

# El deber de información en los alimentos para animales de compañía: una propuesta de aproximación desde los sellos frontales de advertencia en Colombia

## *Duty of Information Disclosure on pet food: An approach from the frontal labeling in Colombia*

Iván Vargas-Chaves

Universidad Militar Nueva Granada (Colombia)  
ivargas@outlook.com  
<https://orcid.org/0000-0001-6597-2335>

Diana Marulanda

Universidad Militar Nueva Granada (Colombia)  
dianamarula@gmail.com



© del autor y la autora

Recepción: 20/12/2023  
Aceptación: 26/08/2024

**Citación recomendada:** VARGAS-CHAVES, Iván y MARULANDA, Diana (2024). «El deber de información en los alimentos para animales de compañía: una propuesta de aproximación desde los sellos frontales de advertencia en Colombia». *dA. Derecho Animal (Forum of Animal Law Studies)*, 15(1), 41-64. <https://doi.org/10.5565/rev/da.640>

### Resumen

---

El etiquetado frontal por medio de sellos de advertencia en productos alimenticios es una herramienta implementada que genera efectos positivos en la salud pública, pues permite al consumidor adoptar decisiones informadas al momento de elegir un producto, al enterarse de los ingredientes que este contiene. Sin embargo, este tipo de etiquetados se encuentran en funcionamiento únicamente para los productos de consumo humano, dejando de lado aquellos alimentos para animales. Así pues, el siguiente artículo tiene por objetivo formular un escenario reflexivo, desde el que se hace un llamado de atención a las autoridades regulatorias en Colombia para extender el rotulado de advertencia a los productos de consumo animal. La metodología escogida para ello es el análisis documental sobre la información recopilada en normas, jurisprudencia, doctrina jurídica y técnica especializada, manteniendo un enfoque de investiga-

ción hermenéutica, destinada a interpretar el significado y el contenido de las normas jurídicas en un contexto específico, como lo es el deber de información y el etiquetado frontal con sellos de advertencia. Como resultado, se presenta un panorama descriptivo y reflexivo sobre el deber de información concebido desde el etiquetado frontal a través de sellos de advertencia de alimentos no balanceados para animales de compañía, las cuales se sustentan en el bienestar animal, así como en la responsabilidad de los tenedores, y en general de los seres humanos, de tratar a los animales con respeto, compasión y ética.

**Palabras clave:** bienestar animal; deber de información; etiquetado frontal; sellos de advertencia; productos de consumo animal

## Abstract

---

Front-of-pack labeling with warning labels on food products is an implemented tool that has positive effects on public health. It allows consumers to make informed decisions when choosing a product, as they learn about the ingredients it contains. However, this type of labeling is only in operation for human consumption products, leaving out pet food. This paper aims to formulate a reflective scenario, from which a call for attention is made to the regulatory authorities in Colombia to extend the warning labeling to pet food products. The methodology chosen for this is documentary analysis of the information collected in regulations, case law, legal theories, and specialized technical information. The authors also maintain a hermeneutic research approach, aimed at interpreting the meaning and content of legal norms in consumer law; and, particularly, on the duty to inform and front-of-pack labeling with warning labels. As a result, the authors present some reflections on the duty to inform conceived from front-of-pack labeling through warning labels of unbalanced food for companion animals, which are based on animal welfare, as well as on the responsibility of the keepers, and in general of human beings, to treat animals with respect, compassion, and ethics.

**Keywords:** welfare of animals; duty of information; frontal labeling; warning labeling; animal food products

---

## Introducción

El etiquetado frontal por medio de sellos de advertencia en productos alimenticios es una herramienta implementada que genera efectos positivos en la salud pública (Cabrera Laverde, 2020), pues le permite al consumidor adoptar decisiones informadas al momento de elegir un producto, al enterarse de los ingredientes que este contiene<sup>1</sup>. En este sentido, el etiquetado frontal materializa el deber de información, permitiendo

1. Véase, por ejemplo, el estudio de Carrasco et al. (2022); y también el estudio de Pinzón Villate y Mora Plazas (2023).

con ello reducir las afecciones que provienen del consumo de alimentos procesados o ultraprocesados que inciden en la obesidad, enfermedades cardiovasculares, o la diabetes, entre otras (Cárcamo et al., 2021).

Ahora bien, los alimentos no balanceados para animales de compañía como felinos o caninos son aquellos productos que son elaborados en cadenas de producción industrial con ingredientes añadidos que, por un lado, no suplen sus necesidades nutricionales, pues son altos en cereales o en harinas de origen animal (Risso, 2016); y por el otro, que contienen conservantes artificiales o ingredientes sintéticos (Arencibia Rivero, 2017). Estos alimentos, consumidos a largo plazo por los animales, pueden generar una serie de problemas de salud, entre los que se incluyen obesidad, diabetes o problemas renales y de vías urinarias (Ettinger, 2006).

Por este motivo, el presente artículo que es producto resultado del ejercicio académico del autor principal como profesor de la Universidad Militar Nueva Granada, tiene por objetivo formular un escenario reflexivo, crítico y propositivo, desde el que se hace un llamado de atención a las autoridades regulatorias en Colombia, para extender el rotulado de advertencia —en el marco del deber de información— en productos de consumo animal. De este modo, se logrará garantizar que los tenedores, en tanto también adquieren la calidad de consumidores, tomen decisiones informadas de modo que se salvaguarde el bienestar animal como un interés jurídico tutelado que se ampara en Colombia.

La metodología escogida por los autores para el desarrollo de este objetivo fue el análisis documental de información especializada en la materia, la cual se obtuvo de normas, jurisprudencia y doctrina jurídica y técnica especializadas. Para ello, y con el fin de interpretar el significado y el contenido de las cuestiones relevantes en materia de derecho del consumidor; y, particularmente sobre el deber de información y el etiquetado frontal con sellos de advertencia, los autores se basaron en una interpretación desde un enfoque hermenéutico. Esto fue posible en tanto que los temas no podían abordarse de forma lineal, sino desde un enfoque circular, esto es, como un ciclo entre las normas estudiadas sobre bienestar animal y protección del consumidor, los animales de compañía como destinatarios de estos preceptos, y el contexto específico.

Con el fin de dar respuesta a la pregunta de si ¿el deber de información caracterizado desde el derecho del consumidor, y pensado para productos de consumo humano, se puede extender a los alimentos de consumo animal, mediante el uso de sellos frontales de advertencia?, y en aras de lograr el objetivo propuesto, el artículo se divide en cinco apartados. En el primero, se estudiará el consumo como un elemento de la sana competencia. En el segundo, se abordará el deber de información como principio del derecho del consumo. En el tercer y cuarto apartado

serán analizados el etiquetado nutricional como materialización del deber de información y, de forma particular, el deber de información en el etiquetado de los alimentos de animales. Por último, el artículo presentará una propuesta de aproximación para caracterizar el deber de información a través de sellos de advertencia en los alimentos de animales de compañía

Como resultado, los autores presentan un panorama descriptivo y reflexivo sobre el deber de información concebido desde el etiquetado frontal a través de sellos de advertencia de alimentos no balanceados para animales de compañía, las cuales se sustentan en el bienestar animal, así como en la responsabilidad de los tenedores, y en general de los seres humanos, de tratar a los animales con respeto, compasión y ética.

Al final, lo que se busca es evitar que decisiones erróneas a la hora de adquirir una marca determinada de alimento —sin la debida información— generen un menoscabo en el estado de salud y la calidad de vida de los animales de compañía. No en vano, la alimentación, que es quizás uno de los factores más importantes en la calidad de vida e integridad de los animales, se convierte en uno de los eslabones del bienestar animal. Por ello, este etiquetado frontal puede convertirse en una vía efectiva para mantener al tenedor de animales de compañía informado sobre la procedencia y composición de los productos alimenticios para animales.

