UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
SISTEMA DE ESTUDIO DE POSGRADO
ESCUELA DE LITERATURA Y CIENCIAS DEL LENGUAJE
MAESTRÍA PROFESIONAL EN TRADUCCIÓN (INGLÉS-ESPAÑOL)

Traducción de las etiquetas alimenticias: frente a la globalización

INVESTIGACIÓN MONOGRÁFICA

Trabajo de graduación para aspirar al grado de
Magíster en Traducción
(Inglés – Español)

Mónica Jiménez Fernández
Carné 962473-2
Cédula 1-919-032

FACULTAD FILOSOFIA Y LETRAS
UNIVERSIDAD NACIONAL : HEREDIA, COSTA RICA :
MCMLXXIII
BIBLIOTECA

2007

Agradecimientos

En primer lugar quiero agradecer a mi madre por el sacrificio y empeño que realizó durante muchos años y que hoy rinden su fruto.

A mis profesores de maestría, en particular a Rocío Miranda, por su paciencia y la gran confianza depositada en mí y en mi trabajo. A Sherry Gapper por su valioso consejo que me hizo salir avante.

Gracias a Sarah por su apoyo incondicional e ideas; a Iti por ser mi proveedora número uno de etiquetas y encuestadora adonorem, a Cuoricino por su colaboración en la parte gráfica y por alentarme a seguir adelante, a María Laura por el apoyo mutuo. Finalmente, a todos mis amigos que tuvieron que lidiar con mi aventura académica durante todo este tiempo.

Gracias a todos por su paciencia y ayuda para que este proyecto llegara a su culminación.

FACULTAD FILOSOFIA Y LETRAS
UNIVERSIDAD NACIONAL · HEREDIA, COSTA RICA · MCMLXXIII
BIBLIOTECA

ÍNDICE

Resumen iii

Introducción 1
Capítulo I Marco teórico 9
1. Antecedentes 9
2. Regulaciones sobre el etiquetado de empaques alimenticios 14
3. Las etiquetas de los alimentos como texto técnico especializado 16
4. Papel de la terminología en los textos especializados 21
5. Traducción de etiquetas alimenticias 25
Capítulo II Características del etiquetado de productos alimenticios 28
1. Características de las etiquetas alimenticias 28
2. Etiquetado engañoso 35
3. Análisis de empaques y su etiqueta traducida 38
4. Análisis de tablas y gráficos 41
Capítulo III Análisis traductológico de las etiquetas de los alimentos 49
1. Análisis de las etiquetas forma y formato 50
2. Traducción del nombre del producto 52
2.1 Nombre del producto versus marca 56
2.2 Explicitación y ampliación del nombre del producto 58
2.3 Nombres de productos con términos en la lengua de origen 66
2.4 Nombres de productos poco comunes en la lengua meta 68
3. Etiquetado nutricional 76
3.1 Información nutricional 76
3.2 Declaración de nutrientes 81
3.3 Vitaminas y valores diarios 85
4. Traducción de los ingredientes 87
5. Traducción instrucciones de preparación 89
6. Traducción de advertencias de consumo o uso 95
7. Guía de traducción para etiquetas de alimentos 100
Conclusiones 104
Bibliografía 109
Anexos 113
Anexos 1. Empaques etiquetas alimenticias 113
Anexos 2. Cuadros base para análisis de etiquetas alimenticias 159
Anexos 3. Instrucciones de uso advertencias y enunciados publicitarios de prestigio y persuación 162
Anexos 4. Descriptores nutricionales 171
Anexos 5. Tabla de diagnóstico de habilidades 174

ÍNDICE DE GRÁFICOS, CUADROS, FIGURAS Y TABLAS

CUADROS

Cuadro 1. Productos terminológicos tradicionales 24
Cuadro 2. Empaque según país de procedencia..... 45
Cuadro 3. Importaciones por país de origen 45

GRAFICOS

Gráfico 1. Índice de características presentes en empaque originales..... 43
Gráfico 2. Índice de características de etiquetas traducidas por producto... 44
Gráfico 3. Importaciones totales por origen 2000 – 2006..... 46
Gráfico 4. Productos clasificados según empaque original..... 46
Gráfico 5. Características según idioma original y traducción,..... 47

FIGURAS

Figura 1. Etiquetas traducidas Branch's y Atkins Advantage Shake..... 51
Figura 2. Información nutricional 76
Figura 3. Etiqueta traducida chocolate Cadbury 78
Figura 4. Declaración de nutrientes 81
Figura 5. Vitaminas y valores diarios 85

TABLAS

Tabla 1. Recomendaciones para la traducción de nombres de productos...75
Tabla 2. Recomendaciones para la traducción del etiquetado nutricional ...86
Tabla 3. Recomendaciones para la traducción de ingredientes 89
Tabla 4. Guía para la traducción de etiquetas alimenticias.....100

Resumen

Este trabajo de graduación es un estudio de caso que consiste en analizar la traducción que se realiza en la actualidad de las etiquetas de alimentos en Costa Rica. La investigación está basada en la muestra de cuarenta y cinco etiquetas recolectadas en el Gran Área Metropolitana, de las cuales sólo se estudian veintiocho desde el punto de vista traductológico y comercial.

En primer lugar, la monografía se enmarca de manera histórica con una breve reseña de los cambios en la cultura de consumo costarricense. Luego, se caracteriza el texto original dentro de la teoría de los textos científico-técnicos y publicitarios para así utilizar los lineamentos de ambos campos en el momento de traducir este género tan específico y rígido como lo son las etiquetas alimenticias.

A través del desarrollo del trabajo se logra comprobar que existen errores de formato, sintácticos, ortográficos, de omisión del texto original y de procedimientos de traducción, por lo cual se plantea una guía para el traductor de etiquetas alimenticias. Dicha guía es el aporte que el presente proyecto del Seminario de investigación de la Maestría en Traducción (Inglés-Español) hace al campo de la traducción en nuestro medio.

Descriptores: traducción técnico-científica, traducción publicitaria, etiquetado alimenticio, legislación sobre el etiquetado, procedimientos de traducción.

Introducción

Gracias a la apertura de fronteras, en todo el mundo los consumidores tienen acceso a nuevos productos alimenticios cuyo etiquetado se realiza, lógicamente, en el idioma del país en el cual el producto es manufacturado y empacado para su exportación. Al incrementar la cantidad de productos importados nace la necesidad de traducir las etiquetas alimenticias para así comunicar en la lengua nativa del consumidor en un segundo o tercer país, información pertinente al artículo que está adquiriendo.

La función que desempeñan los empaques de los alimentos va más allá de un envoltorio cuyas características gráfico-estéticas logran captar la atención del consumidor y hacen que éste se identifique con el logo del producto y continúe comprándolo. Además, brindan al consumidor información de carácter primordial para consumir, preparar el producto y conocer sobre sus propiedades.

Al tomar en nuestras manos una etiqueta alimenticia de un producto escogido al azar, nos parece que la traducción de los empaques alimenticios es una tarea fácil de concretar debido a la cantidad de información que en éstos se enuncia. Como traductores que somos vemos las etiquetas como un corpus saturado de tecnicismos que cumple una función informativa para los consumidores. Sin embargo, ¿estamos los traductores conscientes de la importancia comunicativa que este tipo de texto tiene para la sociedad en la que nos desenvolvemos? ¿Estamos en desventaja en cuanto al manejo de términos y su transfondo al compararnos con un químico o nutricionista bilingüe? ¿A la hora de traducir las etiquetas alimenticias se emplea una terminología uniforme

para no confundir al consumidor? ¿Se cumple con los reglamentos establecidos por la ley con respecto a la traducción? ¿Es relevante la información que no se traduce? En caso de una mala traducción, donde se verá perjudicada la salud de los consumidores, ¿a quién se responsabiliza al traductor o a la empresa?, y por último, ¿comprende el ciudadano promedio la información que contienen las etiquetas traducidas? ¿Cuántos compradores prestan verdadera atención a las mismas?

A partir de estas y otras interrogantes, pretendemos determinar las características de la traducción de etiquetas de alimentos en Costa Rica, con el propósito de proponer una guía básica para la traducción de este tipo de texto, ya que el etiquetado en español no es un capricho, sino un asunto de suma relevancia para las personas que van a consumir un alimento. Por ello, es de gran importancia llevar a cabo una traducción que refleje cada uno de los aspectos que se enuncian en las etiquetas, los cuales son esenciales para la nutrición del consumidor y por ende su salud.

Para lograr dicho objetivo se pretende precisar las características de los empaques y de las etiquetas de los productos alimenticios a nivel comercial, para verificar si se cumplen los requerimientos estipulados por el Ministerio de Salud Pública y el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) en materia de traducción de etiquetas. Partiendo de esos requerimientos se busca determinar si la información traducida que llega a manos del consumidor es clara, directa y veraz. Debido a los resonados inconvenientes alimentarios o sanitarios en nuestro medio, tales como el caso de la pasta dental Mr.Cool y

Genial, los confites White Rabbit y, más recientemente, el de los juguetes de marca Matel, se evidencia la importancia que tiene la creación de un ente regulador de las traducciones nacionales y las foráneas en cuestiones de traducción de etiquetas y traducciones en general.

En cuanto a investigaciones realizadas en el campo de estudio de esta monografía, el Ministerio de Economía Industria y Comercio es el único ente encargado de establecer las pautas para el etiquetado de productos alimenticios en nuestro país. Este Ministerio y la Dirección de Apoyo al Consumidor son las entidades autorizadas para realizar estudios periódicos para verificar que se han traducido todas las etiquetas al idioma español.

Es importante mencionar que, al investigar en Internet, se encuentra mucha información relacionada con el tema del etiquetado de alimentos: etiquetado engañoso, qué debe incluir una etiqueta, etiquetado para productos químicos, biogenéticos, presentación, publicidad, entre otros, mas parece ser que en el área de la traducción de etiquetas aún son escuetas las investigaciones.

Sin embargo, el estudio que más se acerca al tema planteado por esta monografía es el informe de exploración *Estructuras sintácticas de la traducción de la etiquetas de alimentos,* realizado por Ruth Hernández, de la Universidad Nacional, (2006). Este informe de exploración investiga los fenómenos semánticos, culturales, tecnológicos y traductológicos que se conjugan a la hora de traducir del inglés al español las etiquetas de los productos importados. El estudio se diferencia de esta monografía debido a que basa en el análisis de

sólo cinco productos (Chupetas Avent, Monitor de luces y sonido de Fisher Price, Avena Quaker y el Limpiador de llantas marca Armor All), que abarcan diversos sectores de la industria de consumo; a diferencia de nuestra investigación que sólo examina etiquetas pertenecientes al sector alimenticio. La investigación de Hernández parte del hecho que los textos traducidos del etiquetado de los productos importados podrían no considerarse “verdaderas traducciones”; sin embargo, aportan al consumidor la carga semántica necesaria para lograr su objetivo. Trata de medir la calidad de las traducciones mejor logradas y las no tan bien logradas y concluye diciendo que este tipo de textos deben ser vistos más bien como textos dinámicos (y no estáticos), lo cual los convierte en textos espontáneos y creativos.

El artículo “Evaluación de etiquetas de alimentos nacionales e importados” elaborado por los estudiantes de tecnología de alimentos de la Escuela de Farmacia de la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela (2002) se utilizó como una guía para elaborar los cuadros que sirven como base para el ordenamiento de los empaques de alimentos recolectados para este trabajo.

Metodología

Por restricciones meramente de tiempo y por no contar con suficientes recursos económicos, ni investigadores para realizar un análisis estadístico a fondo de una población significativa, esta monografía se enmarca dentro de la categoría estudio de caso. El estudio de caso es una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo, es decir describe la situación prevaleciente en el momento de realizarse el estudio dentro de su contexto real,

en la que los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente visibles, y en la que se utilizan distintas fuentes de evidencia (<http://www.eumed.net/tesis/2006/ssc/2c.htm>). Los estudios de caso fomentan el uso de varias técnicas distintas para obtener la información necesaria, las cuales van desde las observaciones personales hasta las entrevistas de otras personas que podrían conocer el objetivo del estudio de caso (<http://www.usn.edu.mx/artman/publish/article_16.shtml>).

Para poder llevar a cabo este trabajo, en primera instancia se recopilaron los empaques de productos alimenticios importados, cuyo empaque original estuviese en el idioma inglés. Los productos recolectados proceden de cuatro supermecardos diferentes: Pricesmart, Automercado, Mas X Menos e Hipermás; los cuales posee puntos de venta en distintos cantones del gran área metropolitana. Se eligeron estos cuatro supermercados debido a son éstos los establecimeintos que expenden mayor número de artículos importandos en el país. La muestra se concentró en los cantones de Escazú, Santa Ana y San Pedro.

Los productos fueron escogidos de manera aleatoria, donde la principal característica que debían de poseer era la etiqueta traducida al español. Se recolectó un total de cuarenta y cinco empaques alimenticios, los cuales fueron agrupados y analizados, con el fin de buscar la relación que tienen los datos entre sí, y la correspondencia de los mismos con los objetivos del estudio (véase anexo N°2, página 160). A partir de esos datos se elaboraron gráficos, cuadros e índices y se establecieron las interpretaciones respectivas.

Además de esta recopilación de datos bibliográficos, se realizó una encuesta vía correo electrónico al señor Manrique Ugalde de la Corporación PriceSmart, Zapote y se conversó vía telefónica con la señora Anabelle Achía de Alonso & Compañía – Automercado, con el fin de determinar los canales y personal encargado de la traducción de etiquetas de los alimentos.

Asímismo, se realizó una breve entrevista de cuatro preguntas a los consumidores con en el fin de recabar la opinión del lector meta en cuanto a la traducción de las etiquetas de alimentos. No obstante, los resultados de la entrevista fueron omitidos en este trabajo monográfico, ya que ésta no arrojó ningún dato significativo en lo que a traducción de etiquetas alimentcias se refiere. Los consumidores mostraron su descontento con el tamaño de letra utilizada en la impresión de las etiquetas alimenticias, así como con la sección del etiquetado nutricional debido a que les es díficil interpretar algunos de los datos allí expuestos.

Para sustentar el apartado teórico de esta monografía, se consultaron teorías sobre la traducción técnica especializada, la terminología, el etiquetado alimenticio y la nutrición. Para el análisis traductológico de las etiquetas alimenticias, se tomó como base la “Tabla de registro de aspectos a mejorar” elaborada por el profesor Oscar Rojas de la Universidad Nacional (véase anexo N°5, página 175). Por medio de la observación de veinte de las cuarenta y cinco etiquetas, se precisaron los errores cometidos a nivel sintáctico, de ortografía, de vocabulario, de puntuación y localización; así como los diferentes procesos traductológicos que se llevaron acabo tales como omisiones y ampliaciones.

Este análisis se utilizó como fundamento para la elaboración de la guía de traducción de etiquetas de alimentos, la cual pretende ayudar, o más bien servir de apoyo, al traductor o nutricionista que realice este tipo de traducción.

Estructura de la monografía

Este estudio de investigación monográfica está constituido por tres capítulos. En la introducción se justifica el tema, la importancia de la traducción de etiquetas, los objetivos del estudio así como la metodología utilizada. Posteriormente, en el Capítulo I, "Marco teórico", se brinda una breve reseña de los cambios de conducta de los consumidores costarricenses que nos ayuda a entender por qué las etiquetas alimenticias han cobrado importancia en nuestros días. También se incluyen leyes sobre el etiquetado y la traducción en Costa Rica. Se explora concretamente la teória sobre textos técnicos, la traducción técnica-especializada, la terminología, la localización, la semántica dentro de la publicidad y la importancia de la responsabilidad del traductor para con este tipo de traducciones.

Por otra parte, el Capítulo II, "Características del etiquetado de los productos alimenticios", define los elementos con que debe contar una etiqueta a nivel tanto local como internacional utilizando los parámetros del Ministerio de Economía Industria y Comercio de Costa Rica y de la Administración Federal de Drogas y Alimentos de Estados Unidos (Food and Drugs Administration), ente regulador de ese país. Al mismo tiempo desarrolla el tema del etiquetado engañoso como estrategia publicitaria, cuestión que nos ayuda a discernir entre

las características realmente valiosas de los productos alimenticios. Asimismo, se analizan la totalidad de empaques recolectados, con el fin de corroborar cuales de las características de los empaques están presentes y cuántas etiquetas son traducidas según las directrices del Ministerio de Economía Industria y Comercio de Costa Rica. Para concluir, en el Capítulo III, “Análisis traductológico”, se estudian las etiquetas a fondo, se presentan los errores, las estrategias de traducción utlizadas con el fin de plantear la propuesta y elaboración de la guía para la traducción de etiquetas alimenticias. Finalmente, se presentan las conclusiones, la bibliografía y los anexos.

CAPÍTULO I

Marco teórico

Si realmente queremos entender el cambio de las conductas del consumidor costarricense, hay que estudiar éstas dentro del contexto histórico y cultural del país. De esta manera llegaremos a comprender por qué en la actualidad son tan importantes las etiquetas de los alimentos y su traducción.

Por ello en los siguientes párrafos se da una reseña de cultura de consumo para enmarcar la investigación. Posteriormente abordaremos la teoría correspondiente relacionada con la traducción de etiquetas de alimentos, la cual sirve como fundamento para el desarrollo de este estudio.

1. Antecedentes

1.1 La cultura de consumo en Costa Rica.

La evolución que han experimentado en los últimos años la industria alimenticia y la agricultura a nivel tecnológico, así como la globalización de la economía, han influenciado las prácticas alimenticias y las conductas de consumo en general. Sin embargo, parece ser que no sólo los elementos anteriores causan la diversificación de los patrones de consumo a nivel alimenticio sino que también la expansión urbana de los países tiene un cierto grado de influencia. La vida en la urbe está condicionada por el factor tiempo, que es uno de los elementos que propician los cambios en el consumo de

alimentos, aunado al acceso de locales comerciales disponibles para hacer compras y a los ingresos económicos, entre otros.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, en su artículo "Global and Regional Food Consumption Patterns and Trends":

Increasing urbanization will also have consequences for the dietary patterns and lifestyles of individuals, not all of which are positive. Changes in diets, patterns of work and leisure often referred to as the "nutrition transition". Moreover, the pace of these changes seems to be accelerating, especially in the low-income and middle-income countries (<http://www.who.int/nutrition/topics/3foodconsumption/en/index.html>).

Costa Rica, un país en vías de desarrollo, no está exenta de esta realidad. Tanto la expansión urbanística como la diversificación ocupacional que ocasiona el crecimiento económico y la apertura de los mercados, así como el acceso a los medios de comunicación masivos, modifican la cultura de consumo costarricense. Esta empieza a experimentar cambios entre los años de 1950 a 1970. Durante estas dos décadas nuestros patrones de consumo son simples debido a la economía agraria imperante. El país contaba con comercios a pequeña escala es decir, almacenes y pulperías donde se expendían abarrotes.

A medida que la infraestructura se abre paso y trae mejoras a San José, prosiguen los procesos de expansión del capitalismo en el agro y en la industrialización, que continúan diversificando los patrones de consumo de los costarricenses. Esta realidad nacional se constata en el artículo "Identidad

nacional y cambio cultural en Costa Rica durante la segunda mitad del siglo XX", de Iván Molina Jiménez:

> La Costa Rica rural del Valle Central, con sus fincas campesinas y casas de adobe, que tan decisiva fue en definir varias de las características básicas de la identidad colectiva en el período anterior a 1950, empezó a desaparecer en las décadas posteriores, a medida que la urbanización se intensificaba. […] El impacto de una urbanización creciente y del incremento y una distribución más equitativa del ingreso pronto fue visible en la dinámica del consumo. El sector comercial, en la década de 1950, era todavía de carácter artesanal: prevalecía el pequeño local, tramo o pulpería, atendido por su dueño. La compra de productos básicos (sobre todo carne, pescado, verduras, legumbres, sal, azúcar y granos) se efectuaba en los viejos mercados municipales, visitados casi todos los días (en esa época muy pocas familias poseían refrigeradoras) por consumidores de distinta extracción social. El pan se adquiría en la panadería y el lechero, al frente de una tosca carreta tirada por un caballo, distribuía la leche todas las mañanas en la puerta de cada casa. […] La distribución de artículos extranjeros era limitada: con excepción de los de ferretería, que solían importarse de Estados Unidos, el expendio de comestibles de lujo y de electrodomésticos se efectuaba en unos pocos locales (<http://www.ts.ucr.ac.cr/~historia/hcostarica/materiales/IvanMolina.htm>).

Al introducirse en 1960 a nuestro país la televisión, el medio colonizador de masas, se da un bombardeo de publicidad y se propicia el inicio de la difusión de la cultura popular estadounidense, influyendo enormemente de esta manera

en los gustos y preferencias de los costarricenses. Como lo evidencia Molina en su artículo:

> el acceso a este aparato, en principio limitado, se expandió vertiginosamente, ya que la proporción de hogares que tenía uno se elevó de 6,6 a 41,2 por ciento entre 1963 y 1973, y a un 86,4 por ciento en 1984. El televisor, aunque facilitó la penetración de programas europeos y latinoamericanos, pronto se convirtió en un divulgador estratégico de la cultura popular estadounidense. El influjo de la cultura popular estadounidense, con su maravillosa oferta de estilos de vida, artefactos, vestuario y comida rápida, pronto fue visible en los gustos y las modas de los sectores medios y acaudalados, en particular de la burguesía (<http:// www.ts.ucr.ac.cr/~historia/hcostarica/materiales/IvanMolina.htm>).

La apertura de nuevos almacenes proveedores de alimentos, bebidas y vestuario contribuyeron también a la transición en los patrones de consumo. La pulpería, el bazar y el tramo se ven remplazados por el supermercado y las tiendas de departamentos entre los años de 1950 y 1973; mientras que los lecheros se ven suplantados por la empresa Dos Pinos en 1947 (<http:// www.ts.ucr.ac.cr/~historia/hcostarica/materialesIvanMolina.htm>).

Uno de los primeros supermercados en abrir sus puertas a los josefinos fue la Gran Vía; posteriormente lo hace Mas X Menos el 05 de diciembre de 1960, mientras que el Palí se establece en 1979[1]. La metamorfosis del pequeño

[1] Las fechas de apertura de los supermercados fueron tomadas de sus respectivas páginas web.

comercio al comercio de gran escala da la oportunidad al consumidor por primera vez de escoger por sí solo, el producto basado en la marca, el precio, la calidad y el contenido, entre otros. Es a partir de este momento que el consumidor tiene la posibilidad de obtener productos importados y procesados a un precio competitivo y que a su vez facilitan y agilizan sus quehaceres en contraposición con productos funcionales y nutritivos cuyo tiempo de elaboración es mayor.

Otro de los elementos que propicia el cambio de los consumidores costarricenses durante las últimas décadas es el paso de una economía agrícola a una economía de servicios y de productos “no tradicionales” donde el turismo es uno de los principales protagonistas. Es a través del turismo que se da una transculturación de los gustos y preferencias de los consumidores costarricenses quienes se ven influenciados por las tendencias innovadoras que el extranjero trae consigo. Podríamos decir que el turismo sirve de trampolín y abre paso a la globalización cultural, que es uno de los agentes más recientes que originan el cambio en los consumidores.

En la sociedad actual, las distancias entre los pueblos se reducen cada vez más y los medios de comunicación, así como la Internet contribuyen en gran manera a uniformar los gustos y preferencias de los individuos. Los medios de comunicación masiva bombardean a los consumidores con imágenes que refuerzan las dietas, el culto al cuerpo, la cocina light, alimentos bajos en grasas y calorías; las cuales modifican las conductas de consumismo basada en el mercado, en los gustos y preferencias foráneas. Hoy por hoy el costarricense

promedio ha variado sus patrones de consumo para apegarse a las tendencias imperantes en el medio. Como hemos visto la evolución a nivel económico, las políticas de mercado, el crecimiento urbano, la modernización, los medios de comunicación masiva y más recientemente la globalización, son los factores que han propiciado esta transformación. Como seres humanos que somos, es inevitable no adaptarnos al momento histórico y cultural que vive una sociedad como la nuestra, cuyo cambio en todo caso es inminente e ineludible.

2. Regulaciones sobre el etiquetado de empaques alimenticios

La traducción de las etiquetas de los alimentos tiene implicaciones de carácter comercial y de salud. Por ende, en la mayoría de los países la legislación exige la traducción de las etiquetas al idioma oficial, ya que no todos los consumidores son bilingües o políglotas.

En Costa Rica a partir de la década de 1990 que la normativa legal promulga leyes que exigen y apoyan la traducción de los empaques alimenticios. Por ello que primeramente el estudio aborda en las políticas vigentes, las cuales exigen y justifican la traducción de las etiquetas al español para la comercialización de los productos alimenticios. Entre las leyes que exigen dicha traducción encontramos las siguientes:

Artículo 43 del Reglamento de la Ley 7472, *Deber de brindar información real al consumidor:*

> es obligación del comerciante informar, clara, veraz y suficientemente, al consumidor, de todos los elementos que incidan directamente en su decisión de consumo, conforme a las disposiciones siguientes. Todos los datos e informaciones al consumidor mencionados en esta norma, deberán expresarse en español y mediante una tipografía claramente legible, en cuanto a forma y tamaño. (MEIC, Ley 7472, 1995).

El Artículo 34 de la *Ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor, N°7472* del 20 de diciembre de 1994 exige:

> b) Informar al consumidor, en español, de manera clara y veraz, acerca de los elementos que incidan en forma directa sobre su decisión de consumo. Debe enterarlo de la naturaleza, la composición, el contenido, el peso, cuando corresponda, las características de los bienes y servicios, el precio de contado en el empaque, el recipiente, el envase o la etiqueta del producto, la góndola o el anaquel del establecimiento comercial y de cualquier otro dato (<http://www.reglatec.go.cr/ decretos/ 7472.pdf>).

Basados en el artículo 89 bis, del reglamento de la *Ley 7472 Verificación e investigación de mercados,* es que el Ministerio de Economía Industria y Comercio en conjunto con la Dirección de Apoyo al Consumidor realizan labores de verificación de etiquetado en idioma español.

> El área de Apoyo al Consumidor podrá realizar investigaciones y verificaciones de mercado para constatar la información otorgada al consumidor, el cumplimiento de la Ley de Promoción de Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor las normas de calidad, las reglamentaciones técnicas de acatamiento obligatorio y las demás normas cuyo objetivo es proteger los intereses de los consumidores (MEIC, Ley 7472,1995).

Sin embargo, a pesar de que el MEIC y la Dirección de Apoyo al Consumidor realizan estudios de verificación, estas instituciones sólo se

preocupan porque aparezca la etiqueta traducida al español adjunta al producto. Esto se constató por medio del estudio de *Verificación de etiquetado en idioma español*, documentado en la página Web de apoyo al consumidor, realizado en agosto del 2006[2].

3. Las etiquetas de los alimentos como texto técnico especializado

Las etiquetas de los alimentos poseen un carácter interdisciplinario que engloba una serie de terminologías especializadas, siendo éstas las principales características que las definen como texto técnico especializado. Sin embargo, no sólo esta particularidad las enmarca dentro de este tipo de textos. Por ello en este apartado nos daremos a la tarea de determinar cuáles son los elementos que las caracterizan como tal.

Para comprender aun mejor por qué las etiquetas alimenticias se encuentran dentro de esta categoría especializada se hace necesario definir qué se entiende como texto técnico. Silvia Gamero en su libro *La traducción de textos técnicos* (2001) nos ofrece la siguiente explicación:

> Un texto técnico es un acto concreto de comunicación en el que los emisores son ingenieros, técnicos o profesionales; los receptores son otros ingenieros, técnicos, especialistas en formación o público en general; la situación comunicativa está relacionada con la industria, la explotación agrícola; el foco predominante es la exposición o la exhortación; el modo es generalmente escrito; el campo es de carácter exclusivamente técnico, presenta escasa variedad en cuanto a dialectos temporales, geográficos e idiolectos (Gamero, 2001: 38) .

[2] El estudio se puede accesar en Internet a través de la siguiente dirección electrónica: (<http://www.consumo.go.cr/investigaciones/verificaciones/verificacionEtiquetado_06-09-06.pdf>)

Así pues, vemos que las etiquetas de los alimentos cumplen con las características descritas anteriormente. Poseen un discurso informativo que da a conocer las propiedades del producto y que al mismo tiempo es persuasivo, ya que trata de convencer y atraer a las personas por medio de estrategias de mercadeo para que éstas adquieran el producto al exaltar las características positivas del mismo. Este discurso informativo persuasivo es a su vez emitido por especialistas en el campo, el cual va dirigido a una población general, amplia, con diversos niveles educativos de una cultura emisora.

Al estudiar en detalle las características de los textos técnicos nos damos cuenta que las etiquetas alimenticias poseen más de un elemento que las cataloga como texto técnico especializado. Emilia Elizondo (2002) en su tesis *El lenguaje figurado en los textos científico-técnicos: una reflexión sobre teoría de la traducción y algunas propuestas práctica,* menciona las características primordiales de un texto técnico:

- **El estilo.** Los textos están escritos en un estilo moderno, no marcado ni regional, social o idiolécticamente (Newmark, 1992: 63). Por otra parte, la bibliografía científica y técnica se caracteriza por el denominado estilo neutro e impersonal (Maillot, 1997: 150). También, estos textos tienen una función informativa, puesto que su objetivo primordial es la transmisión de datos, ideas e innovaciones de carácter científico-técnico (Duque, 2000: 160).
- **Claridad.** Quiere decir la expresión transparente de ideas de manera que el lector las entienda sin esfuerzo (Duque, 2000: 161).

- **La repetición.** Esta característica es muy común en este tipo de corpus, y lejos de provocar redundancia, su función es proporcionar protección y seguridad necesarias frente a factores como el ruido o el cansancio del lector (Duque, 2000: 177).
- **Presencia de abreviaciones y siglas.** Forman parte de un léxico común que los estudiosos de un campo determinado usan sea para ahorrar tiempo al leer y utilizar menos espacios, sea como parte de la terminología.
- **Presencia de cuadros, ilustraciones y tablas de estadísticas.** La información que este tipo de elementos aporta es de gran significado puesto que con la parte escrita cumplen una tarea conjunta. Además, con la ayuda de estos, el lector puede constatar, comparar y analizar una determinada situación con todos los datos pertinentes en un sólo bloque de información.
- **Uso de la voz pasiva.** Cuando el autor hace uso de este recurso lo que pretende es que se le dé más énfasis a la acción que se ha hecho; sin embargo, debe haber una utilización equilibrada de la voz activa y la voz pasiva de manera que lo ideal es que por cada 10 verbos 3 de ellos se usen en pasiva (Duque, 2000: 163).
- **Terminología.** Silvia Gamero señala que “la terminología técnica siempre se ha considerado como el principal aspecto por considerar en la traducción científico- técnica. Y puede referirse a tres realidades diferentes. En primer lugar, designa el conjunto de términos propios de

> una técnica, ciencia o arte... Otra acepción es la que responde al conjunto de actividades prácticas relativas al tratamiento de los términos... Por último, la terminología es la ciencia que tiene por objeto el estudio teórico y aplicado de las denominaciones y de los conceptos en los ámbitos de especialidad en una o más lenguas" (2001:40). Se considera que el uso promedio de la terminología constituye entre un 5% y un 10% de la totalidad de un texto. (Elizondo, 2002: 6-8)

El estilo, la claridad, la presencia de abreviaciones, siglas, tablas y la terminología, son los prinicipales elementos que definen a las etiquetas de los alimentos como textos científico-técnicos. Otra de las características distintivas de las etiquetas alimenticias no enlistada dentro de la clasificación de Elizondo son elementos de tipo gráfico. Los elementos gráficos dentro de los textos técnicos pueden ser considerados como funciones semióticas gráficas utilizadas para la comunicación como lo indican Manuel y Julia Sevilla en su artículo "Una clasificación del texto científico-técnico desde un enfoque multidireccional" (<http://elies.rediris.es/Language_Design/LD5/ sevilla-sevilla.pdf>).

Para Umberto Eco, la semiótica se relaciona con todo aquello que puede considerarse como un signo. (Eco, 1976: 7). La semiótica implica el estudio no sólo de los "signos" en nuestro discurso cotidiano, sino todo aquello que "significa" algo más, es decir, elementos que conforman nuestra vida social, los signos toman formas de palabras, imágenes, gestos y objetos.

Citado en "Hacia un enfoque interdisciplinario de la traducción" (<http://www.humanidadesucv.org.ve/publicaciones/publicaciones/ColecAcad/licenciatura/HACIA%20UN%20ENFOQUE%20INTERDICIPLINARIO%20%20DE%20LA%20TRADUCCION.pdf>).

El aporte de la semiótica desde el punto de vista publicitario consiste en elegir o conservar las cualidades de forma, de color, de volumen, o de tipografía asegurando que los empaques, los productos de diseño o logotipo tengan un significado propio y una característica única, propia. Esa compenetración óptica solapada entre tipografía, logo y color hace que el consumidor se identifique de forma visual con el empaque y continúe adquiriendo un determinado producto.

Ahora bien, si vemos las etiquetas alimenticias según el enfoque pragmático de Hatim y Mason (1990), y teniendo en cuenta los elementos gráficos de las mismas podemos decir que las etiquetas alimenticias poseen dos funciones textuales. Por un lado pretenden informar al consumidor sobre el producto que está adquiriendo y por otro emplean un discurso persuasivo y visual que forman parte de las estrategias de mercadeo para llegar al consumidor, siempre teniendo en cuenta que “en la publicidad comercial el objetivo general es el de mover al receptor para que compre un determinado producto frente a otros” (Corrales Crespo, 2000: 2-8). Como texto persuasivo de comunicación de masas, las etiquetas de los alimentos pretenden **enseñar** por medio de la demostración intelectual y uso de la razón; **deleitar** a través de la distracción o deleite del lector; y **mover** con efectos o emociones mediante apelaciones apasionadas del público (Ferrer Rodríguez, 1994: 43) y (Mourelle de Lema, 1994: 30-31).

Citado en “El lenguaje publicitario” (<http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/12715174229160414198846/010317_3.pdf >).

Al situar las etiquetas de los alimentos dentro de un tipo de texto específico, en este caso en particular dentro de los textos especializados, nos damos cuenta que todas y cada una de las propiedades enumeradas, así como la función textual nos ayuda como traductores a puntualizar las diferentes estrategias traductológicas a emplear para llevar acabo nuestra labor.

4. Papel de la terminología en los textos especializados

La terminología surge de necesidades prácticas y que su desarrollo está fuertemente vinculado con la resolución de problemas de comunicación. Sus inicios se remontan al siglo xvii con el desarrollo de la química, la botánica y la zoología que dan origen a los trabajos de recopilación y ordenamiento terminológico de **Lavoisier** y **Berthold** para el primer caso y los de Linné para el segundo. Durante el siglo xix, a raíz de la internacionalización progresiva de la ciencia, surge en el campo científico la demanda por establecer reglas de formación para los términos de sus disciplinas. En el siglo xx, se suman a esta necesidad las distintas ramas de la técnica y la tecnología, que requieren orientaciones para denominar nuevos conceptos y armonizar, en el sentido de regular y ordenar las nuevas denominaciones, para lograr una comunicación efectiva y eficiente, incluyendo la perspectiva interlingüística. En este contexto, surge la **teoría general de la terminología**, desarrollada por el ingeniero **Eugenio Wüster**. Dicha teoría propone la normalización conceptual y denominativa de los términos, con el fin de hacer más efectiva y cristalina la

comunicación entre los especialistas (<http://aportes.educ.ar/lengua/nucleo-teorico/influencia-de-las-tic/tecnologias-de-la-informacion-y-la-comunicacion-tic-ylingueistica/ terminologia.php >).

La terminología puede entenderse de diferentes maneras: en primer lugar, la terminología es el conjunto del vocabulario especial de una disciplina o un ámbito de conocimiento (la terminología de la química, del mercadeo, de la lingüística, etc.); en segundo lugar, la terminología puede entenderse como aquella disciplina, que tiene por objeto la construcción de una teoría de los términos, el estudio de los mismos y su recopilación y sistematización en glosarios especializados (<http://aportes.educ.ar/lengua/nucleoteorico/influencia-de-las-tic/tecnologias-de-la-informacion-y-lacomunicacion-tic-y-lingueistica/ terminologia.php >).

Para la traducción de textos técnicos especializados, la terminología constituye un elemento vital para la calidad del texto producido. Por ello que el dominio de la documentación como herramienta de trabajo es esencial para el traductor de este tipo de textos. Conocer obras de referencia disponible, contar con una metodología adecuada que le permita buscar un término de manera rápida y eficaz; contar con el apoyo de algún especialista en el campo son algunos de los mecánismos de los cuales el traductor debe hechar mano para llevar a cabo el encargo de traducción.

La búsqueda de terminología en el proceso de traducción de las etiquetas alimentarias, comprende la mayor parte de esta tarea, según Durieux (1990) los traductores debemos poseer una metodología específica, donde la búsqueda de

información parta siempre de lo más general hacia lo más detallado, comenzando por textos divulgativos y empleando posteriormente textos cada vez más especializados para minimizar el tiempo de traducción (Gamero, 2001: 46).

Entre las fuentes terminológicas tradicionales que facilitan información sobre términos especializados hallamos los glosarios, diccionarios especializados, manuales, artículos de investigación que sirven como textos paralelos (en el Cuadro 1 se definen más a fondo las principales fuentes terminológicas de las cuales hace uso el traductor). Estas fuentes de carácter normalizador son las más desarrolladas y estructuradas, por ello son las que se consultan más a menudo. Más recientemente y con el avance de la tecnología encontramos bases de datos terminológicas computarizadas tales como EURODICAUTOM[3] las memorias de traducción, los diccionarios en línea, diccionarios y glosarios en CD ROM y traductores automáticos, los cuales son considerados poco confliables entre algunos profesionales del campo traductológico.

Una de las características propias del la terminología técnica especializada es que utiliza términos que difieren de las palabras del léxico general, los cuales se refieren a un solo concepto, que a su vez tiene una sola designación terminológica. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la sinonimia y la polisemia de los términos pueden representar un problema especial para aquellos traductores no versados en el área especializada del

[3] Base de datos de la Unión Europea accesible en Internet a través de la dirección electrónica: (<http://iate.europa.eu/iatediff/SearchByQueryLoad.do?method=load>).

texto que se traduce. Se habla de sinonimia cuando un concepto le corresponden dos o más denominaciones que se pueden intercambiar de manera arbitraria. Mientras que por polisemia se entiende la plurivalencia conceptual de un término; es decir, algunos términos pueden variar su significado en razón de su contexto de uso (Arntz y Picht, 1995: 160-163). Estos fenómenos pueden darse en cualquier lengua y constituyen un problema de traducción a la hora de elegir equivalencias, ya que dependiendo del tipo de texto, los destinatarios y los objetivos del emisor, un término puede ser más adecuado que otro.

Cuadro 1

PRODUCTOS TERMINOLOGICOS TRADICIONALES
Terminology: "(…) a structure set of concepts and their representation in a specific subject field".
Vocabulary: "A list of word used in a language or a particular book or branch of science, etc., or by a particular author. The vocabulary of a field is a broader concept, one that cannot generally be construed as limited to a single collection or list. Although vocabulary would appear to be synonymous with terminology, the semantic scope of vocabulary is broader in that terminology tends to be used with reference to serious disciplines (i.e., engineering, law, art, etc.) whereas vocabulary can be used to cover not only domain-specific word, but general language words as well".
Terminology standard: "A document composed of terms, definitions, and related terminological information that has been approved by an authoritative body".
Glossary: "Alphabetical list of terms or words found in or relating to a specific topic or text. It may or may not include explanations (…)
Dictionary: "Generally construed to be a book that lists and defines the word in a language.
Lexicon: "The vocabulary or a person, language or domain".
Nomenclature: "Authoritative system of terms that are established and developed according to naming rules and practices in a specific field".

Citado en: De terminología y lexicografía: la lexicografía especializada (Wright & Budin, 1997: 325-326). (<http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/46861663545253164754491/ 014546_6.pdf>).

Por esta razón, consideramos imperioso hacer conciencia en el traductor de etiquetas alimenticias, principalmente en el momento de seleccionar un término que corresponde a la lista de ingredientes del alimento. El traductor debe llevar a cabo una investigación exhaustiva del término a emplear no sólo a nivel semántico para asegurarse de que hay una correspondencia total, sino que también debe tener en cuenta la responsabilidad del texto meta a nivel de salud. Partiendo de este hecho consideramos de suma importancia contar como estrategia de traducción con la asesoría de un experto en el campo, para resolver adecuadamente los problemas que puedan presentarse a nivel terminológico, ya que en la traducción de textos especializados no es posible traducir si no se domina el léxico del área en cuestión.

5. Traducción de etiquetas alimenticias

Para traducir un texto técnico no es necesario ser un experto en el campo; no obstante, el traductor debe comprender la temática del texto original para poder trasladar la intensionalidad del emisor y la función del texto, así como hacer un buen uso de las bases terminológicas para lograr una traducción de calidad. Entendemos por **calidad** el cumplimiento de determinadas especificaciones, pasando por la filosofía de la adecuación al uso, para desembocar en la satisfacción del usuario como principio básico. Un texto traducido es considerado un producto, por lo tanto éste no es ajeno a la medida de la calidad. Tanto es así que los estándares de calidad establecidos en el mundo entero contienen normas relacionadas con la presentación de las

traducciones y la reglamentación al traducir números, siglas, unidades de medida y otros (Mora, 2003: 42).

