos de interés en el diseño y la aplicación del etiquetado, así como 3) el conocimiento de los consumidores de la etiqueta y sus beneficios. Adicionalmente, tanto 4) la transparencia del sistema de etiquetado como 5) la amplia participación de los agentes en la toma de decisiones, fueron identificados como factores importantes. En particular, los agricultores aprecian la posibilidad de participar en la toma de decisiones de la etiqueta. Informar a los consumidores requiere una comunicación adecuada, correcta y coherente para que entiendan las ventajas de la etiqueta. Se recomienda que la verificación de la conformidad sea fiable, realizada por un organismo independiente, y que se realicen inspecciones periódicas con criterios claros, comprensibles y realistas.

La viabilidad financiera del etiquetado es importante. Una etiqueta comercial debe proporcionar un valor adecuado a todos los actores relevantes, incluidos los animales, los consumidores, los agricultores, los operadores de empresas alimentarias y otras entidades comerciales implicadas.

Algunos estudios ([Yang & Renwick, 2019](#); [Cicia & Colantuoni, 2010](#)) sugieren que los consumidores suelen estar dispuestos a pagar entre un 15 y un 30 % más de precio por los productos procedentes de sistemas de cría de alto bienestar animal. Sin embargo, cada producto es diferente y los consumidores son un grupo heterogéneo, con hábitos de compra que cambian dinámicamente. Mientras que algunos están interesados en el bienestar de los animales y están dispuestos a pagar una prima de precio por las mejoras de bienestar, otros pueden no estarlo.

La digitalización ofrece nuevas oportunidades para cambiar la forma de utilizar las etiquetas en un entorno comercial. Permite utilizar tecnologías innovadoras en beneficio de los consumidores, lo que puede tanto cambiar la forma de comunicación como dar lugar a nuevos modelos de negocio basados en las tecnologías y los datos de la ganadería de precisión.

Se recomienda que las etiquetas de calidad se adhieran al principio de mejora continua. La norma técnica de la etiqueta de bienestar animal afecta al impacto que puede generar la etiqueta. La mejora de la calidad no es gratuita. Más bien requiere un esfuerzo en las diferentes etapas de la cadena de valor. Al aumentar el precio, algunos consumidores quedan excluidos como compradores de productos con etiqueta de bienestar. Por tanto, el coste adicional de ofrecer una alta calidad no puede ser demasiado elevado.



**ClearFarm**



Este proyecto ha recibido fondos del programa de investigación e innovación Horizonte 2020 de la Unión Europea bajo el acuerdo núm. 862919.