## 1. El consumo como un elemento de la sana competencia

El consumidor como uno de los actores del mercado, ha venido adquiriendo un rol clave en el ámbito jurídico (Blasco Pauchard, 2001). Esto, teniendo en cuenta que el consumidor es quien determina tanto la demanda de bienes como de servicios y, por ende, el éxito o fracaso de los modelos de negocio y emprendimiento. Por esta razón, el estudio de su comportamiento a la hora de tomar decisiones es una disciplina fundamental para el Derecho, la Psicología, el Marketing y la Gestión de empresas, entre otras disciplinas (Ruiz de Maya y Grande, 2006).

El comportamiento de los consumidores se estudia, además, como el proceso a través del cual los individuos, colectividades e incluso personas jurídicas buscan, eligen, adquieren, utilizan o consumen bienes, servicios e incluso experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos. Esto les permite a los modelos de negocio y emprendimientos, comprender esas necesidades y deseos, así como los factores que influyen en sus decisiones, siendo esa información esencial tanto para el desarrollo de nuevos productos y servicios, como para la mejora de los ya existentes.

En ese sentido, el consumo como un interés jurídico tutelado se puede resumir en aspectos tales como el rol de los consumidores en las dinámi-

cas de la demanda de bienes y servicios, o en la influencia de la información recibida por estos en la decisión que toman. No en vano, en la actualidad, el consumidor está cada vez más informado y a la vez empoderado, en tanto entiende que es un actor clave del mercado.

De ahí que el Derecho del consumo se convierta en una disciplina jurídica encargada de proteger a los consumidores o usuarios —ya sean personas físicas o personas jurídicas— quienes, actuando con un propósito ajeno a su actividad comercial, adquieren bienes o contratan servicios en un libre mercado (Villalba-Cuellar, 2009). Por ello, el consumo entendido como un interés jurídico tutelado es esencial para garantizar que los consumidores o usuarios ejerzan sus derechos.

Desde otra óptica, el consumo como interés jurídico tutelado busca salvaguardar a los consumidores de las prácticas lesivas de los proveedores, vendedores, distribuidores y en general, de todos los actores en la cadena de valor del producto o servicio (González Sinisterra, 2022). En este sentido, al favorecer la sana competencia en el mercado, crea un entorno más favorable para que los competidores puedan ofertar productos y servicios a precios más asequibles y con una mayor variedad, pero también en condiciones de inocuidad y seguridad (Hardy y McCrystal, 2022).

Es importante precisar que el consumo como interés jurídico tutelado también se articula con el desarrollo económico desde la sana competencia. En efecto, al proteger a los consumidores, se estimula la competencia libre, que es un principio fundamental de la economía de mercado, en donde los agentes económicos involucrados, sean empresas o consumidores, tienen la capacidad de participar de forma libre e independiente. Esto significa que las empresas pueden concurrir en condiciones justas para ofrecer bienes y servicios.

De este modo, el consumo como uno de los ejes de la sana competencia trae consigo beneficios importantes, pues ayuda a promover la innovación y eficiencia económica, al lograr que los actores dentro del sector privado compitan sanamente entre sí. Ello, además, permite que dichos actores, por un lado, se obliguen a ser más eficientes para poder mantenerse en el mercado; y por el otro, que estos sigan innovando y propugnando por nuevas formas para mejorar sus productos y servicios (Biard, 2023).

Al margen de todo lo anterior, el consumo visto desde la óptica de la sana competencia protege al consumidor, quien tendrá la opción de elegir entre diferentes ofertas; y con sus decisiones, influir de forma tal que el mercado se adapte a sus necesidades y expectativas, mediante mejores precios y condiciones más favorables.

Así, el consumo como interés jurídico tutelado y elemento de la sana competencia, permite que el consumidor acceda a una amplia oferta de productos y servicios, los cuales cuenten con precios competitivos. Y a su vez, al erigirse como un pilar del desarrollo económico y social, impac-

te positivamente a los *stakeholders* o grupos de interés, como es el caso de la industria de los alimentos; en donde los consumidores, además de tener acceso a una amplia variedad de productos, pueden exigir información adecuada, a través del etiquetado nutricional.

## 2. El deber de información

La obligación o deber de informar, es un principio básico del Derecho de consumo consignado en el Estatuto del Consumidor —Ley 1480 de 2011— desde el acápite de deberes y derechos que se le reconocen tanto a los consumidores como a los usuarios. En el apartado 1.3 del artículo tercero se estipula que el consumidor o usuario tiene el Derecho a recibir información de forma tal que pueda constatarla, que sea completa y transparente, pero también precisa, idónea y comprensible<sup>2</sup>.

Este deber también se puede explicar desde el derecho que tienen los consumidores a percibir información de forma veraz, oportuna y completa sobre los productos y servicios que adquieren. Del mismo modo, contempla la obligación del proveedor de garantizar la seguridad y correspondencia de la información reportada tanto a las autoridades regulatorias como al público en general, respecto de los potenciales riesgos que pueden derivar de su consumo o uso (Supo Calderón y Bazán Vásquez, 2020). Esto significa que el deber de información es extensible a todos los productos ofertados o que se encuentren en circulación en el mercado.

De ahí que este deber tenga gran influencia en los actos del consumidor, pues les permite obtener la información necesaria respecto de los bienes, productos o servicios a adquirir para hacer un uso adecuado y acorde a sus intereses (Rojas, 2012). Y, por lo tanto, también contempla la información relacionada con los derechos propios del consumidor y los mecanismos de protección que están dispuestos en la ley.

Esta obligación de mantener informado a los consumidores y usuarios se basa en la asimetría de información que se produce entre proveedores y consumidores (Bachouche, 2019). Mientras que los proveedores tienen acceso a información relevante de toda la cadena de valor de los productos y servicios que ofrecen, son los consumidores quienes están en una situación de desequilibrio respecto a su acceso, o sobre la capacidad de obtenerla. Es decir, los productores tienen una mayor calidad y cantidad de información que los consumidores, y por ese motivo, es su deber mitigar o esa desigualdad al compartir información relevante y adecuada a los consumidores (Morales, 2008).

2. Ley 1480 de 2011. Estatuto del Consumidor. Congreso de la República de Colombia. Diario Oficial No. 48.220 de 12 de octubre de 2011.

El deber de información tiene como objetivo garantizar que los consumidores adopten decisiones informadas, permitiéndoles así estar protegidos de prácticas comerciales engañosas o abusivas (Sayas-Contreras y Castro-Cortés, 2021). Con todo, hay algunos casos en los que el deber de información puede llegar a ser más estricto, como es el caso de determinados productos farmacéuticos tales como medicamentos o suplementos, además de productos alimenticios y servicios financieros.

Como obligaciones de información que se derivan de este deber, es posible hablar de dos escenarios, de un lado el escenario precontractual y del otro, el escenario posterior a la adquisición del producto o del servicio. En el primer escenario, se contemplan obligaciones de informar a los consumidores y usuarios antes de la firma de un contrato o de tomar la decisión de adquirir un producto o servicio. En el segundo, el deber de información se sitúa durante la vigencia del contrato, o mientras consume el producto o usa el servicio.

Las obligaciones precontractuales en el marco del deber de información incluyen características, condiciones y riesgos de los productos y servicios; así como la información sobre los términos y condiciones del producto o servicio, la cual deberá ser conocida antes de adoptar una decisión (Lemus, 2021).

Las obligaciones de información postcontractual, en su lugar, sitúan al deber de información como la responsabilidad que adquiere el productor o prestador del servicio de mantener informado al consumidor durante la vigencia del contrato, o mientras el producto o servicio estén en uso o consumo (Mejías Alonzo y Brantt Zumarán, 2022).