Antes de iniciar el proceso de traducción de las etiquetas alimenticias hay que delimitar la unidad de traducción, es decir el texto. Para Teodoro Álvarez el texto es visto como una función comunicativa de cadena de signos, con una estructura superficial y profunda, con un conjunto no limitado de frases con autonomía, clausura, completez y como el proceso dinámico del habla con carácter holístico o de un todo unificado (Alvarez 1998: 73-76). Citado en "Análisis de los aspectos intrínsecos y extrínsecos de la coherencia en los textos para la enseñanza del inglés académico y profesional" Pilar Durán Escribano (<http://dialnet.unirioja.es/servlet/ articulo?codigo=871291 >).

Teniendo en cuenta la definición de texto dada por Alvarez podemos decir que el texto de las etiquetas alimenticias lo constituye todo el empaque en si. La palabra, la oración, las imágenes, los signos, los colores todas estas características en contexto son el objeto de análisis e interpretación, ya que todos estos elementos en conjunto comunican la función e intencionalidad del emisor.

Partiendo del hecho que todos los elementos que componen las etiquetas son el objeto de estudio e intervienen directamente en la producción y recepción del mensaje, consideramos necesario tener en cuenta los factores intertextuales y extratextuales que conforman las etiquetas alimenticias. Estos últimos son factores externos al texto lingüístico y se refieren al contexto del acto comunicativo. Pueden sistematizarse según estos criterios: emisor, a quién, con

qué intención transmite el mensaje el emisor, por qué medios, dónde, cuándo y por qué.

El nombre de la marca, las referencias culturales, el medio y el receptor, la fuerza apelativa, expresiva y la estructura textual y los elementos gráficos son algunos de esos factores. Estos factores obligan al traductor a mantener una actitud abierta e incluir parámetros de análisis de distintas disciplinas acompañada de un discurso visual y persuasivo que forman parte de las estrategias de mercadeo para llegar al consumidor.

CAPÍTULO II

Características del etiquetado de los productos alimenticios.

> "La etiqueta de los alimentos constituye cada vez más un instrumento informativo de mayor importancia, cuyo fin es mejorar la comunicación y la imagen de los alimentos, y contribuir a la educación de los consumidores". Marta Chavarrías, 2006 (<http:// www.laboratoriocalidad.com/noticias_g.asp?id=163&pag=0 >).

Como se mencionó, la traducción de las etiquetas alimenticias cobra importancia en Costa Rica a mediados de la década de 1990 a raíz del incremento en las importaciones de productos envasados. En este apartado caracterizamos las etiquetas alimenticias desde del punto de vista comercial, cuáles son datos exigidos según el MEIC y la Administración Federal de Drogas y Alimentos de Estados Unidos (FDA) y qué tipo de mensajes engañosos encontramos en las etiquetas. Asimismo analizamos si se cumplen los lineamientos del MEIC en cuestión de traducción al realizar gráficos comparativos.

1. Etiquetado y características de las etiquetas alimenticias

La página web del Ayuntamiento de Avilés define etiquetado de la siguiente manera: "Se entiende por etiquetado las menciones, indicaciones, marcas de fábrica o comerciales, dibujos o signos relacionados con un producto que figuren en cualquier envase, rótulo, etiqueta, etc., que acompañen o se

refiera a dicho producto" (<http://www.aytoaviles.es/AytoAvilesPortal/portal/cn/NavSec/Documento >).

Por su parte, a nivel nacional el Ministerio de Economía Industria y Comercio de Costa Rica, en su informe Verificación de etiquetado en idioma español lo define como:

> cualquier material escrito, impreso o gráfico que contiene la etiqueta, acompaña al alimento o se expone cerca del alimento, incluso el que tiene por objeto fomentar su venta o colocación. Para poder comercializar los alimentos, estos deben responder a las disposiciones legales en vigencia según el país y a las normas comerciales generales, en lo concerniente a su fabricación, composición y demás características establecidas por la legislación, así como en sus formas de presentación. De lo contrario, los alimentos no podrán ser puestos en el mercado (<http://www.consumo.go.cr/investigaciones/verificaciones/InformeSemanaSanta2006.pdf>)

Como ya se dijo, una de las funciones primordiales del etiquetado es informar al consumidor las cualidades alimenticias del producto que está adquiriendo. Estas cualidades deben figurar en el envase de forma fácilmente comprensible, en un lugar estratégico visible, brindar una información veraz para proteger al consumidor desde el punto de vista sanitario y nutricional. Por otro lado, la obligatoriedad de las etiquetas de los alimentos es también parte de

esas disposiciones legales. Estas son el sello de garantía que un producto alimenticio ha cumplido con los requisitos necesarios para su comercialización.

De acuerdo con el Centro Europeo del Consumidor en España (<http://cec.consumo-inc.es/Secciones/Quienes/Quienes_es.asp>) una de las funciones más importantes del etiquetado es identificar al responsable del producto ya sea este el fabricante, el distribuidor, el vendedor, el importador o incluso el marquista. Dicho requisito es de suma importancia para saber a quién se le puede reclamar en un caso determinado. Advierten que los datos generales con los que una etiqueta siempre debe constar son: nombre génerico del producto, identificación del responsable del producto, es decir el fabricante, distribuidor, importador o marquista y la advertencia de riesgos previsibles.

Como ya se ha mencionado con anterioridad el etiquetado de los productos es obligatorio en todos los países. Distintas son las variables que influyen en la diversidad del etiquetado según el país de procedencia del producto. Estas variables están relacionadas directamente no sólo con la legislación sino también con los gustos y preferencias de los consumidores de esa cultura, así como con los costos de producción. Así lo advierte el Estudio del etiquetado engañoso:

> La influencia cultural es particularmente importante para entender por qué los consumidores en diferentes países interpretan comunicaciones idénticas de diferente manera. […] Los valores, preferencias y reglas aceptables de conducta de un grupo […] influencian el tipo de inferencias, que los consumidores realizan cuando procesan una declaración, símbolo o imagen verídica de una etiqueta". […] " Las características demográficas de los consumidores tales como edad, sexo o educación, tanto como las características psicológicas (conocimientos, experiencias o creencias) influencian cómo interpretan los consumidores la información del etiquetado" (<www.ciportalalimentario.com>).

Por ejemplo la etiqueta de los productos alimentarios según el Centro Europeo del Consumidor en España debe indicar como mínimo:

- La denominación de venta del producto
- Los ingredientes y el peso que tienen en el producto, en orden decreciente de su importancia
- Porcentaje de alcohol, si su volumen supera el 1,2%
- La fecha de duración mínima o fecha de caducidad de los productos muy perecederos
- El peso o cantidad neta (l, cl, ml, kg, g…)
- Condiciones de obtención y tratamiento del producto
- Las condiciones especiales de conservación y utilización
- La manera de consumir el producto
- Identificación del lote del producto
- El país de origen del producto cuando sea fuera de la Unión Europea
- Identificación de la empresa (nombre, razón social o denominación del fabricante o envasador) o el de un vendedor establecido en la Unión Europea.

En Estados Unidos, por ejemplo la cuestión del etiquetado y de la seguridad alimenticia está bajo el control del “Food Drugs and Administration” por sus siglas en inglés FDA. Este ente es responsable de la comercialización de los alimentos en ese país y de garantizar que los alimentos sean seguros, saludables y estén correctamente etiquetados. La FDA define los parámetros y formato que debe cumplir una etiqueta. Ellos distinguen dos grandes secciones

donde deben de aparecer los elementos del producto: **el etiquetado principal** donde si incluye el nombre del producto y declaración del contenido del producto; y **la etiqueta informativa** donde se destaca la información correspondiente a la nutrición, ingredientes, identificación del fabricante, planta envasadora o distribuidor (<http://www.fda.gov/ >).

Según la FDA las menciones obligatorias en las etiquetas son las siguientes: Nombre del producto. El nombre del producto es el nombre común o usual del mismo y debe indicarse de forma manifiesta. Este nombre debe figurar en la parte principal de la etiqueta y generalmente, paralelamente a la base del envasado.

- Peso o contenido. Es el peso neto, no escurrido, que se indica en la etiqueta. En algunos casos específicos se indica el peso específico como por ejemplo cuando el líquido en cuestión no es apto para el consumo humano. El peso debe indicarse en el sistema métrico y en el sistema de medidas americano (pulgadas y onzas). No debe incluir adjetivos sobre el peso, sólo la cantidad en números.
- El tamaño de los caractéres no pueden en ningún caso ser menor de 1/16’ .
- El país de origen del producto debe indicarse obligatoriamente, incluso si no se encuentra en la parte principal de la etiqueta. Se recomienda que figure debajo del nombre del producto.

- La etiqueta debe mencionar el nombre y la dirección completa del fabricante, envasador o distribuidor. Se entiende por dirección completa, la calle, el número, el municipio, el estado y el código postal.
- La lista completa de los ingredientes debe indicarse en orden decreciente de importancia en la parte principal de la etiqueta, o, en su caso, en la parte de información. Debe utilizarse siempre el nombre común del ingrediente a menos que una reglamentación especial prevea un término diferente.
- Debe prestarse una atención especial a la enumeración de los conservantes químicos así como las especias o aromas. Pueden utilizarse ciertos términos específicos según el colorante o aroma artificial en cuestión.
- Desde 1994, la "información nutricional" ("nutritional facts") es exigida para la mayor parte de los envases de productos alimentarios. La información nutricional consiste básicamente en el número de calorías del producto alimentario así como la cantidad de sodio, potasio, hidratos de carbono, proteínas, minerales y vitaminas.
- Menciones especiales para las menciones referentes a la salud. Tienen como objeto advertir al consumidor sobre el contenido nutritivo del alimento así como señalar la presencia de aditivos o el alto contenido en fibra (<http://www.fda.gov/ >).

En nuestro país como es evidente, existen varias leyes sobre etiquetado de productos. En lo que respecta específicamente alimentos, éstas se rigen por el

Reglamento de etiquetado de alimentos preenvasados. Todas las empresas sin excepción, deben cumplir con estas regulaciones y es el Ministerio de Economía Industria y Comercio en conjunto con el Ministerio de Salud Pública son quienes velan por que dicha ley se cumpla. El artículo 46 de la Constitución Política establece que: los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección y a un trato equitativo.

Por otro lado, el Artículo 43 del Reglamento de la Ley 7472 manifiesta:

> Es obligación del comerciante informar, clara, veraz al consumidor, de todos los elementos que incidan directamente en su decisión de consumo, conforme a las disposiciones siguientes. Todos los datos e informaciones al consumidor mencionados en esta norma, deberán de estar expresados en idioma español y mediante una tipografía claramente legible, en cuanto a forma y tamaño (MEIC, Ley 7472, 1995).

Según el MEIC todo alimento que en su etiquetado destaque alguna propiedad nutricional, deberá contener además de la información exigida en el Reglamento de Etiquetado General, el etiquetado nutricional como lo establece el decreto No 30256-MEIC-S. Es decir debe contener al menos los siguientes:

- Descriptor o declaración de propiedad nutricional
- Nombre del alimento
- Información nutricional del producto
- Lista de ingredientes

- Contenido neto y peso escurrido
- Nombre y dirección
- País de origen
- Identificación del lote
- Fecha de duración mínima (marcado de la fecha) e instrucciones para la conservación
- Instrucciones para el uso
- Requisitos obligatorios adicionales. Etiquetado cuantitativo de los ingredientes
- Permisos del Ministerio de Salud

2. Etiquetado engañoso

El lenguaje, la puntuación, la gramática, el tamaño de la etiqueta y su ubicación también poseen un papel importante en el etiquetado. El lenguaje debe ser claro y conciso evitando el uso de palabras, frases confusas que pueda generar enunciados engañosos o “fraude informativo”.

La página “Ojo al dato etiquedado” menciona que los fraudes (imitaciones, correcciones, sustituciones, falsificaciones y mermas de la calidad) no deben tener lugar en la comercialización de los alimentos. Se considera fraude cuando se realiza voluntariamente una manipulación con la finalidad de engañar al comprador, al que se le ofrece una mercancía que tiene unas características de calidad inferiores a las que debiera responder o se exhaltan

otras que no posee el artículo que comercializa (<http://aula21.net/Nutriweb/etiquetado.htm>).

Por lo general, los productores usan afirmaciones, imágenes y otras representaciones en las etiquetas alimentarias para comunicar información respecto a diferentes características de los productos alimentarios, por ejemplo: su naturaleza básica, identidad, composición, calidad, origen, método de producción o beneficio a la salud.

El Portal alimentario clasifica estas representaciones como: verídicas y no engañosas; falsas; y verídicas pero engañosas. Las comunicaciones verídicas y no engañosas son las que dicen la verdad y no llevan a los consumidores a realizar inferencias incorrectas. Las comunicaciones falsas llevan a los consumidores a realizar inferencias incorrectas sobre el producto (<http://www.portalalimentario.com/PDF/etiquetado%20enga%Floso%20de%20alimentos.pdf>).

Sin embargo, esas comunicaciones verídicas también pueden conllevar a los consumidores hacer inferencias incorrectas sobre un producto. Las etiquetas pueden ser engañosas cuando: un hecho pertinente ha sido omitido; se ha usado un lenguaje o símbolos capaces de crear confusión; los consumidores realizan inferencias incorrectas respecto a una cualidad que es el objeto de una declaración de propiedades; los consumidores hacen inferencias incorrectas respecto a las cualidades no mencionados; se utiliza incorrectamente alguna asociación u organismo que haga una declaración de apoyo con respecto al producto sin que esta haya omitido ninguna opinión al respecto.

Las frases “libre de” alguna cualidad “contiene o no contiene” un determinado ingrediente, “hechos con” y “100% natural” pueden confundir al consumidor, ya que éste puede inferir que el producto tiene mucha o poca cantidad de un ingrediente, que es superior en calidad con respecto a otros cuando no lo es, o puede llegar a pensar que ese ingrediente es lo mejor en el mercado o por el contrario que debe evitarse al máximo. Claro está, que el juego de palabras, el conocimiento previo del consumidor influencian el “procesamiento” de la información que se brinda en la etiqueta. (<http://www.portalalimentario.com/PDF/etiquetado%20enga%Floso%20de%20alimentos.pdf>).

Por otro lado, una fotografía o imagen en una etiqueta alimentaria puede también a veces llevar a inferencias engañosas. Una fotografía de una lata de frutas secas mixtas en la etiqueta de un envase puede mostrar una mayor cantidad de almendras, y macadamia cuando en realidad muy pocas de esas nueces se incluyen en el envase.

Otro de los elementos que puede mal informar a los consumidores son los enunciados de “apoyo” por parte de organizaciones importantes o individuos con cierto grado de influencia en la comunidad o país. Por ejemplo, “recomendada por más pediatras”, “avalada por la comisión XY”.

Gracias a todo este tipo de declaraciones falsas y engañosas en las etiquetas de los alimentos es que varios países en Europa, América del Norte y otras regiones del mundo promulgaron sus propias leyes alimentarias y establecieron organismos de control de importaciones y exportaciones de

alimentos para proteger de esta manera a los consumidores. Por ello en 1962 tanto la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO por sus siglas en inglés), como la Organización Mundial de la Salud (WHO por sus siglas en inglés), crean la Comisión del Codex Alimentarius (CCA) cuyo papel principal es desarrollar normas alimentarias y reglamentos bajo el Programa Conjunto FAO/WHO Normas Alimentarias. El objetivo de este Programa es proteger la salud de los consumidores, asegurar unas prácticas de comercio claras y promocionar la coordinación de todas las normas alimentarias acordadas por las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales (<http://www.codexalimentarius.net/index_es.stm>).

4. Análisis de empaques y su etiqueta traducida

Una vez expuestas las principales características que componen las etiquetas de los alimentos procederemos al análisis de la totalidad de los empaques recolectados. Para esta investigación se recolectaron un total de cuarenta y cinco empaques de alimentos, los cuales fueron adquiridos en los supermercados donde se expenden una gran cantidad de alimentos importados y cuyos puntos de venta son accesibles en diferentes zonas del país. Los supermercados a los cuales pertenencen los empaques son: Automercado, Pricesmart, Mas X Menos e Hipermás. Debido a limitaciones de tiempo para la elaboración de la guía básica para la traducción de etiquetas de alimentos, se analizarán sólo veinte de los cuarenta y cinco empaques. La recolección de empaques fue aleatoria, llevando a cabo no sólo por la investigadora sino

también colaboradores externos. La mayoría de los empaques pertenencen a productos de consumo regular a excepción de los productos que son libres de azúcar.

Para realizar un análisis exhaustivo de los empaques, éstos se agruparon en dos tablas de Excel a partir de las cuales se generan cuadros y gráficos de interés para el estudio. Los empaques se dividieron en una tabla para empaques originales al inglés y en otra para etiquetas traducidas[4]. Se elaboró una lista de características propias de los empaques basándose en los parámetros del Food and Drugs Administration, debido a que casi un 78% de los productos procedende los Estados Unidos (ver Cuadro 2).

Lista de característica empleada para analizar los empaques

- Nombre del producto
- Contenido neto
- Fecha de vencimiento
- Lista de ingredientes
- Valor nutricional
- Registro sanitario
- País de origen
- Identificación empresarial
- Resaltadores de excelencia
- Número de lote
- Instrucciones de conservación
- Modo de empleo

[4] Véase anexo Nº2, páginas 161-162.

- Mensajes enganosos
- Recetas
- Atención al cliente
- Mensaje de precaucion
- Información del importador
- Información adicional no contenida en el original

Debido a que no todo consumidor está al corriente del significado de las características 6, 10 y 13, consideramos necesario el definirlas a continuación.

Registro sanitario: se define como el acto administrativo mediante el cual el Ministerio de Salud Pública, después de analizar el cumplimiento de los requisitos establecidos y evaluar un producto alimenticio, acepta que este sea comercializado en el país (<http://www.tramites.go.cr/manual/espanol/legislacion/31595.pdf>).

Lote: cantidad específica de cualquier material que haya sido manufacturado bajo las mismas condiciones de operación y durante un período determinado que asegura las características y calidad uniforme dentro de ciertos límites especificados y es producido en un ciclo de manufactura. Número de lote: corresponde a cualquier combinación de letras, números o simbolos que sirven para la indentificación del un lote (<http://www.reglatec.go.cr/descargas/RTCA71.01.38.06EtiquetadoProdHigienicosCR20060619.pdf>).

Mensajes engañosos: se trata básicamente de enunciados que exaltan propiedades que el alimento no posee o que se prestan para malas interpretaciones o ambigüedades. Por ejemplo: calificaciones como “rico en

vitaminas", "light", "sin azúcar añadido", o sin materia grasa de los alimentos, ayuda al crecimiento de tus hijos. Para expresar cualquier característica de los alimentos deben exitir ciertas evidencias científicas contrastadas (<http:// guillaumme.blogspot.com/search?q=mensajes+enganosos>).

Ahora bien, después de definir los conceptos es necesario agrupar los empaques, ya que es parte esencial de la investigación, y a partir de la comparación de datos se podrá determinar el porcentaje de información que posee la etiqueta original y al mismo tiempo observar cuánta información está siendo traducida, y qué porcentaje se está obviando. Del mismo modo se podrá establecer de dónde provienen los productos recolectados según el país de origen para así entender el por qué de las normas utilizadas.

Además, a través del análisis se podrá precisar las variables de esta investigación las cuales están relacionadas con calidad y veracidad. Al mismo tiempo se corroborará si la cantidad de información que está siendo traducida cumple con las exigencias del Ministerio de Salud Pública.

5. Análisis de tablas y gráficos

Los gráficos 1 y 2 corresponden al índice de características presentes en los empaques originales y las etiquetas traducidas según producto, respectivamente. Todos los empaques de productos pertenecientes a una misma clase, se agruparon bajo una misma categoria. Por ejemplo, todas las galletas están dentro de una misma categoría, lo mismo con los chocolates y batidos entre otros.

Luego se calculó el promedio simple de porcentajes de los valores de todas las características para cada uno de los productos. El promedio simple de porcentajes es la suma de los valores de las características, dividido por el número de características y multiplicado por 100. Este promedio simple podrá tomar valores entre 0 y 100, en donde 0 indica que el producto no tiene ninguna de las características y 100 es que tiene todas la características. Este indicador permite reconocer más fácilmente cuales productos tienen más información y cuales no según las características escogidas para el análisis

Como se observa en el gráfico 1, la cantidad de características presentes varia de acuerdo según el alimento siendo los gaseosos el de menor porcentaje con un 43,8% y los pastelillos, pastas y aderezos los que presentan el mayor número de características; todos con un 81,3%

Así mismo, se elaboró un índice para las características presentes en las etiquetas traducidas, el cual corresponde al gráfico 2, para de igual manera facilitar la lectura de la información recopilada.

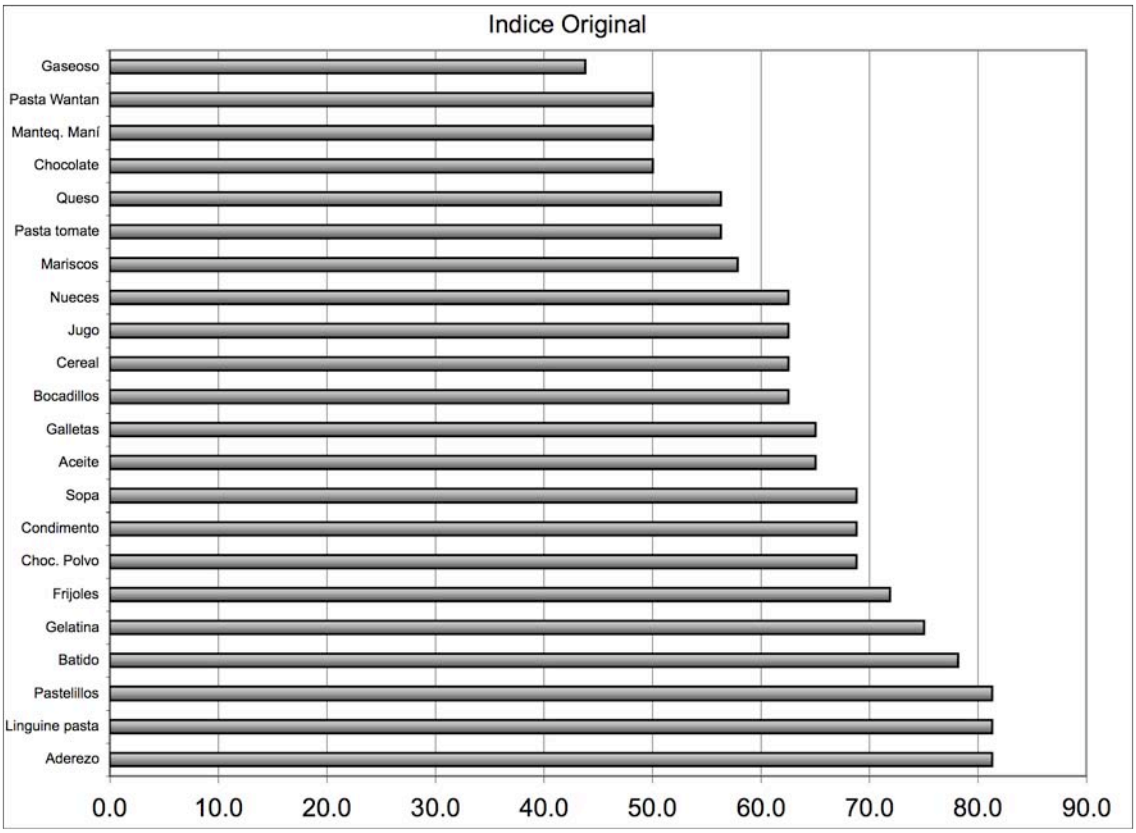
En el gráfico 2 el menor índice de característica está presente en el chocolate en polvo marca Swiss Miss con un 33,3% y el mayor corresponde al jugo de uvas marcha Welch's con un 66,7%.

Por su parte el cuadro 2 refleja la cantidad de empaques por país de procedencia. De este cuadro se deduce que casi el 78% de los productos proceden de Estados Unidos, le sigue Canadá con un un 8,9% y un 13% corresponde al conjunto de países restantes. El hecho que la mayoría de los productos provengan de Estados Unidos se debe al tipo de políticas de

importación donde el 39,3% de los productos vienen de esta nación según los datos del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, COMEX (ver cuadro 3 y gráfico 3).

Gráfico 1

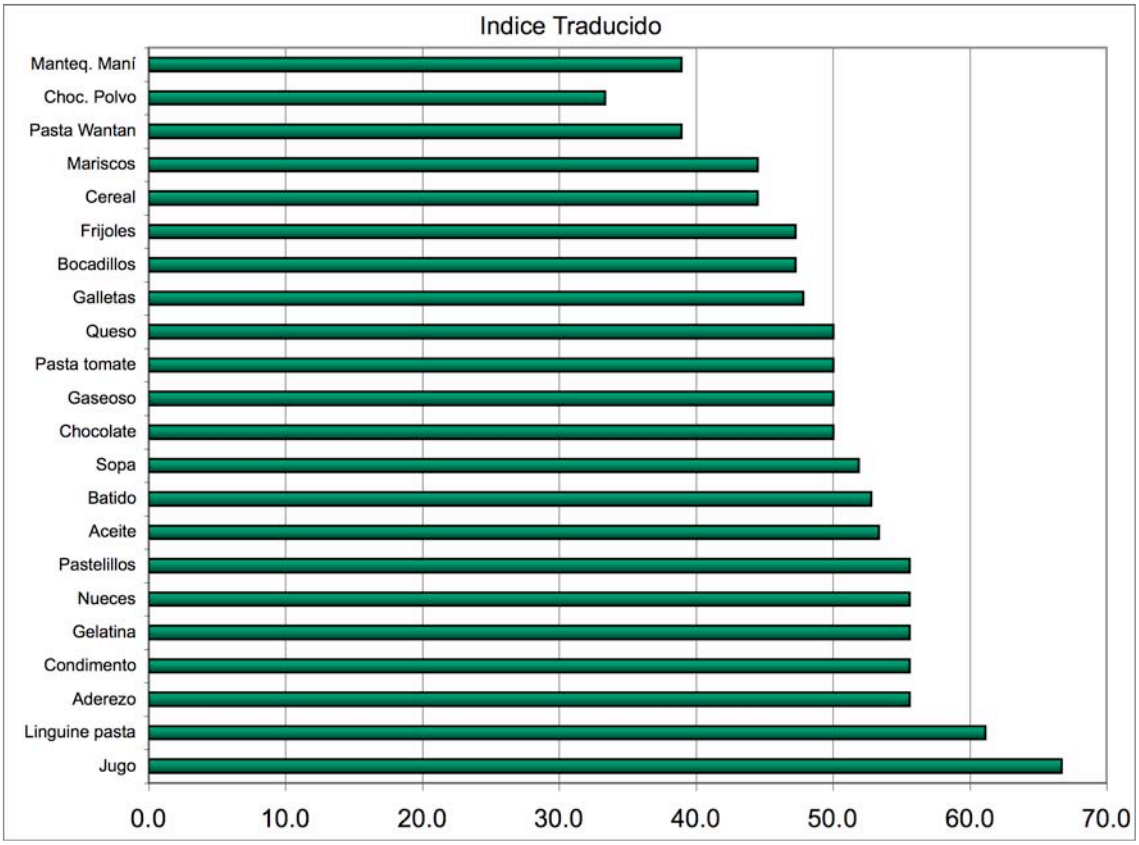
Indice de características presentes en los empaques originales por producto.



Fuente: Empaques recolectados.
Elaborado por: Mónica Jiménez, 2007.

Gráfico 2.

Indice de característica de las etiquetas traducidas por producto.



Fuente: Empaques recolectados.
Elaborado por: Mónica Jiménez, 2007.

En cuanto a empaques se refieren tenemos que un 31,1% son plástico, 26,7% enlatados, 7% en caja, 6% metalizado y embotellado. El espacio disponible y cantidad de información original de los productos es determinada por el tipo de empaque. A su vez, éste también es un delimitante a la hora de adherir las etiquetas traducidas al español, pues el espacio reducido en algunos

casos hace que la etiqueta sea pegada sobre la información relevante dejando así a los angloparlantes sin acceso a los datos del original (véase gráfico 4).

Cuadro 2

Empaque según país de procedencia

PAIS	FREQ	PERCENT
Estados Unidos	35	77.8
Canada	4	8.9
Francia	1	2.2
Grecia	1	2.2
Italia	1	2.2
Mexico	1	2.2
Nueva Zelanda	1	2.2
Tailandia	1	2.2
Total	**45**	**100%**

Fuente: Empaques recolectados
Elaborado por: Mónica Jiménez, 2007

Cuadro 3
Importaciones por país de origen según los productos presentes en este estudio

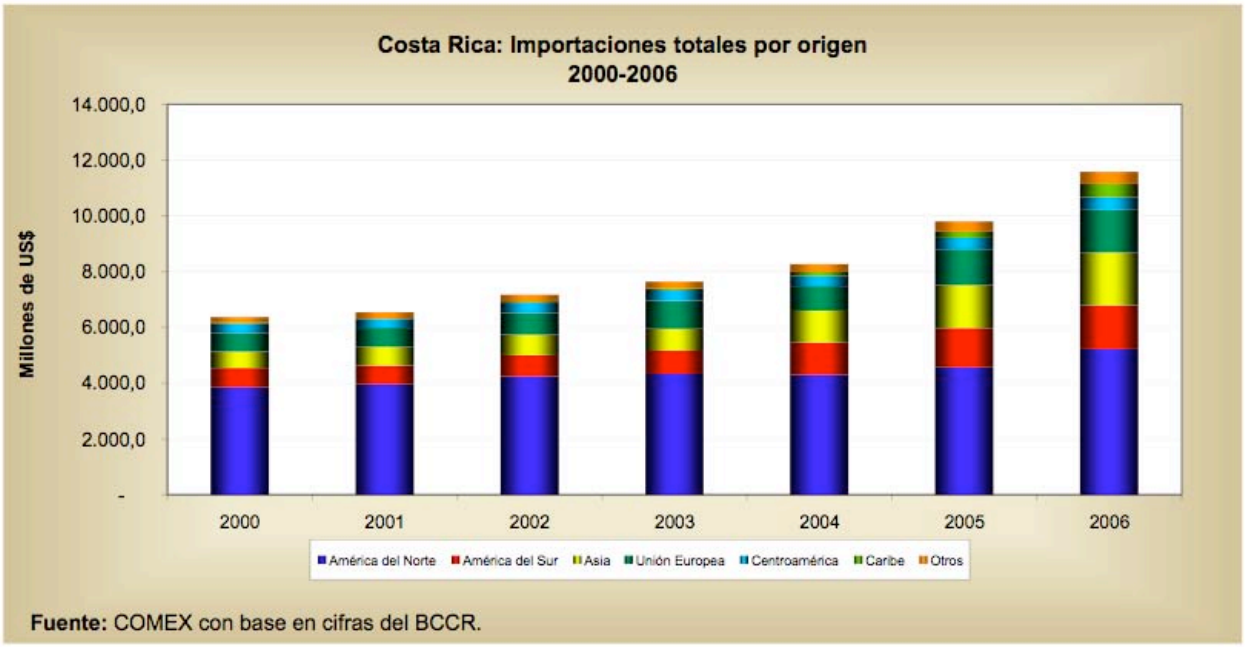
Costa Rica:
Importaciones por país de origen, 2006

País de origen	mill US$	Porcentaje
Estados Unidos	4,551.0	39.3%
Canadá	91.0	0.8%
México	582.0	5.0%
Francia	225.5	1.9%
Italia	98.6	0.9%
Grecia	8.6	0.1%
Tailandia	36.3	0.3%
Total Importaciones	**11,576.2**	**100.0%**

Fuente: página web del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (<http://www.comex.gob.mx>).

Gráfico 3

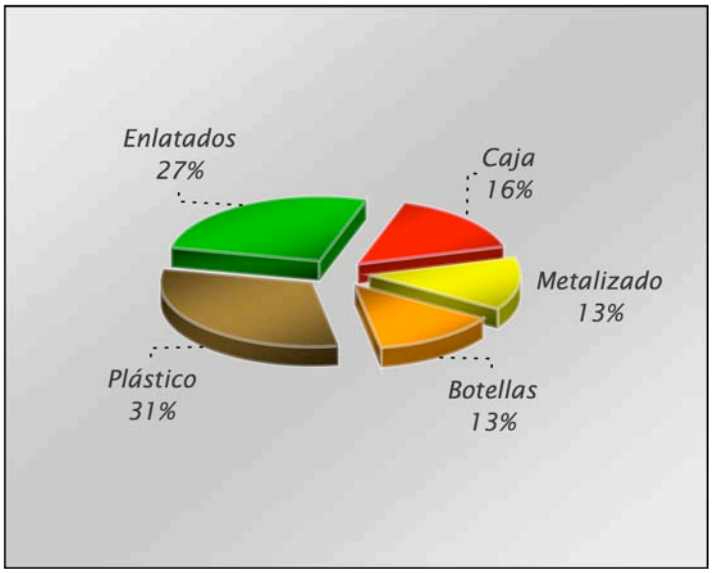
Importaciones totales por origen 2000 – 2006



Fuente: COMEX con base en cifras del BCCR.

Gráfico 4

Productos clasificados según empaque original

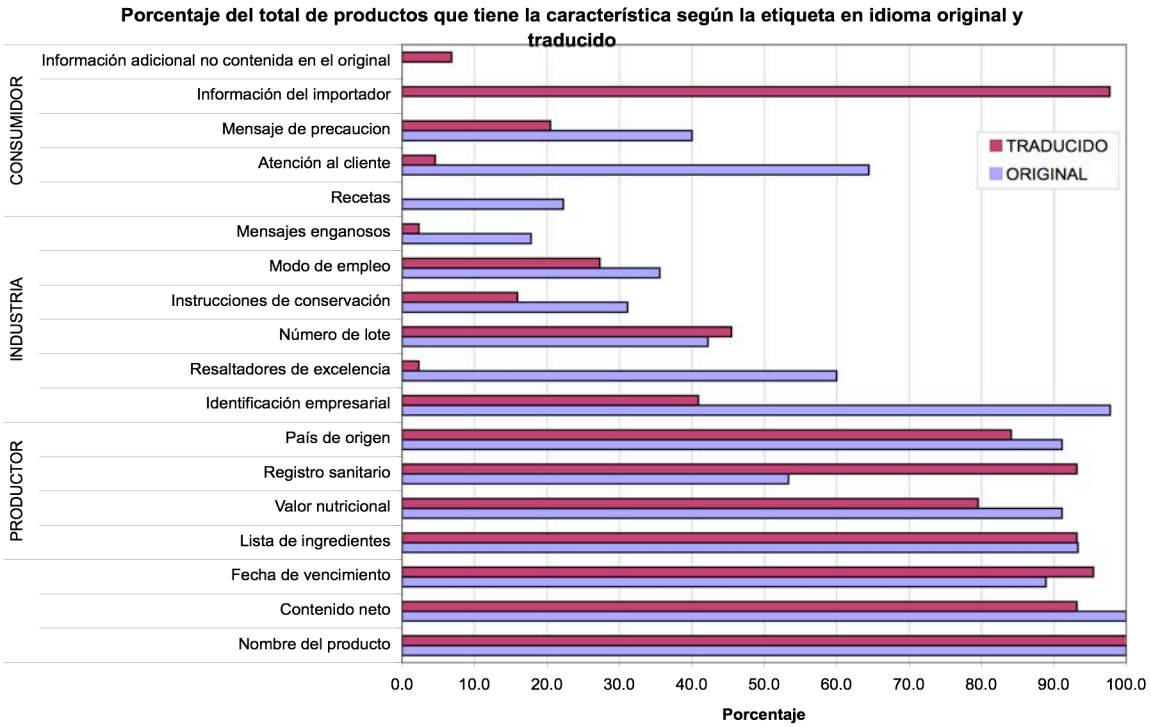


Fuente: Empaques recolectados.
Elaborado por: Mónica Jiménez, 2007.

Para contrastar las diferencias entre el empaque en idioma original y la traducción se elaboró un gráfico comparativo. Los alimentos fueron agrupados según su misma categoría y se calculó el porcentaje según las características presentes. (ver gráfico 5). De dicho gráfico se infiere que sólo las etiquetas traducidas poseen información adicional no contenida en el original e información del importador. Las fechas de vencimiento aparecen más en la etiqueta traducida que en el empaque original, debido a que se encuentran en la lata y no en el empaque en sí. Lo mismo sucede con el número de lote, el cual está presente en la lata y pocas veces en el empaque original.

Gráfico 5.

Características según idioma original y traducido.



Fuente: Empaques recolectados.
Elaborado por: Mónica Jiménez, 2007.

El registro sanitario está presente sólo en la etiqueta traducida ya que éste es un código que le asigna el Ministerio de Salud Pública costarricense a la hora de registar el producto. Información que se corroboró en el Departamento de Registros y Controles, división de alimentos, allí se nos informó que cada país tiene un código especifico y que por ejemplo el código para los Estados Unidos que es el país de donde importamos más alimentos es el Reg 1005.

En resumen podemos decir que son muchas las exigencias que se dan a nivel comercial para el etiquetado alimenticio. No obstante, las autoridades costarricenses no revisan mínuciosamente el etiquetado traducido ya que encontramos diferencias notables al comparar la información original con la traducida, así como diferencias entre la información traducida en la etiqueta alimenticia y aquella que es requerida según los lineamientos del MEIC.

CAPÍTULO III

Análisis traductológico de las etiquetas de los alimentos

> *Globalization, which is the current buzzword in discussions about the economy, has also affected the world of translation. With the media revolution and its string of intangible exchanges, the translator suddenly found himself involved in every aspect of intercultural communication. The translator has become the decoder, mediator and sometimes even the negotiator within the advertising field whether it is written or audiovisual. Mathieu Guidère (<http://accurapid.com/journal/15advert.htm>).*

Después de detallar los componentes publicitarios, comerciales, de prestigio e información engañosa que componen las etiquetas alimenticias, procederemos a analizar la traducción que se realiza de las mismas en nuestro medio. En este capítulo se analizan las etiquetas de los alimentos desde el punto de vista traductológico con el fin de evidenciar qué es lo que está sucediendo en este campo y a partir de estos hallazgos, planter la guía de apoyo para la traducción de etiquetas alimenticias.

Para llevar a cabo dicha labor se seleccionaron veintiocho de los cuarenta y cinco etiquetas alimenticias, se estudiaron de forma detallada los aspectos sintácticos y morfológicos de las estructuras que componen tanto el texto original como el texto meta. Se eligieron los empaques más representativos, cuyo original contase con mayor cantidad de texto con el fin de desarrollar un análisis exhaustivo de este género tan específico y rígido como lo son las etiquetas de los empaques alimencios. De igual forma, se emplearon las técnicas de

traducción descritos por Vásquez Ayora. Su taxonomía comprende una serie de procedimientos oblicuos de traducción tales como, transposición, modulación, equivalencia, adaptación, amplificación, explicitación, omisión y compensación. Y procedimientos directos tales como la traducción literal, el préstamo y el calco (Zaro y Truman,1998: 23).

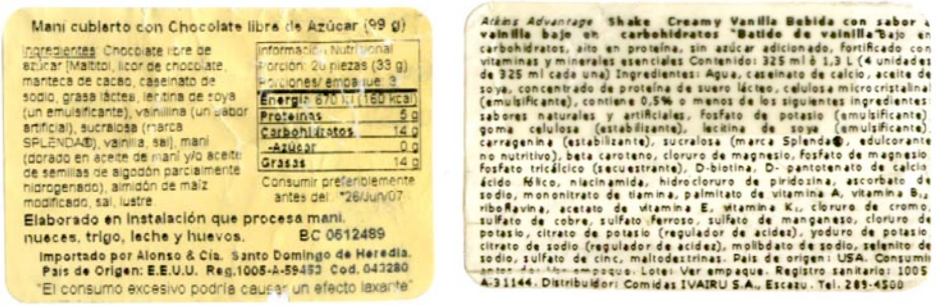
1. Análisis de las etiquetas forma y formato

Una de las primeras diferencias que encontramos entre el texto original y el texto meta es la estructura. El corpus del texto original está constituido generalmente por una imagen que representa al producto que se promociona; por construcciones gramaticales que exaltan las cualidades del alimento, denotan prestigio y pretenden persuadir al comprador y por el peso neto del producto, la fecha de caducidad, información nutricional, ingredientes, menciones específicas de advertencia, recetas e instrucciones de uso. El color y la tipografía son elementos que estimulan la percepción visual y que motivan al consumidor a leer la información enunciada. Por otra parte, el formato de las etiquetas traducidas o texto meta se limita a transferir el nombre del producto, la marca, el peso neto, el etiquetado nutricional, los ingredientes, advertencias y el nombre del importador. Esto se hace dentro de un espacio reducido, con una tipografía pequeña, un texto comprimido, escueto que sólo respeta en algunos casos el formato de la información nutricional. La impresión suele ser hecha sobre un fondo blanco u amarillo con letras negras, la calidad de la misma es baja, y al ser un texto aglomerado carente de color e imágenes no invitan al

consumidor a descubir lo que el fabricante tiene que decir sobre el producto. El color, las imágenes, los elementos persuasivos y los enunciados de prestigio son inexistentes. Esta situación crea una barrera contra la traducción y por eso lleva a los consumidores bilingües a leer el original y deja de lado las necesidades del lector de habla castellana.

Figura 1.

Etiquetas traducidas: empaques de maní cubierto con chocolate marca Branch's y barra de soya marca Atkins.



A partir de esta realidad, inferiríamos que el texto meta no cumple totalmente la función del texto original; ya que debilita la función persuasiva e informativa pues sólo se traduce parte del mensaje y por limitaciones de formato no capta la atención del consumidor. Pareciera ser que el importador sólo se preocupa por cumplir con las disposiciones del MEIC y del Ministerio de Salud Pública costarricense y no por llenar las necesidades del lector meta.

Para llevar a cabo la observación de las etiquetas alimenticias, hemos dispuesto hacerlo por segmentos; iniciaremos con el nombre del producto, la información nutricional, los ingredientes y por último las advertencias en el caso de aquellos productos que las presenten.

2. Traducción del nombre del producto

Al analizar la traducción del nombre del producto nos encontramos ante varios fenómenos y procedimientos de traducción tales como: la traducción literal, la ampliación y la explicitación.

Observamos que las traducciones que más se apegan al texto original, son aquellas donde el nombre del alimento está compuesto por un máximo de cuatro palabras. La función sintáctica de estas palabras es por lo general sustantitva y adjetiva por lo cual es fácil predecir el orden de las mismas a la hora de traducir si se sigue la regla gramatical preestablecida para cada uno de los idiomas en cuestión. La anteposición del adjetivo con relación al sustantivo es uno de los rasgos sintácticos propios e invariables del idioma inglés. Por el contario, al español la norma se aplica a la inversa, el adjetivo se coloca posterior al sustantivo. Este fenómeno propicia el uso de la estructura literal a la hora de traducir como veremos en los siguientes ejemplos:

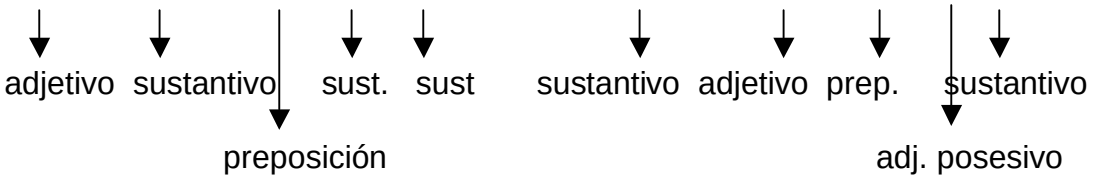
Ejemplo 2.1

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Balsamic Vinegar	Vinagre balsámico
↓ ↓	↓ ↓
adjetivo sustantivo	sustantivo adjetivo

En este caso se cumple la regla sintáctica del orden de uso tanto de adjetivos como de sustantivos según el idioma ya sea este el inglés o el español. En el texto meta se respeta la norma de no utilizar la mayúscula más que en la primera palabra del nombre del producto, lo cual no sucede en la mayoría de los casos (véase anexo Nº 1, página 151).

Ejemplo 2.2

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Minced clams (in clam's juice)	Almejas Picadas, en su jugo



En el segundo ejemplo también se cumple la regla sintáctica mencionada. Sin embargo, existen cambios morfólogicos y sintácticos en la frase que aparece entre paréntesis. Como podemos observar el sustantivo "clams" es sustituido por un adjetivo posesivo "su" cuyo referente es las almejas, ya que la estructura literal sería "en jugo de almejas". Si se tradujera el nombre completo de manera literal se leería: "*Almejas picadas, en jugo de almejas".* Si se hubiera traducido de esta forma, la estructura hubiese sido forzada, repetitiva y no sería común del español, de ahí la justificación para su reemplazo. El traductor enfoca la traducción desde el punto de vista de la cultura meta y elimina el paréntesis, convirtiéndolo en parte del nombre del producto sin que suene artificial para el público meta (véase anexo Nº 1, página 155). No obstante, el uso de las mayúsculas se emplea de forma incorrecta al escribir el nombre del adjetivo en español "Picadas", esto por influencia directa del idioma inglés. Así lo subrayan López y Minett:

> En el empleo de las mayúsculas se produce una multitud de interferencias provocadas por su uso en inglés donde el castellano suele preferir la utilización de las minúsculas. […] Todas las palabras significativas de los títulos de obras se escriben en inglés con mayúscula y, con minúsculas, si no están en posición inicial, los artículos, las conjunciones y las preposiciones (López yMinett,1997: 157-158).

Nuestro tercer ejemplo está compuesto por dos marcas de aceite distintas que no pertenencen al mismo fabricante. Vemos como se cumple la regla sintáctica del orden de los sustantivos y adjetivos según el idioma correspondiente. Además de realizar una traducción literal se introduce la preposición “de” ya que al español una de las tantas funciones de esta preposición es la de denotar la materia de que está hecho algo (véase anexo Nº 1, página 156).

Ejemplo 2.3

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Crisco Pure Canola Oil	Crisco Aceite de Canola Puro
marca adj. sust. sustantivo	marca sust. prep. sust. adjetivo

Ejemplo 2.4

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Greek Extra Virgin Olive Oil	Aceite de Oliva Extra Virgen MESSINI
adj adj sust sust sust	sust prep sust adj adj marca

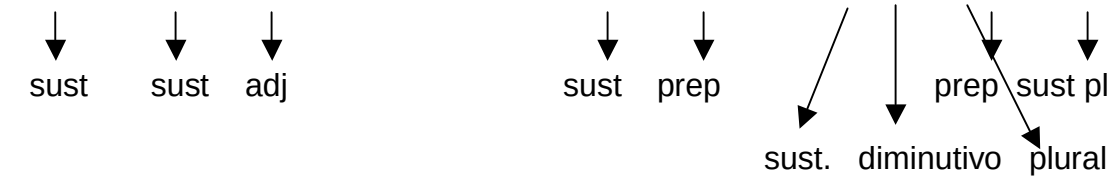
En el texto meta vemos como se agrega la marca del producto en diferentes posiciones al inicio del nombre del producto (Crisco) y al final de éste (MESSINI). Sin embargo este hecho que se puntualizará en otro apartado. En este último ejemplo el traductor elimina el adjetivo “greek”, ya que la construcción literal al español con tres adjetivos sería un tanto forzada: *Aceite de oliva griego extra virgen MESSINI*. En caso que se quisiera agregar dicho adjetivo nuestra recomendación sería hacer una explicitación del origen del

producto nombre. Finalmente, evidenciamos una vez más el uso incorrecto de las mayúsculas (véase anexo Nº 1, página 129).

Traducción sugerida: *Aceite de oliva extra virgen de origen griego MESSINI*.

Ejemplo 2.5

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Blueberry Muffin Mix	Mezcla para quequ -ito –s con árandanos



A pesar de que el producto “Blueberry Muffin Mix” está compuesto sólo por pocas palabras, un sustantivo compuesto y un adjetivo, su traducción es menos literal, más amplia y explícita debido a que los sustantivos compuestos pueden ser traducidos como una frase preposicional que siguen al sustantivo que modifican. Encontramos que el nombre del producto se convierte en un sustantivo con frase preposicional en la cual se utiliza el diminutivo y el plural. De acuerdo con las reglas sintácticas:

> when translating from English to Spanish, the order of the element is reversed from right to left; that is, the last noun goes first in the Spanish version.[…] Also, the use of a prepositional phrase, when translating a noun into Spanish, depends not on the class of the main noun, but rather on the class of the nouns or nouns modifying the main noun. A noun introduced by a preposition in Spanish is able to function as a complement of another noun; its grammatical function is that of an adjective or a relative clause. Saénz, Floria, 2005. *Translating Compound Nouns from English to Spanish*. Universidad Nacional (notas de clase Traducción de textos comerciales, legales y de economía).

También se realiza la localización del término “muffin”, el cual es una especie de panecillo, y se traduce como “quequitos” que es un término más costarricense. A pesar de que la traducción está bien lograda nosotros recomendamos adicionar el adjetivo “preparada” para calificar el tipo de mezcla que contiene el producto (véase anexo Nº 1, página 117).

Traducción sugerida*: “Mezcla preparada para pastelillos de arándanos”* si se quiere elevar el registro o *“Mezcla preparada para quequitos de arándanos”* si se desea mantener un registro coloquial.

Ejemplo 2.6

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Pork and Beans in tomato sauce	Frijoles con cerdo en salsa de tomate
sust conj sust prep sust adj	sust prep sust prep adj prep sust

En la etiqueta de “Pork and Beans in tomato sauce” los dos sustantivos están conectados por la conjunción “and” forman una sola unidad. En cambio, en la traducción el orden de los sustantivos (siempre unidos por una preposición), cambia para dar lugar al nombre de un platillo propio de la cultura meta (véase anexo Nº 1, página 152).

2.1 Nombre del producto versus marca

Como se mencionó anteriormente, la marca se incluye en algunos casos en el texto meta ya sea al inicio del nombre del producto o al final de este pues parece no existir una regla establecida para su colocación. Al estudiar tanto el

texto meta como el original de los empaques seleccionados notamos que el traductor tiende a eliminar parte del nombre del producto sin tener en cuenta que existe una diferencia marcada entre el nombre del producto[5] dado por el fabricante y la marca del mismo.

El nombre del producto es similiar al nombre propio de una persona. Es el nombre y los apellidos, entre otras cosas, que diferencian a un individuo del resto de la población. Lo mismo sucede con los productos, el nombre completo dado por el productor es lo que lo caracteriza y lo hace diferente de los demás, y la marca que correspondería a los apellidos es lo que termina de hacerlo único. Por ejemplo, no es lo mismo decir *barra de maní tostado con caramelo cubierta de chocolate* que decir un *chocolate Snicker*. El nombre del producto y la marca son sinónimo de distinción y prestigio y es por ello que debe calar en el consumidor. Es muy probable que el traductor asuma que es innecesario traducir parte del nombre o la marca cuando ésta se encuentra en el empaque; sin embargo, tenemos que recordar que el lector meta no necesariamente puede intuir la diferencia entre ambos elementos.

Según nuestra observación, la parte del nombre del producto en la lengua origen o la marca se incorpora al final del texto meta cuando la explicitación es somera o el nombre del producto es genérico y necesita un referente para diferenciar el producto de otros de su misma categoría. Si la marca se considera parte intrínsica del nombre del producto ésta se coloca al inicio en la traducción, y si no el traductor la agrega al final del nombre del producto introduciendo la

[5] La sección no traducida que forma parte del nombre del producto se resaltará en color anaranjado a lo largo de este apartado.

estructura **"marca XX"**. Para ilustrar lo anterior tenemos los siguientes ejemplos:

Ejemplo 2.1.1

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META	FABRICANTE
JELL-O low calorie gelatin dessert, Lime Sugar Free	**Gelatina con sabor a Lima, Libre de Azúcar**	**Kraftfoods** http://www.kraftfoods.com/jello/
Welch's Grape Juice	**Jugo de Uva "Concord"**	**Welchs** http://www.welchs.com/
Ramen Noodle Soup Chicken Vegetable Flavor	**Fideos y sazonador en polvo para preparar sopa con sabor a pollo y vegetales**	**Nissin Foods** http://www.nissinfoods.com/topramen/

Ejemplo 2.1.2

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Sugar free lemon flavored cookies	Galletas cremitas de limón sin azúcar marca Murray
Crisco Pure Canola Oil	Crisco Aceite de Canola Puro
Greek Extra Virgin Olive Oil	Aceite de Oliva Extra Virgen MESSINI

2.2 Explicitación y ampliación del nombre del producto

La explicitación en la traducción de etiquetas de alimentos es otra estrategia de traducción empleada cuando la traducción literal del nombre del producto no brinda una idea clara al público meta de lo que se comercializa. Según lo evidenciado, el traductor tiende a distinguir características positivas o beneficiosas del producto o señala los ingredientes del mismo.

Ejemplo 2.2.1

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Lay's Sour Cream & Onion	Papas tostadas con sabor a natilla y cebolla

En este ejemplo el traductor tiene que ampliar el nombre del producto a “papas tostadas” debido a que la marca “Lay’s” lleva implícita la connotación de “papas tostadas” dentro de la cultura estadounidense. “**Lay's** is the brand name for a number of potato chip varieties” (<http://en.wikipedia.org/wiki/Lay's>) (véase anexo N°1, página 127).

Ejemplo 2.2.2

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Sugar free lemon flavored cookies	Galletas cremitas de limón sin azúcar marca Murray

La única forma de asegurar que los consumidores comprendan los mensajes es trabajar con ellos para elegir palabras e imágenes que puedan entender. En este caso el traductor toma como referencia la imagen del texto original, para orientar al consumidor y adapta el nombre del producto al denominarlo “galletas cremitas”, un tipo de galletas nacionales muy reconocidas dentro de la cultura meta. Sin embargo, agrega la marca de las galletas al final de la traducción para disociar las “cremitas” MURRAY de las “cremitas” Pozuelo, que es la marca nacional con la que se identifica el consumidor.

La estructura sustantivo-adjetivo de “lemon flavored” se reemplaza por la construcción preposición-sustantivo “de limón”, ya que la preposición denota la materia de que está hecho algo. El sustantivo-adjetivo “sugar free” se traduce como preposición-sustantivo “sin azúcar”.

Si el texto no se hubiera adaptado a la cultura meta, la traducción sugerida sería: *Galletas rellenas de crema con sabor a limón, sin azúcar.* Ya que

galletas rellenas es el término que más se asemeja al concepto de “sandwich cookies” (véase anexo N°1, página 143).

Ejemplo 2.2.3

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Welch's Grape Juice	Jugo de Uva "Concord"

A pesar de que el nombre del producto está compuesto por tres elementos, el traductor opta por no realizar una traducción literal. En vez, decide omitir la marca del producto y se basa en la información del empaque original para sustituir la marca por la variedad de uva que se utiliza para elaborar el producto.

En este caso consideramos errado traducir “concord” en vez de Welch’s ya que al ser la uva una fruta que no se produce en nuestro país el referente no crea una imagen alusiva en la mente del público meta (véase anexo N°1, página 158).

Podríamos decir que el costarricense promedio sólo está familiarizado con las uvas moradas y las verdes sin semilla. Por esta razón nosotros sí realizariamos una traducción literal y llamaríamos al producto *Jugo de uva Welch’s.* Nuevamente, evidenciamos el uso incorrecto de las mayúsculas en la traducción.

Ejemplo 2.2.4

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Branch’s Chocolate Covered Peanuts	Maní cubierto con Chocolate libre de Azúcar

En la traducción de esta etiqueta se elimina la marca del producto como puntalizamos en un apartado anterior. Se utiliza la regla sintáctica citada por Saénz donde el último sustantivo se convierte en el primero y se descodifica traduciendo el nombre de derecha a izquierda agregando la preposición “con”, que según la RAE:

con.

(Del lat. *cum*).

1. prep. Denota el medio, modo o instrumento que sirve para hacer algo.

Al mismo tiempo, el traductor adiciona la característica más relevante del producto para su comercialización “libre de azúcar”. De acuerdo con los descriptores nutricionales un alimento “libre de azúcar” es aquel que aporta menos de 0,5 gramos en una porción. Sin embargo, el descriptor “libre de azúcar” debe ser mirado con precaución, puesto que en ciertos casos significa que no contiene sacarosa pero sí contiene azúcares simples (véase anexo N°4, página 171).

En el caso del producto en cuestión, contiene 0 gramos de azúcar y sucralosa Splenda® por lo que el término sí está bien empleado. Si no se hubiera utilizado la sucarosa como sustituto del azúcar entonces si habríamos podido usar “sin azúcar”; ya que la preposición “sin” denota carencia o falta de. En este ejemplo, también se hace uso incorrecto de las mayúsculas (véase anexo N°1, página 118).

Traducción sugerida: *Maní cubierto con chocolate libre de azúcar Branch’s.*

Ejemplo 2.2.5

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Ultimate Cinnamon Danish	Galletas Dulces Danesas de Canela y Pasas

En este caso se omite el término “ultimate” que es parte del nombre del producto y se intercambia por “galletas” (véase anexo N°1, página 148). Galletas le da un sentido más concreto a “danesas de canela” que por sí solo no le dice mucho al lector más que es un producto dulce. El término “danesas” es el referente clave, ya que éste alude al tipo de masa que se utiliza para preparar las galletas. Consideramos que el adjetivo “dulces” está de más ya que al especificar que la masa es danesa y que contiene canela el lector puede intuir que el sabor de las galletas no será salado.

Traducción sugerida: *Galletas danesas de canela Ultimate marca DARE.*

Ejemplo 2.2.6

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Slim-Fast Optima Milk Chocolate Shake Mix	Mezcla para Bebida instantánea sabor a Chocolate con Leche. Reducida en Azúcar, con 24 vitaminas y minerals

Nuevamente se omite la marca del producto Slim-Fast Optima y se explícita la clase de producto que es “mezcla para bebida instantánea” que corresponde a “shake mix” (véase anexo N°1, página 142). Se agregan elementos de prestigio que exaltan la calidad del producto “Reducida en Azúcar, con 24 vitaminas y minerales”. La etiqueta traducida agrega como subtítulo el elemento comparativo-persuasivo al citar que el producto contiene un *45%*

Menos de azúcar que la "Mezcla para Bebida instantánea sabor Chocolate con Leche" Tradicional. No obstante, en el empaque no se menciona de forma escrita que el producto sea reducido en azúcar ni tampoco se encuentra visible el porcentaje del que habla el subtítulo.

Al poner este hecho de manifiesto, no queremos afirmar que se esté emitiendo un mensaje engañoso sino que es posible que el traductor tenga acceso a más información sobre el producto que le permita hacer dicha adición. Sin embargo, si un consumidor bilingüe lee la etiqueta traducida y posteriormente el texto original podría aducir que se le está engañando pues el empaque no incluye dicha información.

Traducción sugerida: *Mezcla en polvo de leche con chocolate para bebida instantánea Slim-Fast Optima.*

Ejemplo 2.2.7

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Atkins Advantage Morning Apple Crisp Bar	Barra de soya y proteína con almendras tostadas y trozos de manzana seca, con cobertura de dulce con sabor a chocolate blanco

El texto original es reemplazado por completo (Véase anexo N°1, página 115). El nombre del producto se sustituye por una algunos de los ingredientes enlistados en el empaque, procedimiento que consideramos poco pertinente puesto que para ello está designada la lista de ingredientes. A su vez, se describe la parte externa del producto al mencionar que este posee una "cobertura de dulce con sabor a chocolate blanco" información que no está en el

empaque ni tampoco en la página web de la compañía (<http://www.atkins.com/products/apple-crisp-breakfast-bar>). Consideramos necesario incluir la marca del producto pues dentro del contexto Atkins se asocia con un regimen dietético; es decir la marca posee cierto grado de prestigio dentro del mercado alimenticio de quienes cuidan su figura o su salud.

Traducción sugerida: *Barrita de manzana crujiente, marca Atkins.*

Ejemplo 2.2.8

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Pink Salmon	Salmón rosado cocido envasado en salmuera

A pesar de que el nombre del producto en el texto original sólo está compuesto por un adjetivo y un sustantivo, estructura que hace propicia la traducción literal, el traductor hace una ampliación en el texto meta (véase anexo N°1, página 138).

En nuestra opinión la adición de “cocido envasado” está de más puesto que nos estamos refiriendo a un producto enlatado. Sin embargo, aprobamos la ampliación del texto al incluir el término “salmuera”. Al investigar el significado de la palabra que no es de uso frecuente o coloquial nos damos cuenta que la RAE lo define como:

salmuera.

(Del lat. *sal mŭria*).

1. f. Agua cargada de sal.

2. f. Agua que sueltan las cosas saladas.

3. f. Líquido que se prepara con sal y otros condimentos, y se utiliza para conservar carnes, pescados, etc.

Por otra parte la enciclopedia en línea Wikipedia define **salmuera** como una disolución en agua concentrada en sal común (<http://es.wikipedia.org/wiki/Salmuera>). Este término funciona como advertencia para aquellas personas que buscan consumir alimentos bajos en sodio como los hipertensos o personas que cuidan la ingesta de sal por cuestiones de salud.

Traducción sugerida: *Salmón rosado procesado con salmuera*.

Ejemplo 2.2.9

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Greenshell Mussels	Mejillones de concha verde congelados

En este ejemplo se realiza una traducción literal del nombre del producto que llena las expectativas del consumidor meta (véase anexo N°1, página 132). Consideramos que el término “congelados” está fuera de lugar porque el consumidor toma el producto de las cámaras enfriadoras, por ende sabe que están congeladas. Además las instrucciones tanto en el texto original como el texto meta mencionan que debe mantenerse congelado. Por lo que lo que para mejorar la traducción sólo eliminariamos dicho término.

Ejemplo 2.2.10

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Ramen Noodle Soup Chicken Vegetable Flavor	Fideos y sazonador en polvo para preparar sopa con sabor a pollo y vegetales

Nuevamente el traductor realiza una explicitación del contenido del producto (véase anexo N°1, página 146). La construcción del texto original permite realizar una traducción del nombre sin complicación alguna pues los sustantivos y adjetivos presentes no muestran ningún grado alto de dificultad para transmitir el mensaje. El sustantivo “noodle” es la única palabra que podría representar un obstáculo al elegir el término al español que ilustre de forma acertada el tipo de pasta al que se refiere el original teniendo en cuenta el público meta para el cual se traduce.

Traducción sugerida: *Sopa instantánea de* ***tallarines*** *con sabor a pollo y vegetales marca Ramen,* donde se estandariza el término denominándolo “tallarines”. *Sopa instantánea de* ***fideos*** *con sabor a pollo y vegetales marca Ramen,* donde se utiliza “fideos” para adaptarlo al registro coloquial costarricense.

2.3 Nombres de productos con términos en la lengua de origen

Otra de las singularidades de la traducción de etiquetas de alimentos es el uso de términos en la lengua de origen dentro del texto meta. Al no traducir el vocablo al español, el mensaje queda truncado ya el lector meta no comprende en su totalidad el nombre del producto. Por lo cual sugerimos que se omita el término o que se explicite según el caso. Los siguientes ejemplos nos ayudan a ilustrar esta situación.

Ejemplo 2.3.1

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Extra Crunchy Skippy Peanut Butter super chunk	Mantequilla de maní super chunk pedacitos extra

El texto meta es entendible hasta el sustantivo maní, la frase “super chunk pedacitos extra” confunde al consumidor por el vocablo al inglés y porque la construcción es forzada. “Trocitos” no cuenta con el mismo significado que “super chunk”, ésta construcción pretende diferenciar el producto diciendo que los pedazos de maní son bastante grandes si se compara con otra marca de mantequilla de maní. A su vez “super chunk” ayuda al lector a distinguir entre mantequilla de maní “Creamy” y mantequilla de maní “Extra Crunchy” (véase anexo N°1, página 157).

Traducción sugerida: *Mantequilla de maní Skippy con trozos extra crujientes.*

Ejemplo 2.3.2

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Zesty Italian Dressing	Aderezo Italiano Zesty

Como vemos “zesty” es la raíz del problema. “Italian Dressing” se ha traducido literalmente (véase anexo N°1, página 150). Pero ¿qué es “zesty”? Al investigar en línea nos damos cuenta que se refiere a la cáscara de un cítrico (limón o naranja) que aromatiza un plato. Por lo tanto, tenemos la opción de omitir el término o explicitarlo en la traducción.

Traducción sugerida: *Aderezo italiano para ensaladas* o *Aderezo italiano con un toque de sabor cítrico.*

2.4 Nombres de producto poco comunes en la lengua meta

En esta sección encontramos nombres de productos que al leerlos en el texto meta resultan extraños o poco frecuentes para el lector, ya que una o dos palabras causan alteración en la fluidez del mensaje.

Ejemplo 2.4.1

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Vivant Crackers made with Real Garden Vegetables	Galletas saladas c/ Sabor especies de vegetales (DARE)

Una vez más se omite el nombre del producto y se resalta la característica primordial del mismo (véase anexo N°1, página 149). Hallamos la construcción “con sabor especies de vegetales” inadecuada, ya que “especies” tránsmite un significado que nos remite a la botánica en vez de invitar a comprar el producto. No despierta en el consumidor una imagen de deseo por saborear unas galletas hechas con vegetales producidos en casa. Esta frase es como el lema del producto, es el elemento de prestigio y persuasivo del nombre por ende su traducción no puede omitirse ni malograrse.

Traducción sugerida: *Galletas saladas Vivant elaboradas con auténticos vegetales.*

Ejemplo 2.4.2

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
PAM Original Canola Cooking Spray	Atomizador de aceite comestible de canola

Si el producto es adquirido en un supermercado es evidente que por estar en el anaquel de los aceites y en un pasillo donde se encuentran otros productos

alimenticios, se puede dar por sentado que es un producto comestible. Si por el contrario, lo compramos en otro establecimiento comercial que no tenga las dispociones de un supermercado podemos decir que el nombre aceite de canola hoy en día no es ajeno al consumidor. Por ello consideramos que es redundante explicitar que el aceite es “comestible” (véase anexo N°1, página 135).

Para constatar la relevancia del uso de este término en los aceites aptos para cocinar se usaron textos paralelos de aceites producidos en Costa Rica por el Grupo Numar S.A (<http://www.numar.net/esp/procomclover.html>) así como los aceites Crisol y Girol. Ninguno de los aceites consultados contenían la mención “comestible”.

A pesar de que el nombre del producto incluye el término “original” para diferenciarlo de las otras variedades de aceites[6] que produce la misma marca consideramos innecesario traducirlo pues el aceite sólo tiene sabor a canola, es decir sabor tradicional a este tipo de aceite.

Es importante mencionar que el nombre PAM está relacionado con el término “polyacrylamide microemulsions” el cual es un ingenioso hallazgo que relaciona con el proceso que se describe acontinuación:

> processes for spray drying emulsions and microemulsions containing water-soluble or water-swellable polymers, to obtain substantially dry water-soluble or water-swellable polymer granules which are useful as flocculants in the water-treating, mining and paper industries, as paper additives and in oil recovery. [7]

[6] Ver variedad de aceites marca PAM accesando la página web: (<http://www.conagrafoods.com/ consumer/ brands/getBrand.do?page=pam>)

[7] Para mayor detalles con respecto a este hallazgo visitar la siguiente dirección en la Internet: (<http://www.patentstorm.us/patents/5658979-description.html>)

Traducción sugerida: *Aceite de canola en aerosol PAM*. No empleamos el término atomizador pues éste puede remitir al consumidor al envase es decir, la lata y no a la sustancia.

Ejemplo 2.4.3

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Linguine Barilla	Pasta Larga "Lengua"

El nombre del producto en el texto original sólo se compone del tipo de pasta más la marca Barilla (véase anexo N°1, página 116). El texto meta hace una explicitación del tipo de pasta pero logra su cometido a medias. "Pasta Larga" logran plantar una imagen mental asociada a spaghetti; pero "lengua" es una traducción muy literal para un término que ya está acuñado en el habla española como lo es linguine. Fernández y Ortega opinan al respecto que:

> los préstamos son muy frecuentes en los textos publicitarios, en la mayoría de los casos por razones de prestigio. Deberían evitarse, pero lo más probable es que esta decisión corresponda al traductor. Observamos que si ya se han instaurado en la lengua de llegada con su forma extranjera, el traductor deberá mantenerlos (Fernández y Ortega, 1998: 1018).

De todos los productos tanto importados como nacionales a excepción de las Pastas roma (<http://www.pastasroma.com/roma.htm>) que llama a este tipo de pasta lenguine todas las demás marcas lo denominan linguine, por ende consideramos poco acertada la traducción que se hace del nombre del producto.

Traducción sugerida: *Linguine marca Barilla*.

Ejemplo 2.4.4

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Party cubes La vache qui rit	Queso en cubos "para untar"

"Queso para untar" es una traducción muy escueta para quienes conocemos el producto ya que no encaja ni con la imagen ni con el producto en sí. En primera instancia el queso viene empacado en un tamaño pequeño por lo cual debe usarse un diminutivo de cubos, es decir cubitos. En la frase "para untar", el traductor le da un uso muy específico al queso cuando puede resaltar la característica más relevante del producto que son los diferentes sabores que contiene el empaque. Estos sabores se puede observan tanto en el original como en el texto meta (hongos, queso azul y cebolla) y en los diferentes colores de los cubitos en el empaque (véase anexo N°1, página 136).

Traducción sugerida: *La vache qui rit surtido de queso en cubitos*

Ejemplo 2.4.5

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Swiss Miss Chocolate Sensation	Chocolate en polvo sensación

El texto meta pierde parte del nombre original **Swiss Miss** que es la parte esencial del nombre del producto (véase anexo N°1, página 121). "Chocolate en polvo sensación" nos sugiere que la marca es sensación, que el chocolate gusta mucho; es decir, que causa sensación pero no nos dice cuál es ese chocolate. Este nombre tan general que se le da al producto nos puede llevar a pensar en

cualquier tipo de chocolate en polvo del mercado tal como: Milo, Johnnys, Carnation, Harricks y Nesquik entre otros.

Como hemos visto si no podemos transmitir el mensaje completo del nombre del producto, la explicitación es un recurso valido al traducir las etiquetas de los alimentos. Por eso nuestra traducción sugerida es: ***Swiss Miss*** *mezcla en polvo de chocolate para bebida instantánea.*

Omitimos el término “sensacional” por ser un adjetivo que no corresponde a un sabor específico de la bebida, sino más bien a una sensación de agrado o gusto por este tipo de chocolate. Al visitar la página web de este producto <(http://www.conagrafoods.com/consumer/brands/getBrand.do?page=swiss_miss>) nos damos cuenta que en el espacio que se encuentra situado “sensacional” se coloca el sabor distintivo de cada empaque.

Ejemplo 2.4.6

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
JELL-O low calorie gelatin dessert, Lime Sugar Free	Gelatina con sabor a Lima, Libre de Azúcar

Lima y Jell-O son los sujetos de observación de esta traducción. Como lo hemos venido mencionando el nombre del producto es importante como estrategia de mercadeo. El consumidor necesita identificarse con él para poder diferenciar el producto de cualquier otro. Pareciera ser que “libre de azúcar” es usado para elevar el registro de la traducción y por ende del producto; no obstante, como se mencionó anteriormente se utiliza ese término basado en los descriptores nutricionales.

Si bien es cierto que en Costa Rica existe una gran variedad de cítricos y podríamos pensar en adaptar a la población meta llamando “limón” a “lima”. Sin embargo, lima es un tipo de cítrico muy específico por lo cual coincidimos con el trabajo hecho por el traductor (véase anexo N°1, página 126).

Traducción sugerida: *Gelatina Jell-O con sabor a lima, libre de azúcar*.

Ejemplo 2.4.7

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Chili Beans. Pinto Beans, Chili Peppers, Onion & Garlic in a Zesty Tomato Sauce.	Frijoles Pinto con Chile, Cebolla y Ajo en Salsa de Tomate

Una vez más se omite parte del nombre del producto (véase anexo N°1, página 144). La preposición “con” cumple su función de introducir otro elementos que componen o conforman el producto. De los productos enumerados “chili peppers” no es equivalente a “chile” en español, es indispensable especificar la variedad del chile en este caso decir chile picante. El término “zesty” como se explicó puede omitirse o explicitarse. Otra vez evidenciamos el uso incorrecto de las mayúsculas en la traducción. No traducimos “Chili Beans” porque en la traducción se explicita que es lo que contiene este tipo de comida, por ende se conserva la traducción original y sólo se utilizan las minúsculas .

Traducción sugerida: *Frijoles pintos con chile picante, cebolla y ajo en salsa de tomate.*

Ejemplo 2.4.8

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
New England Clam Chowder	Crema de Almejas

La traducción crema de almejas es acertada puesto que la textura del producto no es el de una sopa (véase anexo N°1, página 155). Desde el punto de vista de la cultura meta "crema de almejas" llena las expectativas del consumidor debido a que solo conocemos un tipo de crema de almejas; es decir, para el consumidor costarricense la diferencia no es evidente.

La posición de Guidère evoca la adaptación y localización del texto original a la cultura meta "because the translator is closer to the recipient than to the issuer […] the questions related to the process of translation are asked from the point of view of the reception and not of the issuance" (<*http:// accurapid.com/journal/15advert.htm*>).

Si la traducción fuera a la inversa se tendría que especificar la variedad ya que en la cultura estadounidense existe *Manhattan Clam Chowder y New England Clam Chowder*, cuya diferencia radica en los ingredientes y que el Manhattan Clam Chowder se hace con tomate[8]. Por lo tanto, no tenemos ninguna sugerencia para esta traducción, ya que encontramos acertada la decisión del traductor.

En resumen para traducir el nombre de los productos alimenticios se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

[8] Ver la diferencia de estas recetas al accesar la página web: <(*http://en.wikipedia.org/ wiki/Clam_chowder*>).

Tabla 1

Recomendaciones para la traducción de los nombres de los productos alimenticios

ORTOGRAFIA	Emplee mayúsculas sólo en la primera letra del nombre del producto.
SINTAXIS	Respete el orden sintáctico predeterminado de los sustantivos y adjetivos según el idioma correspondiente.
	Si la traducción del nombre del producto presenta dificultad decodifíquela de derecha a izquierda, el último sustantivo iría de primero en la versión al español.
	Evite el uso de estructuras literales y apegadas al texto orginal. Las cuales no dan fluidez al texto meta y crean extrañeza en la traducción.
LOCALIZACION	Dentro de lo posible localice la traducción de los sustantivos a la lengua meta. Es importante que evoque una imagen de un producto familiar en el público meta.
MARCA DEL PRODUCTO	Recuerde que existe una diferencia entre el nombre del alimento dado por el productor y la marca del producto.
	No omita la parte del nombre del producto que es intraducible debido a que éste es distintivo del resto de productos similares y único por ende.
	Coloque la parte intraducible del nombre del producto, al final o en el centro de la traducción según el nombre del mismo. No lo omita nunca ya que éste lo diferencia de otros productos de su misma categoría.
PROCEDIMIENTOS DE TRADUCCION	Sólo explicite y amplie el nombre del producto cuando sea necesario relacionarlo con alguna imagen previa que el consumidor pueda tener de un producto similar. O cuando el producto es no es familiar para la cultura meta.

FRASES ESPECIFICAS	Al traducir alimentos “light” recuerde que el término “sin azúcar” difiere de “bajo en azúcar” según los descriptores nutricionales.
	Tenga en cuenta que existen algunos términos de la jerga publicitaria ya están acuñados dentro de la cultura meta por lo tanto pueden utilizarse como préstamos.

3. Etiquetado nutricional

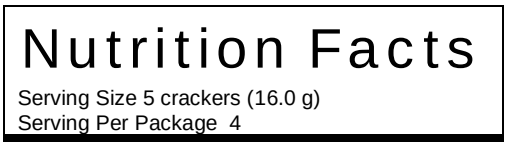
3.1 Información nutricional

El etiquetado nutricional está compuesto por las cualidades y propiedades del producto alimenticio en forma numérica, cuyo formato es una tabla divida en visualmente en tres bloques de información de un grupo a otro manteniendo un mismo estilo gráfico separando a los tres por medio de una franga de mayor grosor.

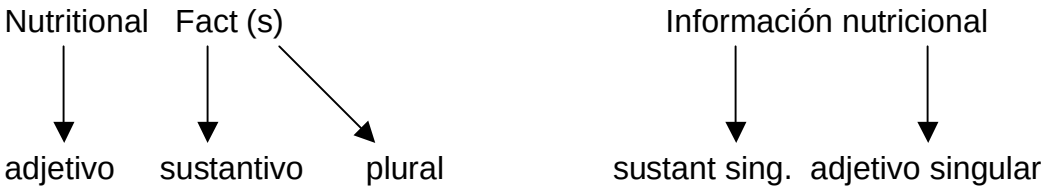
En el primer bloque encontramos “Nutrition Facts”, “serving size” y “serving per package, container, envelope” es decir el nombre del tipo de empaque.

Figura 2.

Información nutricional de las etiquetas en general



Según nuestra observación en veinticuatro de las veinticinco etiquetas alimenticias, “Nutricional Facts” [9] es traducido como “Información nutricional”. Si estudiamos el término desde el punto de vista morfológico y sintáctico nos damos cuenta que el texto original es un plural y se transfiere al texto meta como un singular. Se realiza una traducción donde notamos un gran uso de términos acuñados que se asemejan al inglés; se puede decir que una traducción muy contaminada.



La única etiqueta que no traduce literalmente “nutrition facts” es la etiqueta del chocolate “Dairy Milk” marca Cadbury. Esto nos lleva a concluir que la traducción fue hecha fuera de Costa Rica, ya que “Nutritional” se convierte en “nutrimental”, traducción que consideramos más adecuada que “nutricional”, debido a la diferencia en el significado según la RAE:

nutricional.

1. adj. Perteneciente o relativo a la nutrición.

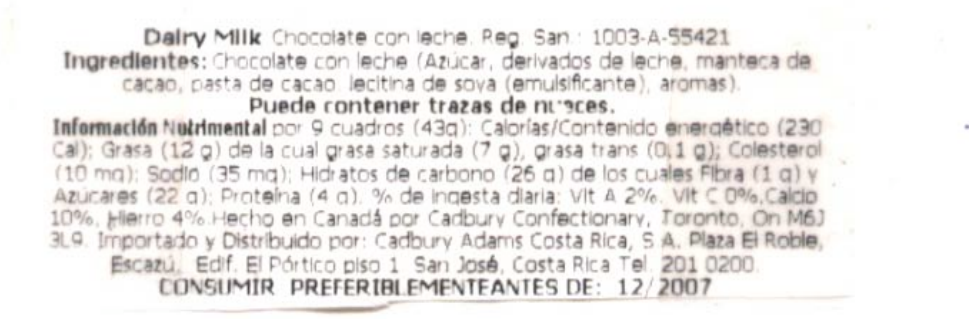
nutrimental (Del b. lat. *nutrimentālis*).

1. **adj. p. us.** **Que sirve de sustento o alimento.**

[9] La información de la figura 2 se obtuvo al estudiar la media en los empaques analizados.

Figura 3

Etiqueta traducida: chocolate con leche marca Cadbury[10]



Dairy Milk Chocolate con leche. Reg. San.: 1003-A-55421
Ingredientes: Chocolate con leche (Azúcar, derivados de leche, manteca de cacao, pasta de cacao, lecitina de soya (emulsificante), aromas).
Puede contener trazas de nueces.
Información Nutrimental por 9 cuadros (43g): Calorías/Contenido energético (230 Cal); Grasa (12 g) de la cual grasa saturada (7 g), grasa trans (0,1 g); Colesterol (10 mg); Sodio (35 mg); Hidratos de carbono (26 g) de los cuales Fibra (1 g) y Azúcares (22 g); Proteína (4 g). % de ingesta diaria: Vit A 2%, Vit C 0%, Calcio 10%, Hierro 4% Hecho en Canadá por Cadbury Confectionary, Toronto, On M6J 3L9. Importado y Distribuido por: Cadbury Adams Costa Rica, S.A. Plaza El Roble, Escazú, Edif. El Pórtico piso 1 San José, Costa Rica Tel. 201 0200.
CONSUMIR PREFERIBLEMENTEANTES DE: 12/2007

Con esto no queremos decir que la traducción literal esté errada pero sí demostrar que existen estructuras en español que van más acorde a lo que se quiere describir en el encabezado de este bloque. Entre ellas proponemos: *Datos alimenticios, Características nutritivas o nutricionales* y *Propiedades nutritivas.*

Es muy probable que por cuestiones de hábito y por visualizar que su equivalente en inglés es “Nutricional Facts” el receptor se incline más hacia el uso de la traducción que se ha venido realizando hasta ahora.

El segundo elemento presente en este bloque es “serving size”. Como observamos en la tabla comparativa existen cinco tipos de estructuras para denominar a este sustantivo compuesto. Vemos como se sustituye o elimina la preposición o el artículo según sea el caso; “de la” pasa a ser sólo “de”, luego se ve sustituido por la preposición “por”, enseguida sólo quedan “tamaño y porción” y por último se convierte en “porción”. Según nuestro análisis la traducción que

[10] Véase anexo N°1, página 119.

se emplea con más frecuencia es “tamaño de porción” a pesar de que las etiquetas cuentan con espacio disponible para agregar el artículo “la”.

Ejemplo 3.1.2

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Serving Size	Tamaño de la porción Tamaño de porción Tamaño por porción Tamaño porción Porción

Sin embargo, el hecho de que ésta sea la estructura más empleada no quiere decir que sea la correcta. Irónicamente las etiquetas alimenticias con menor espacio sólo utilizan “porción” que sería la traducción adecuada.

En inglés “serving” depende de “size” para determinar el tamaño, cosa que no sucede en español ya que porción y ración lo tienen implícito, hecho que corroboramos con las siguientes definiciones dadas por la RAE:

porción.

(Del lat. *portĭo, -ōnis*).

1. f. Cantidad segregada de otra mayor.

2. f. Cantidad que corresponde a cada partícipe en un reparto o distribución.

3. f. Cantidad de comida que diariamente se da a alguien para su alimento, y en especial la que se da en las comunidades.

ración.

(Del lat. *ratĭo, -ōnis*, medida, proporción).

1. f. Parte o porción que se da para alimento en cada comida, tanto a personas como a animales.

El tercer elemento que se encuentra en este segmento de la etiqueta alimenticia es “serving per container” que así es como se aparece escrito en la mayoría de los empaques. Sin embargo, “cointener” se ve modificado según el tipo de alimento como en el caso del empaque de “Blueberry Muffing Mix” donde se lee “serving per pouch”.