Este sería el caso del deber que tienen los fabricantes y distribuidores de automotores de informar a los compradores de los riesgos que se lleguen a identificar con posterioridad a la compra del vehículo. Usualmente, en este último supuesto, se implementan campañas de reparación o cambio de piezas sin costo para el consumidor como parte de la garantía que se ofrece.

En cualquiera de los dos supuestos, el incumplimiento de las obligaciones derivadas del deber de información puede dar lugar a diferentes sanciones como la imposición de multas, suspensión de actividades comerciales o la indemnización de daños y perjuicios que se lleguen a ocasionar.

### **3. El etiquetado nutricional como materialización del deber de información**

El artículo 19 de la Ley 1480 de 2011 estipula que el deber de información se garantiza en tanto que cada eslabón o integrante de la cadena de valor

del producto, pueda tener acceso a información relevante sobre los defectos que un producto o servicio pueda producir o produzca en los usuarios o consumidores un daño. Esto último, entendiéndose que se trata de efectos adversos que afecten la salud o seguridad de los consumidores<sup>3</sup>.

A su vez, esta misma norma concibe como información el modo y el contenido en que se da a conocer la procedencia, naturaleza, ingredientes o composición, forma de elaboración, cantidad y, en general todo dato que pueda ser relevante (Cárdenas Medina, 2021). De hecho, el artículo 23 del citado Estatuto, regula la información mínima que se debe suministrar; exigiendo así que esta se presente de manera tal que pueda ser comprensible; *verbigracia*, constar en el idioma castellano<sup>4</sup>.

En este sentido, el etiquetado nutricional que se encuentra consignado en productos alimenticios responde al deber de información que el productor o distribuidor tiene con los consumidores. Este etiquetado contiene datos e información relevante, los cuales se incluyen en los empaques de los alimentos para el consumo humano, animal o para uso vegetal.

Si bien esta información busca proporcionarles a los consumidores una aproximación cercana al valor nutricional y contenido que tiene el producto, para que con base en ella estos decidan su compra o uso; lo cierto es que, en muchos casos, la información no es lo suficientemente clara respecto a los efectos adversos que puede producir o las implicaciones a la salud que estos pueden tener; de ahí surge la importancia de los etiquetados nutricionales.

A nivel internacional, el etiquetado nutricional se encuentra estandarizado desde la Comisión del Código de la Alimentación, también conocido como Codex Alimentarius (Nuzul Amri, 2022). De forma complementaria, en países como México, Perú, Ecuador y Chile, el etiquetado es obligatorio; razón por la cual este debe estar plasmado en los alimentos de forma sintética y con los nutrientes e ingredientes relevantes para los consumidores (Carrasco Rituay, 2021). Para autores como Santos-Antonio (2019), esta estrategia ha demostrado ser efectiva en la mejora de la calidad de la alimentación, pues se ha convertido en un factor de empoderamiento para los consumidores, quienes ven simplificada la labor de elegir sus alimentos.

Hoy día, el etiquetado nutricional se ha convertido en una herramienta importante para la transparencia de la industria alimenticia en el mundo; pues mediante aquél se proporciona información sobre los ingredientes y el valor nutricional de los productos. Esto le permite al

3. Ley 1480 de 2011. Estatuto del Consumidor. Congreso de la República de Colombia. Diario Oficial No. 48.220 de 12 de octubre de 2011.

4. Ley 1480 de 2011. Estatuto del Consumidor. Congreso de la República de Colombia. Diario Oficial No. 48.220 de 12 de octubre de 2011.

consumidor cotejar diferentes alimentos y escoger aquel o aquellos que le resulten más adecuados.

Adicionalmente, también ha demostrado ser un instrumento clave para la educación nutricional; pues proporciona información sobre los nutrientes que contienen los productos alimenticios. Asimismo, el etiquetado ayuda e incentiva al consumidor a comprender de mejor forma la importancia de una dieta saludable (Sierra Tobón, 2021).

Por lo anterior, el artículo 24 del Estatuto del Consumidor contempla que la información que debe comprenderse en un producto o servicio que se oferta al público, atendiendo al deber de información debe, como mínimo, suministrar la cantidad o cantidades, el volumen y el peso (de ser el caso); así como las unidades en el marco del sistema internacional<sup>5</sup>. Además, debe comprender fecha de vencimiento —si se tratara de un producto perecedero—, instrucciones para el consumo, conservación, y, por supuesto, las especificaciones propias del bien o del servicio. Esto último, desde luego, adquiere especial relevancia en el caso del etiquetado nutricional de alimentos.

En este sentido, la información nutricional en el etiquetado de alimentos debe permitir, en la medida de las posibilidades, una comprensión adecuada y precisa por parte del consumidor. Para ello, se considera necesario el incluir lo correspondiente a los insumos utilizados para la fabricación y los nutrientes mismos; por ejemplo, vitaminas, fibra o minerales. También debe indicarse de forma clara y legible las contraindicaciones o restricciones en el consumo.

Un aspecto clave en la regulación sobre el deber de información en el Estatuto del Consumidor en Colombia, se encuentra consignado a través del derecho a la información de los niños, niñas y adolescentes. La tarea del gobierno, al regular la protección de este interés jurídico tutelado se extendió desde mecanismos como los sellos o etiquetas frontales de advertencia, octogonales, en el empaque de los productos alimenticios.

La Ley 2120 de 2021, expedida con el propósito de fomentar un entorno alimentario saludable, estableció una serie de medidas, entre las que se encuentran la obligatoriedad de que los alimentos procesados con un alto niveles de azúcares, sodio o grasas saturadas lleven un sello de advertencia en su empaque<sup>6</sup>.

A través de la Resolución 810 de 2021 del Ministerio de Salud y Protección Social se determinó la forma en la que debía incluirse este sello

5. Ley 1480 de 2011. Estatuto del Consumidor. Congreso de la República de Colombia. Diario Oficial No. 48.220 de 12 de octubre de 2011.

6. Ley 2120 de 2021, «Por la cual se adoptan medidas para fomentar entornos alimentarios saludables y prevenir enfermedades no transmisibles y se adoptan otras disposiciones». Congreso de la República de Colombia, 30 de julio de 2021.

en los productos, de acuerdo con la parametrización aprobada en la citada Ley 2120 de 2021. Ello, pese a que, con anterioridad a la promulgación de esta ley, el Ministerio había exigido la presencia de un etiquetado circular y con indicaciones orientativas y no disuasorias de su contenido; por ejemplo «azúcares añadidos»<sup>7</sup>.

Es por lo anterior que el Tribunal Administrativo de Cundinamarca en Sentencia del 11 de noviembre de 2022, ordenó al Ministerio modificar la Resolución para ajustarse al fin perseguido; logrando generar un factor disuasorio en el consumo de estos alimentos procesados.

En este sentido, se ordenó que los sellos se acoplaran a una forma octagonal, y contuvieran una aclaración dentro de la etiqueta, en donde se advirtiese que ese producto contiene «Exceso en», en lugar de una indicación orientativa de procedencia de algunos ingredientes, como era el caso de los «azúcares añadidos». Así, además de añadir la etiqueta de «exceso en grasas saturadas», «alto en sodio» o «alto en azúcares», se buscó que el Ministerio modificara la Resolución para que el etiquetado frontal de advertencia, adicional a su forma octogonal, fuera de color blanco y negro, de modo tal que resaltara en el empaque<sup>8</sup>.

Estas medidas tienen por objetivo reducir el consumo de estos alimentos mediante la sensibilización de los consumidores, haciéndolos más conscientes del contenido de los productos. Con ello, entonces, se ha generado como principal impacto la reducción en el consumo de productos alimenticios no saludables; permitiendo con ello, prevenir las enfermedades crónicas ocasionadas por su consumo (Torres y Guarnizo, 2022).