“Porciones por empaque” y “porciones por envase” son las estructuras por las cuales se traduce “serving per container” mayor cantidad de veces, es decir ambas comparten el valor de la moda estadísticamente hablando.

Ejemplo 3.1.3

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Serving per Container Serving per Pouch Servings…	Porciones por empaque
Serving per Container	Porciones por envase
Serving per Container	Tamaño por contenedor
Serving per Container	Porciones por contenido

Podríamos hablar de sinonimia y un uso indistintivo o alternado de estos términos al traducir pero al comparar las definiciones dadas por la RAE de los vocablos, nos inclinamos por el uso de envase.

empaque[1].

1. m. Acción y efecto de empacar.

2. m. Conjunto de materiales que forman la envoltura y armazón de los paquetes, como papeles, telas, cuerdas, cintas, etc.

envase.

1. m. Acción y efecto de envasar.

2. m. Recipiente o vaso en que se conservan y transportan ciertos géneros.

3. m. Aquello que envuelve o contiene artículos de comercio u otros efectos para conservarlos o transportarlos.

3.2 Declaración de nutrientes

En el segundo bloque tenemos la declaración de nutrientes donde encontramos términos como “calories”, “total fat”, “saturated fat”, “trans fat”, “sodium” “total carbohydrates”, “sugar” y “protein”. Esta columna siempre contendrá los mismos componentes pues son los exigidos por ley.

Figura 4.

Declaración de nutrientes

Amount Per Serving	
Calories 80	Calories from Fat 32
	% Daily Value *
Total Fat 3.5g	5%
Saturated Fat 1.0g	5%
Trans Fat 1.5g	
Sodium 150mg	6%
Total Carbohydrates 10.0g	**3**%
Dietary Fiber 1.0g	4%
Sugars 1.0g	
Protein 1.0g	

En la tabla comparativa todos los términos en negrita son los de uso frecuente en la traducción de etiquetas de alimentos. Observamos que al primer

elemento del bloque de declaración de nutrientes, se le atribuyen tres diferentes traducciones. Cantidad por porción es la adecuada ya que es una traducción literal válida del original. La segunda, es una fusión entre “amount per serving” y “calories”. Es posible que el traductor considerara que por la posición en la que se encuentra en la tabla “amount per serving” éste sólo estuviera calificando a “calories” y no a todo el resto de los nutrientes de esta sección. Finalmente el término “amount per serving” se omite y se traduce como “energía”.

Ejemplo 3.2.1

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Amount per Serving	**Cantidad por porción** **Cantidad de energía por porción** No se traduce y se sustituye por “energía”.
Calories / Energy value	**Energía** Caloría (pocas veces)
Calories from Fat	Energía de la grasa **Energía de grasa** Calorías de grasa (pocas veces)
Total Fat	Total Grasa **Grasa total** Grasa (pocas veces)
Saturated fat	Grasa saturada
Trans fat	**Si tiene 0g se omite, no se traduce** **Grasas trans**
Sodium	Sodio
Total Carbohydrate	Carbohidratos **Carbohidratos totales**
Dietary Fiber	Fibra dietética
Sugars	Azúcares
Protein	Proteína (s)

El segundo elemento de la etiqueta nutricional, “Calories”, es traducido como “energía” haciendo referencia al significado de “caloría”. Veamos la definición dada por la RAE de “caloría”

caloría.

1. f. *Fís.* Unidad de energía térmica equivalente a la cantidad de calor necesaria para elevar la temperatura de un gramo de agua en un grado centígrado, de 14,5 a 15,5°C, a la presión normal; equivale a 4,185 julios. (Símb. *cal*).

De esta forma “caloría” pierde la connotación negativa que encierra en nuestros días, la cual sinónimo de aumento de peso. Lo mismo sucede en “calories from fat”.

El resto de los términos de este bloque del etiquetado nutricional, no presentan gran dificultad en su traducción por ser palabras aisladas que no van unidas a un referente, lo cual hace propicia la traducción literal. Además, existe una equivalencia uno a uno entre su significado del inglés al español por lo que su traducción no puede dar origen a estructuras poco común en español.

En cuanto a la traducción de las cantidades numéricas, hemos percibido una pequeña diferencia al pasar los valores del inglés al español. La primera diferencia se da en las calorías, debido al cambio en las unidades de medidas que pasa de kilocalorías (kcal) a kilo julio(kJ), donde una kcal equivale a 4,184 kJ; este cambio se explícita siempre en la etiqueta entre paréntesis. El segundo cambio está relacionado con el hecho de que algunas de las cifras vienen dadas en porcentajes en el texto original y se traducen en gramos. El tercero tiene que ver con los lineamientos emitidos por el FDA:

> de acuerdo con las regulaciones de etiquetas de alimentos de la FDA, cuando un producto contiene menos de 0,5 gramos por porción de ciertos nutrientes como grasas totales, grasas saturadas o azúcares, la cantidad de estos nutrientes se considera nutricionalmente no significativa y, por lo tanto, se expresa como “0 gramos” en la etiqueta de información nutricional (<http:// www.ific.org/sp/foodinsight/2005/ma/transfatfisp205.cfm>).

Parece ser que los traductores sí tienen en cuenta la diferencia y no redondean los gramos a 0; sino que incluyen la mínima cantidad que el alimento pueda tenes de nutrientes.

Por otro lado, también encontramos errores relacionados con la traducción de decimales, unidades de millar y de millón puesto que las traducciones se ven influenciadas por el formato del inglés, y no se siguen las reglas ortográficas ya preestablecidas en el español con respecto a la escritura de números:

> en las cantidades numéricas escritas con cifras, las dos lenguas utilizan sistemas opuestos de notación, puesto que el punto se utiliza en inglés para señalar los decimales, y la coma (no el apóstrofo), para las unidades de millar y millón; en castellano, la práctica es la inversa. También existe otra convención en los número de cuatro o más cifras, el uso del espacio fino en lugar del punto. (López y Minett, 1997: 147)

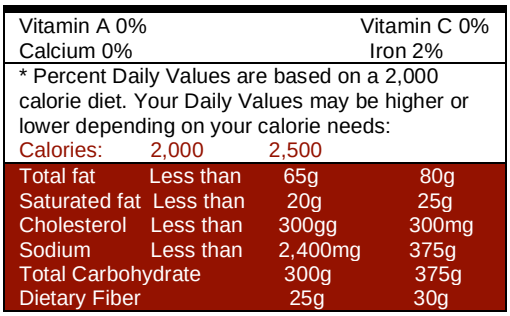
De igual manera, detectamos errores en la escritura de los símbolos de las unidades de medidas internacionales. El traductor debe tener muy encuenta que estas medidas y sus abreviaciones están estandarizadas y por ende debe serguir el formato establecido:

> los símbolos de las unidades son entidades matemáticas universales y no abreviaturas, por lo tanto no van seguidas de punto y no se pluralizan. Por ejemplo, el símbolo de kilogramo es kg y NO kgs. ni Kg. ni tampoco Kgr. El símbolo de litro es l ó L, y NO lts. ni l. Ni tampoco LTRS (<http://www.reglatec.go.cr/Guias/GUIAS_SECCIONADAS/nutricional/guia%20nutricional%20etiquetado%20general.pdf>).

3.3 Vitaminas y valores diarios

El tercer bloque de las etiquetas incluye características nutricionales particulares del alimento, así como la mención estandarizada del porcentaje de valores diarios.

Figura 5



Vitamin A 0%			Vitamin C 0%
Calcium 0%			Iron 2%
* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs:			
Calories:	2,000	2,500	
Total fat	Less than	65g	80g
Saturated fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300gg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	375g
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Las vitaminas se traducen literalmente puesto que no hay ningún tipo de sinonimia que pueda confundir al traductor. Para el porcentaje de valores diaros existe una traducción estandarizada puesto que es la misma para todos los empaques:

> *Basado en los valores diarios recomendados de Estados Unidos. El porcentaje de la recomendación diaria se basa en una dieta de 2000kcal. Sus valores diarios podrían ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.* [11]

El posesivo “sus” de la última oración de este enunciado causa ambigüedad. No se entiende si esos valores dados en la tabla son los que fluctúan o si es que valores diarios de cada individuo van a fluctuar debido a que los debe adecuar a su edad, peso y actividad física. En inglés el posesivo “your”

[11] Información recabada al analizar las etiquetas según la moda predominante en las mismas.

sí da por entendido que se refiere al consumidor, es por ello que sugerimos la siguiente modificación en el texto meta: Los valores diarios de cada individuo varían según sus necesidades energéticas.

La sección en marrón se omite en las etiquetas traducidas de los alimentos. Asumimos que por cuestiones de espacio en primera instancia y en segunda por ser esta una tabla de rango de ingesta de nutrientes por día, es decir, sólo estipula la información nutricional sugerida en general, la cual no se diseña en función al alimento.

En resumen al traducir el etiquetado nutricional de los productos alimenticios se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Tabla 2

Recomendaciones para la traducción del etiquetado nutricional de los productos alimenticios

ESTANDARIZACION DE TERMINOS	Estandarice dentro de lo posible términos tales como: serving size = porción serving per package = porciones por envase calories = calorías o energía amount per serving = cantidad por porción
UNIDADES DE MEDIDAS Y CIFRAS	Recuerde que en el texto original se expresa como “0 gramos” la porción de nutrientes que posee menos de 0,5 gr de ciertos nutrientes.
	Recuerde la diferencia existente entre las unidades de millón, millar y de decimales entre la lengua meta y la lengua original.
	No abrevie ni pluralice las unidades de medidas internacionales. Tampoco les agregue punto al final.

4. Traducción de los ingredientes

Según las leyes de comercialización de productos, los ingredientes deben incluirse en el empaque de manera descendente:

> debe enumerarse todos los ingredientes en orden decreciente, eso significa que los ingredientes son listados de mayor a menor, según la proporción de la masa (peso) inicial, en el momento de fabricación del alimento (<http://www.reglatec.go.cr/Guias/GUIAS_SECCIONADAS/nutricional/guia%20nutricional%20etiquetado%20general.pdf >).

Por lo tanto, la traducción de ingredientes debe guardar el mismo formato. La traducción debe ser hecha palabra por palabra; es decir, una traducción literal ya que los nombres de los ingredientes son monósemicos. Además, debe trasladar los elementos del texto origen al texto meta sin alterar el orden. Sin embargo, sí notamos un cambio en el orden de los ingredientes a la hora de traducir los mismos.

Observamos adiciones en el texto meta hechas por el traductor que esclarecen la función de ciertos ingredientes. Este fenómeno también se da a la inversa donde el texto original explica el cometido del ingrediente entre paréntesis y éste se omite en el texto meta. Dicha situación se ilustra en los siguientes cuadros:

Ejemplo 4.1

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
adipic acid (for tartness)	ácido atípico
disodium phosphate (controls acidity)	fosfato disódico
Maltodextrin (from corn)	maltodextrina
fumaric acid (for tartness)	ácido fumárico

Ejemplo 4.2

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META
Cellulose	celulosa (estabilizante)
Maltitol	maltitol (educolorante)
dicalcium phophate	fosfato dicálcico (texturizador)
Monosodium glutamate	Glutamato monosódico (potenciador de sabor)
Disodium inosinate	Inosinato sódico (acentuadores del sabor)
Citric acid	Ácido cítrico (antioxidante)

Es justamente en este apartado de la traducción de etiquetas que consideramos el traductor debe trabajar mano a mano con el nutricionista o viceversa. Para el traductor es imposible hacer una declaración en el texto meta como la que se encuentra en paréntesis, al menos que el texto original la contenga. Esa breve explicación es palabras llanas, ayuda al consumidor a tener una idea más clara de qué ingredientes contiene el producto.

Los únicos casos de traducción que encontramos donde el término se pudo haber adaptado a la lengua meta para adecuarlos al contexto cultural de la misma se ilustran en el cuadro que acontinuación se detalla:

Ejemplo 4.3

TEXTO ORIGINAL	TEXTO META	TRADUCCION SUGERIDA
Ground chili peppers	Pimientos molidos	Chile picante molido
Red bell pepper	Pimienta roja	Chile dulce rojo
Spices	Especies	Especias

Es posible que las etiquetas alimenticias en donde se encuentran estos términos se hayan traducido fuera de nuestro país o que quien los tradujo no localizo la palabra “chile” puesto que el producto iba a ser exportado a otros países. En el caso de “spices” definitivamente es un error en la elección de la palabra, es imposible confundir “especias con especies” pues sus significados no están asociados de ninguna manera.

Tabla 3

Recomendaciones para la traducción de los ingredientes de los productos alimenticios

ORDEN DE LOS INGREDIENTES	Recuerde que los ingredientes se deben de enumerar en orden decreciente al igual que en el texto original. De lo contario estaría variando la composición del mismo.
PROCEDIMIENTOS DE TRADUCCION	No omita las explicaciones de la función del ingrediente en el texto meta, las cuales se encuentran entre paréntesis en el texto original, ya que ésta información ayuda al lector a comprender de mejor manera el tipo de ingrediente que se utiliza.
	Por el contrario no agregue información si el texto original no posee ningún dato que esclarezca la función del ingrediente. Agréguela una vez que se haya asesorado con un nutricionista.
LOCALIZACION	Adecue a la lengua meta los ingrendientes cuyo nombre no científico así lo permita. Por ejemplo: “red pepper” “chile dulce”

5. Traducción instrucciones de preparación

Las instrucciones y las advertencias son las secciones que, dentro de las etiquetas alimenticias cuentan con mayor cantidad de texto, por ende la cantidad de errores son mayores.

Uno de los primeros errores que notamos en el texto meta, es el uso de infinitivos, los cuales se utilizan en inglés para dar órdenes en el modo imperativo, mientras que en el español la estructura se personaliza al usar imperativos que utilizan un pronombre neutro de forma implícita, por ejemplo:

Inglés: *"Keep out of children's reach."*

Incorrecto: "Mantener fuera del alcance de los niños".

Correcto: "Manténgase fuera del alcance de los niños".

También evidenciamos errores de coherencia, gramaticales, de léxico, sintácticos y de formato que se analizan a continuación en algunos de los ejemplos seleccionados de la totalidad de instrucciones y advertencias que contienen las etiquetas alimenticias. (ver anexo N°3 página 162)

Ejemplo 5.1 Pasta Barilla

Texto original	Texto meta	Traducción sugerida
Get the best from your pasta, cooking the Italian way. 1. Bring 4-6 quarts of water to a rolling boil. Add salt to taste, if desired. 2. Add contents of package to boiling water. Stir gently. 3. Return to a boil. For authentic "al dente" pasta, boil uncovered, stirring occasionally for 9 minutes. For more tender pasta, boil an additional 1 minute. 4. Remove from heat. Drain well. 5. Serve immediately with your favorite Barilla sauce. To prepare half package: Use 3 quarts of water. Cook according to directions.	Preparación: **1.** Hervir de 4 a 6 litros de agua en una olla, adicionar sal al gusto, si lo desea. **2.** Añadir el contenido de una caja al agua hirviendo. Revolver suavemente. **3.** Vuelva a hervir. Para preparar pasta "al dente", hervir sin tapar la olla, revolver ocasionalmente durante 9 minutos. Para una pasta más suave hierva por 1 minuto adicional. **4.** Retirar del fuego. Escurrir bien. **5.** Servir de inmediato con su salsa Barilla favorita. <u>Para preparar medio paquete</u> Utilizar solo 3 litros de agua. Cocinar según las indiciaciones dadas anteriormente.	Preparación 1. Hierva de 4 a 6 litros de agua en una olla, agregue sal al gusto. 2. Coloque el contenido de la caja en el agua hirviendo y revuelva. 3. Espere a que el agua vuelva a hiervir. Para preparar pasta "al dente" no tape la olla y lleve al punto de hervor, revuelva la pasta a menudo por 9 minutos. Para una pasta más cocida hierva por 10 minutos. 4. Retire del fuego y escurra bien. 5. Sirva de inmediato con su salsa Barilla preferida. Para preparar medio paquete: use 3 litros de agua y siga las mismas instrucciones.

Se omite la primera oración de las instrucciones “sáquele mayor provecho a su pasta cocinándola al estilo italiano” ya que este tipo de estructura de prestigio y publicidad es un tanto tediosa o poco común para el público meta. Por lo general, tampoco se usa al inicio de las instrucciones para preparar un producto. Además, intuimos que se elimina por cuestiones de espacio.

Al realizar la conversión de la medida de unidad “quart”, propia de la cultura original, el traductor redondea el número en el texto meta y lo deja igual que en el texto original, puesto que un “quart” es igual a 0,946 litro, es decir casi el litro. También se utilizan términos muy similares al del inglés tales como: add = adicionar, additional = adicional, favorite = favorita. Se conservan al español las estructuras de los adverbios del inglés: gently = suavemente, occasionally = ocasionalmente y anteriormente, lo cual se desaconseja en español y se sugiere recurrir a otro tipo. Se usan infinitivos para dar las instrucciones.

La construcción “adicionar sal al gusto, si lo desea”, es redundante puesto que comunica la misma idea en dos frases diferentes. Se menciona el utensilio de cocina en el cual cocer la pasta, ya que se omite en el original y la “olla” es el utensilio usado en la cultura meta. El punto cuatro se traduce literal y en dos oraciones, “Remove from heat. Drain well”, ”Retirar del fuego. Escurrir bien.” mientras que al español se pudo haber fusionado y hacer una sola: “retire del fuego y escurra bien”.

Ejemplo 5.2 Blueberry Muffin Mix

Texto original	Texto meta	Traducción sugerida
You will need: ½ Cup Water 1.HEAT oven to 400F (or 375F for dark or nonstick pan) **Place** paper baking cups in 5 regular-size muffin cups. (For best results, use paper baking cups) 2. STIR muffin mix and 1/2 cup water until well moistened. **Spoon** into muffin cups, filling each 2/3 full. 3. BAKE 16 to 21 minutes or until light golden brown and tops spring back when touched. Immediately and carefully remove muffings baked in paper baking cups from pan, **or** cool muffins not baked in paper baking cups 2 minutes in pan before carefully removing. Cool completely before storing.	Preparación **1.** Precaliente el horno a 400, coloque moldes de papel para hornear en un molde para 6 panecitos de tamaño regular o solamente engrase el molde. **2.** Bata la mezcla para panecillos con ½ taza de agua hasta que toda la mezcla se observe húmeda (es normal observar grumos en la masa). Llene los moldes. **3.** Hornee de 15 a 20 minutos o hasta dorar y que la superficie del panecillo adquiera una textura esponjosa. Rinde 6 quequitos.	Preparación 1. Precaliente el horno a 200°C (190°C para moldes de teflón o anti-adherentes), para un mejor resultado coloque canastitas de papel para hornear en un molde para 6 quequitos de tamaño regular, o tan sólo engrase el molde. 2. Bata el contenido del sobre con ½ taza de agua hasta que la mezcla se vea uniforme. Ponga la mezcla en los moldes. 3. Hornee por 21 minutos o hasta que los quequitos estén dorados y la superficie esponjosa. Saque de inmediato del molde los quequitos horneados en las canastitas. Espere 2 minutos para desmoldar los quequitos horneados sin canastitas. Almacénelos hasta que estén a temperatura ambiente.

De igual manera, se omite la primera frase del texto original que hace enfásis en el hecho que a parte de la mezcla en el sobrecito, sólo se se ocupa ½ taza de agua para preparar estos quequitos. Partes del formato del texto original no reproducen al no ser características de la cultura meta, tal es el caso de las palabras claves en mayúscula HEAT, STIR y BAKE.

La temperatura no se pasa a grados centígrados que es la unidad de medida de temperatura utilizada por la cultura meta. La frase “moldes de papel para hornear en un molde” es repetitiva por ende el traductor debe consultar textos paralelos de origen costarricense para encontrar un término más acorde.

El tamaño del molde se modifica de 5 a 6 unidades, ya que en la cultura meta casi no se encuentran moldes de 5 unidades. En la frase “(For best results, use paper baking cups)” el traductor logra modular la idea al invertirla, volver a mencionar que “para mejor resultados utilizar moldes de papel para hornear” sería repetitivo en español. A pesar de que el traductor le da la opción al consumidor de hornear los quequitos de forma tradicional sin el papel, no queda explicito en ningún momento que utilizar el “papel” mejora los resultados de la receta.

También observamos como se alterna el uso entre “quequitos” y “panecillos”. Si “muffin” se adaptó al localizar el término dentro de la cultura meta, por qué intercambiarlo indistintamente.

El tiempo de horneado en el original menciona “16 to 21 minutes” mientras que en el texto meta se dice que es “de 15 a 20 minutos” Está más que sobrado decir “Rinde 6 quequitos” cuando el molde es sólo para 6. Hubiera sido mas útil uncluir “*Immediately and carefully remove muffings baked in paper baking cups from pan, or cool muffins not baked in paper baking cups 2 minutes in pan before carefully removing. Cool completely before storing*.”

Ejemplo 5.3 Jell-O

Texto original	Texto meta	Traducción sugerida
Basic Directions: 1. **STIR** 1 cup boiling water into gelatin in medium bowl at least 2 minutes until completely dissolved.2. **STIR** in 1 cup cold water. 3. **REFRIGERATE** 4 hours or until firm. Makes 4 (1/2-cup) servings.	PREPARACION 1) En un recipiente mezcle 1 taza de agua hirviendo + el contenido del sobre. 2) Mezcle 2 minutos hasta que la gelatina este completamente disuelta. 3) Agregue 1 taza de agua fría. 4) Refrigere durante 4 horas o hasta que este firme	Preparación **1.** En un tazón mediano mezcle 1 taza de agua hirviendo más el contenido del sobre por un aproximado de 2 minutos hasta disolver por completo. **2.** Agregue 1 taza de agua fría. **3.** Refrigere por 4 horas o hasta que la gelatina corte. Rinde: 4 porciones de ½ taza.

En este ejemplo podemos observar como los adverbios son traducidos de forma literal. Los pasos de preparación pasan a ser 4 en vez de 3 cuando el traductor no puede integrar en un solo apartado el tiempo aproximado que dura la gelatina en disolverse. En cuanto al vocabulario respecta en la cultura meta la gelatina no cambia de estado de líquido a firme, sino que corta. En la traducción sugerida utilizamos negrilla para diferenciar el orden de los pasos de preparación del resto de medidas que se usan para la preparación; en el texto meta se diferencian al usar color.

Ejemplo 5.4 PAM atomizador de aceite de canola.

IMPORTANT! Point arrow on button toward red mark on can. SHAKE well. Hold can upright 6-12 inches away. SPRAY onto unheated cook/bakeware. A 1 SECOND SPRAY COVERS A 10" SKILLET.	**Instrucciones de Uso:** Apunte la flecha que esta en el atomizador amarillo hacia la marca roja que se encuentra en la lata. Agite bien. Sostenga la lata encima del útensilio de cocina, apróximadamente de 15 a 20 cm sobre el mismo. Rocie sobre el utensilio sin calentar. 1 SEGUNDO DE ASPERSION CUBRE 25 cm DEL SARTEN	**Instrucciones de uso:** asegurese que la flecha apunte hacia la marca roja que se encuentra en la lata. Agite bien. Rocie a unos 15 cm ó 20 cm de la superficie del utensilio de cocina. No rocie sobre utensilios calientes. 1 segundo de aspersión cubre casi 28 cm del sartén

En primera instancia se elimina tanto en el texto meta como en la versión traducida el sustantivo “important”, y se sustituye por “instrucciones de uso”. Nótese el uso incorrecto de mayúsculas en el texto meta en el título así como después de los dos puntos.

El texto meta trata de comunicar fielmente el mensaje del primer párrafo pero lo que crea es una confusión al mencionar tantos elementos propios del envase a la vez. La traducción sugerida omite tanta especificidad y adecua la instrucción mencionando lo que en realidad es importante para el lector meta.

Se incorpora en el texto meta un adverbio terminado en “-mente” el cual no posee el texto original. En la traducción sugerida se utilizan estructuras negativas para resaltar las prohibiciones para con el uso del producto. Por ejemplo el texto meta dice “Rocie sobre el utensilio sin calentar” mientras que la traducción sugerida se enuncia “No rocie sobre utensilios calientes”.

En cuanto a la conversión de números del inglés al español se decidió añadir en la versión traducida el adverbio “casi” para evitar dar una afirmación absoluta sobre el número de centímetros, puesto que según la herramienta utilizada para la conversión 11 pulgadas son 27,94 centímetros.

6. Traducción de advertencias de consumo o uso

Al analizar las advertencias adjuntas a los productos alimenticios nos damos cuenta que existen errores de coherencia y de interpretación de los enunciados, los cuales no se transmiten de una forma clara. Se traducen los adverbios y no se siguen los patrones establecidos para traducir los textos.

Ejemplo 6.1 Branchs Chocolate Covered Peanuts

Texto original	Texto meta	Traducción sugerida
ALLERGY INFORMATION: MADE IN A FACILITY THAT PROCESSES BRAZIL NUTS, HAZEL NUTS (FILBERTS) MACADAMIA NUTS, PEANUTS, PISTACHIOS, AND WALNUTS.	Elaborado en Instalación que procesa maní, nueces, trigo, leche y huevos	Elaborado en instalaciones que procesa castañas, avellanas, macadamia, maní, pistachos y nueces.

En este ejemplo el traductor simplifica el texto meta al omitir el nombre de todos los diferentes tipos de nueces que pueden causar alergia al consumidor. Agrega elementos que no forman parte de la advertencia del texto original ni tampoco se encuentran en la lista de ingredientes.

Al estudiar la etiqueta detalladamente no hallamos evidencia de ingredientes como “trigo, leche y huevos” por lo que surge la interrogante ¿será posible que el traductor utilizara un formato de una traducción anterior y olvidara omitir los últimos tres ingredientes en el texto meta para decuarlo a esta situación específica? si así es, el traductor es responsable de mal informar al consumidor en una sección de la etiqueta alimenticia donde se supone debe tener mayor cuidado al traducir pues se trata de advertencias. Este ejemplo nos sirve para entrever que esta traducción no fue sometida a correciones ni por el traductor ni mucho menos por la empresa que distribuye el producto.

Ejemplo 6.2 Chili Beans. Pinto Beans, Chili Peppers, Onion & Garlic in a Zesty Tomato Sauce.

Texto original	Texto meta	Traducción sugerida
REFRIGERATE ANY UNUSED PORTION IN A SEPARATE, COVERED CONTAINER	Refrigere en un contenedor por aparte después de abierto.	Después de abierto refrigere el sobrante en un recipiente aparte.

Sin duda alguna una traducción muy literal para la cultura meta donde el término más común de uso coloquial es “tarro” y “recipiente” posee registro más elevado. A pesar de que “contenedor” según la RAE posee dos acepciones el público meta podría vincular el término con la primera de ellas:

contenedor.

(De *contener*, trad. del ingl. *container*).

1. m. Embalaje metálico grande y recuperable, de tipos y dimensiones normalizados internacionalmente y con dispositivos para facilitar su manejo.

2. m. Recipiente amplio para depositar residuos diversos.

Nuestra sugerencia de traducción sólo modula la oración e invierte el orden de los elementos de la versión dada en el texto meta. Se agrega la palabra “sobrante” que equivale a “unused portion” y cambiamos “contenedor” por “recipiente”.

Ejemplo 6.3 Ultimate Cinnamon Danish

Texto original	Texto meta	Traducción sugerida
BAKED IN A NUT FREE / PEANUT FREE FACILITY	Manufacturado en Instalaciones libres de maní y nueces.	Horneado en instalaciones que no contienen residuos de nueces ni maní.

El texto meta sustituye el verbo “baked” por “manufacturado” el cual nos parece menos indicado ya que son dos acciones totalmente distintas. Como discutimos en un apartado anterior el término “libre de” se utiliza sólo en el caso de que nos refiramos a los descriptores nutricionales. Lo que quiere resaltan esta advertencia es que el lugar donde se hornea el producto no contiene ni un solo residuo de maní ni de nueces; por lo tanto la preposición “sin” es la más adecuada. Sin embargo, nuestra propuesta de traducción pretende ser menos económica pero más específica para destacar el verdadero significado de la advertencia.

Ejemplo 6.4 Atomizador de aceite de canola, PAM

Texto original	Texto meta	Traducción sugerida
WARNING: USE ONLY AS DIRECTED. INTENTIONAL MISUSE BY DELIBERATELY CONCENTRATING AND INHALING THE CONTENTS CAN BE HARMFUL OR FATAL. FLAMMABLE. DO NOT SPRAY ON HEATED SURFACES OR NEAR OPEN FLAME. NEVER SPRAY DIRECTLY INTO OVEN. REMOVE BROILER PANS FROM OVEN BEFORE SPRAYING. CAN MAY BURST IF LEFT ON STOVE OR NEAR HEAT SOURCE. AVOID SPRAYING IN EYES. CONTENTS UNDER PRESSURE. DO NOT PUNCTURE OR INCINERATE. DO NOT STORE ABOVE 120F.KEEP OUT OF REACH OF CHILDREN. FOR MORE EDUCATION ABOUT PRODUCT ABUSE, CONTACT THE ALLIANCE FOR CONSUMER EDUCATION AT www.inhalant.org	ADVERTENCIAS: Utilicelo solo como se le indico. Malgastar el producto concentrandolo deliberadamente e inhalar el contenido puede ser peligroso o fatal. Producto inflamable. No lo atómice sobre superficies calientes o cerca de alguna llama. Nunca lo rocie directo en un horno. **Remueva** del horno los utensilios para asar antes de atómizar. Puede explotar si se deja sostenido esta bajo presión, no punce la lata ni tampoco la incinere. No lo almacene a temperaturas mayores de 480º (120º F) MANTEGALO LEJOS DEL ALCANCE DE LOS NINOS	Advertencia. Utilicelo sólo como se le indica. Inhalar el producto de forma intencional podría ser nocivo y causar daños. PRODUCTO INFLAMABLE. El contenido de este envase está a presión. No rocié sobre superficies calientes o cerca de alguna llama, tampoco lo haga directo en un horno. Retire las bandejas del horno antes de rociar. Manténgase alejado de fuentes de calor o cocinas. Evite el contacto con los ojos. No perfore o incinere la lata. Almacene a una temperatura menor a los 49º C. Manténgase fuera del alcance de los niños.

En la primera oración notamos un cambio en el tiempo verbal no apto para esta traducción. Debido a que el verbo indicar se encuentra en la primera oración de las advertencias para este producto, el tiempo verbal no puede ser el pretérito “indicó” sino presente “indica”. La segunda oración del texto meta carece de coherencia no comunica el mensaje en forma concisa y no queda claro que inhalar a propósito el aceite en altas concentraciones puede ser perjudicial para el consumidor.

La traducción sugerida decide emplear mayúsculas y negrita para destacar la mención “flammable” y captar la atención del consumidor.

Consideramos que el verbo “atomizar” nos remite al significante pesticida, plagicidad y no a la acción de cocinar; razón por la cual en la traducción sugerida se cambia por “rociar”.

La instrucción “no lo atómice sobre superficies calientes o cerca de alguna llama. Nunca lo rocie directo en un horno” por economía se pudo haber combinado en una sola ya que se está hablando del mismo tema. Esta acción si se lleva acabo en la traducción sugerida.

En este otro ejemplo sucede lo inverso que en el anterior, se unen instrucciones que no tienen semejanza entre sí y ni siquiera se separan las ideas por una “coma”, tampoco se tilda el verbo “estar” que se encuentra en tercera persona singular: “Puede explotar si se deja sostenido esta bajo presión, no punce la lata ni tampoco la incinere”

También hallamos estructura con cacofonía “Remueva del horno los utensilios para asar antes de atómizar”. Sugerimos el cambio a un imperativo de

la siguiente advertencia “No lo almacene a temperaturas mayores de 48ºC (120º F)” .

7. Elaboración de la guía para la traducción de etiquetas alimenticias

Luego de analizar las traducciones y detectar los errores más frecuentes al traducir las etiquetas de alimentos es que proponemos la siguiente guía. Esta guía orientará y facilitará la tarea de traducción de este tipo de textos. Como pudimos observar a lo largo de la investigación el factor extratextual de formato y espacio con el que el cuenta la traducción es mínimo por ende nuestro trabajo como “mediadores” entre el productor y el consumidor debe ser óptimo.

7.1 Guía para la traducción de etiquetas alimenticias

La siguiente guía enumera los elementos primordiales en los cuales se presentan los errores más comunes en las traducciones análizadas de este género y los cuales se deben de evitar para brindar al consumidor una traducción con una calidad aceptable.

Tabla 4

Guía para la traducción de etiquetas alimenticias

LECTOR	Tenga en cuenta que su lector meta es un lector de diferentes niveles académicos, sociales y económicos. Emplee un registro medio, ni tan científico que no se comprenda ni tan llano que sea coloquial.

LOCALIZACION	Localice los términos o emplee términos cuyo registro es intermedio, esto ayuda al lector a comprender de una mejor manera lo que se le quiere comunicar. Términos como reignición, combustión, salmuera y asperción entre otros poseen un registro elevado y evitan que el mensaje entre el productor y el consumidor sea fluido.
FORMATO	A pesar de que el traductor tiene que hacer uso del procedimiento de economía en la traducción por lo reducido del espacio guarde las características del formato del texto original que le sean posibles.
	Presente la información clara de manera que invite al lector de la lengua meta a conocer sobre el producto.
	Para diferenciar los títulos y los subtítulos del resto del texto, utilice mayúsculas y letra tipo negrita.
	Utilice letra tipo negrita para la enumeración de pasos en las advertencias e instrucciones de uso. Lo mismo aplica para el etiquetado nutricional. De esta manera los datos importantes podrán captar la atención del público.
	Recuerde que NO puede alterar el orden de los ingredientes en el texto meta. El orden en que vienen enlistados en el texto original expresa las cantidades que contiene el producto de cada ingrediente. Alterar el orden sería como alterar la composición química del mismo.
	Sólo explicite entre paréntesis la función del ingrediente cuando lo sepa, o cuando la versión original así lo menciona. De lo contario consulte a un especialista en el campo. Explicar la función del ingrediente ayuda al lector meta a comprender de mejor manera el contenido del producto.
CONTENIDO	Para la traducción de este género la precisión, la exactitud y la fiabilidad de los datos especialmente en la sección de instrucciones y de advertencias es de suma importancia. Los términos que se se emplean no pueden causar ningún tipo de ambigüedad al lector. Investige el singificado semántico de la palabra así como el uso dentro de la cultura meta. En el texto original los datos son muy específicos y cuentan con instrucciones detalladas debido a que para la cultura que fueron diseñados posee antecedentes de lectura de etiquetas alimenticias. Eso quiere decir que si el producto no declara sus propiedades, advertencias e instrucciones de manera minuciosa el consumidor en caso de perjuicio puede demandar al productor. De ahí la trascendencia de la claridad en los enunciados y de la exactitud de los mismos.

SINTAXIS	Recuerde el orden de las palabras en ambas lenguas no es un asunto arbitrario. Al español el adjetivo casi siempre se coloca después del sustantivo para dar a conocer las cualidades de éste.
	Si el nombre del producto que se traduce posee entre dos y cuatro palabras, descodifíquelo de derecha a izquierda.
	Si la estructura del nombre del producto parece complicada use los árboles sintácticos para decifrar el orden de los elementos en español.
	Coloque que el nombre propio del producto el cual no se puede traducir al español, al inicio del nombre. Si lo elimina o trata de traducirlo estaría cambiando la imagen del producto. Por ejemplo: Jell-O Gelatina libre de azúcar.
	Traduzca las instrucciones en modo imperativo y no en modo infinitivo como al inglés.
	Evite el uso de anglisimos y falsos cognados tales como: contenedor, adicionar, atender, entre otros.
	Reemplace los adverbios terminados en –mente por una estructura más acorde al contexto donde se encuentra el adverbio. El uso de los adverbios en este tipo de texto es muy propia del inglés no así del español.
TEXTOS PARALELOS	Utilice textos paralelos. En cualquier traducción los textos paralelos son una de las herramientas fundamentales para captar el modo propio de comunicar el mensaje en el texto meta. El texto paralelo nos permite comparar el tipo de estructuras que se usan en la cultura meta, las frases ya acuñadas para enunciar un mensaje de una manera más acorde al lector meta. Por ejemplo: “KEEP OUT OF THE REACH OF CHILDREN” “Manténgase fuera del alcance de los niños”
PUNTUACION Y ORTOGRAFIA	No olvide hacer uso al español de los signos diacriticos propios de la lengua recuerde que éstos pueden cambiar el significado de una palabra y comunicar de manera incorrecta el mensaje.
	Evite copiar la puntación del inglés. Sólo la primera letra del título se escribre en mayúscula, las demás en minúscula.
	Existen divergencias en la escritura de decimales, unidades de millón y de millar entre el inglés y el español aplíquelas no induzca al consumidor al error, ni denote su falta de conomiento y profesionalismo
	Las unidades de medidas internacionales NO son abreviaturas no las pluralice, ni tampoco las escriba en mayúscula.

Esperamos que estos consejos y hallazgos sirvan de ayuda para quienes incursionan por primera vez en el campo de traducción de etiquetas de alimentos, ya sean estos colegas traductores, nutricionistas o personas bilingües en general.

Esta guía ayudará a brindar una traducción de calidad al lector meta, en un sector donde la comunicación del mensaje no puede verse entorpecida por errores sintácticos y morfológicos.

CONCLUSIONES

A pesar de que las etiquetas de los alimentos son consideradas un microtexto éstas no dejan de ser importantes para el público meta. Los traductores profesionales o las personas encargadas de realizar la traducción deben hacer un mayor esfuerzo para lograr una buena traducción de este tipo de texto, ya que como es bien sabido la salud del consumidor está en sus manos. Consideramos que los traductores de etiquetas alimenticias deberían complementar su labor con la asesoría directa de un nutricionista. Al analizar algunos de los empaques traducidos vemos que se adiciona información en cuanto a la función de los ingredientes, algo que el traductor no está en capacidad de realizar ya que no cuenta con el conocimiento debido. Esta información adicional, es de gran ayuda para el consumidor costarricense, el cual no ha sido educado dentro su cultura a leer e interpretar las etiquetas alimenticias como sí lo han sido los individuos de la cultura meta para la cual se diseña la etiqueta original.

Si bien, la nutrición es un campo especializado no todos los consumidores contamos con los conocimientos sobre nutrición o sobre la terminología respectiva que aparece en la etiqueta alimenticia. Existen muchos aspectos de la terminología actual de las etiquetas alimenticias que pueden mejorarse; de esta manera el consumidor podría comprenderlas en su totalidad. La mayoría de los consumidores sólo captamos la información básica de las etiquetas alimenticias es decir comprendemos sobre calorías, grasas, azúcares, sodio y

carbohidratos. Quienes leen las etiquetas lo hacen por cuestiones de salud, ya sea por cuidar su colesterol, por la diabétes o porque simplemente cuidan lo que comen. La noción de porciones, porcentajes y valores nutricionales diarios recomendados basados en una dieta de 2.000 calorías por día, son ajenas a la mayoría de la población. Por esta razón es que instamos a los productores y nutricionistas a crear etiquetas alimenticias con una terminología más llana para que estas puedan ser comprendidas en su totalidad y logren cumplir el objetivo para el cual fueron diseñadas. Si los consumidores carecen de conocimientos en cuanto a términos y requisitos nutricionales se refiere, es posible que la información de las etiquetas no esté logrando su propósito a cabalidad.

En cuanto a la cultura de lectura de etiquetas respecta, consideramos que es imprescindible ofrecer una mejor educación nutricional para mejorar los conocimientos sobre nutrición. En este radica el gran reto para el gobierno, los educadores, los profesionales de la salud y todas las partes implicadas en este proceso.

A nivel traductológico podríamos pensar que la correspondencia “uno a uno”, es decir, una traducción donde coexiste la equivalencia y el buen empleo de la terminología entre el texto original y el texto meta es una buena traducción. Sin embargo, esa equivalencia en materia de traducción de etiquetas puede ser riesgosa y tener consecuencias negativas para la salud del consumidor, especialmente cuando se trata de traducir ingredientes de alimentos. Es justamente en este tipo de situaciones que consideramos necesario que el traductor emplee el conocimiento del nutricionista o químico. El traductor a

ciencia cierta, no puede determinar si aquel ingrediente que traduce es nocivo para el consumidor. Esta situación nos remite al incidente de la pasta dental **Mr. Cool** y **Genial**, la cual estaba contaminada con un ingrediente tóxico denominado dietilenglicol una sustancia de uso industrial, que es común encontrarla en líquido para frenos y anticongelantes; el otro ejemplo es el caso de los confites **White Rabbit** que contienían formaldehído, una sustancia que provoca cáncer.

Por otro lado, si es un nutricionista quien traduce las etiquetas alimenticias, debería echar mano de la instrucción del traductor; ya que en la mayoría de las etiquetas existen errores de puntuación y ortográficos que si bien es cierto no impiden comunicar el mensaje que se traduce, sí inducen al error de escritura y denotan el desconocimiento del arte de la traducción. También observamos el uso de términos no adaptados culturalmente o traducidos como falsos cognados. De igual manera, se hallan estructuras sintácticas poco acertadas en la lengua terminal, principalmente en la traducción de instrucciones.

Es más que evidente que el contenido de la traducción está en desequilibro con respecto al contenido del original, razón por la cual, la proponemos que al menos el tamaño de la letra de la etiqueta traducida sea considerable, pues el tipo de letra actual dificulta su lectura. Recomendamos que el formato de la etiqueta traducida sea dentro de lo posible fiel al original, si no fuese factible al menos renovarlo puesto que la información está tan aglomerada

que también dificulta su lectura. En resumen, el consumidor necesita etiquetas traducidas que sean legibles, claras, atractivas y que estén bien estructuradas.

Si bien es cierto, el Ministerio de Economía Industria y Comercio y el Ministerio de Salud Pública velan porque se cumpla la ley y el producto cuente con la respectiva traducción al español, sin embargo no se verifica que la traducción sea acertada y veraz. Aunque el Ministerio de Salud Pública específicamente requiera que la traducción de la etiqueta alimenticia sea realizada por traductor oficial, ¿quién regula esta actividad y da fe que las traducciones están bien logradas?. Aparentemente no existe un departamento específico dentro de estas instituciones que se dedique a constatar la calidad y veracidad de la traducción de las etiquetas alimenticias. Por ello nos cuestionamos la necesidad de crear un organismo colegiado de traductores que respalde y regule el trabajo de la traducción, que asegure a su vez la excelencia en el ejercicio de la profesión y que funja como ente facilitador entre el traductor y su cliente.

Debido a que en la actualidad no contamos con esta entidad, la única opción disponible como profesionales responsables es apoyarnos en estudios realizados en materia de traducción. Esta monografía como estudio de investigación sirve de ayuda para quien además de hacer uso de sus habilidades como traductor, haga uso de una guía específica en el área de traducción de etiquetas alimenticias, un campo poco explorado y explotado cuya relevancia dentro del medio no puede pasar inadvertida. Recomendamos ampliar este estudio y explorar la traducción de otro tipo de productos de

consumo masivo para determinar los diferentes rasgos traductológicos, ya que investigar sólo una clase de productos es una de las limitantes de este trabajo. Otra de las limitaciones de esta investigación fue no haber podido comprobar a ciencia cierta quién traduce las etiquetas alimenticias. Si en verdad las etiquetas son traducidas por un traductor oficial su calidad denota lo contrario, ya que los errores cometidos no son propios de un profesional de la traducción.

Finalmente, dadas las características propias de este género consideramos que este estudio sirve de base para la elaboración de un programa de traducción automática el cual facilitaría la labor del traductor en este campo.

BIBLIOGRAFIA

Arntz, Reiner y Picht, Heribert. *Introducción a la terminología*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Madrid,1995.

Ayuntamiento de Avilés. Etiquetado de productos alimenticios <http://www.ayto-aviles.es/consumo/consumo_ficha04.htm> [Consultada en marzo 2007].

Centro Europeo del Consumidor. Ayuda al consumidor, legislación, derechos básicos de los consumidores en España y etiquetado.<http://cec.consumoinc.es/cec/secciones/Ayuda/Derechos/Espana/ Derechos/Etiquetado_es.asp> [Consultada en marzo 2007].

Chavarrías, Marta. Necesidad de un etiquetado nutricional común. <http://www.laboratoriocalidad.com/noticias_g.asp?id=163&pag=0> [Consultada en marzo 2007].

Comisión del Codex Alimentarius. Página principal y oficial del CODEX <http://www.codexalimentarius.net/web/index_es.jsp> [Consultada en abril 2007].

De terminología y lexicografía: la lexicografía especializada <http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/46861663545253164754491/014546_6.pdf> [Consultada en junio 2007].

Diccionario de la Real Academia en línea. <www.rae.es> [Consultada en enero 2007].

Duran, Pilar. Análisis de los aspectos intrínsecos y extrínsecos de la coherencia en los textos para la enseñanza del inglés académico y profesional.<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=871291> [Consultada en junio 2007].

El lenguaje publicitario. Página de descargas de Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes <http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/12715174229160414198846/010317_3.pdf> [Consultada en junio 2007].

El País.com. Sanidad vigilará los mensajes engañosos o exagerados en la publicidad de los alimentos. EFE Madrid. 01 febrero 2007.<http://guillaumme.blogspot.com/search?q=mensajes+enganosos> [Consultada en junio 2007].

Elizondo, Emilia. El lenguaje figurado en los textos científico-técnicos: una reflexión sobre teoría de la traducción y algunas propuestas prácticas. Universidad Nacional, 2002.

Fernández, Leandro y Ortega, Emilio. *Estudios sobre traducción e interpretación. Traducción socio-económica y publiciataria*. Málaga: Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga, 1998.

Gamero, Silvia. La traducción de textos técnicos. 1.a edición. Editorial Ariel, 2001. Barcelona.

Godino, Juan y Recio Angel. Un modelo semiótico para el análisis de las relaciones entre pensamiento, lenguaje y contexto en educación matemática <http://www.sectormatematica.cl/educmatem/semiotico.htm> [Consultada en septiembre 2007].

Guidère, Mathieu. Translation Practices in Advertising. Translation Journal, volumen 5, January 2001 <http://accurapid.com/journal/ 15advert.htm> [Consultada en octubre 2007].

Hernández, Ruth. Estructuras sintácticas de la traducción de la etiquetas de alimentos. Universidad Nacional, 2006.

Malliot, Jean. *La traducción científica y técnica*. Gráficas Condor España, 1997.

Ministerio de Economía Industria y Comercio. Consultas frecuentes en torno al etiquetado de los productos y de los reglamentos técnicos aplicables. <http://www.reglatec.go.cr/ consultas.htm> [Consultada en septiembre 2006].

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. Cumplimiento de la ley 7472 en materia de etiquetado de productos de mayor consumo en semana santa. San José, abril 2006.<www.consumo.go.cr/investigaciones/ verificaciones/ InformeSemanaSanta2006.pdf> [Consultada en septiembre 2006].

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. Importaciones totales por origen 2000-2006. <http://www.comex.go.cr/ estadisticas/importaciones/ Importaciones%20Totales%20origen%202006.pdf> [Consultada septiembre 2006].

Ministerio de Economía Industria y Comercio. Ley 7472. Promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor. <http://www.reglatec.go.cr/decretos/7472.pdf> [Consultada en septiembre 2006].

Ministerio de Economía Industria y Comercio. Verificación de etiquetado en idioma español, Agosto2006. <http://www.consumo.go.cr/investigaciones/verificaciones/verificacionEtiquetado_06-09-06.pdf> [Consultada en septiembre 2006].

Molina Jiménez, Iván. Identidad nacional y cambio cultural en Costa Rica durante la segunda mitad del siglo XX. <http://www.ts.ucr.ac.cr/~historia/hcostarica/materiales/Ivan-Molina.htm> [Consultada en agosto 2007].

Mora, Carlos. Un encuentro con la traducción automática: Análisis comparativo de un texto traducido bajo diferentes modalidades de traducción. Universidad Nacional, 2003.

Newmark, Peter. *A Texbook of Transalation*. Prentice Hall International (UK) Ltd. 1988.

López, Juan y Minett, Jacqueline*. Manual de traducción inglés-castellano. Teoría y práctica.* Editorial Gedisa. Barcelona 1997.

Ojo al dato etiquetado. <http://aula21.net/Nutriweb/etiquetado.htm> [Consultada en septiembre 2006].

Portal alimentario. Etiquetado engañoso de alimentos. <http://www.portalalimentario.com/PDF/etiquetado%20enga%Floso%20de%20alimentos.pdf> [Consultada en septiembre 2006].

Reglamento técnico centroamericano RTCA 71.01.38:06. Etiquetado de productos higiénicos. <http://www.reglatec.go.cr/descargas/RTCA71.01.38.06EtiquetadoProdHigienicosCR20060619.pdf> [Consultada en septiembre 2006].

Reglamento de Notificación de Materias Primas, Registro Sanitario, Importación, Desalmacenaje y Vigilancia de Alimentos <http://www.tramites.go.cr/manual/espanol/legislacion/31595.pdf> [Consultada en septiembre 2006].

Rivas, Brenda. Hacia un enfoque interdisciplinario de la traducción. <http://www.humanidadesucv.org.ve/publicaciones/publicaciones/ColecAcad/licenciatura/HACIA%20UN%20ENFOQUE%20INTERDICIPLINARIO%20%20DE%20LA%20TRADUCCION.pdf> [Consultada en octubre 2007].

Saénz, Floria, 2005. Translating Compound Nouns from English to Spanish. Universidad Nacional (notas de clase Traducción de textos comerciales, legales y de economía).

Sevilla, Manuel y Sevilla, Julia. Una clasificación del texto científico-técnico desde un enfoque multidireccional Universidad Complutense de Madrid <http://elies.rediris.es/Language_Design/LD5/sevilla-sevilla.pdf> [Consultada en septiembre 2007].

Sosa, Silvia. Estudio de caso como estrategia de investigación <http://www.eumed.net/tesis/2006/ssc/2c.htm> [Consultada en octubre 2007].

Terminología. <http://aportes.educ.ar/lengua/nucleo-teorico/influencia-de-las-tic/tecnologias-de-la-informacion-y-la-comunicacion-tic-y-lingueistica/terminologia.php> [Consultada en septiembre 2007].

Traducción de la información acerca de las grasas trans. <http://www.ific.org/sp/foodinsight/2005/ma/transfatfisp205.cfm> [Consultada en agosto 2007].

World Health Organization. Global and regional food consumption patterns and trends. <http://www.who.int/nutrition/topics/3_foodconsumption/en/index.html> [Consultada en agosto 2007].

Wikipedia enciclopedia en línea. Definición de salmuera <http://es.wikipedia.org/wiki/Salmuera> [Consultada en octubre 2007].

Zaro, Jesús y Truman, Michael. *Manual de traducción: textos españoles e ingleses traducidos y comentados.* Madrid. Sociedad General Española de Librería, 1998.

Anexo 1. Empaques – etiquetas alimenticias.

Atkins Advantage **Shake Creamy Vanilla Bebida con sabor a vainilla bajo en carbohidratos "Batido de vainilla" bajo en** carbohidratos, alto en proteína, sin azúcar adicionado, fortificado con vitaminas y minerales esenciales Contenido: 325 ml ó 1,3 L (4 unidades de 325 ml cada una) Ingredientes: Agua, caseinato de calcio, aceite de soya, concentrado de proteína de suero lácteo, celulosa microcristalina (emulsificante), contiene 0,5% o menos de los siguientes ingredientes: sabores naturales y artificiales, fosfato de potasio (emulsificante), goma celulosa (estabilizante), lecitina de soya (emulsificante), carragenina (estabilizante), sucralosa (marca Splenda®, edulcorante no nutritivo), beta caroteno, cloruro de magnesio, fosfato de magnesio, fosfato tricálcico (secuestrante), D-biotina, D- pantotenato de calcio, ácido fólico, niacinamida, hidrocloruro de piridoxina, ascorbato de sodio, mononitrato de tiamina, palmitato de vitamina A, vitamina B_{12}, riboflavina, acetato de vitamina E, vitamina K_1, cloruro de cromo, sulfato de cobre, sulfato ferroso, sulfato de manganeso, cloruro de potasio, citrato de potasio (regulador de acidez), yoduro de potasio, citrato de sodio (regulador de acidez), molibdato de sodio, selenito de sodio, sulfato de cinc, maltodextrinas. País de origen: USA. Consumir antes de: Ver empaque. Lote: Ver empaque. Registro sanitario: 1005 A-31144. Distribuidor: Comidas IVAIRU S.A., Escazu. Tel. 289-4500

Atkins Morning Start **Apple crisp naturally and artificially flavored Breakfast Bars** BARRA DE SOYA Y PROTEÍNA CON ALMENDRAS TOSTADAS Y TROZOS DE MANZANA SECA, CON COBERTURA DE DULCE CON SABOR A CHOCOLATE BLANCO Contenido: 185 g (5 unidades de 37 g) Ingredientes: Trozos de soya con tapioca (proteína aislada de soya, almidón de tapioca, sal), manteca de cacao, mezcla proteica (caseinato de calcio, colágeno hidrolizado), polidextrosa (fibra), glicerina (agente de soporte), frijol de soya seco tostado, almendras tostadas, aceite de girasol, trozos de manzana desecados, sabores naturales y artificiales, celulosa (estabilizante), maltitol (edulcorante), fosfato dicálcico (texturizador), lecitina de soya (emulsificante), especies, sucralosa (edulcorante - marca Splenda®), ácido málico. Hecho nutricional: vitamina A, vitamina C, niacina, vitamina B-2 (riboflavina), vitamina B-1 (tiamina), ácido fólico, vitamina E. País de origen: Canadá. Consumir antes de: Ver empaque. Lote: Ver empaque. Registro Sanitario: 1003-A-59074 Distribuidor: Comidas Ivairu. Escazu. Tel: 289-4500

f

Pasta Larga " Lengua "

Contenido Neto: 1,8 kg (4 unidades de 454 g cada una) **Marca:** Barilla
Casa Manufacturera: Barilla America, Inc **Ingredientes:** Semolina, harina durum, niacina, hierro (sulfato ferroso), mononitrato de tiamina, riboflavina y ácido fólico
Preparación **1.** Hervir de 4 a 6 litros de agua en una olla, adicionar sal al gusto, si lo desea
2. Añadir el contenido de una caja al agua hirviendo. Revolver suavemente
3. Vuelva a hervir. Para preparar pasta "al dente", hervir si tapar la olla, revolver ocasionalmente durante 9 minutos. Para una pasta más suave, hierva por 1 minuto adicional
4. Retirar del fuego. Escurrir bien.
5. Servir de inmediato con su salsa Barilla favorita.
Para preparar medio paquete
Utilizar solo 3 litros de agua. Cocinar según las indicaciones dadas anteriormente
Producto enriquecido Se cocina perfectamente "al dente" en 6-7 minutos
Fabricado en Estados Unidos.
Importado por Prismar de Costa Rica, S.A. Curridabat, San José Frente al Registro Nacional
Teléfono: (506) 283-4494 **Registro Sanitario:** Costa Rica 1005-A-58840
Consumir Preferentemente Antes de: 01junio 2009

INFORMACIÓN NUTRICIONAL
Tamaño de porción: 1/8 de caja (56 g)
Porciones por envase: 8 porciones

Energía 850 kJ (200 kcal)
Energía aportada por grasa 50 kJ (10 kcal)
** Porcentajes basado en las Valores Diarios Recomendados (DV) para Estados Unidos, en una dieta de 8400 kJ (2000 kcal). Sus valores diarios podrían ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas
1 kcal = 4,189 kJ

Energía por gramo de nutriente	
Carbohidratos	17 kJ/g (4 kcal/g)
Proteínas	17 kJ/g (4 kcal/g)
Grasas	37 kJ/g (9 kcal/g)

Item Number 247252

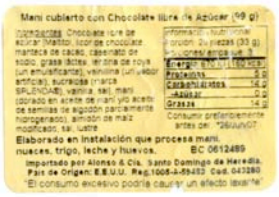
Cantidad por porción		% VD *
Grasa total	1 g	2 %
Grasa saturada	0 g	0 %
Grasa trans	0 g	
Colesterol	0 mg	0 %
Sodio	0 mg	0 %
Carbohidratos totales	42g	14 %
Fibra dietética	2 g	8 %
Azúcares	1 g	
Proteína	7 g	

Vitamina A 0 % • Vitamina C 0 %
Calcio 0 % • Hierro 10 %
Tiamina 35 % • Riboflavina 15 %
Niacina 15 % • Folato 30 %

PRICESMART Membership Shopping

Mezcla para quequitos con arándanos. . Ingredientes: harina enriquecida, azúcar, trocitos imitación de arándanos, dextrosa, aceite de soya y semilla de algodón parcialmente hidrogenados, harina de arroz, almidón de maíz, mono y diglicéridos, almidón de trigo, sólidos de jarabe de maíz, maltodextrina, goma xatán, sabor artificial, casoinato de sodio, huevo, harina de soya. Frescura preservada con BHT. Contiene ingredientes de trigo, leche, huevos y soya. Información Nutricional. Porciones 37g/ Porciones por envase 5/Grasa 3.5g/Carbohidratos 27g/Proteínas 2g/ Calorías 150/ Energía 628KJ (150Kcal) Importado por Indulac, S.A. La Uruca, San José, Costa Rica. Apdo. 5390-1000 San José. Tel. 296-2929. País de origen USA. Lote: ver empaque. Preparación: 1.Precaliente el horno a 400°, coloque moldes de papel para hornear en un molde para 6 panecillos de tamaño regular o solamente engrase el molde.2.Bata la mezda para panecillos con 1/2 taza de agua hasta que todala mezda se observe húmeda(es normal observar grumos en la masa).Llene los moldes. 3.Hornee de 15 a 20 minutos o hasta dorar y que la superficie del panecillo adquiera una textura esponjosa. Rinde 6 quequitos. REGISTRO MINSTERIO DE SALUD 1005-A-46044.

CONSUMIR ANTES DE:13/NOVIEMBRE/2007. PESO NETO: 184g



Mani cubierto con Chocolate libre de Azúcar (99 g)

Ingredientes: Chocolate libre de azúcar [Maltitol, licor de chocolate, manteca de cacao, caseinato de sodio, grasa láctea, lecitina de soya (un emulsificante), vainillina (un sabor artificial), sucralosa (marca SPLENDA®), vainilla, sal], mani (dorado en aceite de mani y/o aceite de semillas de algodón parcialmente hidrogenado), almidón de maíz modificado, sal, lustre.

Información Nutricional	
Porción: 20 piezas (33 g)	
Porciones/ empaque: 3	
Energía 670 kJ (160 kcal)	
Proteínas	5 g
Carbohidratos	14 g
-Azúcar	0 g
Grasas	14 g

Consumir preferiblemente antes del: "26/Jun/07

Elaborado en instalación que procesa mani, nueces, trigo, leche y huevos. **BC 0612489**

Importado por Alonso & Cia. Santo Domingo de Heredia.
País de Origen: E.E.U.U. Reg.1005-A-59453 Cod. 043280

"El consumo excesivo podría causar un efecto laxante"

Dairy Milk Chocolate con leche. Reg. San : 1003-A-55421
Ingredientes: Chocolate con leche (Azúcar, derivados de leche, manteca de cacao, pasta de cacao, lecitina de soya (emulsificante), aromas).
Puede contener trazas de nueces.
Información Nutrimental por 9 cuadros (43g): Calorías/Contenido energético (230 Cal); Grasa (12 g) de la cual grasa saturada (7 g), grasa trans (0,1 g); Colesterol (10 mg); Sodio (35 mg); Hidratos de carbono (26 g) de los cuales Fibra (1 g) y Azúcares (22 g); Proteína (4 g). % de ingesta diaria: Vit A 2%, Vit C 0%,Calcio 10%, Hierro 4% Hecho en Canadá por Cadbury Confectionary, Toronto, On M6J 3L9. Importado y Distribuido por: Cadbury Adams Costa Rica, S.A. Plaza El Roble, Escazú, Edif. El Pórtico piso 1 San José, Costa Rica Tel. 201 0200.
CONSUMIR PREFERIBLEMENTE ANTES DE: 12/2007

(Seasons 1 cup chili)
Servings Per Container about 4
Amount Per Serving
Calories 30 Calories from Fat 5
% Daily Value*
Total Fat 0.5g 1%
Saturated Fat 0g 0%
Trans Fat 0g
Cholesterol 0mg 0%
Sodium 310mg 13%
Total Carbohydrate 5g 2%
Dietary Fiber 2g 8%
Sugars less than 1g
Protein 1g
Vitamin A 15% • Vitamin C 0%
Calcium 0% • Iron 2%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:
Calories: 2,000 2,500
Total Fat Less than 65g 80g
Sat Fat Less than 20g 25g
Cholesterol Less than 300mg 300mg
Sodium Less than 2,400mg 2,400mg
Total Carbohydrate 300g 375g
Dietary Fiber 25g 30g
McCORMICK & CO., INC.
HUNT VALLEY, MD 21031-1190
PACKED IN U.S.A.
For recipes, visit www.mccormick.com
Questions? Call 1-800-632-5847
BESTB/DEC2407CH
YOU WILL N
1 pkg. McCormick Seasonin Mix
1 lb. lean ground beef or turkey
2 cans (8 oz. each) tomato sauce OR 1 can (14½ oz.) diced tomatoes, undrained
1 can (15 to 16 oz.) kidney or pinto beans, undrained
Assorted Toppings: Shredded Cheese, Chopped Onions or Sour Cream
DIRECTIONS
1. BROWN meat in large skillet on medium-high heat. Drain fat.
2. STIR in Seasoning Mix, tomato sauce and beans. Bring to boil; cover. Reduce heat and simmer 10 minutes, stirring occasionally. Serve with toppings, if desired.
FLAVORFUL TIPS
• Use as a topping for rice, baked potatoes, hot dogs or fries.
INGREDIENTS: CHILI PEPPER AND OTHER SPICES, ENRICHED WHEAT FLOUR (FLOUR, NIACIN, REDUCED IRON, THIAMINE MONONITRATE, RIBOFLAVIN, AND FOLIC ACID), ONION, SALT, AND GARLIC.
0 52100 09150 1

McCormick
ORIGINAL Chili
SEASONING MIX
Condimento con sabor a "Chili" (35 g)
Información Nutricional
Porción: 1 1/3 cucharada (9g)
Porciones por envase: 4
Energía 126 kJ (30 kcal)
Proteínas 1 g
Carbohidratos 5 g
Grasas 0,5 g
GS 0604145
Ingredientes: Especia con sabor a "Chili" y otras especias, harina de trigo enriquecida (niacina, hierro reducido, mononitrato de tiamina, riboflavina, ácido fólico), cebolla, sal y ajo.
Importado por Alonso & Cía. Santo Domingo, Heredia.
Origen: E.E.U.U. Reg.1006-A-42656 Cod.046940
Consumir preferiblemente antes de: ver empaque.
Instrucciones de Uso
1) Cocine 1 libra de carne molida de res o pavo. Escurra la grasa.
2) Mezcle el condimento + 2 latas (8 oz. c/u) de salsa de tomate + 1 lata (15 oz) de frijoles.
3) Cubra y hierva durante 10 minutos.
McCormick SPICES
NET WT 1.25 OZ (35g)
SERVING SUGGESTION

SWISS MISS
CHOCOLATE SENSATION
Fecha de caducidad
CARTON MADE WITH 100% RECYCLED PAPERBOARD. CONTAINS MINIMUM 35% POST CONSUMER CONTENT
SWISS MISS
CHOCOLATE SENSATION
No Artificial Sweeteners
HOT COCOA MIX
8-1.25 OZ ENVELOPES (NET WT 10 OZ) 283g
SWISS MISS
CHOCOLATE SENSATION
0 15700 05144 3
Nutrition Facts
Serving Size 1 envelope (35g)
Servings Per Container 8
Amount Per Serving
Calories 150
Calories from Fat 35
% Daily Value*
Total Fat 4g 6%
Saturated Fat 1.5g 8%
Cholesterol 0mg 0%
Sodium 170mg 7%
Total Carbohydrate 27g 9%
Dietary Fiber 2g 8%
Sugars 19g
Protein 2g
Vitamin A 0% • Vitamin C 0%
Calcium 4% • Iron 8%
INGREDIENTS: SUGAR, CORN SYRUP, COCOA (PROCESSED WITH ALKALI), PARTIALLY HYDROGENATED SOYBEAN OIL, NONFAT DRY MILK, LESS THAN 2% OF: NATURAL FLAVOR, CARRAGEENAN, SALT, DIPOTASSIUM PHOSPHATE.
CONTAINS: MILK
ConAgra Foods
SSCC CST 505067
CPO# 20353
7/05 P5 C2
7

41181 (5144)
CHOCOLATE EN POLVO SENSACION
PESO NETO: 283 g
SWISS MISS
Warms the Heart
CHOCOLATE SENSATION
made for
Chocolate Lovers
Great taste comes from great ingredients. Chocolate Sensation uses only the finest quality imported Dutch cocoas.
Chocolate Sensation also has over 50% more cocoa than Swiss Miss Milk Chocolate Hot Cocoa.
Premium ingredients and more cocoa make Chocolate Sensation rich, smooth, and very, very chocolatey.
You deserve the best.
You warm the home... we'll warm the heart.
SWISS MISS
CHOCOLATE SENSATION
JUST ADD HOT WATER
CONVENTIONAL PREPARATION:
Empty contents of envelope into a cup. Gradually stir 6 oz. (3/4 cup) hot (not boiling) water into mix.
MICROWAVE PREPARATION:
Empty contents of envelope into a cup. In a separate microwave-safe container, heat 6 oz. (3/4 cup) water about 1 1/2 minutes or until hot, but not boiling. Gradually stir hot water into mix.
FOR BEST RESULTS:
Do not use boiling water.

Nutrition Facts
Serving Size 1 container (64g)

Amount Per Serving

		% Daily Value*
Calories 290	Calories from Fat 110	
Total Fat 12g		18%
Saturated Fat 6g		30%
Trans Fat 0g		
Cholesterol 0mg		0%
Sodium 1240mg		52%
Total Carbohydrate 37g		12%
Dietary Fiber 2g		8%
Sugars 2g		
Protein 7g		

Vitamin A 8% • Vitamin C 6%
Calcium 2% • Iron 15%

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat. Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

INGREDIENTS: ENRICHED FLOUR (WHEAT FLOUR, NIACIN, REDUCED IRON, THIAMINE MONONITRATE, RIBOFLAVIN, FOLIC ACID), VEGETABLE OIL (CONTAINS ONE OR MORE OF THE FOLLOWING: CANOLA OIL, COTTONSEED OIL, PALM OIL) PRESERVED BY TOCOPHEROLS AND/OR TBHQ AND/OR ASCORBYL PALMITATE, DEHYDRATED VEGETABLES (ONION, CORN, RED BELL PEPPER, CILANTRO), SALT, TEXTURED SOY PROTEIN, TOMATO POWDER, DEXTROSE, MONOSODIUM GLUTAMATE, CHILI AND OTHER SPICES, HYDROLYZED SOY, CORN AND WHEAT PROTEIN, ONION POWDER, CALCIUM SILICATE (ANTICAKING AGENT), GARLIC POWDER, SUGARS, XANTHAN GUM, CARAMEL COLOR, NATURAL FLAVORS, POTASSIUM CARBONATE, BEEF FAT, SODIUM CARBONATE, SODIUM TRIPOLYPHOSPHATE, SODIUM ALGINATE, CITRIC ACID, DISODIUM GUANYLATE, DISODIUM INOSINATE, AUTOLYZED YEAST EXTRACT, ARTIFICIAL FLAVORS, PAPRIKA COLOR.

MANUFACTURED IN A FACILITY THAT ALSO PROCESSES MILK, EGG, PEANUTS, TREE NUTS FISH AND SHRIMP PRODUCTS.

NISSIN® MANUFACTURED BY: NISSIN FOODS (USA) CO., INC. 2001 W. ROSECRANS AVE., GARDENA, CA 90249

SPICY ROAST BEEF Flavor
Recommended Cooking Directions

1 • Pull back lid to dotted line.
• Fill cup to inside line with boiling water from kettle or microwave.

2 • Close lid and let stand for 3 minutes.
• Stir well and enjoy.

Microwave Directions: See lid for details.
Caution: Product is hot; please handle with care. Do not purchase if cup is open or torn.

Cup Noodles.®
For the Very Best in Ramen Noodle Soup.®

MADE IN U.S.A.

BEST BY: (MM, DD, YY)

BOCADILLOS DE MAIZ FRITOS (FRITOS CORN CHIPS)

Peso Neto: 42.5 g

Ingredientes:

Maíz, aceite vegetal, (contiene aceite de maíz o aceite parcialmente hidrogenado de girasol), y sal.

SIN PRESERVANTES

Importado y distribuido por: Sabritas de Costa Rica S.R.L., Apdo. 10488-1000, San José, C.R.

Origen: Estados Unidos de América.

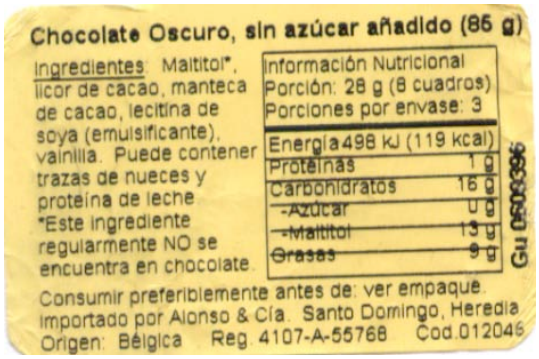
Fabricado y exportado por: Frito-Lay Inc.

Consumir preferiblemente antes de y número de lote: ver al frente del producto.

Registro Sanitario: 1005-A-44791

C.ROBIISA

Best before :
Ten minste houdbaar tot :
Meilleur avant :
Mindestens haltbar bis :
Mindst holdbar til :
5 410976 208013
Guylian & ©
Registered trademarks in the name of Chocolaterie Guylian N.V. Guylian packaging and products are protected by Copyright and/or Trademarks
www.guylian.be
NET WT. / POIDS NET / CONT.NET / INHALT NETTO GEW. / NETTO VÆGT 85g e 3oz
MADE IN BELGIUM / BELGISCH FABRIKAAT / FABRIQUÉ EN BELGIQUE HERGESTELLT IN BELGIËN / FREMSTILET I BELGIEN
CHOCOLATERIE GUYLIAN NV
EUROPARK-OOST 1, B-9100 SINT-NIKLAAS - BELGIUM
BELGIAN DARK CHOCOLATE WITH SWEETENER
INGREDIENTS: Sweetener (Maltitol), cocoa mass, cocoa butter, soya lecithin (emulsifier), vanilla. Cocoa based ingredients : min. 50%. May contain traces of nuts, gluten and/or milkprotein. Excessive consumption may produce laxative effects.
BELGISCHE PURE CHOCOLADE MET ZOETSTOF
INGREDIËNTEN: Zoetstof (Maltitol), cacaomassa, cacaoboter, soja lecithine (emulgator), vanille. Cacaobestanddelen: min. 50%. Kan sporen van noten, gluten en/of melkeiwitten bevatten. Overmatig gebruik kan een laxerend effect hebben.
CHOCOLAT NOIR BELGE AVEC ÉDULCORANT
INGRÉDIENTS: Edulcorant (Maltitol), pâte de cacao, beurre de cacao, lécithine de soya (émulsifiant), vanille. Teneur en cacao: min. 50%. Peut contenir des traces de fruits secs, de gluten et/ou de protéines de lait. Une consommation excessive peut avoir des effets laxatifs.
BELGISCHE ZARTBITTERSCHOKOLADE MIT SÜßSTOFF
ZUTATEN: Süßstoff (Maltitol), Kakaomasse, Kakaobutter, Soja-Lecithin (Emulgator), Vanillin. Kakao: 50% mindestens. Kann Spuren von Nüssen, Gluten und/oder Milch-Eiweiß enthalten. Übermäßiger Gebrauch kann leicht abführend wirken.
MØRK BELGISK CHOKOLADE MED SØDEMIDDEL
INGREDIENSER: Sødemiddel (maltitol), kakaomasse, kakaosmør, emulgator (sojalecithin), vanilje. Mindst 50% kakaotørstof. Kan indeholde spor af mælkeprotein, nødder og/eller gluten. Overdreven brug kan virke afførende.
NUTRITION INFORMATION / VOEDINGSWAARDE / VALEURNUTRITIONNELLE / NÄHRWERTANGABE / NÆRRINGSINDHOLD | /100g
Energy / Energie / Energie /Brennwert / Energi | 427 kcal 1788 kJ
Protein / Eiwitten / Protéines / Eiweiß / Protein | 5g
Carbohydrate / Koolhydraten / Glucides / Kohlenhydrate / Kulhydrat | 51g
Fat / Vetten / Lipides / Fett / Fedt | 31g
KEEP DRY - TENIR AU SEC - DROOG BEWAREN TROCKEN LAGERN - OPBEVARES TØRT 18°C/65°F
GUYLIAN No Sugar Added
No Sugar Added
GUYLIAN
FINEST BELGIAN CHOCOLATE
No Sugar Added
GUYLIAN BELGIAN CHOCOLATE
DARK
Belgian Dark Chocolate with sweetener
Belgische pure chocolade met zoetstof
Chocolat noir belge avec édulcorant
Belgische Zartbitterschokolade mit Süßstoff
NET WT. 85g e 3oz
DARK


Chocolate Oscuro, sin azúcar añadido (85 g)
Ingredientes: Maltitol*, licor de cacao, manteca de cacao, lecitina de soya (emulsificante), vainilla. Puede contener trazas de nueces y proteína de leche
*Este ingrediente regularmente NO se encuentra en chocolate.
Información Nutricional
Porción: 28 g (8 cuadros)
Porciones por envase: 3
Energía 498 kJ (119 kcal)
Proteínas 1 g
Carbohidratos 16 g
-Azúcar 0 g
-Maltitol 13 g
Grasas 9 g
Gu 0500396
Consumir preferiblemente antes de: ver empaque.
Importado por Alonso & Cía. Santo Domingo, Heredia
Origen: Bélgica Reg 4107-A-55768 Cod.012046

Pasta de Tomate preparada

Contenido Neto 2,04 kg (12 latas de 170 g). **Marca:** Hunt's
Casa Fabricante: ConAgra Foods, Inc. **Ingredientes:** Pasta de tomate, sal especias, sabores naturales, ácido cítrico (regulador de acidez)
La imagen del empaque es solo una sugerencia para servir
Fabricado en Estados Unidos.
Importado por Prismar de Costa Rica, S.A. Curridabat, San José Frente al Registro Nacional
Teléfono (506) 283-4494 **Registro Sanitario:** Costa Rica 1005-A-63672
Consumir Preferentemente: Antes de 15febrero 2009

INFORMACIÓN NUTRICIONAL
Tamaño de porción 2 cucharadas(33 g)
Porciones por envase 60 aproximadamente
Energía 100 kJ (25 kcal)
Energía aportada por grasa 0 kJ (0 kcal)

* Basado en los Valores Diarios (VD) de Estados Unidos. Porcentaje de la recomendación diaria se basa en una dieta de 8400 kJ (2000 kcal). Sus valores diarios podrían ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas
1 kcal= 4,189 kJ

Energía por gramo de nutriente	
Carbohidratos	17 kJ/g (4 kcal/g)
Proteínas	17 kJ/g (4 kcal/g)
Grasas	37 kJ/g (9 kcal/g)

Cantidad por porción		%VD
Grasa total	0 g	0%
Grasa saturada	0 g	0%
Grasa trans	0 g	
Colesterol	0 mg	0%
Sodio	95 mg	4%
Carbohidratos tot.	6 g	2%
Fibra dietética	2 g	8%
Azúcar	4 g	
Proteína	1 g	

Vitamina A 6% • Vitamina C 10%
Calcio 0% • Hierro 4%

PRICESMART Membership Shopping

Item Number 389288

Nutrition Facts

Serving Size 4 package (2.5g)
(makes cup)
Servings Per Container 4

Amount Per Serving	
Calories 10	
	% Daily Value*
Total Fat 0g	0%
Saturated Fat 0g	0%
Trans Fat 0g	
Sodium 60mg	3%
Total Carbohydrate 0g	0%
Sugars 0g	
Protein 1g	Not a significant source of Protein

Not a significant source of Calories from Fat, Cholesterol, Dietary Fiber, Vitamin A, Vitamin C, Calcium, and Iron.

*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.

INGREDIENTS: GELATIN, ADIPIC ACID (FOR TARTNESS), DISODIUM PHOSPHATE (CONTROLS ACIDITY), MALTODEXTRIN (FROM CORN), FUMARIC ACID (FOR TARTNESS), CONTAINS LESS THAN 2% OF NATURAL AND ARTIFICIAL FLAVOR, ASPARTAME** AND ACESULFAME POTASSIUM (SWEETENERS), SALT, BLUE 1, YELLOW 5, BHA (PRESERVATIVE).
**PHENYLKETONURICS: CONTAINS PHENYLALANINE

KRAFT FOODS NORTH AMERICA, DIVISION OF KRAFT FOODS GLOBAL, INC., TARRYTOWN, NY 10591 USA

© KF HOLDINGS

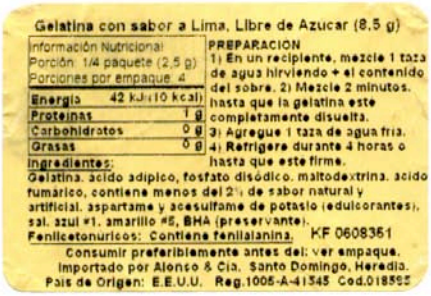
Exchange: FREE. Dietary Exchanges based on *Exchange Lists for Meal Planning* © 2003 by the American Diabetes Association and the American Dietetic Association.

BASIC DIRECTIONS:

1. **STIR** 1 cup boiling water into gelatin in medium bowl at least 2 minutes until completely dissolved.
2. **STIR** in 1 cup cold water.
3. **REFRIGERATE** 4 hours or until firm. Makes 4 (1/2-cup) servings.

Special Twist: Prepare gelatin as directed, substituting 1 cup cold seltzer, club soda, diet carbonated lemon-lime beverage or diet iced tea for cold water. To prepare with orange juice, use 1-1/2 cups boiling water and 1/2 cup cold orange juice.

jell-o.com
1-800-431-1001



Gelatina con sabor a Lima. Libre de Azucar (8.5 g)

Información Nutricional	
Porción 1/4 paquete (2,5 g)	
Porciones por empaque 4	
Energía	42 kJ (10 kcal)
Proteínas	1 g
Carbohidratos	0 g
Grasas	0 g

Ingredientes:
Gelatina, ácido adípico, fosfato disódico, maltodextrina, ácido fumárico, contiene menos del 2% de sabor natural y artificial, aspartame y acesulfame de potasio (edulcorantes), sal, azul #1, amarillo #5, BHA (preservante).
Fenilcetonúricos: Contiene fenilalanina. KF 0608351

PREPARACION
1) En un recipiente, mezcle 1 taza de agua hirviendo + el contenido del sobre. 2) Mezcle 2 minutos, hasta que la gelatina este completamente disuelta. 3) Agregue 1 taza de agua fria. 4) Refrigere durante 4 horas o hasta que este firme.

Consumir preferiblemente antes del: Ver empaque.
Importado por Alonso & Cia. Santo Domingo, Heredia.
Pais de Origen: E.E.U.U. Reg.1005-A-41345 Cod.018595

PAPAS TOSTADAS CON SABOR A NATILLA Y CEBOLLA (LAY'S SOUR CREAM & ONION)

Peso Neto: 28,3 g

Ingredientes: Papas, aceite vegetal (contiene uno o más de los siguientes tipos:) canola, maíz, semilla de algodón o aceite parcialmente hidrogenado (canola, soya o girasol) y sal, leche descremada deshidratada, sólidos de natilla, cebolla, suero, especias, glutamato monosódico (resaltador de sabor), dextrosa, caseinato de sodio (estabilizador), sabor artificial y ácido cítrico (antioxidante).

SIN PRESERVANTES

Importado y distribuido por: Sabritas de Costa Rica S.R.L., Tel. 272-9180 • Fax: 271-5827 • Apdo. 10488-1000, San José, C.R.

Origen: Estados Unidos de América.

Fabricado y exportado por: Frito-Lay Inc.

Consumir preferiblemente antes de y número de lote: ver al frente del producto.

Registro Sanitario: 1005-A-44794

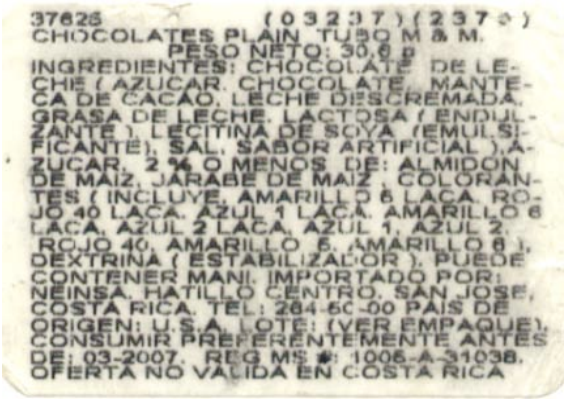
CEMUSA

Factores Nutricionales

Tamaño de la porción: 1 paquete
Tamaño por contenedor 1

Cantidad por porción	
Calorías 160 / Calorías totales de Grasa 100	
	% Valor Diario
Grasa Total 11 g	17%
Grasa Saturada 3 g	17%
Grasa Transportada 0 g	
Colesterol menos de 5 mg	1%
Sodio 210 mg	9%
Carbohidrato Total 12 g	4%
Fibra Dietética 1 g	4%
Azúcares menos de 1 g	
Proteínas 2 g	

MILK CHOCOLATE (SUGAR, CHOCOLATE, COCOA BUTTER, SKIM MILK, MILKFAT, LACTOSE, SOY LECITHIN, SALT, ARTIFICIAL FLAVOR), SUGAR, LESS THAN 2% - CORNSTARCH, CORN SYRUP, COLORING (INCLUDES YELLOW 5 LAKE, RED 40 LAKE, BLUE 1 LAKE, YELLOW 6 LAKE, BLUE 2 LAKE, BLUE 1, BLUE 2, RED 40, YELLOW 5, YELLOW 6), DEXTRIN. MAY CONTAIN PEANUTS
Proof of Purchase
0 402370 6
Distributed by Masterfoods USA
A Division of Mars, Incorporated
Hackettstown, NJ 07840-1503 USA
Questions, Comments or Nutritional Information visit www.mms.com or call 1-800-627-7852.
9003237-7 SC
©TM & ©Mars, Inc.
Milk Chocolate
m&m's BRAND
MINIS
Milk Chocolate
m&m's BRAND
MINIS
CHOCOLATE CANDIES
NET WT 1.08 OZ 30.6g


37628
(0323)(237)
CHOCOLATES PLAIN TUBO M & M.
PESO NETO: 30.6 g
INGREDIENTES: CHOCOLATE DE LECHE (AZUCAR, CHOCOLATE, MANTECA DE CACAO, LECHE DESCREMADA, GRASA DE LECHE, LACTOSA (ENDULZANTE), LECITINA DE SOYA (EMULSIFICANTE), SAL, SABOR ARTIFICIAL), AZUCAR, 2 % O MENOS DE: ALMIDON DE MAIZ, JARABE DE MAIZ, COLORANTES (INCLUYE, AMARILLO 6 LACA, ROJO 40 LACA, AZUL 1 LACA, AMARILLO 6 LACA, AZUL 2 LACA, AZUL 1, AZUL 2, ROJO 40, AMARILLO 5, AMARILLO 6), DEXTRINA (ESTABILIZADOR). PUEDE CONTENER MANI. IMPORTADO POR: NEINSA, HATILLO CENTRO, SAN JOSE, COSTA RICA, TEL: 284-6C-00 PAIS DE ORIGEN: U.S.A. LOTE: (VER EMPAQUE). CONSUMIR PREFERENTEMENTE ANTES DE: 03-2007. REG MS #: 1008-A-31038. OFERTA NO VALIDA EN COSTA RICA

MESSINI

EXTRA VIRGIN

OLIVE OIL

This Extra Virgin Olive Oil is an unrefined natural product with a most luscious and delicate flavour. It is produced from the most famous regions of Greece with favourable enviroment and climatic conditions. This Oil is obtained by light cold pressing in a Traditional millstone press in order to ensure that the full flavour minerals and vitamins of these unique Olives are retained.