En suma, el ámbito de los productos alimenticios el deber de información resulta crucial, pues las decisiones de compra se encuentran motivadas principalmente por bajos costos, publicidad excesiva e información distorsionada sobre la procedencia o potenciales impactos de ciertos alimentos, como ocurre con el caso de los procesados y ultraprocesados; de allí la importancia de salvaguardar el deber de información a través de sellos frontales de advertencia, con el fin de que los consumidores estén informados sobre los riesgos de consumir estos alimentos, pudiendo entonces tomar decisiones informadas sobre su dieta.

7. Resolución 810 de 2021, «Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de etiquetado nutricional y frontal». Ministerio de Salud y Protección Social de la República de Colombia, 16 de junio de 2001.

8. Sentencia del 11 de noviembre de 2022. Tribunal Administrativo de Cundinamarca. Rama Judicial de la República de Colombia.

## 4. El deber de información en el etiquetado de los alimentos de animales

En líneas anteriores se precisó que el etiquetado nutricional que se encuentra consignado en productos alimenticios responde al deber de información que el productor o distribuidor tienen con los consumidores. Adicionalmente, se aclaró que este etiquetado contiene datos e información relevante —en el caso de los empaques de los alimentos— para el consumo humano, animal o para uso vegetal.

Así, en el caso de las especies vegetales, estos etiquetados adquieren relevancia siempre que del uso de sustancias o productos agrícolas derive de forma directa o indirecta en los consumidores humanos, por ejemplo, si se trata de fungicidas, pesticidas o, en general, abonos o insumos para estas especies.

En el caso de los animales, estos etiquetados deben ser relevantes y necesarios, indistintamente de si los productos contenidos en estos alimentos pueden generar daños a animales de compañía o de propiedad o resguardo de personas. En cualquiera de estos dos casos, la aproximación al deber de información mantiene un enfoque antropocéntrico, pues el interés jurídico tutelado es el consumo entendido como fenómeno humano.

Al respecto, es claro que el bienestar animal —entendido como el estado físico y anímico de los animales en relación con su entorno, sus experiencias, y en el que son capaces de expresar sus comportamientos naturales— ha adquirido en las últimas décadas gran relevancia como disciplina formal<sup>9</sup>, desde la publicación del informe de Brambell de 1965 sobre el bienestar de los animales de granja.

Y aunque esta disciplina fue planteada inicialmente desde el enfoque de los animales de granja, en la actualidad abarca no solo la vida silvestre, sino otras categorías de animales como los animales de compañía. Este fue el enfoque que se mantuvo durante la Segunda Conferencia africana de Bienestar Animal, llevada a cabo del 3 al 5 de septiembre de 2018 en Nairobi (Kenia) (Wilson, 2019), donde además fue abordada la necesidad de implementar estrategias para generar conciencia de los aspectos relacionados con el bienestar animal.

La relevancia del estudio y la puesta práctica del bienestar animal como disciplina, pero también como norte en materia de políticas públicas, deviene de la responsabilidad que como especie humana tenemos de tratar con respeto, compasión y ética a los animales, en tanto que, como seres vivos, pueden sentir dolor, miedo, sufrimiento o padecer de afecciones de salud como consecuencia de las decisiones que el ser

9. La adopción de un enfoque científico convencional, con experimentos centrados en los efectos de factores únicos bajo circunstancias controladas, permitió que la nueva disciplina se estableciera como ciencia o como «una ciencia joven» (Hernández Bustos y Fuentes Terán, 2018).

humano adopta (Espinosa Velázquez, 2022). Por ejemplo, en el caso de los tenedores resulta clave que su compromiso para garantizar aquellas necesidades que por sus propios medios los animales de compañía no pueden suplirse, o garantizar su bienestar a fin de evitar cualquier tipo de dolor o sufrimiento innecesario.

En otras palabras, el bienestar animal es un estado que depende del comportamiento del hombre frente a estos, de forma tal que, mediante su cuidado y protección, se les garantice un buen estado físico (salud) y anímico. En otras palabras, es el hombre quien en calidad de tenedor o dueño garantiza su bienestar. Sin embargo, en muchos casos, se deja de lado a aquellos animales que son potencialmente útiles para el hombre (Bilański, 2018); garantizándoles el cuidado mínimo reglamentado en su alimentación (Espinosa Velázquez, 2022).

De ahí que este artículo busque reflexionar sobre el cuidado y mantenimiento de los animales, de forma tal que su tenencia responsable y su bienestar pueda garantizarse tanto desde el ámbito público como el privado. En este sentido, se considera que existen diversos factores que pueden afectar el bienestar de los animales de compañía, tales como unas condiciones apropiadas de habitabilidad, en términos de espacio, higiene y con condiciones aptas para su desarrollo, pues una desatención de su condición de salud puede implicar impactos negativos en su calidad de vida.

Dentro de estos factores, la alimentación es el más importante, pues de las decisiones que adoptan los tenedores respecto a los productos alimenticios que consumen los animales, es que depende su desarrollo físico y su salud. Sin embargo, este tipo de alimentos de consumo animal no cuentan con el mismo nivel de regulación que los de consumo humano.

A nivel normativo, el Gobierno ha buscado regular la calidad de los alimentos para consumo animal, atendiendo a lo dispuesto en la Constitución Política de 1991 que, en los artículos 65 y 78, establece que la producción alimentaria goza de especial protección por parte del Estado; otorgándole un estatus prioritario al desarrollo de actividades agrícolas, pesqueras y pecuarias; y propugnando por el control de la calidad y un deber de información acerca de los productos y servicios ofertados. Es por ello por lo que en el artículo 78 constitucional se determina que son responsables aquellos que llegasen a atentar contra la salud pública y la seguridad alimentaria y nutricional respecto a la producción y comercialización.

En este sentido, la Resolución 383 de 2021 del Ministerio de Agricultura reglamenta el Sistema Nacional de Identificación, Información y Trazabilidad Animal<sup>10</sup>, el cual fue establecido inicialmente desde la Ley

10. Resolución 383 de 2021, «Por la cual se reglamenta el Sistema Nacional de Identificación, información y Trazabilidad Animal». Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de la República de Colombia, 20 de diciembre de 2021.

1659 de 2013, donde se delega la reglamentación y vigilancia en materia de política alimentaria animal al Instituto Colombiano Agropecuario<sup>11</sup>, a través de la Resolución 133 de 2016 del citado Ministerio<sup>12</sup>.

Resulta válido, en este punto, enunciar que la tutela jurídica que recae sobre la vigilancia de la industria pecuaria, pesquera y avícola —en tanto su producción está integrada en la cadena alimentaria de las personas— se despliega desde las citadas normas. De ahí que se exija un etiquetado nutricional y de los ingredientes en los productos de consumo animal; especialmente para aquellos animales utilizados por estas industrias.

De este modo, el deber de información está articulado a un sistema integrado por el conjunto de regulaciones, procesos y entidades del sector público y privado que integran estas industrias. Ello, en tanto que la trazabilidad requerida del origen, disposición y uso de los productos que son consumidos en la zootecnia, es de especial interés en los eslabones de la producción alimentaria nacional. La información que deben disponer los encargados de la toma de decisiones en tanto son consumidores —como un productor agrícola que adquiere el pienso para el engorde de aves— debe ser idónea, precisa y comprensible; tal y como es el caso de los consumidores medio.

Por su parte, el Decreto 1071 de 2015<sup>13</sup>, dispuso una serie de mecanismos de vigilancia sanitaria y epidemiológica tanto animal como vegetal, dirigidas a detectar, determinar y cuantificar los potenciales riesgos e impactos en estos ámbitos. En estos mecanismos se encuentran consignadas las MSF o Medidas Sanitarias o Fitosanitarias, las cuales comprenden no solo la vigilancia a los procedimientos, métodos e ingredientes o materia prima para la producción de alimentos para animales; sino que, además, contempla disposiciones en materia de embalaje o empaquetado —para fines de una adecuada preservación de estos alimentos— y de etiquetado, que estén directamente relacionadas con su inocuidad; esto es, que sean aptos para el consumo de los animales.

Un último aspecto regulatorio clave se encuentra en la Guía de Buenas Prácticas en la Fabricación de Alimentos para Animales en Colombia, publicada por el Instituto Colombiano Agropecuario<sup>14</sup>. Esta guía de

11. Ley 1659 de 2013, «Por la cual se crea el Sistema Nacional de Identificación, Información y Trazabilidad Animal». Congreso de la República de Colombia. Diario Oficial No. 48.852 de 15 de julio de 2013.

12. Resolución 133 de 2016, «Por la cual se designa el Instituto Colombiano Agropecuario como entidad administradora del Sistema Nacional de Identificación, Información y Trazabilidad Animal». Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de la República de Colombia, 24 de junio de 2016.

13. Decreto 1071 de 2015, «Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural». Presidencia de la República de Colombia, 26 de mayo de 2015.

14. Resolución 61252 de 2020, «Por medio de la cual se establecen los requisitos y el procedimiento para el registro de los fabricantes e importadores de alimentos para animales, así

buenas prácticas es la base y el sustento técnico de todos los procedimientos que deben implementar los productores de alimentos para animales, de forma tal que estos se fabriquen de manera uniforme, atendiendo las normas técnicas de calidad adecuadas y conforme a unos estándares de inocuidad mínimos. Así mismo, se contemplan unos lineamientos que son mecanismos de control oficial en la labor de auditoría que esta entidad realiza a los productores.

En cuanto al etiquetado, la Guía fija unos parámetros de rotulado para la materia prima con la cual se elaboran estos alimentos, entre los cuales se exige que se indique la información sobre el nombre de los ingredientes, peso, cantidad, número de los lotes y fecha de compra, de elaboración y de vencimiento. Estas etiquetas deben ser precisas e inequívocas respecto a la procedencia o lo que se declara, y pueden estar impresas en tarjetas o en el mismo empaque con un tamaño idóneo, de modo tal que se pueda leer apropiadamente.

Por último, en cuanto a los productos alimenticios para animales, las especificaciones que se plasman en las etiquetas deben incluir el nombre declarado del producto y su referencia, así como la denominación de los ingredientes y la materia prima, la fórmula o composición típica, las condiciones para su almacenamiento e incluso las instrucciones de dosificación o uso.

De este modo, se parametriza el deber de información a través del etiquetado de alimentos para consumo animal, garantizando el bienestar de los animales como un interés jurídico tutelado desde el Decreto único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural y las demás normas vigentes. Al promoverse un etiquetado se garantiza que quien adquiere los productos, pueda adoptar decisiones de forma previa, libre e informada.

Sin embargo, la regulación relacionada a los productos de consumo animal, para aquellos animales de compañía, es realmente poca y lapsa; pues en muchas ocasiones, estos alimentos poseen ingredientes que, ya sea por sus cantidades poco balanceadas, o por su composición, pueden generar efectos aversos para la salud de los animales. Sin embargo, esta información no es de conocimiento común para los consumidores —en este caso, los tenedores de los animales de compañía—, por lo que se convierte, entonces, en una necesidad de que los etiquetados en productos animales sean de obligatorio cumplimiento.

---

como los requisitos y el procedimiento para el registro de alimentos para animales y se dictan otras disposiciones». Instituto Colombiano Agropecuario. Diario Oficial N° 51217 del 4 de febrero de 2020.

## 5. Una propuesta de aproximación para caracterizar el deber de información a través de sellos de advertencia en los alimentos de animales de compañía

Los alimentos no balanceados, en su gran mayoría de origen procesado o ultraprocesados, son aquellos productos que son sometidos a un alto grado de procesamiento industrial, con una gran cantidad de ingredientes añadidos, tales como grasas saturadas, azúcar y sodio, entre otros. Estos alimentos, pese a implicar una especial relevancia para los consumidores por su bajo costo de adquisición o por una mejora en su sabor (Coll Blanco y De la Rosa, 2018), también implican un problema de salud pública; en tanto que, de su consumo excesivo, deriva un aumento del riesgo de desarrollar afecciones a la salud como la obesidad, las enfermedades cardiovasculares e incluso algunos tipos de cáncer.

Como se indicó en líneas anteriores, con la Resolución 810 de 2021 del Ministerio de Salud y Protección Social y la Ley 2120 de 2021 se reguló el etiquetado frontal a través de sellos de advertencia que debían incluirse en los empaques de los productos, de modo tal que el consumidor pueda tomar una decisión informada respecto a la procedencia de los ingredientes del producto que va a adquirir. Ello, en pro a que este adopte decisiones más saludables al momento de adquirir alimentos.

Un etiquetado frontal que cumpla con el propósito para el cual fue contemplado, debe ser claro y fácil de entender, proporcionando información relevante sobre el contenido de las sustancias que pueden llegar a afectar la salud del consumidor; o, en el caso puntual de los productos alimenticios de consumo infantil como cereales, golosinas, fritos o gaseosas, en los niños, niñas y adolescentes que tiene a su cargo.

En cuanto a los productos de consumo animal, especialmente los concentrados u otros productos alimenticios, adquiridos por los tenedores de los animales, se encuentra que son estos quienes actúan como consumidores. Ello, en tanto que estos últimos son quienes deciden qué alimentos son los que consumen sus animales de compañía; viéndose influenciados muchas veces por la publicidad o por un bajo coste; sin siquiera dimensionar si los ingredientes que contienen estos alimentos pueden afectar o no la salud y el bienestar de sus animales.

El consumo de alimentos no balanceados por animales de compañía, específicamente caninos y felinos, ha encontrado una relación directa con problemas de salud presentados por ellos, como lo es la obesidad; pues muchos de estos alimentos son altos en calorías y pobres en nutrientes. También se han caracterizado casos de enfermedades cardiovasculares y diabetes, especialmente en felinos, así como ciertos tipos de cáncer e incluso enfermedades en vías urinarias y riñones.

Dentro de estos casos, se puede mencionar que muchos concentrados no contienen sus ingredientes balanceados, pues poseen un gran porcentaje de soja, trigo, maíz o arroz; y en muchos casos, la proteína es mínima, y se compone por harinas de proteína animal. Estos alimentos que se promocionan como «alimentos 100% balanceados» o simplemente «balanceados», por su alta concentración en purinas representan un factor de riesgo (Feldman y Nelson, 2004); toda vez que presentan cristaluria por urato, materia prima precursora de ácido úrico en caninos (Adams y Syme, 2004: 2086-2115).

En el caso de los felinos, está demostrado que una ingesta de productos que no balancean las harinas de origen animal, los cereales y la proteína animal misma, pueden provocar afectaciones renales (Cannon, Westropp y Ruby, 2007) y un aumento de los niveles de ácido úrico en la orina (Albassan et al., 2006). Al tratarse en muchos casos de alimentos acidificantes, altos en proteínas, grasas y fósforo, terminan acidificando la orina, y favoreciendo la formación de cristales de urato (Houston, 2007).