Store the bottle in a cool, dry place well away from all light and heat sources. It can turn cloudy when temperature falls below 7° C (45° F) without affecting its qualities.

NUTRITION FACTS	Per 100gr
Energy:	3767kj/900kcal
Protein:	0g
Carboydrates of wich:	
-Sugars	0g
Fat of which:	
-Saturates	14.5g
-Monounsaturates	73.0g
-Polynsaturates	12.5g
-Cholesterol	0g
Fibre:	0g
Sodium:	0g

Not a significant source of dietary fiber, sugars, Vitamin A, vitamin C, calcium and iron

Bottled & exported by AMALTHIA S.A.
304 00 KEFALOVRYSSO-ETOLIKO GREECE
TEL.:+30.26320.22516 - FAX:+30.26320.22983

5 203224 118000

BEST BEFORE/LOT Nos SEE ON TOP

Aceite de Oliva Extra Virgen MESSINI
Peso Neto: 750 ml
Ingredientes:Aceite de Oliva Extra Virgen
Pais de Origen: Grecia
Importado por: Productos MAKY S.A.
Tel # 232 85 15/Reg M.S.4206-A-43739
Informacion Nutricional X 100 gr.
Calorias 900 - Proteinas 0g - Carbohidratos 0g
Grasas Saturadas 14.5g Grasas Monosaturadas 73.0g
Polysaturadas 12.5g Colesterol 0g
Fibras 0g Sodio 0g
Consumir Preferentemente antes de:Ver Empaque

MESSINI

GREEK

EXTRA VIRGIN

OLIVE OIL

FIRST COLD PRESSING

PREMIUM SELECTION

EK-EL-308

Premium Quality
Olive Oil Produced
Directly From Olives
By Only From
Mechanical Meaus

750ml e

とうふ・ほうれん草・わかめ

Nutrition Facts
Serving Size 1 packet (10g)
Servings Per Container 3

Amount Per Serving	
Calories 35	Calories from Fat 10
	% Daily Value*
Total Fat 1g	2%
Saturated Fat 0g	0%
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 790mg	33%
Total Carbohydrate 4g	1%
Dietary Fiber 0g	0%
Sugars 0g	
Protein 3g	
Vitamin A 0% · Vitamin C 0%	
Calcium 2% · Iron 6%	

*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calories	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

栄養成分表示
サービングサイズ 1小袋(10g)
1容器当りのサービング数 3

1サービング当りの量	
総カロリー 35	脂肪によるカロリー 10
	1日必要摂取量に対する%*
総脂肪 1g	2%
飽和脂肪 0g	0%
コレステロール 0mg	0%
ナトリウム 790mg	33%
総炭水化物 4g	1%
食物繊維 0g	0%
糖 0g	
タンパク質 3g	
ビタミンA 0% · ビタミンC 0%	
カルシウム 2% · 鉄 6%	

*1日必要摂取量に対する%は、1日2,000カロリーの食事の場合に基づいています。1日必要摂取量は、必要カロリーに応じて異なります。

カロリー		2,000	2,500
総脂肪		65g未満	80g未満
飽和脂肪		20g未満	25g未満
コレステロール		300mg未満	300mg未満
ナトリウム		2,400mg未満	2,400mg未満
総炭水化物		300g	375g
食物繊維		25g	30g

DIRECTIONS: Empty the contents of one packet into a mug or small shallow bowl. Stir in 2/3 cup boiling water, or more, according to taste.

召し上り方：小袋の中味をお椀またはカップにあけて、160ccの熱湯を注いで、かき混ぜれば出来あがります。お湯の量は適宜加減してください。

Kikkoman has created single servings of authentic miso soup, using a blend of real red and white miso, pieces of firm tofu, and high quality spinach.

最高の風味[illegible]をつぶしたばかりのみそ。本物のとうふと上質の[illegible]を使っていますので、本格的なほうれん草みそ汁1人前が即座に作れます。

原材料：合わせ味噌(大豆、米、塩)、豆腐、わかめ、ほうれん草、澱粉、鰹節、グルタミン酸ナトリウム、蛋白加水分解物、昆布パウダー、イノシン酸ナトリウム、グアニル酸ナトリウム、コハク酸。

INGREDIENTS: Powdered red and white miso (soybeans, rice, salt), dehydrated tofu, dehydrated seaweed, dehydrated spinach, modified food starch, powdered bonito, monosodium glutamate, powdered hydrolyzed soy protein, powdered kelp, disodium inosinate, disodium guanylate, succinic acid.

SOPA INSTANTANEA DE TOFU C/E SPINA/.A
Ingredientes: Miso rojo y blanco,tofu,algas, espinacas,pescado bonito,ajinomoto,soya,
M.S.REG 5411-A-52129 Vence 31/05/07
IMPORTA COMERCIAL TAYU S.A
TEL 221-1263 FAX 221-3730
PREPARACION:
Vierta el contenido de 1 sobresito (contenido total 3 sobresitos por paquete) en un recipiente. Mezcle en 2/3 taza (160 cc) de agua hirviendo, más o menos al gusto. Rinde para 3 porciones

9003 0666

Questions? In the USA, contact Kikkoman Int'l. Inc., San Francisco, CA 94111
PRODUCT OF JAPAN 日本製
DISTRIBUTED BY KIKKOMAN CORPORATION TOKYO 105-8428 JAPAN
販売者 キッコーマン株式会社 東京 105-8428 日本国

5824

OFU-SPINACH MISO SOUP
oybean Paste Soup with Tofu & Spinach

即席 とうふ ほうれん草 みそ汁

合わせみそ

3PACKETS 3袋入

NET WT 1.05 OZ (30g)
KIKKOMAN CORPORATION

SOPA INSTANTANEA DE TOFU C/E SPINA/.A
Ingredientes: Miso rojo y blanco,tofu,algas, espinacas,pescado bonito,ajinomoto,soya,
M.S.REG 5411-A-52129 Vence 31/05/07
IMPORTA COMERCIAL TAYU S.A
TEL 221-1263 FAX 221-3730
PREPARACION:
Vierta el contenido de 1 sobresito (contenido total 3 sobresitos por paquete) en un recipiente. Mezcle en 2/3 taza (160 cc) de agua hirviendo, más o menos al gusto. Rinde para 3 porciones

9003 0666

FRITO-LAY MAKES A WIDE VARIETY OF SNACKS FOR YOU AND YOUR FAMILY.

TRY THESE FRITO-LAY FAVORITES:

DORITOS® brand Tortilla Chips
LAY'S® brand Potato Chips
RUFFLES® brand Potato Chips
TOSTITOS® brand Tortilla Chips
ROLD GOLD® brand Pretzels
CHEETOS® brand Cheese Flavored Snacks
SANTITAS® brand Tortilla Chips

Nothing goes better with Frito-Lay snacks than Frito-Lay dips. Try all of our delicious flavors.

Nutrition Facts

Serving Size About 3/4 cup (28g)
Servings Per Container About 9

Amount Per Serving	
Calories 140	Calories from Fat 60
	% Daily Value*
Total Fat 7g	**11%**
Saturated Fat 1g	**5%**
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	**0%**
Sodium 250mg	**11%**
Potassium 55mg	**2%**
Total Carbohydrate 18g	**6%**
Dietary Fiber 1g	**4%**
Sugars 1g	
Protein 2g	

Vitamin A 0%	•	Vitamin C 0%
Calcium 0%	•	Iron 2%
Vitamin E 4%	•	Thiamin 8%
Riboflavin 4%	•	Niacin 4%
Vitamin B_6 2%	•	Phosphorus 4%
Zinc 2%		

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Calories per gram:
Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4

INGREDIENTS:

DORITOS® BRAND NACHO CHEESIER® BRAND FLAVOR TORTILLA CHIPS
WHOLE CORN, VEGETABLE OIL (CONTAINS ONE OR MORE OF THE FOLLOWING: CORN, SOYBEAN, AND/OR SUNFLOWER OIL), SALT, CHEDDAR CHEESE (CULTURED MILK, SALT, ENZYMES), MALTODEXTRIN, WHEAT FLOUR, WHEY, MONOSODIUM GLUTAMATE, BUTTERMILK SOLIDS, ROMANO CHEESE FROM COW'S MILK (PART-SKIM COW'S MILK, CHEESE CULTURES, SALT, ENZYMES), WHEY PROTEIN CONCENTRATE, ONION POWDER, PARTIALLY HYDROGENATED SOYBEAN AND COTTONSEED OIL, CORN FLOUR, DISODIUM PHOSPHATE, LACTOSE, NATURAL AND ARTIFICIAL FLAVOR, DEXTROSE, TOMATO POWDER, SPICES, LACTIC ACID, ARTIFICIAL COLOR (INCLUDING YELLOW 6, YELLOW 5, RED 40), CITRIC ACID, SUGAR, GARLIC POWDER, RED AND GREEN BELL PEPPER POWDER, SODIUM CASEINATE, DISODIUM INOSINATE, DISODIUM GUANYLATE, NONFAT MILK SOLIDS, WHEY PROTEIN ISOLATE, AND CORN SYRUP SOLIDS.
CONTAINS MILK AND WHEAT INGREDIENTS.

ROLD GOLD® BRAND CLASSIC TINY TWISTS PRETZELS
ENRICHED FLOUR (WHEAT FLOUR, NIACIN, REDUCED IRON, THIAMIN MONONITRATE, RIBOFLAVIN, FOLIC ACID), SALT, CORN SYRUP, CORN OIL, YEAST, MALT EXTRACT, SODIUM BICARBONATE, AMMONIUM BICARBONATE, AND ARTIFICIAL FLAVOR.
CONTAINS A WHEAT INGREDIENT.

SUNCHIPS® BRAND HARVEST CHEDDAR® BRAND FLAVOR MULTIGRAIN SNACKS
WHOLE CORN, VEGETABLE OIL (CONTAINS ONE OR MORE OF THE FOLLOWING: SUNFLOWER OR CANOLA OIL), WHOLE WHEAT, RICE FLOUR, WHOLE OAT FLOUR, SUGAR, MALTODEXTRIN, SALT, CHEDDAR CHEESE (CULTURED MILK, SALT, ENZYMES), WHEY, BUTTERMILK SOLIDS, ROMANO CHEESE FROM COW'S MILK (CULTURED PASTEURIZED PART SKIM MILK, SALT, ENZYMES), WHEY PROTEIN CONCENTRATE, PARTIALLY HYDROGENATED SOYBEAN AND COTTONSEED OIL, ONION POWDER, NATURAL AND ARTIFICIAL FLAVORS, DISODIUM PHOSPHATE, AUTOLYZED YEAST, CITRIC ACID, HYDROLYZED WHEAT GLUTEN, GARLIC POWDER, LACTIC ACID, ARTIFICIAL COLORS (INCLUDING YELLOW 6, BLUE 1, YELLOW 5, RED 40), SOY LECITHIN.
CONTAINS MILK AND WHEAT INGREDIENTS.

CHEETOS® BRAND CHEESE FLAVORED SNACKS - CRUNCHY
ENRICHED CORN MEAL (CORN MEAL, FERROUS SULFATE, NIACIN, THIAMIN MONONITRATE, RIBOFLAVIN, AND FOLIC ACID), VEGETABLE OIL (CONTAINS ONE OR MORE OF THE FOLLOWING: CORN, SOYBEAN, OR SUNFLOWER OIL), WHEY, SALT, CHEDDAR CHEESE (CULTURED MILK, SALT, ENZYMES), PARTIALLY HYDROGENATED SOYBEAN OIL, MALTODEXTRIN, DISODIUM PHOSPHATE, SOUR CREAM (CULTURED CREAM, NONFAT MILK), ARTIFICIAL FLAVOR, MONOSODIUM GLUTAMATE, LACTIC ACID, ARTIFICIAL COLORS (INCLUDING YELLOW 6, YELLOW 5, RED 40), AND CITRIC ACID.

Frito Lay®

Frito Lay®

Munchies®

HUNGRY and can't decide among your favorite snacks? Now you don't have to! Try FRITO-LAY MUNCHIES™ Snack Mix—the **ONLY** snack mix with all your favorites in one bag. Everyone in the family will enjoy them!

Take Munchies Classic Mix: It features DORITOS® NACHO CHEESIER® Flavor Tortilla Chips, CHEETOS® Crunchy Cheese Flavored Snacks, SUNCHIPS® HARVEST CHEDDAR® Flavor Multigrain Snacks, and ROLD GOLD® Classic Tiny Twists Pretzels—all in **BITE-SIZED** pieces that make them perfect to munch **ANYTIME!**

Factores Nutricionales

TOS® NACHO CHEESIER® Flavor Tortilla Chips

D® Classic s Pretzels

SUNCHIPS® HARVEST CHEDDAR® Flavor Multigrain Snacks

'OS® Crunchy Flavored Snacks

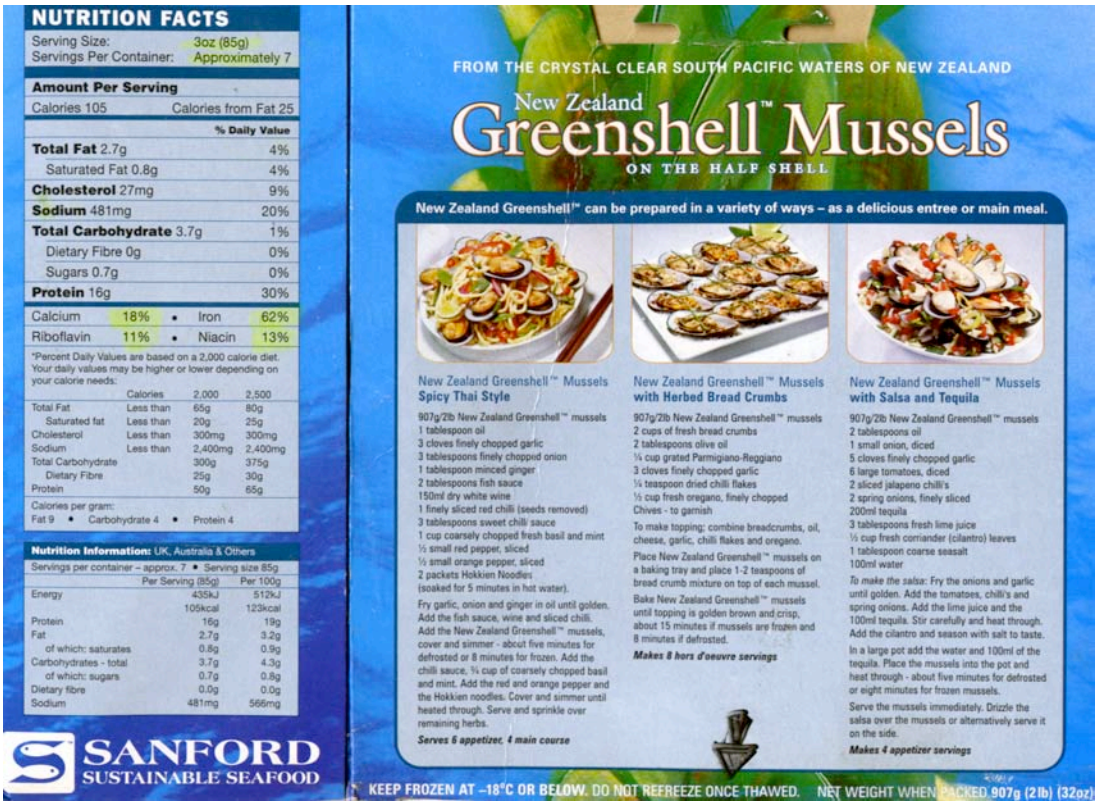
Try all our great-tasting flavors.

Visit our website @ fritolay.com

0 28400 02357 3

MUNC-2115E/MIL FIN 30008824

C03680110 L1


NUTRITION FACTS
Serving Size: 3oz (85g)
Servings Per Container: Approximately 7
Amount Per Serving
Calories 105 Calories from Fat 25
% Daily Value
Total Fat 2.7g 4%
Saturated Fat 0.8g 4%
Cholesterol 27mg 9%
Sodium 481mg 20%
Total Carbohydrate 3.7g 1%
Dietary Fibre 0g 0%
Sugars 0.7g 0%
Protein 16g 30%
Calcium 18% • Iron 62%
Riboflavin 11% • Niacin 13%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:
Calories 2,000 2,500
Total Fat Less than 65g 80g
Saturated fat Less than 20g 25g
Cholesterol Less than 300mg 300mg
Sodium Less than 2,400mg 2,400mg
Total Carbohydrate 300g 375g
Dietary Fibre 25g 30g
Protein 50g 65g
Calories per gram:
Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4
Nutrition Information: UK, Australia & Others
Servings per container – approx. 7 • Serving size 85g
Per Serving (85g) Per 100g
Energy 435kJ 512kJ
105kcal 123kcal
Protein 16g 19g
Fat 2.7g 3.2g
of which: saturates 0.8g 0.9g
Carbohydrates - total 3.7g 4.3g
of which: sugars 0.7g 0.8g
Dietary fibre 0.0g 0.0g
Sodium 481mg 566mg
SANFORD
SUSTAINABLE SEAFOOD
FROM THE CRYSTAL CLEAR SOUTH PACIFIC WATERS OF NEW ZEALAND
New Zealand
Greenshell™ Mussels
ON THE HALF SHELL
New Zealand Greenshell™ can be prepared in a variety of ways – as a delicious entree or main meal.
New Zealand Greenshell™ Mussels
Spicy Thai Style
907g/2lb New Zealand Greenshell™ mussels
1 tablespoon oil
3 cloves finely chopped garlic
3 tablespoons finely choppid onion
1 tablespoon minced ginger
2 tablespoons fish sauce
150ml dry white wine
1 finely sliced red chili (seeds removed)
3 tablespoons sweet chili sauce
1 cup coarsely chopped fresh basil and mint
½ small red pepper, sliced
½ small orange pepper, sliced
2 packets Hokkien Noodles
(soaked for 5 minutes in hot water).
Fry garlic, onion and ginger in oil until golden. Add the fish sauce, wine and sliced chili. Add the New Zealand Greenshell™ mussels, cover and simmer - about five minutes for defrosted or 8 minutes for frozen. Add the chilli sauce, ¼ cup of coarsely chopped basil and mint. Add the red and orange pepper and the Hokkien noodles. Cover and simmer until heated through. Serve and sprinkle over remaining herbs.
Serves 6 appetizer, 4 main course
New Zealand Greenshell™ Mussels
with Herbed Bread Crumbs
907g/2lb New Zealand Greenshell™ mussels
2 cups of fresh bread crumbs
2 tablespoons olive oil
¼ cup grated Parmigiano-Reggiano
3 cloves finely chopped garlic
¼ teaspoon dried chilli flakes
½ cup fresh oregano, finely chopped
Chives - to garnish
To make topping: combine breadcrumbs, oil, cheese, garlic, chilli flakes and oregano.
Place New Zealand Greenshell™ mussels on a baking tray and place 1-2 teaspoons of bread crumb mixture on top of each mussel.
Bake New Zealand Greenshell™ mussels until topping is golden brown and crisp, about 15 minutes if mussels are frozen and 8 minutes if defrosted.
Makes 8 hors d'oeuvre servings
New Zealand Greenshell™ Mussels
with Salsa and Tequila
907g/2lb New Zealand Greenshell™ mussels
2 tablespoons oil
1 small onion, diced
5 cloves finely chopped garlic
6 large tomatoes, diced
2 sliced jalapeno chilli's
2 spring onions, finely sliced
200ml tequila
3 tablespoons fresh lime juice
½ cup fresh corriander (cilantro) leaves
1 tablespoon coarse seasalt
100ml water
To make the salsa: Fry the onions and garlic until golden. Add the tomatoes, chilli's and spring onions. Add the lime juice and the 100ml tequila. Stir carefully and heat through. Add the cilantro and season with salt to taste.
In a large pot add the water and 100ml of the tequila. Place the mussels into the pot and heat through - about five minutes for defrosted or eight minutes for frozen mussels.
Serve the mussels immediately. Drizzle the salsa over the mussels or alternatively serve it on the side.
Makes 4 appetizer servings
KEEP FROZEN AT –18°C OR BELOW. DO NOT REFREEZE ONCE THAWED. NET WEIGHT WHEN PACKED 907g (2lb) (32oz)

Cultivated New Zealand
Greenshell™ Mussels
ON THE HALF SHELL
Product of New Zealand
Packed by Sanford Limited
22 Jellicoe Street, Auckland, New Zealand.
www.sanford.co.nz
PH 177 NZ 33 SP
SANFORD
SUSTAINABLE SEAFOOD
KEEP FROZEN –18°C OR BELOW
New Zealand
Greenshell™ Mussels
ON THE HALF SHELL
(Perna canaliculus)
SANFORD
SUSTAINABLE SEAFOOD
KEEP FROZEN –18°C OR BELOW NET WEIGHT WHEN PACKED 907g (2lb) (32oz)

12 Packs
Nutrition Facts
Serving Size 1 package (57g)
Servings Per Container 12
Amount Per Serving
Calories 270 Calories from Fat 100
% Daily Value*
Total Fat 11g 17%
Saturated Fat 3.5g 18%
Trans Fat 0g
Polyunsaturated Fat 2g
Monounsaturated Fat 5g
Cholesterol 0mg 0%
Sodium 310mg 13%
Total Carbohydrate 41g 14%
Dietary Fiber 2g 8%
Sugars 23g
Protein 3g
Vitamin A 0% • Vitamin C 0%
Calcium 0% • Iron 15%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:
Calories: 2,000 2,500
Total Fat Less than 65g 80g
Sat Fat Less than 20g 25g
Cholesterol Less than 300mg 300mg
Sodium Less than 2400mg 2400mg
Total Carbohydrate 300g 375g
Dietary Fiber 25g 30g
Where everything is up 2 u!
WHEN WRITING TO US, PLEASE ENCLOSE THE SIDE FLAP WITH PRINTED CODE, OR CALL 1-800-NABISCO (622-4726), WEEKDAYS. FOR BEST WHEN USED BY INFORMATION, PLEASE SEE DATE PRINTED ON PACKAGE.
100388427
BRAND SEAL
2 OZ OREO SANDWICH COOKIES
12 DISPLAY PACKAGES
0 44000 08842 2
INGREDIENTS: SUGAR, ENRICHED FLOUR (WHEAT FLOUR, NIACIN, REDUCED IRON, THIAMINE MONONITRATE (VITAMIN B1), RIBOFLAVIN (VITAMIN B2), FOLIC ACID), HIGH OLEIC CANOLA OIL AND/OR PALM OIL AND/OR CANOLA OIL, COCOA (PROCESSED WITH ALKALI), HIGH FRUCTOSE CORN SYRUP, BAKING SODA, CORNSTARCH, SALT, SOY LECITHIN (EMULSIFIER), VANILLIN - AN ARTIFICIAL FLAVOR. CHOCOLATE.
KRAFT FOODS NORTH AMERICA
KRAFT FOODS GLOBAL, INC.
EAST HANOVER, NJ 07936 USA
© KF HOLDINGS

Milk's Favorite Cookie
OREO
CHOCOLATE SANDWICH COOKIES
6 COOKIES
NET WT 2 OZ (57g)
Milk's Favorite Cookie
OREO
6 COOKIES
Nutrition Facts
KRAFT
Kraft Foods
© KRAFT FOODS

America's Favorite Cookie
OREO
12 Packs
12 -2 OZ (57g) PACKS • NET WT 1 LB 8 OZ (684g)

Producto: Galletas dulces con sabor a chocolate con relleno de crema

Contenido Neto: 684 g (12 paquetes/57 g cada uno) **Marca:** Oreo

Casa Manufacturera: Nabisco, Inc. **Ingredientes:** Azúcar, harina enriquecida (harina de trigo, niacina, hierro reducido, tiamina mononitrato, riboflavina, ácido fólico), manteca vegetal, jarabe de maíz alto en fructosa, harina de maíz, suero (lactato, almidón de maíz, bicarbonato de sodio), como gasificante), sal, lecitina de soya (como emulsificante), vainillina (como sabor artificial), chocolate.

Fabricado en Estados Unidos.

Importado por: Prismar de Costa Rica S.A. Curridabat, San José. Frente al Registro Nacional. Teléfono: (506) 280-4494 **Registro Sanitario:** Costa Rica: 1305-A-2234T

Consumir Preferentemente: Antes de: 22julio 2007

INFORMACION NUTRICIONAL

Tamaño de porción: 1 paquete (57 g)
Porciones por envase: 12

Cantidad por porción
Energía: 1131 kJ (270kcal)
Energía de grasa: 419 kJ (100 kcal)
1 kcal = 4.189 kJ

		%VD*
Grasa total	12 g	18%
Grasa saturada	4.5 g	23%
Colesterol	0 mg	0%
Sodio	290 mg	12%
Carbohidratos totales	41 g	14%
Fibra dietética	2 g	7%
Azúcares	27 g	
Proteína	2 g	

Vitamina A 0%	Vitamina C 0%
Calcio 0%	Hierro 15%

** Basado en los Valores Diarios Recomendados (VD) de Estados Unidos
Porcentaje de la recomendación diaria se basa en dieta de 8400 kJ (2000 kcal). Sus valores diarios podrían ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas

Energía por gramo de nutriente
Carbohidratos 17 kJ/g (4 kcal/g)
Proteínas 17 kJ/g (4 kcal/g)
Grasas 37 kJ/g (9 kcal/g)

PRICESMART Membership Shopping

Item Number 3742

Atómizador de aceite comestible de canola

Contenido Neto: 680 g / 2 Unidades de 340 g cada una **Marca**: Pam
Casa Manufacturera: International Home Foods Inc **Ingredientes**:Aceite de canola*,particulas de alcohol de maíz,adicionado para clarificar),lecitina de frijol de soja(prevenir adherencia),y propelente. *Añade cantidades muy pequeñas de grasa **Instrucciones de Uso**:Apunte la flecha que esta en el atomizador amarillo hacia la marca roja que se encuentra en la lata.Agite bien.Sostenga la lata encima del utensilio de cocina,aproximadamente de 15 a 20 cm sobre el mismo.Rocie sobre el utensilio sin calentar **1SEGUNDO DE ASPERSION CUBRE 25 cm DEL SARTEN** La imagen del panel principal es solo una sugerencia de consumo.El contenido de este envase se encuentra a presion.Lea las advertencias antes de utilizarlo.
ADVERTENCIAS: Utilicelo solo como se le indico.Malgastar el producto concentrandolo deliberadamente e inhalar el contenido puede ser peligroso o fatal.Producto inflamable.No lo atómice sobre superficies calientes. O cerca de laguna llama.Nunca lo rocie directo en un horno. Remueva del horno los utensilios para asar antes de atomizar.Puede explotar si se deja sobre la cocina o cerca de una fuente de calor.Evite atomizar en los ojos de las personas.El contenido esta bajo presión,no punce la lata ni tampoco la incinere. No lo almacene a temperaturas mayores de 48C(120F)
MANTENGALO LEJOS DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS
Fabricado en Estados Unidos.
Importado por: Prismar de Costa Rica,S.A. Curridabat, San José. Frente al Registro Nacional. Teléfono: (506) 283-4494 **Registro Sanitario**: Costa Rica 1005-A-38496
Consumir Preferentemente: Antes de 13 Octubre 2008

INFORMACION NUTRICIONAL	Cantidad por porción	%VD *
Tamaño de porción: 0,27 g (presionar 1/3 de segundo)		
Porciones por envase: 2054		
Grasa total	0 g	0%
Grasa saturada	0 g	0%
Colesterol	0 mg	0%
Sodio	0 mg	0%
Carbohidratos tot.	0 g	0%
Proteínas	0 g	

Energía: 0 kJ (0 kcal)
Energía a partir de grasa: 0 kJ(0 kcal)
1 kcal: 4,189 kJ
*Basado en los Valores Diarios recomendados(VD) de Estados Unidos.Porcentaje de la recomendación diaria se basa en una dieta de 8400 kJ(200 kcal)
No es fuente significativa de vitamina A, vitamina C y calcio
Energía por gramo nutriente:
Grasa: 37 kJ(9 kcal)
Carbohidratos: 17 kJ(4 kcal)
Proteína: 17 kJ (4 kcal)
PRICESMART Membership Shopping
Item Number: 236441

PARTY CUBES
La vache qui rit
Savoury cheese bites
Queso en cubos "para untar" (125 g)
(Proteína 11%, Humedad 57%, Grasa 22,5%)
Con sabor a Hongos
Con Queso Azul
Con Cebolla
Ingredientes:
Leche descremada pasteurizada, quesos (para la variedad de queso azul: del cual el queso azul representa 13%), mantequilla, proteínas lácteas, sales emulsionantes: polifosfatos sódicos, citratos, difosfatos y fosfatos, hongos (3,5%) o cebolla 1,7%), sal, saborizante natural.
Importado por A onso & Cía. Santo Domingo de Heredia.
Consumir preferiblemente antes de: ver empaque.
Manténgase en Refrigeración.
País de Origen: Francia. Reg.4116-A-69983 Cod.044784
Inf. Nutricional por 100 g
Energía 1105 kJ (267 kcal)
Proteínas 12
Carbohidratos 4
Grasas 22,5
CHEESE SPREAD
FROMAGE FONDU 125 g e net
50% fat in dry matter /50% de matière grasse
24 CUBES
with Mushrooms • with Blue Cheese • with French Onion
aux Champignons • au Bleu • à l'Oignon
bel

Nutrition Facts

Serv. Size 10 wrappers (61g)
Servings about 6
Calories 170
Calories from fat 10
*Percent Daily Values (DV) are based on a 2,000 calorie diet.

Amount/serving	% DV*	Amount/serving	% DV*
Total Fat 1g	1%	**Total Carb.** 36g	12%
Sat. Fat 0g	0%	Fiber 1g	2%
Cholest. 5mg	2%	Sugars 0g	
Sodium 180mg	8%	**Protein** 5g	

Vitamin A 0% • Vitamin C 0% • Calcium 0% • Iron 4%

DYNASTY WON TONS

- 1/4 lb. lean, ground pork, beef, chicken or turkey
- 1/4 lb. medium shrimp, shelled, deveined & finely chopped
- 2 green onions & tops, finely chopped
- 1 Tbsp. Dynasty Chinese Stir-Fry Sauce
- 1 Tbsp. cornstarch
- 1/2 can (8 oz. size) Dynasty Whole or Sliced Water Chestnuts, drained & finely chopped*
- About 3-1/2 doz. (from 1- 12 oz. pkg.) Dynasty Won Ton Wrappers, thawed if frozen
- 1 egg, lightly beaten with 1 Tbsp. water
- Vegetable oil for deep-fat frying

Combine pork, shrimp, green onions & tops, stir-fry sauce, cornstarch and water chestnuts; mix well. Place 1 scant teaspoonful mixture onto center of each wrapper. Moisten two adjacent edges of wrapper with egg mixture. Fold dry opposite corner over to meet point to form a triangle. Press edges together, forcing air from center. Twist point at one end of fold to meet point at other end of fold. Moisten point with egg mixture and press points together to stick. (Wrap any remaining wrappers well; refrigerate or freeze for use another time.) Deep-fry, a few at a time, in oil heated to 350° to 375° F. about 2 minutes, or until golden brown. Remove from oil; drain briefly on paper towel. Serve warm with Dynasty Chinese Duck or Sweet & Sour Sauce for dipping, as desired. Makes about 6 servings. *Cover remaining water chestnuts with water. Refrigerate up to 1 week, changing water daily, and use as desired.

PASTA PARA WANTAN

Ingredientes: Harina enrirquecida (harina de trigo, tiamina, hierro, riboflavina ácido fólico), huevos agua, sal, aceite de maíz, calcio, tapioca. VENCE: 15/03/07
M.S.REG: 5411-A-52149
PESO:340 G. MARCA: DYNASTY
IMPORTA:COMERCIAL TAYU S.A
TEL: 221-1263 FAX: 221-3730

NASTY

REG. PENNA. DEPT. AGR.

PRODUCT OF U.S.A.

Won Ton Wrappers

雲吞皮

EEP REFRIGERATED OR FROZEN
PERISHABLE

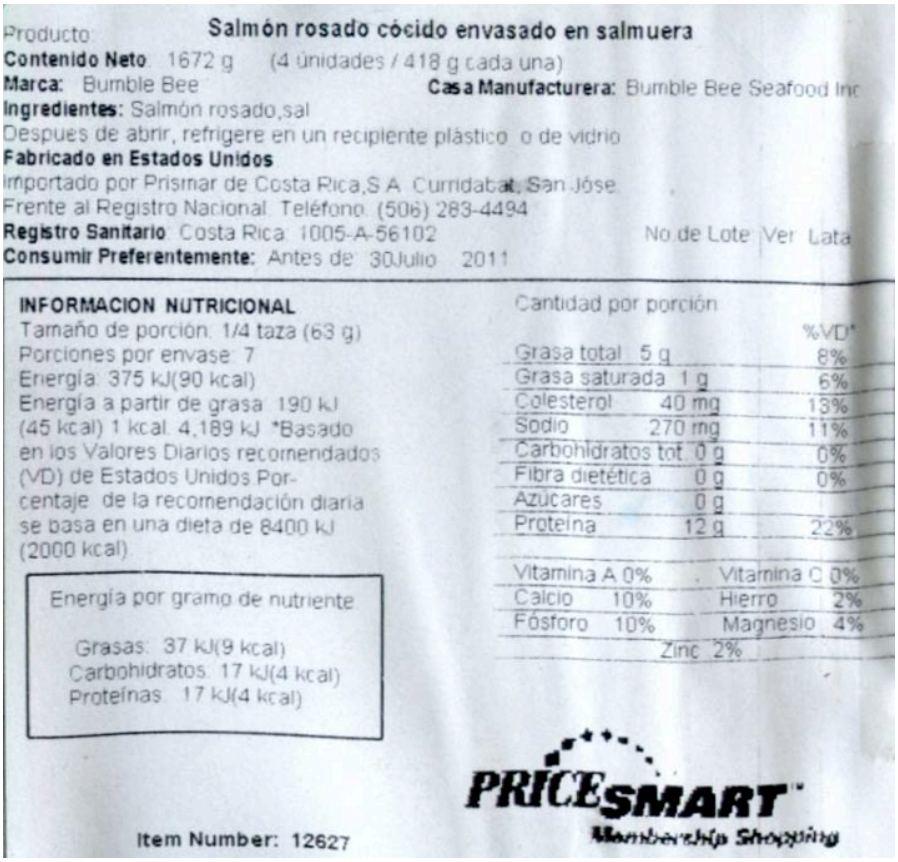
INGREDIENTS: ENRICHED FLOUR (WHEAT FLOUR, NIACIN, THIAMINE, RIBOFLAVIN, REDUCED IRON, FOLIC ACID), WATER, EGG, SALT, CORN OIL, CALCIUM PROPIONATE AND SODIUM BENZOATE ADDED TO RETARD SPOILAGE, DUSTED WITH TAPIOCA STARCH.

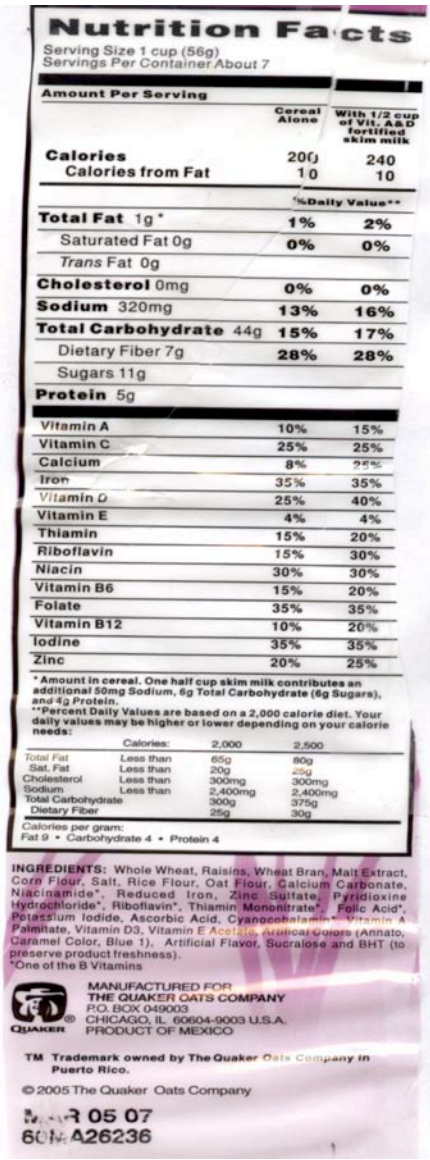
NET WT. 12 OZ. 340g

JFC

0 11152 23004 7

Discover Bumble Bee's Premium Quality. Wild Alaska Salmon. We select only the finest salmon caught in the pristine, icy Alaskan waters. No preservatives or flavors are added to our products, only a touch of salt is included to enhance the natural Salmon taste.
*Alaska Salmon Tacos
1 can (14.75 oz.) Alaska Salmon
1 cup salsa
12 (6.5 inch) corn tortillas
3/4 cup fat-free refried beans
1/4 cup fat-free Cheddar cheese
2 cups cabbage or lettuce, shredded
3/4 cup fresh tomato, diced
Salsa, to taste
Cilantro, to taste
Preheat oven to 350°F. Mix salmon with salsa and hold aside. Place the tortillas on sheet pans in a single layer; portion beans and cheese evenly onto the tortillas. Place in oven until warm and cheese is melted (5-8 minutes). Remove from oven and divide salmon mixture evenly among the tortillas. Top with cabbage or lettuce and diced tomatoes (portioned evenly). Fold tortillas over and serve with extra salsa and chopped cilantro, if desired. Makes 12 Tacos, or 6 servings.
*Alaska Seafood Marketing Institute
Premium Quality
BUMBLE BEE
QUALITY YOU CAN SEE
WILD ALASKA
PINK SALMON
Contains 1.0g Omega-3 Fatty Acids per serving
PARVE
NET WT 14.75 OZ (418 g)
Nutrition Fact
Serving Size 2.2oz (63g-about 1/4 c
Servings Per Container about 7
Amount Per Serving
Calories 90 Calories from Fat 4
% Daily Value
Total Fat 5g 8%
Saturated Fat 1.0g 6%
Trans Fat 0g
Cholesterol 40mg 13%
Sodium 270mg 11%
Total Carbohydrate 0g 0%
Dietary Fiber 0g 0%
Sugars 0g
Protein 12g 22%
Vitamin A 0% • Vitamin C 0%
Calcium 10% • Iron 2%
Phosphorus 10% • Magnesium 4%
Zinc 2%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.
INGREDIENTS: PINK SALMON, SALT.
Made in U.S.A.