Por otra parte, se encuentran los casos de alimentos no balanceados en donde la cantidad y/o porcentaje de cereales no se encuentra restringido. Debido a esto, animales como los caninos, terminan consumiendo dietas ricas en cereales con silicatos como el salvado o la cáscara de soja —que se encuentran con gran frecuencia en productos comerciales disponibles en supermercados o centros de abasto—, presentando un mayor riesgo de desarrollar afecciones como la cristaluria por sílice (Hostutler y Chew, 2005).

Muchos concentrados —purinas— comerciales presentan como ingredientes añadidos el hidroxitolueno butilado (BHT) y el hidroxianisol butilado (BHA), los cuales, pese a ser unos antioxidantes sintéticos encargados de estabilizar la comida de consumo animal, en su consumo diario, pueden generar diversos tipos de cáncer, así como enfermedades renales (Arencibia Rivero, 2017). Del mismo modo, muchos de estos alimentos contienen sirope de maíz o jarabe de maíz, el cual no tiene ningún tipo de aporte nutricional, pero se utiliza para endulzar y hacer más apetecible dichos alimentos; sin embargo, al no regularse las cantidades de este ingrediente (Gallardo, 2000), y darse una ingesta diaria, puede generar diabetes.

Ahora bien, un alimento balanceado que incluya cereales debe, además de tener como ingredientes derivados proteicos de origen vegetal o animal en mayores concentraciones, añadir otros ingredientes que absorben la sílice como la pectina, la lignina o el salvado de avena (Maruelli, 2017). De este modo, se podrá absorber de mejor forma la sílice en el tracto digestivo (Ramírez Lozano, 2017).

Respecto a los impactos negativos de los alimentos no balanceados para felinos y caninos de compañía, es necesario plantear dos precisio-

nes, de un lado, es una preocupación creciente para médicos veterinarios e investigadores en el ámbito de las ciencias veterinarias, además de autoridades sanitarias. En respuesta a esta preocupación, el mismo mercado ha logrado posicionar algunas referencias de marcas que se definen como «marcas premium» por su alto contenido en proteínas de origen animal, en relación con ingredientes derivados de maíz, trigo, cereales u otros aditivos. Del otro lado, estos impactos negativos generan sin lugar a duda una serie de implicaciones bioéticas, económicas, e incluso legales.

Y, aunque una de las preocupaciones es la responsabilidad que deriva en los fabricantes y distribuidores de estos productos por los daños a la salud animal que puedan causar, en la práctica es un asunto poco explorado y en donde el estado del arte es insuficiente para determinar con certeza la existencia de nexos de causalidad. Esto, teniendo en cuenta que los ingredientes para su elaboración son adquiridos atendiendo a las disposiciones legales y exigencias; adicionalmente, los ingredientes dentro del etiquetado son acordes a los dispuesto por los lineamientos antes analizados.

El problema jurídico orbita, entonces, a la extensión del rotulado a través de sellos de advertencia que le permitan al tenedor —en su calidad de responsable de la toma de decisiones de consumo— tener información clara, precisa y legible sobre la procedencia y tipología de alimento que le va a suministrar a sus animales de compañía. Del mismo modo, otro obstáculo que se evidencia es la regulación limitada que se encuentra, que impide que el rotulado se advertencia sea exigible para este tipo de alimentos.

Pese a que en los últimos años se ha adoptado una serie de medidas para aumentar la conciencia de los tenedores respecto a la importancia de adquirir productos aptos e idóneos para el consumo de los animales de compañía, el desconocimiento sigue siendo el común denominador —y uno de los mayores problemas—, el cual, de la mano de una publicidad constante en medios de comunicación y establecimientos de comercio, donde cuatro o cinco marcas se promocionan bajo premisas como «alimento 100% balanceado», «completo y balanceado» o «nutrición temprana y vida sana» (Villablanca Cerda, 2022), terminan afectando negativamente la salud de los animales, al tener estos una ingesta poco saludable y que no cumple con los requerimientos nutricionales.

Y es que más allá de una publicidad engañosa, que sería difícil de probar por la falta de un estado del arte riguroso sustentados en más estudios; así como de una concentración del mercado en unas pocas empresas productoras de alimentos para animales de compañía, lo que se buscó responder a lo largo del texto es si el deber de información caracterizado desde el derecho del consumidor, y pensado para produc-

tos de consumo humano, puede ser extensible para estos alimentos desde sellos frontales de advertencia.

Como previamente se sostuvo, el deber de información puede aplicarse a todos los productos ofrecidos o puestos en el mercado, exigiéndole al productor o distribuidor informar al usuario o consumidor de los riesgos que puedan surgir en relación con el producto o servicio. Este deber de información resulta necesario para que los consumidores puedan ejercer los derechos de los cuales son titulares.

En este sentido, y conforme a lo planteado con anterioridad, resulta necesario implementar una regulación más estricta, en donde la información contenida en el empaque de alimento de consumo animal sea más clara, de forma tal que el consumidor y, en estos casos, el tenedor del animal de compañía puedan tomar una decisión respecto a la compra o adquisición de un producto de forma informada —información que debe ser clara, precisa e idónea—, tal y como se hace con los productos para consumo propio.

Con ello, se busca evitar los tan constantes casos en donde, debido al consumo de un concentrado determinado durante varios años por el animal de compañía, se derivan problemas renales o diabetes, que el tenedor no pudo haber anticipado ya que se guía por la publicidad o por rotulados como «alimento 100% balanceado» que no corresponden con la realidad.

No hay que olvidar tampoco que el deber de informar se basa en las asimetrías de información que surgen entre proveedores y consumidores. Si bien los proveedores tienen acceso a información relevante a lo largo de la cadena de valor de los productos y servicios que ofrecen, son los consumidores quienes se encuentran en una situación de desequilibrio respecto de su acceso o capacidad para obtenerla.

Así, pues, de extenderse este deber de información a través de los sellos de advertencia en productos de consumo animal, se garantizaría que los tenedores en tanto también adquieren la calidad de consumidores tomen decisiones informadas, siendo este aspecto importante para protegerlos de prácticas comerciales engañosas como las antes reseñadas. Esto desde luego va en concordancia con el bienestar animal como un interés jurídico tutelado se ha ampliado en Colombia con normas y sentencias que buscan salvaguardar la integridad de los animales.

La relevancia de la implementación de medidas que tutelen este bienestar animal en la industria alimenticia-animal, surge de nuestra responsabilidad como especie humana de tratar a los animales con respeto, compasión y ética. De hecho, decisiones erróneas como adquirir un tipo o marca de concentrado determinado para animales de compañía, implica descuidar su estado de salud, repercutiendo negativamente en su calidad de vida. La alimentación, que es quizás uno de los factores

más importantes en la calidad de vida e integridad de los animales, se convierte en uno de los eslabones del bienestar animal.

En definitiva, el rotulado de advertencia puede ser una vía efectiva para mantener al tenedor de animales de compañía informado en su calidad de responsable de decisiones de consumo de aquellos que tiene a su cargo. La obligación o deber de informar, tal como se indicó en el presente artículo, es un principio básico del derecho de consumo; un principio que propugna por salvaguardar a los consumidores de prácticas comerciales engañosas o abusivas, y también que busca por facilitar una toma de decisiones informada y previa.

El deber de información en el etiquetado frontal de advertencia de los productos de consumo animal permite a los tenedores, además de permitir el conocimiento de las características y condiciones, le permite al tenedor tener claros los riesgos potenciales de los productos que adquieren. Por lo demás, es probable que este novedoso enfoque siga evolucionando en los próximos años. Y a medida que se acumule más evidencia sobre los riesgos para la salud animal asociados con el consumo de alimentos no balanceados, es probable que las autoridades regulatorias adopten medidas más estrictas para proteger el bienestar animal.

## 6. Conclusiones

El deber de información en las relaciones entre consumidor y producto, o consumidor y distribuidor garantiza que se puedan adoptar decisiones de forma previa e informadas antes de adquirir un producto o servicio. Este deber, que hace parte del derecho del consumo, fomenta un libre mercado, y una mayor competitividad al fomentar una sana competencia entre proveedores, productores o distribuidores, lo que puede conducir a precios más bajos y productos y servicios de mayor calidad.

Según se estudió en el presente artículo, la obligación o deber de informar es un principio básico del derecho de consumo, el cual, pretende proteger a los consumidores de prácticas comerciales engañosas o abusivas. Con la implementación de la Resolución 810 de 2021 del Ministerio de Salud y Protección Social y la Ley 2120 de 2021, cuyo objetivo era el de regular el etiquetado frontal a través de sellos de advertencia que debían incluirse en los empaques de los productos, se buscaba que el deber de información se materializara en que el consumidor adoptara decisiones más saludables en el momento de adquirir alimentos.

El etiquetado frontal a través de sellos de advertencia es necesario ya que genera un impacto positivo en la salud pública al ayudar a los consumidores a tomar decisiones de forma más informada, y contribu-

yendo a una reducción de afecciones como la obesidad, enfermedades cardiovasculares, y la diabetes, entre otras, que se derivan del consumo de alimentos procesados, ultraprocesados y, en el caso específico de la alimentación de animales de compañía, de alimentos no balanceados.

Los alimentos no balanceados para animales de compañía como felinos o caninos son aquellos productos que, por una decisión de mercado que busca minimizar los costes de producción, son sometidos a altos grados de procesamiento industrial, con ingredientes añadidos que no suplen las necesidades nutricionales, por ejemplo, aquellos que son altos en cereales o en harinas de origen animal. Esto se relaciona con una serie de problemas de salud, entre los que se incluyen obesidad, diabetes o problemas renales y de vías urinarias.

Así, se logra caracterizar un panorama en el que se hace necesario extender este deber de información a través de los sellos de advertencia en productos de consumo animal. Ello, en aras de garantizar que los tenedores —en tanto también adquieren la calidad de consumidores— tomen decisiones informadas. Esta visión va, desde luego, en concordancia con el bienestar animal como un interés jurídico tutelado que se ampara en Colombia con normas y sentencias que han salvaguardado la integridad de los animales.

El deber de información concebido desde le etiquetado frontal a través de sellos de advertencia de alimentos no balanceados, se sustenta además de nuestra responsabilidad como especie humana de tratar a los animales con respeto, compasión y ética. De hecho, tal como se indicó en líneas anteriores, una decisión errónea como adquirir un tipo o marca de concentrado determinado para animales de compañía, puede implicar un menoscabo de su estado de salud, y repercutir en su calidad de vida.

## Referencias bibliográficas

- ADAMS, L. y SYME, H. (2004). «Canine Ureteral and Lower Urinary Tract Diseases». In ETTINGER, S. J. y FELDMAN, E. C. (eds.). *Textbook of Veterinary Internal Medicine*. Philadelphia: Saunders, 2086-2115.
- ALBASAN, H.; OSBORNE C. A.; LULICH, J. P.; KOEHLER, L.; CARPENTER, K.; ULRICH, L.; SWANSON, L.; PEDERSON, L. y BUETTNER, M. (2006). *Urolith recurrence in cats*. Louisville.
- ARENCIBIA RIVERO, T. (2017). «Aditivos Alimentarios». *Hospifood*, 171914, 1-22. Recuperado de <[https://hospifood.com/jornadas/docs/20170126171914\\_aditivos\\_alimentarios\\_ole.pdf](https://hospifood.com/jornadas/docs/20170126171914_aditivos_alimentarios_ole.pdf)>
- BACHOUCHE, H. y SABRI, O. (2019). «Empowerment in marketing: synthesis, critical review, and agenda for future research». *AMS Review*, 9(3), 304-323. <<https://doi.org/10.1007/s13162-018-0130-2>>

- BIARD, A. (2023). «The Age of Consumer Law Enforcement in the European Union: High Hopes or Wishful Thinking?». *European Journal of Risk Regulation*, 1-12.  
<<https://doi.org/10.1017/err.2023.66>>
- BILAŃSKI, G. (2018). «El derecho de los animales no-humanos desde la perspectiva de la política de las necesidades». *Revista Latinoamericana de Estudios Críticos Animales*, 5(1). Recuperado de <<https://revistaleca.org/index.php/leca/article/view/198/193>>
- BLASCO PAUCHARD, B. (2001). *Introducción al estudio del derecho económico*. Santiago: Universidad Central de Chile.
- BRAMBELL, R. (1965). *Report of the Technical Committee to Enquire into the Welfare of Animals Kept Under Intensive Livestock Husbandry Systems*. Londres: Her Majesty's Stationery Office.
- CABRERA LAVERDE, J. (2020). «Estudios sobre la influencia del etiquetado frontal en los alimentos sobre el comportamiento de los consumidores en diversos países y en Colombia Breve revisión del estado actual». *Alimentos Hoy*, 28(49), 47-82. Recuperado de <<https://alimentos hoy.acta.org.co/index.php/hoy/article/view/556>>
- CANNON A. B.; WESTROPP J. L. y RUBY A. L. (2007). «Evaluation of trends in urolith composition in cats: 5,230 cases (1985-2004)». *Journal of American Veterinary Medicine Association*, 231, 570-576.
- CÁRCAMO, D.; SALAZAR CORNEJO, V.; ANDREWS, M.; AGÜERO, S. D. y LEAL-WITT, M. (2021). «Alimentos ultraprocesados y su relación con la obesidad y otras enfermedades crónicas no transmisibles: una revisión sistemática». *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 27(3) 214-222. Recuperado de <[https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC-D-20-0046.\\_Revision\\_ultra procesados.pdf](https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC-D-20-0046._Revision_ultra procesados.pdf)>
- CÁRDENAS MEDINA, F. O. (2021). *Análisis normativo del etiquetado de alimentos en Colombia como herramienta para el cumplimiento del derecho a la alimentación*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- CARRASCO RITUAY, A. M. (2021). *Etiquetado nutricional en los alimentos procesados en Latinoamérica*. Tesis de grado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Perú. <<https://hdl.handle.net/20.500.14077/2294>>
- CARRASCO, A. M.; MORI, P.; RIVAS, C. y TICONA, M. (2022). «Decisión de compra de los estudiantes universitarios: sellos octagonales». *Revista Universidad y Sociedad*, 14(3), 263-271. Recuperado de <<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2868>>
- COLL BLANCO, C. y DE LA ROSA, S. (2018). «Comportamiento de compra del consumidor de productos para mascotas en Latinoamérica». *Ad-Gnosis*, 7(7), 29-48.  
<<https://doi.org/10.21803/adgnosis.v7i7.291>>
- ESPINOSA VELÁZQUEZ, E. (2022). «Enfoque pluridisciplinar sobre bienestar animal». *Anales de la Real Academia de Doctores*, 7(1). Recuperado de <[https://analesranm.es/wp-content/uploads/primera-epoca/numero\\_134/2017-01.pdf](https://analesranm.es/wp-content/uploads/primera-epoca/numero_134/2017-01.pdf)>