Producto: Salmón rosado cócido envasado en salmuera
Contenido Neto: 1672 g (4 unidades / 418 g cada una)
Marca: Bumble Bee
Casa Manufacturera: Bumble Bee Seafood Inc
Ingredientes: Salmón rosado,sal
Despues de abrir, refrigere en un recipiente plàstico o de vidrio
Fabricado en Estados Unidos
Importado por Prisma de Costa Rica,S A Curridabat, San José
Frente al Registro Nacional Teléfono (506) 283-4494
Registro Sanitario: Costa Rica 1005-A-56102
No de Lote Ver Lata
Consumir Preferentemente: Antes de 30Julio 2011
INFORMACION NUTRICIONAL
Tamaño de porción: 1/4 taza (63 g)
Porciones por envase: 7
Energía: 375 kJ(90 kcal)
Energía a partir de grasa 190 kJ (45 kcal) 1 kcal 4,189 kJ *Basado en los Valores Diarios recomendados (VD) de Estados Unidos Porcentaje de la recomendación diaria se basa en una dieta de 8400 kJ (2000 kcal)
Energía por gramo de nutriente
Grasas: 37 kJ(9 kcal)
Carbohidratos: 17 kJ(4 kcal)
Proteínas: 17 kJ(4 kcal)
Cantidad por porción
%VD*
Grasa total 5 g 8%
Grasa saturada 1 g 6%
Colesterol 40 mg 13%
Sodio 270 mg 11%
Carbohidratos tot 0 g 0%
Fibra dietética 0 g 0%
Azúcares 0 g
Proteína 12 g 22%
Vitamina A 0% Vitamina C 0%
Calcio 10% Hierro 2%
Fósforo 10% Magnesio 4%
Zinc 2%
PRICESMART
Membership Shopping
Item Number: 12627



Nutrition Facts

Serving Size 1 cup (56g)
Servings Per Container About 7

Amount Per Serving	Cereal Alone	With 1/2 cup of Vit. A&D fortified skim milk
Calories	200	240
Calories from Fat	10	10
		%Daily Value**
Total Fat 1g *	1%	2%
Saturated Fat 0g	0%	0%
Trans Fat 0g		
Cholesterol 0mg	0%	0%
Sodium 320mg	13%	16%
Total Carbohydrate 44g	15%	17%
Dietary Fiber 7g	28%	28%
Sugars 11g		
Protein 5g		
Vitamin A	10%	15%
Vitamin C	25%	25%
Calcium	8%	25%
Iron	35%	35%
Vitamin D	25%	40%
Vitamin E	4%	4%
Thiamin	15%	20%
Riboflavin	15%	30%
Niacin	30%	30%
Vitamin B6	15%	20%
Folate	35%	35%
Vitamin B12	10%	20%
Iodine	35%	35%
Zinc	20%	25%

* Amount in cereal. One half cup skim milk contributes an additional 50mg Sodium, 6g Total Carbohydrate (6g Sugars), and 4g Protein.
**Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat. Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Calories per gram:
Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4

INGREDIENTS: Whole Wheat, Raisins, Wheat Bran, Malt Extract, Corn Flour, Salt, Rice Flour, Oat Flour, Calcium Carbonate, Niacinamide*, Reduced Iron, Zinc Sulfate, Pyridoxine Hydrochloride*, Riboflavin*, Thiamin Mononitrate*, Folic Acid*, Potassium Iodide, Ascorbic Acid, Cyanocobalamin*, Vitamin A Palmitate, Vitamin D3, Vitamin E Acetate, Artificial Colors (Annato, Caramel Color, Blue 1), Artificial Flavor, Sucralose and BHT (to preserve product freshness).
*One of the B Vitamins

MANUFACTURED FOR
THE QUAKER OATS COMPANY
P.O. BOX 049003
CHICAGO, IL 60604-9003 U.S.A.
PRODUCT OF MEXICO

TM Trademark owned by The Quaker Oats Company in Puerto Rico.

© 2005 The Quaker Oats Company

MAR 05 07
60[illegible]A26236

Nutrition Facts

Serving Size 1 cup (56g)
Servings Per Container About 7

Amount Per Serving	Cereal Alone	With 1/2 cup of Vit. A&D fortified skim milk
Calories	200	240
Calories from Fat	10	10
	%Daily Value**	
Total Fat 1g *	1%	2%
Saturated Fat 0g	0%	0%
Trans Fat 0g		
Cholesterol 0mg	0%	0%
Sodium 320mg	13%	16%
Total Carbohydrate 44g	15%	17%
Dietary Fiber 7g	28%	28%
Sugars 11g		
Protein 5g		
Vitamin A	10%	15%
Vitamin C	25%	25%
Calcium	8%	25%
Iron	35%	35%
Vitamin D	25%	40%
Vitamin E	4%	4%
Thiamin	15%	20%
Riboflavin	15%	30%
Niacin	30%	30%
Vitamin B6	15%	20%
Folate	35%	35%
Vitamin B12	10%	20%
Iodine	35%	35%
Zinc	20%	25%

* Amount in cereal. One half cup skim milk contributes an additional 50mg Sodium, 6g Total Carbohydrate (6g Sugars), and 4g Protein.
**Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat. Fat	Less than	20g	<0g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Calories per gram:
Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4

INGREDIENTS: Whole Wheat, Raisins, Wheat Bran, Malt Extract, Corn Flour, Salt, Rice Flour, Oat Flour, Calcium Carbonate, Niacinamide*, Reduced Iron, Zinc Sulfate, Pyridioxine Hydrochloride*, Riboflavin*, Thiamin Mononitrate*, Folic Acid*, Potassium Iodide, Ascorbic Acid, Cyanocobalamin*, Vitamin A Palmitate, Vitamin D3, Vitamin E Acetate, Artificial Colors (Annato, Caramel Color, Blue 1), Artificial Flavor, Sucralose and BHT (to preserve product freshness).
*One of the B Vitamins

MANUFACTURED FOR
THE QUAKER OATS COMPANY
P.O. BOX 049003
CHICAGO, IL 60604-9003 U.S.A.
PRODUCT OF MEXICO

TM Trademark owned by The Quaker Oats Company in Puerto Rico.

©2005 The Quaker Oats Company

MAR 05 07
60M A26236

1054685000 0 42791 05468 8 78-05468-02

INFORMACION NUTRICIONAL
Cantidad por porción

Enlarged to Show Texture

Excelente Fuente de Fibra
Excellent source of Fiber

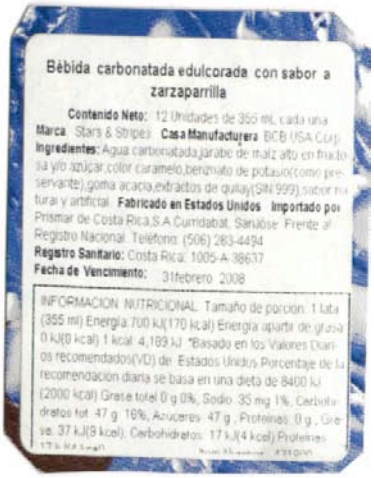
Hojuelas Fortificadas de Trigo Integral, Maíz, Arroz, Avena y Pasas
Fortified Flakes of Whole Wheat, Corn, Rice, Oats and Raisins

Peso Neto 368g
Net Weight 13oz

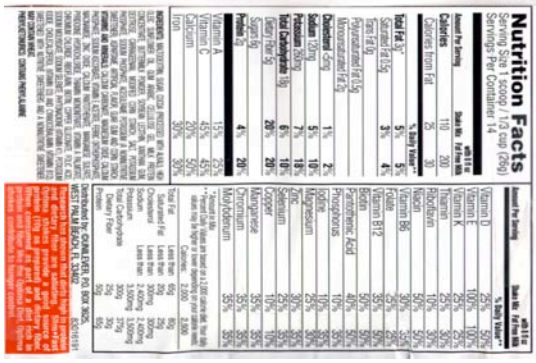
Nutrition Facts
Serving Size 1 Can (355mL)
Servings Per Container 12
Amount Per Serving
Calories 170
% Daily Value*
Total Fat 0g 0%
Sodium 35mg 1%
Total Carbohydrate 47g 16%
Sugars 47g
Protein 0g 0%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.
STARS & STRIPES™
ROOT
BEER

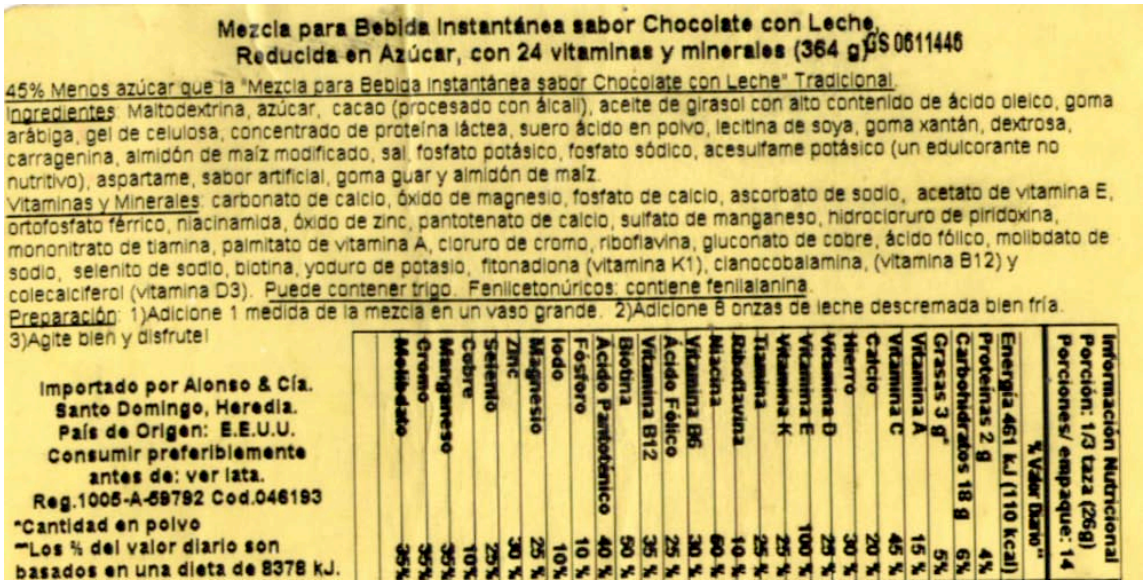
12
PACK
12-12 OZ CANS (144 FL OZ)
12-355 mL CANS (4.26 L)

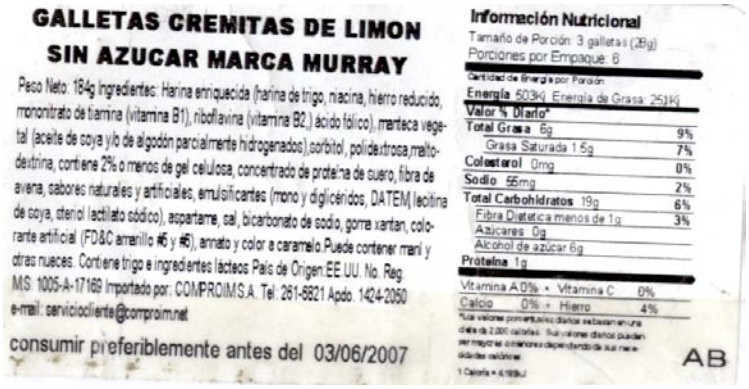
INGREDIENTS: CARBONATED WATER, HIGH FRUCTOSE CORN SYRUP AND/OR SUGAR, CARAMEL COLOR, POTASSIUM BENZOATE (A PRESERVATIVE), GUM ACACIA, QUILLAIA, ARTIFICIAL AND NATURAL FLAVOR.
DISTRIBUTED BY: BCB USA CORP.
5650 WHITESVILLE RD
SUITE 201
COLUMBUS, GA 31904 ©1997 BCB
PLEASE RECYCLE


Bebida carbonatada edulcorada con sabor a zarzaparrilla
Contenido Neto: 12 Unidades de 355 mL cada una
Marca: Stars & Stripes Casa Manufacturera: BCB USA Corp.
Ingredientes: Agua carbonatada,jarabe de maíz alto en fructosa y/o azúcar,color caramelo,benzoato de potasio(como preservante),goma acacia,extractos de quilay(SIN 999),sabor natural y artificial. Fabricado en Estados Unidos Importado por Prismar de Costa Rica,S.A Curridabat, Sanjóse Frente al Registro Nacional Teléfono: (506) 283-4494
Registro Sanitario: Costa Rica: 1005-A-38637
Fecha de Vencimiento: 31febrero 2008
INFORMACION NUTRICIONAL Tamaño de porcion: 1 lata (355 ml) Energía 700 kJ(170 kcal) Energía aportr de grasa 0 kJ(0 kcal) 1 kcal= 4,189 kJ *Basado en los Valores Diarios recomendados(VD) de Estados Unidos Porcentaje de la recomendacion diaria se basa en una dieta de 8400 kJ (2000 kcal) Grase total 0 g 0%, Sodio 35 mg 1%, Carbohidratos tot 47 g 16%, Azucares 47 g , Proteinas 0 g , Grase 37 kJ(9 kcal), Carbohidratos 17 kJ(4 kcal) Proteinas

Directions:
Pour 1 level scoop (inside can) of Slim•Fast Optima Shake Mix into a large glass. Add 8 fl. oz. of very cold Vitamin A&D fortified fat free milk. Stir well and enjoy. If you enjoy a thicker shake, mix milk with 1/2 cup of ice in a blender until smooth... then add a level scoop of Slim•Fast Optima Shake Mix. Blend for 10 seconds more.
CUSTOMIZED DAILY DIET
Select Your Current Weight
Up to 140 lbs
2 Slim•Fast Meal Combinations
3 Fruits or Vegetables
1 Sensible Meal
141-170 lbs
2 Slim•Fast Meal Combinations
1 Snack
3 Fruits or Vegetables
1 Sensible Meal
171-200 lbs
2 Slim•Fast Meal Combinations
2 Snacks
3 Fruits or Vegetables
1 Sensible Meal
Over 200 lbs
2 Slim•Fast Meal Combinations
4 Snacks
3 Fruits or Vegetables
1 Sensible Meal
Slim•Fast Optima®
To lose weight, mix and match your favorite foods with Slim•Fast products. Find your current weight to select your food plan. Include physical activity, drink plenty of water, track your success and call us for help.
SLIM-FAST MEAL COMBINATIONS
A Slim•Fast Meal plus a healthy food choice such as yogurt & fruit, a cup of soup, or 1/2 turkey sandwich (about 150 Calories).
SNACKS
A nourishing food between meals to help satisfy hunger, like a Slim•Fast Snack Bar (about 120 Calories).
SENSIBLE MEALS
Fill 1/2 your plate with vegetables, 1/4 with lean protein & 1/4 with starch, preferably whole grains (about 500 Calories).
FREE SUPPORT & PERSONALIZED PLANS
The Slim•Fast Weight Loss Center
slim-fast.com
1-800-SLIMFAST
After you have achieved your weight loss goal, keep the weight off with one Slim•Fast Meal a day, your sensible eating habits and daily physical activity. Return to the weight loss plan if you start regaining the weight.
If you want to lose weight & are under 18, pregnant, nursing, following a diet recommended by a doctor, have health problems such as diabetes, or want to lose more than 30 lbs., see a doctor before starting this or any diet. Do not lose more than 2 pounds a week after the first week. Rapid weight loss may cause health problems. Do not use as a sole source of nutrition. Eat at least 1,200 calories a day.
This package is sold by weight, not volume. Some settling of contents may have occurred during shipping and handling. This package will make the servings as indicated when measured exactly by weight (26 grams per serving).
Unilever
Slim•Fast
Optima®
Helps Control Hunger
GREAT VALUE
14
Servings
MEALS
200 CALORIES AS PREPARED
Good Source of Protein AS PREPARED
50% of Daily Calcium AS PREPARED
24 Vitamins & Minerals
SPOON STIRRABLE
WITH FAT FREE MILK
Milk Chocolate Shake Mix
ARTIFICIALLY FLAVORED
NET WT 12.83 OZ (364g)


Nutrition Facts
Serving Size 1 scoop / 1/3 cup (26g)
Servings Per Container 14
Amount Per Serving
Calories 110
Calories from Fat 20
% Daily Value*
Total Fat 3g 5%
Saturated Fat 1.5g 8%
Trans Fat 0g
Polyunsaturated Fat 0.5g
Monounsaturated Fat 0g
Cholesterol 5mg 1%
Sodium 120mg 5%
Potassium 330mg 7%
Total Carbohydrate 18g 6%
Dietary Fiber 0g 0%
Sugars 9g
Protein 4g 4%
Vitamin A 15% 25%
Vitamin C 45% 45%
Calcium 20% 50%
Iron 30% 30%
Vitamin D 25% 50%
Vitamin E 100% 100%
Vitamin K 25% 25%
Thiamin 25% 30%
Riboflavin 25% 30%
Niacin 10% 30%
Folate 50% 50%
Vitamin B6 30% 30%
Vitamin B12 50% 50%
Biotin 50% 50%
Pantothenic Acid 40% 40%
Phosphorus 10% 30%
Iodine 25% 25%
Magnesium 10% 25%
Zinc 25% 30%
Selenium 25% 25%
Copper 10% 10%
Manganese 35% 35%
Chromium 35% 35%
Molybdenum 35% 35%
INGREDIENTS: MALTODEXTRIN, SUGAR, COCOA PROCESSED WITH ALKALI, HIGH OLEIC SAFFLOWER OIL, MILK PROTEIN CONCENTRATE, SOY PROTEIN ISOLATE, NATURAL AND ARTIFICIAL FLAVOR, XANTHAN GUM, CELLULOSE GEL, SALT, POTASSIUM CITRATE, CARRAGEENAN, ASPARTAME, ACESULFAME POTASSIUM, SUCRALOSE, SOY LECITHIN, FD&C YELLOW #5, FD&C RED #40.
CONTAINS: MILK, SOY.
MANUFACTURED ON EQUIPMENT THAT ALSO PROCESSES PEANUTS, TREE NUTS, EGGS, WHEAT AND OTHER MILK PRODUCTS.
Unilever
WEST PALM BEACH, FL 33402
Mezcla para Bebida Instantánea sabor Chocolate con Leche
Reducida en Azúcar, con 24 vitaminas y minerales (364 g) GS 0611446
45% Menos azúcar que la "Mezcla para Bebida Instantánea sabor Chocolate con Leche" Tradicional.
Ingredientes: Maltodextrina, azúcar, cacao (procesado con álcali), aceite de girasol con alto contenido de ácido oleico, goma arábiga, gel de celulosa, concentrado de proteína láctea, suero ácido en polvo, lecitina de soya, goma xantán, dextrosa, carragenina, almidón de maíz modificado, sal, fosfato potásico, fosfato sódico, acesulfame potásico (un edulcorante no nutritivo), aspartame, sabor artificial, goma guar y almidón de maíz.
Vitaminas y Minerales: carbonato de calcio, óxido de magnesio, fosfato de calcio, ascorbato de sodio, acetato de vitamina E, ortofosfato férrico, niacinamida, óxido de zinc, pantotenato de calcio, sulfato de manganeso, hidrocloruro de piridoxina, mononitrato de tiamina, palmitato de vitamina A, cloruro de cromo, riboflavina, gluconato de cobre, ácido fólico, molibdato de sodio, selenito de sodio, biotina, yoduro de potasio, fitonadiona (vitamina K1), cianocobalamina, (vitamina B12) y colecalciferol (vitamina D3). Puede contener trigo. Fenilcetonúricos: contiene fenilalanina.
Preparación: 1)Adicione 1 medida de la mezcla en un vaso grande. 2)Adicione 8 onzas de leche descremada bien fría. 3)Agite bien y disfrute!
Importado por Alonso & Cía.
Santo Domingo, Heredia.
País de Origen: E.E.U.U.
Consumir preferiblemente antes de: ver lata.
Reg.1005-A-69792 Cod.046193
*Cantidad en polvo
**Los % del valor diario son basados en una dieta de 8378 kJ.
Información Nutricional
Porción: 1/3 taza (26g)
Porciones/ empaque: 14
% Valor Diario**
Energía 461 kJ (110 kcal) 4%
Proteínas 2 g 4%
Carbohidratos 18 g 6%
Grasas 3 g* 5%
Vitamina A 15 % 45 %
Vitamina C 20 % 45 %
Calcio 30 % 50 %
Hierro 30 % 30 %
Vitamina D 25 % 50 %
Vitamina E 100 % 100 %
Vitamina K 25 % 25 %
Tiamina 25 % 30 %
Riboflavina 10 % 30 %
Niacina 60 % 60 %
Vitamina B6 30 % 30 %
Ácido Fólico 25 % 25 %
Vitamina B12 35 % 35 %
Biotina 50 % 50 %
Ácido Pantoténico 40 % 40 %
Fósforo 10 % 30 %
Iodo 10% 25 %
Magnesio 25 % 25 %
Zinc 30 % 30 %
Selenio 25% 25%
Cobre 10% 10%
Manganeso 35% 35%
Cromo 35% 35%
Molibdato 35% 35%


Mezcla para Bebida Instantánea sabor Chocolate con Leche
Reducida en Azúcar, con 24 vitaminas y minerales (364 g) GS 0611446
45% Menos azúcar que la "Mezcla para Bebida Instantánea sabor Chocolate con Leche" Tradicional.
Ingredientes: Maltodextrina, azúcar, cacao (procesado con álcali), aceite de girasol con alto contenido de ácido oleico, goma arábiga, gel de celulosa, concentrado de proteína láctea, suero ácido en polvo, lecitina de soya, goma xantán, dextrosa, carragenina, almidón de maíz modificado, sal, fosfato potásico, fosfato sódico, acesulfame potásico (un edulcorante no nutritivo), aspartame, sabor artificial, goma guar y almidón de maíz.
Vitaminas y Minerales: carbonato de calcio, óxido de magnesio, fosfato de calcio, ascorbato de sodio, acetato de vitamina E, ortofosfato férrico, niacinamida, óxido de zinc, pantotenato de calcio, sulfato de manganeso, hidrocloruro de piridoxina, mononitrato de tiamina, palmitato de vitamina A, cloruro de cromo, riboflavina, gluconato de cobre, ácido fólico, molibdato de sodio, selenito de sodio, biotina, yoduro de potasio, fitonadiona (vitamina K1), cianocobalamina, (vitamina B12) y colecalciferol (vitamina D3). Puede contener trigo. Fenilcetonúricos: contiene fenilalanina.
Preparación: 1)Adicione 1 medida de la mezcla en un vaso grande. 2)Adicione 8 onzas de leche descremada bien fría. 3)Agite bien y disfrute!
Importado por Alonso & Cía.
Santo Domingo, Heredia.
País de Origen: E.E.U.U.
Consumir preferiblemente antes de: ver lata.
Reg.1005-A-69792 Cod.046193
*Cantidad en polvo
**Los % del valor diario son basados en una dieta de 8378 kJ.
Información Nutricional
Porción: 1/3 taza (26g)
Porciones/ empaque: 14
% Valor Diario**
Energía 461 kJ (110 kcal) 4%
Proteínas 2 g 4%
Carbohidratos 18 g 6%
Grasas 3 g* 5%
Vitamina A 15 % 45 %
Vitamina C 20 % 45 %
Calcio 30 % 50 %
Hierro 30 % 30 %
Vitamina D 25 % 50 %
Vitamina E 100 % 100 %
Vitamina K 25 % 25 %
Tiamina 25 % 30 %
Riboflavina 10 % 30 %
Niacina 60 % 60 %
Vitamina B6 30 % 30 %
Ácido Fólico 25 % 25 %
Vitamina B12 35 % 35 %
Biotina 50 % 50 %
Ácido Pantoténico 40 % 40 %
Fósforo 10 % 30 %
Iodo 10% 25 %
Magnesio 25 % 25 %
Zinc 30 % 30 %
Selenio 25% 25%
Cobre 10% 10%
Manganeso 35% 35%
Cromo 35% 35%
Molibdato 35% 35%



GALLETAS CREMITAS DE LIMON SIN AZUCAR MARCA MURRAY

Peso Neto: 184g Ingredientes: Harina enriquecida (harina de trigo, niacina, hierro reducido, mononitrato de tiamina (vitamina B1), riboflavina (vitamina B2,) ácido fólico), manteca vegetal (aceite de soya y/o de algodón parcialmente hidrogenados),sorbitol, polidextrosa,maltodextrina, contiene 2% o menos de gel celulosa, concentrado de proteína de suero, fibra de avena, sabores naturales y artificiales, emulsificantes (mono y diglicéridos, DATEM, lecitina de soya, steriol lactilato sódico), aspartame, sal, bicarbonato de sodio, gorra xantan, colorante artificial (FD&C amarillo #5 y #6), annato y color a caramelo.Puede contener maní y otras nueces. Contiene trigo e ingredientes lácteos País de Origen:EE.UU. No. Reg. MS: 1005-A-17169 Importado por: COMPROIMS.A. Tel: 261-6821 Apdo. 1424-2050 e-mail: servicioclienteg@comproim.net

consumir preferiblemente antes del 03/06/2007

Información Nutricional

Tamaño de Porción: 3 galletas (28g)
Porciones por Empaque: 6

Cantidad de Energía por Porción
Energía 503kJ Energía de Grasa: 251kJ

Valor % Diario*	
Total Grasa 6g	9%
Grasa Saturada 1.5g	7%
Colesterol 0mg	0%
Sodio 55mg	2%
Total Carbohidratos 19g	6%
Fibra Dietética menos de 1g	3%
Azúcares 0g	
Alcohol de azúcar 6g	
Proteína 1g	
Vitamina A 0% • Vitamina C 0%	
Calcio 0% • Hierro 4%	

*Los valores porcentuales diarios se basan en una dieta de 2,000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.

1 Caloría = 4,189kJ

AB

SINCE 1896
S&W
PREMIUM
CHILI BEANS
Pinto Beans, Chili Peppers, Onion & Garlic in a Zesty Tomato Sauce
NET WT 15.5 OZ (439g)
MAKE IT SPECIAL WITH S&W™
S&W® Chili Beans come from the best of the crop to bring you unsurpassed, premium quality. Chili Beans are rich in fiber.
Nutrition Facts
Serving Size ½ cup (129g)
Servings Per Container about 3½
Amount/Serving
Calories 110 Calories from Fat 10
% Daily Value*
Total Fat 1g 2%
Saturated Fat 0g 0%
Trans Fat 0g
Cholesterol 0mg 0%
Sodium 580mg 24%
Total Carbohydrate 23g 8%
Dietary Fiber 6g 24%
Sugars 4g
Protein 7g
Vitamin A 6% • Vitamin C 6%
Calcium 4% • Iron 8%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.
INGREDIENTS: PREPARED PINTO BEANS, WATER, TOMATO PASTE, SUGAR, SALT, SOYBEAN OIL, GROUND CHILI PEPPERS, DEHYDRATED ONION, CUMIN, DEHYDRATED GARLIC, CALCIUM DISODIUM EDTA (TO PRESERVE COLOR), CALCIUM CHLORIDE.
© S&W FINE FOODS, INC.
DISTRIBUTED BY S&W FINE FOODS, INC.
SAN FRANCISCO, CA 94105
PRODUCT OF U.S.A.
QUESTIONS OR COMMENTS?
CALL 800-252-7033 (MON.-FRI.).
WWW.SWFINEFOODS.COM
REFRIGERATE ANY UNUSED PORTION IN A SEPARATE, COVERED CONTAINER.
SERVING SUGGESTIONS
Create your own recipe variation or simply heat at low temperature, stir and serve.
0 11194 38489 0
PLEASE RECYCLE

Frijoles Pinto con Chile, Cebolla y Ajo en Salsa de Tomate
Contenido Neto: 439 g, Peso Escurrido: 220 g
Información Nutricional
Porción: 1/2 taza (129 g)
Porciones/ envase: 3,5
Energía 461kJ (110kcal)
Proteínas 7 g
Carbohidratos 23 g
Fibra Dietética 6 g
Grasas 1 g
Ingredientes: Frijoles Pinto preparados, agua, pasta de tomate, azúcar, sal, aceite de soya, pimientos molidos, cebolla deshidratada, comino, ajo deshidratado, EDTA cálcico disódico, cloruro de calcio.
Refrigere en un contenedor por aparte, después de abierto.
País de Origen: E.E.U.U.
Santo Domingo, Heredia
Ver lata
Reg 1005-A-29692
OM 0601027

GALLETAS TOSTADAS KEEBLER CON MANTEQUILLA

Peso Neto 226g. Ingredientes: Harina enriquecida (harina de trigo, niacina, hierro reducido, mononitrato de tiamina(vitamina B1), riboflavina (vitaminaB2), ácido fólico), aceite de soya parcialmente hidrogenado, azúcar, 2% o menos de sal, jarabe de maíz, leudantes (bicarbonato de sodio, ácido pirofosfato de sodio, fosfato monocálcico), malta, mantequilla (crema, sal, colorante natural), colorante natural.
País de origen: USA
Importado por: COMPROIM S.A. Tel:291-57-14
Apdo: 1424-2050 No. Reg. MS.1005-A-46531
servicioclienteecomproim.net
consumir preferiblemente antes del 29/03/2007

Información Nutricional

Tamaño de Porción: 5 galletas (16g)
Porciones por Empaque 14

Cantidad de Energía por Porción

Energía: 335Kj	Energía de Grasa 126Kj
Valor % Diario*	
Total Grasa 3.5g	5%
Grasa Saturada 1g	5%
Grasa Polyinsaturada 0.5g	
Grasa Monoinsaturada 1.5g	
Colesterol 0mg	0%
Sodio 150mg	6%
Total Carbohidratos 10g	3%
Fibra Dietetica 0g	0%
Azúcares 1g	
Proteína 1g	
Vitamina A 0% • Vitamina C	0%
Calcio 0% • Hierro	2%

*Los valores porcentuales diarios se basan en una dieta de 2,000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.

1 Caloría = 4.18 kJ

Ramen noodle soup chicken vegetables flavor

Fideos y sazonador en polvo para preparar sopa con sabor a pollo y vegetales

ID: 01007 MARCA: NISSIN Top Ramen Oodles of Noodles CONTENIDO NETO: 85 g

INGREDIENTES: Fideos: Harina enriquecida [harina de trigo, niacina, hierro reducido, mononitrato de tiamina, riboflavina, ácido fólico], aceite vegetal [contiene uno o más de los siguientes aceites: aceite de canola, aceite de semilla de algodón, aceite de palma], tocoferoles y/o TBHQ y/o palmitato ascórbico (conservantes), contiene 2% o menos de los siguientes ingredientes: sal, trifosfato de sodio (estabilizador), carbonato de potasio [regulador de acidez], carbonato de sodio [regulador de acidez], alginato de sodio. **Sazonador en polvo: sal**, glutamato monosódico (potenciador de sabor), cebolla en polvo, proteínas hidrolizadas de soya, maíz y trigo, carne de pollo en polvo, salsa de soya en polvo (trigo, frijol de soya, maltodextrinas, sal), ajo en polvo, especias, grasa de pollo, silicato de calcio (antiaglutinante), apio en polvo, azúcar, puerro deshidratado, cúrcuma (colorante natural), extracto de levadura autolizada, ácido cítrico (antioxidante), guanilato disódico y inosinato disódico (acentuadores del sabor), sabores naturales, sabores artificiales.

PREPARACIÓN: Instrucciones:

1. Poner a hervir 2 tazas de agua. Agregar los fideos, quebrados si lo desea. Cocinar durante 3 minutos mezclando ocasionalmente.
2. Retirar del calor y mezclar con el sazonador incluido en el empaque.

Para disminuir la cantidad de sodio, utilice menos sazonador.

ADVERTENCIAS: ALÉRGICOS:

Este producto se fabrica en maquinaria que también procesa productos lácteos, huevos, maní, nueces, productos de pescado y camarón.

La imagen del empaque es solo una sugerencia para servir.

No adquiera el producto si la bolsa esta abierta o rota.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL:

Tamaño de porción: 42 g (1/2 bloque de fideos y 1 cucharadita de sazonador en polvo) Porciones por envase: 2 porciones

Cantidad por porción:	
Energía	600 kJ (190 kcal)
Energía aportada por grasa	300 kJ (70 kcal)

1 kcal = 4,189 kJ * Basado en los Valores Diarios (VD) de Estados Unidos. Porcentaje de la recomendación diaria se basa en una dieta de 8400 kJ (2000 kcal). Sus valores diarios podrían ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

Energía por gramo de nutriente:

Carbohidratos:	17 kJ/g (4 kcal/g)
Proteínas:	17 kJ/g (4 kcal/g)
Grasas:	37 kJ/g (9 kcal/g)

	% VD *
Grasa total 7 g	11 %
Grasa saturada 4 g	20 %
Grasa trans 0%	
Colesterol 0 mg	0 %
Sodio 890 mg	35 %
Carbohidratos totales 26 g	9%
Fibra dietética 1 g	5 %
Azúcares menos de un 1 g	
Proteína 5 g	
Vitamina A 0 %	Vitamina C 0 %
Calcio 0 %	Hierro 15 %

REGISTRO SANITARIO: 1005-A-33911 **LOTE: VER EMPAQUE**

PAÍS DE ORIGEN: Estados Unidos MANUFACTURADO POR: Nissin Foods (USA) Co. Inc.

CONSUMIR PREFERENTEMENTE ANTES DE: 19 OCTUBRE 2007

DISTRIBUIDOR: Corporación Supermercados Unidos, S.A. Tel 243-7100

INGREDIENTS: Candy-coated chocolate (milk chocolate [sugar, cocoa butter, chocolate liquor, whole milk powder, soy lecithin and emulsifier, vanilla], sugar, artificial colors [Blue #1, Blue #1 Lake, Blue #2 Lake, Yellow #5, Yellow #5 Lake, Yellow #6, Yellow #6 Lake, Red #40, Red #40 Lake, sorbitol, titanium dioxide, phosphoric acid, methyl ethyl parabens, caramel and sorbol], corn syrup, wax, dextrin], peanuts [peanut oil, salt], dark raisins, almonds [almonds, peanut oil, salt].

PriceSmart brand products are designed to meet or exceed the quality standards of the leading national brands and provide a better value to our members. If you are not completely satisfied, your money will be refunded.

PRICESMART

A Trademark of and Distributed by PriceSmart, Inc. 4649 Morena Blvd. San Diego, CA 92117, USA

Made in the USA

6 07766 65544 6

PRICESMART

SWEET N' NUTTY

TRAIL MIX®

ALL NATURAL

NET WT. 20 OZ. (1.25 lb.) 567g

Nutrition Facts

Serving Size 1/4 cup (30g)
Servings Per Container about 19

Amount Per Serving	
Calories 200 Calories from FAT 160	
	% Daily Value
Total Fat 18g	28%
Saturated Fat 2.5g	12%
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 15mg	1%
Total Carbohydrate 8g	3%
Dietary Fiber 1g	4%
Sugars 6g	
Protein 2g	
Vitamin A 0%	Vitamin C 0%
Calcium 2%	Iron 2%

*Percent Daily Values are based on a 2000 Calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs.

Mezcla de dulces con sabor a chocolate cubiertos con confitura ,mani, pasas y almendras.

Contenido Neto 567 g Marca: Price Smart Casa Manufacturera PriceSmart Inc
Ingredientes Cobertura de dulce con sabor a chocolate con leche(chocolate de leche(azúcar, manteca de cacao, licor de chocolate,leche entera en polvo,lecitina de soja y emulsificante, vainillal,azucar,colores artificiales(azul 1,azul laca 1,azul laca 2,amarillo 5,amarillo laca 5,amarillo 6,amarillo laca 6,rojo 40,rojo laca 40,sorbitol(edulcorante),dióxido de titanio(colorante artificial,ácido fosfórico, metiletil parabenos,caramelo y sorbo),jarabe de maíz,cera,de(xtrinas), maní (maní,aceite de maní y sal),pasas negras,almendras(almendras,aceite de maní y sal)
Fabricado en Estados Unidos. Representado y Distribuido por PriceSmart, Inc.
Importado por Prismar de Costa Rica S.A. Curridabat, San José. Frente al Registro Nacional
Teléfono (506) 283-4494 **Registro Sanitario:** Costa Rica 1005-A-2000
Consumir Preferentemente Antes de 25 febrero 2007

INFORMACION NUTRICIONAL
Tamaño de porción 1/2 taza (30 g)
Porciones por envase 19 porciones

Energía 837 kJ (200 kcal)
Energía aportada por grasa 670 kJ (160 kcal)

1 kcal= 4.189 kJ

*Basado en los Valores Diarios (DV) de Estados Unidos. Porcentaje de la recomendación diaria se basa en una dieta de 8400 kJ (2000 kcal)

Energía por gramo de nutriente
Grasas 37 kJ (9 kcal)
Carbohidratos 17 kJ (4 kcal)
Proteínas 17 kJ (4 kcal)

Cantidad por porción	%VD*
Grasa total 18 g	28%
Grasa saturada 2.5 g	12%
Colesterol 0 mg	0%
Sodio 15 mg	1%
Carbohidratos tot 8 g	3%
Fibra dietética 1 g	4%
Azúcares 6 g	
Proteínas 2 g	
Vitamina A 0%	Vitamina C 0%
Calcio 2%	Hierro 2%

PRICESMART

Item Number: 165544

Galletas Dulces Danesas de Canela y Pasas

Peso Neto 350g (DARE) Ref: 13030

Información nutricional:

1 porción =36G=2 Galletas

	por 100G	por porción
Grasa	21	6g
Saturada	4	1.5g
Polinsaturada	5,5	2g
Colesterol	27	10mg
Sodio	500	180mg
Total de carbohidratos	72	26g
Azucares	33	12g
Proteina	5,5	2g
Calorias	472	170

Ingredientes:Harina sin blanquear,azúcar,grasa de aceite vegetal,pasas,glucosa-fructosa,huevo entero en polvo,leche descremada en polvo,sal,bicarbonato de sodio, lecitina de soya,canela,gelatina levedura en polvo,bicarbonato de amonio,sabores naturales y artificiales.Contiene:trigo,soya,ingredientes de huevo y leche y sulato.

Manufacturado en instalaciones libres de maní y nueces

Cod.M.S.N. 1003 -A- 39550

Fecha de vencimiento ver empaque:aa/mm/dd

País de origen: CANADA

Importado y Distribuido por importaciones

Mealtime S.A. La Uruca , tel: 248-1294

servicioclientes@mealtime.cr.com

Galletas saladas c/Sabor especies de vegetales (DARE)

Peso Neto 225g Ref: 67040

Ingredientes:Harina sin blanquear.grasa de aceite vegetal.aceite de coco (contiene ácido cítrico).sazonador(contiene azúcar.sal.ajo deshidratado. tomate en polvo.solidos de glucosa.pimiento rojo deshidratado.especies. sabores naturales y artificiales.ácido cítrico.ácido malico)mezcla deshidratada de vegetales de. zanahoria.tomate.pigmentos rojos y verdes.azúcar.sal.bicarbonato de amonio.especies.bicarbonato de sodio.proteasa.metabisulfato de sodio (como preservante)leche descremada. Manufacturado en equipo compartido con productos de ajojolí.

Cod.M.S.N. 1003 - A - 38542

Fecha de vencimiento ver empaque:aa/mm/dd

País de origen: CANADA

Importado y Distribuido por Importaciones MealTime S.A. La Uruca , tel: 248-1294

servicliente@mealtime.cr.com

Aderezo Italiano Zesty

Contenido Neto 237 ml

Ingredientes Aceite de soya agua,vinagre azucar,sal contiene menos del 2% de sal ajo seco ajo cebolla seca pimentos rojos goma de xantanol (estabilizante) y EDTA de calcio y disodio (preservante) Polosorbato 60 (emulsifi carte) oleorosina de parika ((colorante natural) concentrado de jugo de limón

Producto importado por Kraft Foods Costa Rica S A

La Ribera de Belén Tel 298-5100 LIC M S

Registro Sanitario Cod No 1005 A-2921

País de Origen Estado Unidos Consumir preferentemente antes de 24-11-06 Servicio al consumidor llamada sin costo 800-DE KRAFT (800-335-7238)

VINAGRE BALSAMICO
consumir preferiblemente antes del 12/10/2010

ACETO BALSAMICO
From Modena, Italy, is an aromatic blend of wines and musts that have been aged in special oak casks for over 4 years. Use in sauces, roasts and on vegetables.
PRODUCT OF ITALY
VIGO IMPORTING COMPANY
TAMPA, FLORIDA 33614
www.vigo-alessi.com
A deposit found in the bottle is a natural occurrence of the product and does not deter the quality.
0 71072 01131 7
ACIDITY 6% CONTAINS SULFITES

Nutrition Facts
Serving Size 1 Tbsp. (15mL)
Servings per Container about 25
Amount Per Serving
Calories 15 Calories from Fat 0
%Daily Value*
Total Fat 0g 0%
Sodium 0mg 0%
Total Carbohydrate 3g 1%
Sugars 3g
Protein 0g
Vitamin C 6%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.

ALESSI
PRODUCT OF ITALY
Aceto Balsamico
DI MODENA
BALSAMIC VINEGAR
AGED 4 Years IN WOOD
NET 8.5 FL.OZ.(250mL)
INGREDIENTS:
RED WINE VINEGAR,
GRAPE MUSTS.
Nutrition Facts
Serving Size 1 Tbsp. (15mL)
Servings per Container about 16
Amount Per Serving
Calories 20 Calories from Fat 0
%Daily Value*
Total Fat 0g 0%
Sodium 0mg 0%
Total Carbohydrate 5g 2%
Sugars 2g
Protein 0g
Not a significant source of Sat. Fat, Trans Fat, Cholesterol, Fiber or other nutrients.
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.