- ETTINGER, S. (2006). *Tratado de medicina interna veterinaria: enfermedades del perro y el gato*. Madrid: Elsevier.
- FELDMAN, E. C. y NELSON, N C. (2004). *Canine and Feline Endocrinology and Reproduction*. Philadelphia: Saunders.
- GALLARDO, M. (2000). «Concentrados y subproductos para la alimentación de rumiantes». *América Latina*, 202, 20. Recuperado de <[https://www.produccion-animal.com.ar/tablas\\_composicion\\_alimentos/47-Material.pdf](https://www.produccion-animal.com.ar/tablas_composicion_alimentos/47-Material.pdf)>
- GONZÁLEZ SINISTERRA, S. (2022). «La protección reforzada del consumidor en contratos de consumo». *Novum Jus*, 16(2), 187-214. <<https://doi.org/10.14718/NovumJus.2022.16.2.8>>
- HARDY, T. y MCCRYSTAL, S. (2022). «The importance of competition and consumer law in regulating gig work and beyond». *Journal of Industrial Relations*, 64(5), 785-800. <<https://doi.org/10.1177/00221856211068868>>
- HERNÁNDEZ BUSTOS, M. y FUENTES TERÁN, V. (2018). «La Ley Orgánica de Bienestar Animal (LOBA) en Ecuador: análisis jurídico». *dA. Derecho Animal. Forum of Animal Law Studies*, 9(3), 108-126. <<https://doi.org/10.5565/rev/da.328>>
- HOSTUTLER, R. A. y CHEW, D. J. (2005). «Recent concepts in feline lower urinary tract disease». *Veterinary Clinics of North America: Small Animal Practice*, 35(1), 147-170. <<https://doi.org/10.1016/j.cvsm.2004.08.006>>
- HOUSTON, D. M. (2007). «Epidemiology of feline urolithiosis». *Vet Focus*, 17(1), 4-9.
- LEMUS, J. (2021). «La violación del deber de información en el marco de la responsabilidad precontractual». *Sapientia*, 12(4), 42-55. <<https://doi.org/10.54138/271107566.255>>
- MARUELLI, J. N. (2017). *Valoración nutritiva de los alimentos: importancia de la fibra en la alimentación animal*. Tesis de Grado, Universidad Nacional de La Pampa, Santa Rosa-Argentina. Recuperado de <<https://repo.unlpam.edu.ar/handle/unlpam/2408>>
- MEJÍAS ALONZO, C. y BRANTT-ZUMARÁN, M. (2022). «La responsabilidad postcontractual: algunas consideraciones en torno a su configuración». *Pro Jure. Revista de Derecho*, 58, 1-21. <<https://doi.org/10.4151/S0718-68512022000-1361>>
- MORALES, A. (2008). *Temas de Protección al Consumidor y Buenas Prácticas de Mercado. Asimetría Informativa*. Lima: Asesorandina Publicaciones.
- NUZUL AMRI, I. (2022). «Código de prácticas para la reducción de ésteres de 3-MCPD y ésteres de glicidilo por Codex. ¿Estamos listos para adoptarlo?». *Revista Palmas*, 43(2) 52-58. Recuperado de <<https://publicaciones.fede palma.org/index.php/palmas/article/view/13841>>
- PINZÓN VILLATE, G. Y. y MORA PLAZAS, M. (2023). *Promoción de la salud y derecho humano a una alimentación saludable: Recopilación de evidencia*. Bogotá: Editorial UNAL - Universidad Nacional de Colombia.
- RAMÍREZ LOZANO, R. G. (2017). *Principios de nutrición de rumiantes*. Bloomington-USA: Palibrio.

- RISSE, A. (2016). «Conceptos Básicos de Nutrición en perros y gatos». *Revista del Colegio de Veterinarios de la Provincia de Buenos Aires*, 2(65), 29-36. Recuperado de <<https://core.ac.uk/download/pdf/326819852.pdf>>
- ROJAS, C. (2012). «El alcance del deber de información en materia de protección al consumidor: un replanteamiento desde el derecho y economía conductual y el neuromarketing». *THEMIS: Revista de Derecho*, 62, 65-79. Recuperado de <<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/9014>>
- RUIZ DE MAYA, S. y GRANDE, E. (2006). *Comportamientos de compra del consumidor*. Madrid: ESIC.
- SANTOS-ANTONIO, G. (2019). «Efectos del etiquetado nutricional frontal de alimentos y bebidas: sinopsis de revisiones sistemáticas». *Revista Panamericana de Salud Pública*, 43, e62. <<https://doi.org/10.26633/RPSP.2019.62>>
- SAYAS-CONTRERAS, R. y CASTRO-CORTÉS, S. (2021). «Derecho a la información y relación de consumo. Regla de interpretación del error palmario en la fijación de precio público». *Saber, Ciencia y Libertad*, 16(1), 79-95. <<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2021v16n1.7518>>
- SIERRA TOBÓN, L. M. (2021). «Etiquetado nutricional frontal y su impacto en la salud pública. Consideraciones bioéticas». *Revista de Nutrición Clínica y Metabolismo*, 4(3). <<https://doi.org/10.35454/rncm.v4n3.214>>
- SUPO CALDERÓN, D. y BAZÁN VÁSQUEZ, V. (2020). «El deber de información y el estándar de razonabilidad en las garantías implícitas del consumidor». *Forseti. Revista de Derecho*, 8(12), 69-94. <<https://doi.org/10.21678/forseti.v8i12.1355>>
- TORRES, A. y GUARNIZO, D. (2022). *Promoviendo ambientes escolares libres de comida chatarra en Colombia*. Bogotá: Editorial Dejusticia.
- VILLABLANCA CERDA, L. (2022). «Etiquetas de sostenibilidad espontáneas y el derecho a una información fidedigna». *Pro Jure. Revista de Derecho*, 59, 31-62. <<https://doi.org/10.4151/S0718-68512022000-1385>>
- VILLALBA-CUELLAR, J. (2009). «Aspectos introductorios al derecho del consumo. Prolegómenos». *Derechos y Valores*, 12(24), 77-95. <<https://doi.org/10.18359/prole.2481>>
- WILSON, A. P. (2019). «Crónica sobre la Conferencia de Bienestar Animal en África 2018 y la Convención de Derecho Animal de África». *dA. Derecho Animal. Forum of Animal Law Studies*, 10(1), 230-239. <<https://doi.org/10.5565/rev/da.400>>

## Legislación y jurisprudencia

Decreto 1071 de 2015, «Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural». Presidencia de la República de Colombia, 26 de mayo de 2015.

- Ley 1480 de 2011. Estatuto del Consumidor. Congreso de la República de Colombia. Diario Oficial No. 48.220 de 12 de octubre de 2011.
- Ley 1659 de 2013, «Por la cual se crea el Sistema Nacional de Identificación, Información y Trazabilidad Animal». Congreso de la República de Colombia. Diario Oficial No. 48.852 de 15 de julio de 2013.
- Ley 2120 de 2021, «Por la cual se adoptan medidas para fomentar entornos alimentarios saludables y prevenir enfermedades no transmisibles y se adoptan otras disposiciones». Congreso de la República de Colombia, 30 de julio de 2021.
- Resolución 133 de 2016, «Por la cual se designa el Instituto Colombiano Agropecuario como entidad administradora del Sistema Nacional de Identificación, Información y Trazabilidad Animal». Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de la República de Colombia, 24 de junio de 2016.
- Resolución 383 de 2021, «Por la cual se reglamenta el Sistema Nacional de Identificación, información y Trazabilidad Animal». Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de la República de Colombia, 20 de diciembre de 2021.
- Resolución 61252 de 2020, «Por medio de la cual se establecen los requisitos y el procedimiento para el registro de los fabricantes e importadores de alimentos para animales, así como los requisitos y el procedimiento para el registro de alimentos para animales y se dictan otras disposiciones». Instituto Colombiano Agropecuario. Diario Oficial N° 51217 del 4 de febrero de 2020.
- Resolución 810 de 2021, «Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de etiquetado nutricional y frontal». Ministerio de Salud y Protección Social de la República de Colombia, 16 de junio de 2021.
- Sentencia del 11 de noviembre de 2022. Tribunal Administrativo de Cundinamarca. Rama Judicial de la República de Colombia.