Producto: Frijoles con cerdo en salsa de tomate.
Contenido Neto: 227 g Marca: Van Camp's. Casa
Manufacturera: ConAgra Foods. Ingredientes: Frijoles
blancos preparados, agua, puré de tomate (agua, pasta
de tomate), azúcar, menos del 2% de: sirope de maíz de
alta fructosa, sal, vinagre destilado, cerdo, bicarbonato
de sodio, polvo de cebolla, sabores y naturales y
artificiales, especias, cloruro de calcio. Fabricado en
Estados Unidos, Importado y Distribuido en Costa Rica
por Agencias Feduro (Costa Rica) S.A., San Rafael Arriba
de Desamparados, Tel: (506) 251 2222 Registro Sanitario
Costa Rica: 1008 – A – 23659 No de lote: ver envase.
Consumir preferentemente antes de ver lote.
INFORMACIÓN NUTRICIONAL:
Tamaño de la porción: ½ taza
Porciones por envase: aproximadamente 2
Energía 460,8 (110 kcal)
41,9 % grasa
1kcal 4,189 kJ

Cantidad por porción		%Valor Diario*
Grasa total	1.5 g	2%
Grasa saturada	0g	0%
Grasas trans	0g	
Colesterol	0mg	18%
Sodio	420 mg	8%
Carbohidratos totales	23g	24%
Fibra dietética	6 g	
Azúcares	7g	
Proteínas	6 g	

Vitamina A 0%, Vitamina C 0%, Calcio 4%
Hierro: 10%
*Porcentajes diarios basados en una dieta de 8376 kJ (2000 kcal)

FECHA DE VENCIMIENTO
26 DE AGOSTO DEL 2007

ATUN TROCITOS DE LOMO EN ACEITE
Ingredientes:atun,agua,aceite de soya
proteina de soya hidrolizada
Distribuido por:
Connors Bros, Limited. Canada
Lote: Ver empaque
Importador:
Importaciones Mundiales del Oste S.A
Curridabat,500mts este del indoor club
Telefono (506) 2301200
Registro Sanitario:5341-A-66748
Consumir antes de:ver empaque

01141 Sopa condensada de verduras y pasta (Ministrone)

Contenido neto: 305 g

Ingredientes: Caldo de pollo, puré de tomate (agua, pasta de tomate), papas ,zanahoria, frijolescolorados, agua, apio, guisantes, frijoles pequeño tomates troceados,cebollas, frijoles verdes, calabacin, pasta enriquecida (harina de trigo, gluten de trigo, solidos de clara de huevo, niacina, sulfato hierro, mononitrato de tiamina, riboflavina), sal, almidón de papa grasa de pollo glutamato monosódico, espinacas, extracto de levadura y gluten de trigo hidrolizado, aceite de maiz, ajo deshidratado, especies saborizantes, perejil deshidratado y beta caroteno (color natural). Instrucciones para la conservación: Despues de abierto refrigerese en otro recipiente. Instrucciones para el uso: Combinar con igual porción de agua. Para cocina: Hervir a fuego lento y mover ocasionalmente. Para microondas: Utilizar recipiente apropiado, tapar y cocinar a alta temperatura durante 3 minutos.

INFORMACION NUTRICIONAL		
Tamaño de la porción: 1/2 Taza (120ml)		
Porciones por lata: 2.5		
Calorias: 90	Calorias de grasa: 10	
	Cantidad por porción	% Valores Diarios
Grasa Total	1g	2%
Grasa Saturada	0.5g	3%
Grasa Trans.	0g	
Polyunsaturada	0g	
Monounsaturada	0g	
Colesterol	Menos de 5mg	0%
Sodio	960g	40%
Carbohidratos Totales	17g	6%
Fibra	3g	12%
Azucares	3g	
Proteina	4g	
Vitamina A 40%, Vitamina C 0%, Calcio 2%, Hierro 6%		

Reg. No. 1005-A-8533

Pais de origen: U.S.A.
Producido y empacado por:
Campbell Soup Company

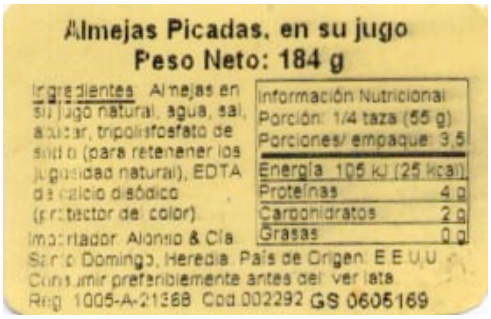
Importado por:
Pedro Oller S.A.
Telf: 522-6000,
Avenida 18 calles 2 y 4

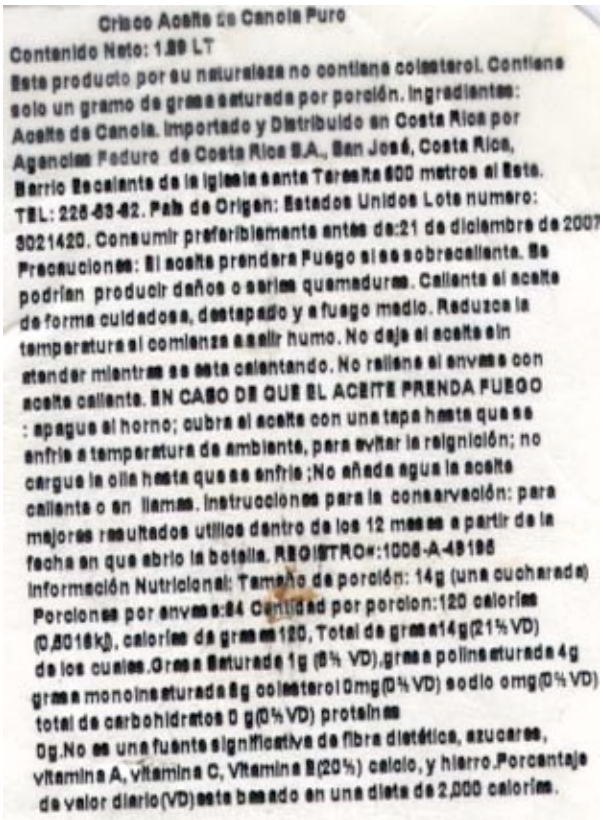
Consumir preferentemente antes de: 13 AGOSTO 2008

Los valores porcentuales diarios se basan en una dieta de 2,000 calorias.

Campbell's
CHUNKY
Soup That Eats Like A Meal
New England Clam Chowder
You Can Win a Trip to
SUPER BOWL XL
NET WT. 18.8 OZ. (1 LB. 2.8 OZ.) 533 GRAMS
Crema de Almejas (533 g)
Ingredientes: Caldo de almeja, papas, carne de almeja, aceite vegetal (maíz, semilla de algodón, canola y/o soya), agua, almidón de papa, contiene menos del 2% de lo siguiente: harina de trigo enriquecida blanqueada (harina de trigo, niacina, sulfato ferroso, mononitrato de tiamina, riboflavina, ácido fólico), mantequilla, sal, glutamato monosódico, concentrado de proteína de soya, almidón comestible modificado, saborizantes, almeja en polvo (dextrina, extracto de almeja, azúcar, sal), fosfatos de sodio, especias, extracto de almeja en polvo (carne de almeja, sal, azúcar, salsa de soya [frijol de soya, trigo, sal]), ácido succínico. Instrucciones de Uso: *No adicione Agua* Caliente agitando ocasionalmente.
Refrigerese después de abierto, en un recipiente por aparte.
Importado por Alonso & Cía. Santo Domingo, Heredia.
País de Origen: Estados Unidos
Consumir preferiblemente antes de: ver fondo de la lata.
Reg. 1005-A-60132 Cod.051636
Información Nutricional
Porción: 1 taza (240 mL)
Porciones por envase: 2
Energía 963 kJ (230 kcal)
Proteínas 6 g
Carbohidratos 21 g
Grasas 13 g
GS 0604145
STOVE: Heat, stirring occasionally.
MICROWAVE: Heat, covered, in medium microwavable bowl OR 2 individual microwavable bowls on HIGH 2 1/2 to 3 min. Careful, leave in microwave 1 min., then stir.
Recommend use by date on can end. CAUTION: Metal edges are sharp. If using can opener, open bottom of can. Promptly refrigerate unused soup in separate container.
INGREDIENTS: CLAM BROTH, POTATOES, CLAM MEAT, VEGETABLE OIL (CORN, COTTONSEED, CANOLA AND/OR SOYBEAN), WATER, POTATO STARCH, CONTAINS LESS THAN 2% OF THE FOLLOWING: BLEACHED ENRICHED FLOUR (WHEAT FLOUR, NIACIN, FERROUS SULFATE, THIAMINE MONONITRATE, RIBOFLAVIN, FOLIC ACID), BUTTER (MILK), SALT, MONOSODIUM GLUTAMATE, SOY PROTEIN CONCENTRATE, MODIFIED FOOD STARCH, FLAVORING, CLAM POWDER (DEXTRIN, CLAM EXTRACT, SUGAR, SALT), SODIUM PHOSPHATES, SPICE, CLAM EXTRACT POWDER (CLAM MEAT, SALT, SUGAR, SOY SAUCE (SOYBEANS, WHEAT, SALT)), SUCCINIC ACID.
CAMPBELL SOUP COMPANY
CAMDEN, NJ U.S.A. 08103-1701
0 51000 00524 3
Satisfaction guaranteed. If you have questions or comments, please call 1-800-257-8443. Please have can code and date information from can end available. Visit our web site at www.chunky.com
0524-505-6XT
Nutrition Facts
Serving Size 1 cup (240mL)
Servings Per Container about 2
Amount Per Serving
Calories 230 Calories from Fat 120
% Daily Value*
Total Fat 13g 20%
Saturated Fat 4g 20%
Trans Fat 0g
Cholesterol 15mg 5%
Sodium 890mg 37%
Total Carbohydrate 21g 7%
Dietary Fiber 2g 8%
Sugars 2g
Protein 6g
Vitamin A 0% • Vitamin C 0%
Calcium 2% • Iron 4%
* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:
Calories: 2,000 2,500
Total Fat Less than 65g 80g
Sat Fat Less than 20g 25g
Cholesterol Less than 300mg 300mg
Sodium Less than 2,400mg 2,400mg
Total Carbohydrate 300g 375g
Dietary Fiber 25g 30g

CLAM DIGGER'S DIP
(Makes about 1½ cups)
Doxsee
MINCED CLAMS
IN CLAM JUICE
NET WT. 6 ½ OZ.(184g)
100% FAT FREE* NO MSG
SNOW'S
SINCE 1868
WILD CAUGHT CLAMS
PRODUCT OF THE U.S.A.
Nutrition Facts
Serv. Size: 1/4 Cup (55g)
Servings Per Container About 3.5
Calories 25
Total Fat 0g 0%
Trans Fat 0g
Cholesterol 10mg 3%
Sodium 320mg 13%
Total Carb. 2g 0%
Protein 4g
Iron 2%
CONTAINS: CLAMS


Almejas Picadas, en su jugo
Peso Neto: 184 g
Ingredientes: Almejas en su jugo natural, agua, sal, azúcar, tripolisfosfato de sodio (para retener los jugos de la almeja natural), EDTA de calcio disódico (protector del color).
Importador: Alonso & Cía. Santo Domingo, Heredia. País de Origen: E.E.U.U.
Consumir preferiblemente antes del: ver lata
Reg. 1005-A-21368 Cod.002292 GS 0605169
Información Nutricional
Porción: 1/4 taza (55 g)
Porciones/ empaque: 3.5
Energía 105 kJ (25 Kcal)
Proteínas 4 g
Carbohidratos 2 g
Grasas 0 g



Crisco Aceite de Canola Puro
Contenido Neto: 1.89 LT
Este producto por su naturaleza no contiene colesterol. Contiene solo un gramo de grasa saturada por porción. Ingredientes: Aceite de Canola. Importado y Distribuido en Costa Rica por Agencias Fedure de Costa Rica S.A., San José, Costa Rica, Barrio Escalante de la iglesia santa Teresita 600 metros al Este. TEL: 225-63-62. País de Origen: Estados Unidos Lote numero: 3021420. Consumir preferiblemente antes de:21 de diciembre de 2007
Precauciones: El aceite prendera Fuego si se sobrecalienta. Se podrian producir daños o serias quemaduras. Caliente el aceite de forma cuidadosa, destapado y a fuego medio. Reduzca la temperatura al comienza a salir humo. No deje el aceite sin atender mientras se esta calentando. No rellene el envase con aceite caliente. EN CASO DE QUE EL ACEITE PRENDA FUEGO : apague el horno; cubra el aceite con una tapa hasta que se enfrie a temperatura de ambiente, para evitar la reignición; no cargue la olla hasta que se enfrie ;No añada agua la aceite caliente o en llamas. Instrucciones para la conservación: para mejores resultados utilice dentro de los 12 meses a partir de la fecha en que abrio la botella. REGISTRO#:1006-A-49195
Información Nutricional: Tamaño de porción: 14g (una cucharada) Porciones por envase:84 Cantidad por porcion:120 calorias (0,5016kj), calorias de grasa 120, Total de grasa 14g(21% VD) de los cuales Grasa Saturada 1g (5% VD),grasa poliinsaturada 4g grasa monoinsaturada 8g colesterol 0mg(0% VD) sodio 0mg(0% VD) total de carbohidratos 0 g(0% VD) protainas 0g.No es una fuente significativa de fibra dietética, azucares, vitamina A, vitamina C, Vitamina E(20%) calcio, y hierro.Porcentaje de valor diario(VD)esta basado en una dieta de 2,000 calorias.

Questions? Comments? 1-800-766-7309. www.crisco.com

WARNING: Oil will catch fire if overheated. Damage or serious burns may result.
DO heat oil carefully, uncovered, on medium heat.
DO reduce heat if smoking occurs.
DO NOT leave unattended while heating.
DO NOT refill bottle with hot oil.

IF OIL CATCHES FIRE:
DO turn off heat.
DO cover pot until cooled to room temperature to avoid reignition.
DO NOT carry pot until cool.
DO NOT put water on hot or flaming oil.

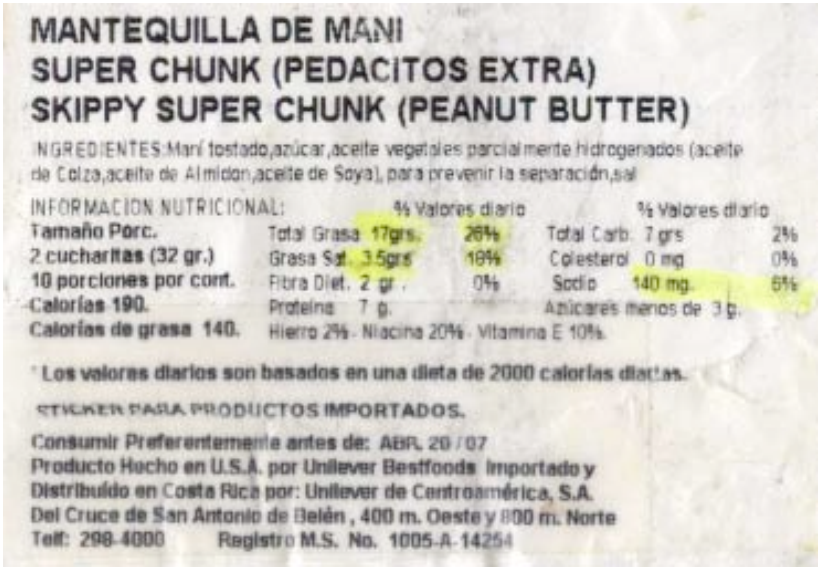
Nutrition Facts
Serving Size 1 Tbsp (14g)
Servings Per Container 128
Calories 120
Calories from Fat 120
*Percent Daily Values (DV) are based on a 2,000 calorie diet.

Amount Per Serving	%DV*	Amount Per Serving	%DV*
Total Fat 14g	21%	**Cholesterol** 0mg	0%
Saturated Fat 1g	5%	**Sodium** 0mg	0%
Trans Fat 0g		**Total Carbohydrate** 0g	0%
Polyunsaturated Fat 4g		**Protein** 0g	
Monounsaturated Fat 8g			

Vitamin E 20%
Not a significant source of dietary fiber, sugars, vitamin A, vitamin C, calcium and iron.

Do Not Use If Sticker With Crisco® Is Broken Or Missing

INGREDIENT: CANOLA OIL. PROCESSED FROM CANADIAN OIL.
MANUFACTURED BY © THE J.M. SMUCKER COMPANY, ORRVILLE, OH 44667 U.S.A.



MANTEQUILLA DE MANI
SUPER CHUNK (PEDACITOS EXTRA)
SKIPPY SUPER CHUNK (PEANUT BUTTER)

INGREDIENTES: Maní tostado, azúcar, aceite vegetales parcialmente hidrogenados (aceite de Colza, aceite de Almidon, aceite de Soya), para prevenir la separación, sal

INFORMACION NUTRICIONAL:		% Valores diario		% Valores diario
Tamaño Porc.	Total Grasa 17grs.	26%	Total Carb. 7 grs	2%
2 cucharitas (32 gr.)	Grasa Sat. 3.5grs	18%	Colesterol 0 mg	0%
10 porciones por cont.	Fibra Diet. 2 gr.	0%	Sodio 140 mg.	6%
Calorías 190.	Proteina 7 g.		Azúcares menos de 3 g.	
Calorías de grasa 140.	Hierro 2% - Niacina 20% - Vitamina E 10%.			

* Los valores diarios son basados en una dieta de 2000 calorías diarias.

STICKER PARA PRODUCTOS IMPORTADOS.

Consumir Preferentemente antes de: ABR. 20 / 07
Producto Hecho en U.S.A. por Unilever Bestfoods Importado y Distribuido en Costa Rica por: Unilever de Centroamérica, S.A.
Del Cruce de San Antonio de Belén, 400 m. Oeste y 800 m. Norte
Telf: 298-4000 Registro M.S. No. 1005-A-14254

Jugo de Uva " Concord "

Con Vitamina C adicionada

Contenido Neto: 3,78 L (2 envases de 1,89 L cada uno) Marca: Welch's

Casa Manufacturera: Welch Concord Ingredientes: Jugo de uva de concentrado (agua filtrada, jugo de uva de concentrado) jugo de uva, ácido ascorbico (vitamina C).

• Refrigerar después de abrir • Sin colores o sabores artificiales adicionados

• Sin azúcar adicionado Fabricado en Estados Unidos

Importado por Prismar de Costa Rica,S.A. Curridabat, San José Frente al Registro Nacional

Teléfono: (506) 283-4494 Registro Sanitario: Costa Rica: 1006-A-12233

Consumir Preferentemente Antes de:

24 junio 2007

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

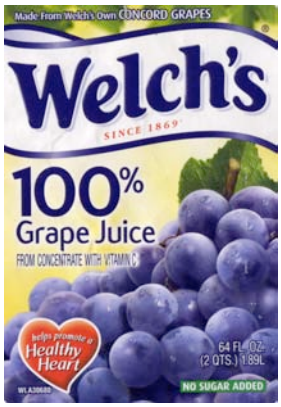
Tamaño de porción 240 mL
Porciones por empaque: 8 porciones
Valor energético 700 kJ (170 kcal)
1 kcal= 4,189 kJ
* Basado en los Valores Diarios (VD) recomendados para Estados Unidos.
Porcentaje de la recomendación diaria se basa en una dieta de 8400 kJ (2000 kcal).
Energía por gramo de nutriente:
Grasas 37 kJ (9 kcal)
Carbohidratos 17 kJ (4 kcal)
Proteínas 17 kJ (4 kcal)

Cantidad por porción		%VD*
Grasa total	0 g	0 %
Sodio	20 mg	1 %
Carbohidratos totales	42 g	14 %
Azúcares	40 g	
Proteínas	0 g	

Vitamina C 100 %

PRICESMART Membership Shopping

Item Number 3567



Anexo 2. Cuadros base para el análisis de etiquetas alimenticias

Cuadro 1

Base de datos de empaques orginales

OTRAS CARACTERISTICAS							PRODUCTO						INDUSTRIA				CONSUMIDOR						
Num	Empaque	Emp	Alimento	Alim	País de origen	País	p01	p02	p03	p04	p05	p06	i07	i08	i09	i10	c011	c012	c013	c014	c015	c016	%
1	Vivant	1	Galletas	10	Canada	2	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	62.5
2	Toasteds	1	Galletas	10	Estados Unidos	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	68.8
3	Mejillones	1	Mariscos	16	Nueva Zelanda	7	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	62.5
4	Swiss Miss	1	Choc. Polvo	6	Estados Unidos	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	68.8
5	Jell-0	1	Gelatina	12	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	75.0
6	Cup noodles	1	Sopas	22	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	56.3
7	Barilla	1	Linguini past	14	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	81.3
8	Frtios	2	Bocadillos	4	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	56.3
9	Munchies	2	Bocadillos	4	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	56.3
10	Papas Lays	2	Bocadillos	4	Estados Unidos	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	62.5
11	Murray	2	Galletas sin	10	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	62.5
12	Cadbury	2	Chocolate	7	Canada	2	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	50.0
13	Oreo	2	Galletas	10	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	56.3
14	Caldo pollo	3	Sopas	22	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	87.5
15	Crema almej.	3	Sopas	22	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	87.5
16	Chili Beans	3	Frijoles	9	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	68.8
17	Minestrone	3	Sopas	22	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	75.0
18	Pink Salmon	3	Mariscos	16	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	62.5
19	Almejas	3	Mariscos	16	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	56.3
20	Atkins shake	3	Batido Vainil	3	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	81.3
21	Brunswick Atun	3	Mariscos	16	Tailandia	8	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	50.0
22	Root beer	3	Gaseoso	11	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	43.8
23	Pam	3	Aceite canol	1	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	81.3
24	Hunt's tomat.	3	Pasta tomate	18	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	56.3
25	VanCamps	3	Frijoles	9	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	75.0
26	Won Ton	4	Pasta Wanta	19	Estados Unidos	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	50.0
27	PartyCubes	4	Queso	21	Francia	4	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	56.3
28	Tofu	4	Sopa Miso	22	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	50.0
29	Trail Mix	4	Nueces	17	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	62.5
30	M&M's	4	Chocolate	7	Estados Unidos	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	37.5
31	Chili season.	4	Condimento	8	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	68.8
32	Apple bar	4	Bocadillos	4	Canada	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	75.0
33	Blueberry	4	Pastelillos	20	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	81.3
34	Cinnamon D.	4	Galletas	10	Canada	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	75.0
35	Multibran Quaker	4	Cereal	5	Mexico	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	62.5
36	Slim Fast	4	Batido	3	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	75.0
37	Skippy	4	Manteq. Man	15	Estados Unidos	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	50.0
38	Top Ramen	4	Sopa	22	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	56.3
39	Brach's	4	Chocolate	7	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	62.5
40	Kraft	5	Aderezo	2	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	81.3
41	Canola Oil	5	Aceite	1	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	75.0
42	Olive oil	5	Aceite	1	Grecia	6	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	75.0
43	Welch's	5	Jugo	13	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	62.5
44	Roland Garlic	5	Aceite ajo	1	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	43.8
45	Aceto Balsam	5	Aceite balsár	1	Italia	5	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	50.0
					TOTAL		45	45	40	42	41	24	41	44	27	19	14	16	8	10	29	18	

Fuente: Empaques recolectados
Elaborado por: Mónica Jiménez, 2007

Cuadro 2

Base de datos de etiquetas traducidas

OTRAS CARACTERISTICAS						PRODUCTO							INDUSTRIA				CONSUMIDOR							
Num	Empaque	Emp	Alimento	Alim	País de origen	pt1	pt2	pt3	pt4	pt5	pt6	it7	it8	it9	it10	ct11	ct12	ct13	ct14	ct15	ct16	ct17	ct18	Tr
1	Vivant	1	Galletas	10	Canada	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	33.3
2	Toasteds	1	Galletas	10	Estados Unidos	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	38.9
3	Mejillones	1	Mariscos	16	Nueva Zelanda	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	61.1
4	Swiss Miss	1	Choc. Polvo	6	Estados Unidos	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	33.3
5	Jell-0	1	Gelatina	12	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	55.6
6	Cup noodles	1	Sopas	22	Estados Unidos	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	38.9
7	Barilla	1	Linguini pasta	14	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	61.1
8	Frtios	2	Bocadillos	4	Estados Unidos	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	33.3
9	Munchies	2	Bocadillos	4	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	55.6
10	Papas Lays	2	Bocadillos	4	Estados Unidos	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	50.0
11	Murray	2	Galletas sin az.	10	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	55.6
12	Cadbury	2	Chocolate	7	Canada	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	55.6
13	Oreo	2	Galletas	10	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	50.0
14	Caldo pollo	3	Sopas	22	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	55.6
15	Crema almej.	3	Sopas	22	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	55.6
16	Chili Beans	3	Frijoles	9	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	44.4
17	Minestrone	3	Sopas	22	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	61.1
18	Pink Salmon	3	Mariscos	16	Estados Unidos	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	61.1
19	Almejas	3	Mariscos	16	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	38.9
20	Atkins shake	3	Batido Vainila	3	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	50.0
21	Brunswick Atun	3	Mariscos	16	Tailandia	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	16.7
22	Root beer	3	Gaseoso	11	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	50.0
23	Pam	3	Aceite canola	1	Estados Unidos	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	61.1
24	Hunt's tomat.	3	Pasta tomate	18	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	50.0
25	VanCamps	3	Frijoles	9	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	50.0
26	Won Ton	4	Pasta Wantan	19	Estados Unidos	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	38.9
27	PartyCubes	4	Queso	21	Francia	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	50.0
28	Tofu	4	Sopa Miso	22	Estados Unidos	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	38.9
29	Trail Mix	4	Nueces	17	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	55.6
30	M&M's	4	Chocolate	7	Estados Unidos	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	44.4
31	Chili season.	4	Condimento	8	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	55.6
32	Apple bar	4	Bocadillos	4	Canada	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	50.0
33	Blueberry	4	Pastelillos	20	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	55.6
34	Cinnamon D.	4	Galletas	10	Canada	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	61.1
35	Multibran Quaker	4	Cereal	5	Mexico	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	44.4
36	Slim Fast	4	Batido	3	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	55.6
37	Skippy	4	Manteq. Maní	15	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	38.9
38	Top Ramen	4	Sopa	22	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	61.1
39	Brach's	4	Chocolate	7	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	0	0	?	0	0	0	0	0	1	1	0	50.0
40	Kraft	5	Aderezo	2	Estados Unidos	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	55.6
41	Canola Oil	5	Aceite	1	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	61.1
42	Olive oil	5	Aceite	1	Grecia	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	50.0
43	Welch's	5	Jugo	13	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	66.7
44	Roland Garlic	5	Aceite ajo	1	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	50.0
45	Aceto Balsam	5	Aceite balsám.	1	Italia	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	44.4
					TOTAL	45	42	43	42	36	42	37	18	1	20	7	12	1	0	2	9	44	3	

Fuente: Empaques recolectados
Elaborado por: Mónica Jiménez, 2007

Anexo 3. Instrucciones de uso, advertencias y enunciados publicitarios de prestigio y persuación

Advertencias e instrucciones de las etiquetas alimenticias

Manufacturated in a facility that also processes milk, egg, peanuts, three nuts, fish and shrimp	Cup Noodles Spicy no se tradujo
Caution: Product is hot; please handle with care. Do not purchase if cup is open or torn.	Cup Noodles Spicy no se tradujo
For best results do not use boiling water.	Swiss Miss no se tradujo
WARNING: Oil will catch fire if overheated. Damage or serious burns may result. DO heat oil carefully, uncovered, on medium heat. DO reduce heat if smoking occurs. DO NOT leave unanttended while heating. DO NOT refil bottle with hot oil.	Precauciones: El aceite prenderá Fuego si se sobrecalienta. Se podría producir daños o serias quemaduras. Caliente el aceite de forma cuidadosa, destapado y a fuego medio. Reduzca la temperatura si comienza a salir humo. No deje el aceite sin atender mientras se esta calentando. No rellene el envase con aceite caliente.
IF OIL CATCHES FIRE: DO turn off heat. DO cover pot untl cooled to room temperature to avoid reignition. DO NOT carry pot until cool. DO NOT put water on hot of flaming oil.	EN CASO DE QUE ACEITE PRENDA FUEGO: apague el horno, cubra el aceite con una tapa hasta que se enfirie a temperatura de ambiente, pare evitar la reignición; no cargue la olla hasta que se enfrie; No añada agua la aceite caliente o en llamas.
sorbitol -excess consumption may have laxative efect-	Sorbitol
contains wheat, soy and milk ingredients, may contain traces of peanut	Contiene trigo e ingredientes lácteos. Puede contener maní y otras nueces.
CLAM CHOWDER	
MICROWAVE: Heat, covered, in medium microwavable bowl OR 2 individual microwavable bowls on HIGH 2 1/2 to 3 min. Careful, leave in microwave 1 min., then stir.	Instrucciones de Uso: "No adicione Agua" Caliente agitando ocasionalmente.
Recommend use by date on can end. **CAUTION:** Metal edges are sharp. If using can opener, open *bottom* of can. Promptly refrigerate unused soup in separate container	
STOVE: Heat, stirring occasionally	
Keep refrigerated	Manténgase en Refrigeración

Heating directions Stove top: Empty contents into saucepan. Simmer over medium heat until hot, stirring occasionally.	NO
Microwave: Empty contents into microwave-safe dish; cover. Microwave on HIGH 3 minutes or until hot; stir before serving.	NO
REFRIGERATE UNUSED PORTION IN COVERED STORAGE CONTAINER	Van
"Excess Consumption May have a Laxative Effect"	"El consumo excesivo podría causar un efecto laxante"
ALLERGY INFORMATION: MADE IN A FACILITY THAT PROCESSES BRAZIL NUTS, HAZEL NUTS (FILBERTS) MACADAMIA NUTS, PEANUTS, PISTACHIOS, AND WALNUTS.	**Elaborado en Instalación que procesa maní, nueces, trigo, leche y huevos.**
May contain wheat	Puede contener trigo
Phebylketonurics: **contains phenylalanine**	Fenilcetonúricos: contiene fenilalanina
BAKED IN A NUT FREE / PEANUT FREE FACILITY	Manufacturado en Instalaciones libres de maní y nueces.
CONTAINS: WHEAT, SOYA, EGG AND MILK INGREDIENTS	Contiene trigo, soya, ingredientes de huevo y leche y sulato.
*ADDS A TRIVIAL AMOUNT OF FAT	Añade cantidades muy pequeñas de grasa
Not a significant source of dietary fiber, sugars, vitamin A, vitamin C, calcium and iron.	No es fuente significativa de vitamina A, vitamina C y calcio.
Directions:	Instrucciones de Uso:
IMPORTANT! Point arrow on button toward red mark on can. SHAKE well. Hold can upright 6-12 inches away. SPRAY onto unheated cook/bakeware. A 1 SECOND SPRAY COVERS A 10" SKILLET.	Apunte la flecha que esta en el atomizador amarillo hacia la marca roja que se encuentra en la lata. Agite bien. Sostenga la lata encima del útensilio de cocina, apróximadamente de 15 a 20 cm sobre el mismo. Rocie sobre el utensilio sin calentar. 1 SEGUNDO DE ASPERSION CUBRE 25 cm DEL SARTEN

WARNING: USE ONLY AS DIRECTED. INTENTIONAL MISUSE BY DELIBERATELY CONCENTRATING AND INHALING THE CONTENTS CAN BE HARMFUL OR FATAL. FLAMMABLE. DO NOT SPRAY ON HEATED SURFACES OR NEAR OPEN FLAME. NEVER SPRAY DIRECTLY INTO OVEN. REMOVE BROILER PANS FROM OVEN BEFORE SPRAYING. CAN MAY BURST IF LEFT ON STOVE OR NEAR HEAT SOURCE. AVOID SPRAYING IN EYES. CONTENTS UNDER PRESSURE. DO NOT PUNCTURE OR INCINERATE. DO NOT STORE ABOVE 120F.KEEP OUT OF REACH OF CHILDREN. FOR MORE EDUCATION ABOOUT PRODUCT ABUSE, CONTACT THE ALLIANCE FOR CONSUMER EDUCATION AT www.inhalant.org	ADVERTENCIAS: Utilicelo solo como se le indico. Malgastar el producto concentrandolo deliberadamente e inhalar el contenido puede ser peligroso o fatal. Producto inflamable. No lo atómice sobre superficies calientes O cerca de alguna llama. Nunca lo rocie directo en un horno. Remueva del horno los utensilios para asar antes de atómizar. Puede explotar si se deja sostenido esta bajo presión, no punce la lata ni tampoco la incinere. No lo almacene a temperaturas mayores de 480 (120F) MANTEGALO LEJOS DEL ALCANCE DE LOS NINOS
Contains wheat ingredients	BARILLA no se tradujo
This product is manofacturated on equipment that processes products containing eggs.	BARILLA no se tradujo
Get the best from your pasta, cooking the Italian way. 1. Bring 4-6 quarts of water to a rolling boil. Add salt to taste, if desired. 2. Add contents of package to boiling water. Stir gently. 3. Return to a boil. For authentic "al dente" pasta, boil uncovered, stirring occasionally for 9 minutes. For more tender pasta, boil an additional 1 minute. 4. Remove from heat. Drain well. 5. Serve immediately with your favorite Barilla sauce. To prepare half package: Use 3 quarts of water. Cook according to directions.	Preparación: **1.** Hervir de 4 a 6 litros de agua en una olla, adicionar sal al gusto, si lo desea. **2.** Añadir el contenido de una caja al agua hirviendo. Revolver suavemente. **3.** Vuelva a hervir. Para preparar pasta "al dente" , hervir si tapar la olla, revolver ocasionalmente durante 9 minutos. Para una pasta más suave hierva por 1 minuro adicional. **4.** Retirar del fuego. Escurrir bien. **5.** Servir de inmediato con su salsa Barilla favorita. Para preparar medio paquete Utilizar solo 3 litros de agua. Cocinar según las indiciaciones dadas anteriormente.
"Al Dente" perfection in 9-10 minutes	Se cocina perfectamente "al dente" en 6-7 minutos
Allergy Note: this product contains wheat, egg, milk, and soy ingredients.	Contiene ingredientes de trigo,leche, huevos y soya.

You will need: 1/2 Cup Water 1.HEAT oven to 400F (or 375F for dark or nonstick pan) **Place** paper baking cups in 5 regular-size muffin cups. (For best results, use paper baking cups) 2. STIR muffin mix and 1/2 cup water until well moistened. **Spoon** into muffin cups, filling each 2/3 full. 3.BAKE **16 to 21 minutes** or until light golden brown and tops spring back when touched. Immediately and carefully remove muffins baked in paper baking cups from pan, **or** cool muffins not baked in paper baking cups 2 minutes in pan before carefully removing. Cool completely before storing.	Preparación 1. Precaliente el horno a 400, coloque moldes de papel para hornear en un molde para 6 panecitos de tamaño regular o solamente engrase el molde. 2. Bata la mezcla para panecillos con 1/2 taza de agua hasta que toda la mezcla se observe húmeda (es normal observar grumos en la masa). Llene los moldes. 3.Hornee de 15 a 20 minutos o hasta dorar y que la superficie del panecillo adquiera una textura esponjosa. Rinde 6 quequitos.
To Store and Rewarm: Store muffins loosely covered at room temperature. Or store in refrigerator up to 1 week or in freezer up to 3 months. To rewarm, microwave 1 muffin unconveredon microwavable paper towel on Medium (50%) 10 to 15 seconds if room temperature, 20 -25 seconds refrigerated, 30 -35 seconds if frozen.	**Blueberry Muffin Mix no se tradujo**
Basic Directions: 1. **STIR** 1 cup boiling water into gelatin in medium bowl at least 2 minutes until completely dissolved.2. **STIR** in 1 cup cold water. 3 **REFRIGERATE** 4 hours or until firm. Makes 4 (1/2-cup) servings.	PREPARACION 1) En un recipiente mezcle 1 taza de agua hirviendo + el contenido del sobre. 2) Mezcle 2 minutos hasta que la gelatina este completamente disuelta. 3) Agregue 1 taza de agua fría. 4) Refrigere durante 4 horas o hasta que este firme.
Directions: Pour 1 level scoop (inside can) of Slim-Fast Optima Shake Mix into a large glass. Add 8 fl. Oz. of very cold Vitamin A&D fortified fat free milk. Stir well and enjoy. If you enjoy a thicker shake, mix milk with 1/2 cup of ice in a blender until smooth... then add a level scoop of Slim.Fast Optima Shake Mix. Blend for 10 seconds more.	Preparación: 1) Adicione 1 medida de la mezcla en un vaso grande 2) Adiciones 8 onzas de leche descremada bien fría. 3) Agite bien y disfrute.
Do Not Use If Sticker With Crisco® Is Broken Or Missing	**Aceite Crisco no se tradujo**
No esta en el origina l	Instrucciones para la conservación: para mejores resultados utilice dentro de los 12

No esta en el origina l	Instrucciones para la conservación: para mejores resultados utilice dentro de los 12 meses a partir de la fecha en que abrió la botella.
SEE NUTRITION INFORMATION FOR FAT CONTENT. CANOLA OIL IS A CHOLESTEROL FREE FOOD WITH 14gOF TOTAL FAT PER SERVING	Este producto por su naturaleza no contiene colesterol.
Contains: soy, milk and almon d s	**ATKINS no se tradujo**
This product is manufactured in a facility that uses peanuts, other nuts and seeds	**ATKINS no se tradujo**
REFRIGERATE ANY UNUSED PORTION IN A SEPARATE, COVERED CONTAINER	Refrigere en un contenedor por aparte después de abierto.
Manufactured on equiment shared with sesame products. Baked in a nut free/peanut free facility.	Manufacturado en equipo compartido con productos de ajonjolí.
TO ADD FRUIT OR VEGETABLES: Refrigerate gelatin 1-1/2 hours or until thickened. Stir in 3/4 to 1-1/2 cups chopped fruit or vegetables (well-drained, if using canned). Refrigerate 4 hours or until firm.	**Jell-O no se tradujo**
NOTE: Do not use fresh or frozen pineapple, kiwi, gingerroot, papaya, figs, or guava. Gelatin will not set.	**Jell-O no se tradujo**
butter (cream, salt) * contains negligible amount of cholesterol	mantequilla (sal, colorante natural)
Just add hot water	SWISS MISS (no se tradujo)
Conventional Preparation: Empty contents of envelope into a cup. Gradually stir 6oz. (3/4 cup) hot (not boiling) water into mix .	SWISS MISS (no se tradujo)

Elementos de prestigio y persuasión sin traducción al texto meta

Lemon flavored. With other natural flavors. Sandwich cookies
Good Source of Protein as Prepared
Spoon Stirrable
With Fat Free Milk
Premium Quality
Directly from Olives
Cholesterol Free
0 Grams of Trans Fat per serving
Saturated Fat ONLY 1g per serving
All Natural
New Simple Measures Clean Pour Spout & Measuring Cap
As always no trans fat per serving
Made for chocolate lovers. Great taste comes from great ingredients. Chocolate Sensation uses only the finest quality imported Dutch cocoas. Chocolate Sensation also has over 50% more cocoa than Swiss Miss Milk Chocolote Hot Cocoa. Premium ingredients and more cocoa make Chocolate Sensation rich, smooth, and very, very chocolate. You deserve the best..
The most delicious thing you can do for your heart
Helps promote a healthy heart
Since 1869
More than twice the antioxidant power of orange juice! That's because of our own Concord Grapes (Per ORAC lab testing)
**Contains natural fruit sugars only
No sugar added, no fat and no cholesterol
An 8 oz. glass counts as two servings of fruit!

With easy opening!
Research has shown that diets high in protein and dietary fiber are satiating. Slim-Fast Optima shakes provide a good source of protein (10g as prepared) and dietary fiber. When consumed as part of a diet rich in protein and fiber like the Optima Diet. Optima shake contribute to hunger control.
DARE Family owned Proudly Canadian FUDGE CHOCOLATE, VANILLA CRÈME, FUDGE MILK CHOCOLATE, CHOCOLATE CHIP, STRAWBERRY CRÈME, COCONUT CRÈME, LEMON CRÈME, MAPLE LEAF CRÈME, FRENCH CREMES, CINNAMON DANISH, BANANA CRÈME
Simply Add Water
This Extra Virgin Olive Oil is an unrefined natural product with a most luscious and delicate flavour. It is produced from the most famous regions of Greece with favourable environment and climatic conditions. This Oil is obtained by light cold pressing in a Traditional millstone press in order to ensure that the full flavour minerals and vitamins of these unique Olives are retained. Store the bottle in a cool, dry place well away from all light and heat sources. It can turn cloudy when temperature falls below 7 C (45 F) without affecting its qualities.
High Protein
Excellent Source of Calcium

Ready in 3 minutes
Great Value
Sweetened with Splenda
Not for weight control
Sugar free
50% fat in dry matter
Satisfying families since 1861
Van Camp's has long been a brand you can trust to bring the comfort of traditional, home-cooked flavor to your family's meals.
SPLENDA ®
Since 1868
Wild caught clams
Product of the U.S.A
100% FAT FREE NO MSG canned clams are a fat free product
SNOW'S/DOXSEE ® MINCED CLAMS IN THEIR NATURAL JUICES, delicate in size, are perfect for appetizers, dips, sauces or any seafood recipe to which you wish to add the special taste of SNOW'S/DOXSEE
In 100 years you can learn a thing or two about baking high quality cookies. Each of our Ultimate cookies is made with delicious, real ingredients... Enjoy all our Ultimate flavours.
Made with real cinnamon
All Natural Original PAM is the versatile no-stick cooking spray for the way you cook today.
Great for home and business
For Fat Free Cooking
Naturally Cholesterol Free

Anexo 4. Descriptores nutricionales

Descriptores nutricionales para energía, sodio, azúcares

Calorías

Libre	Bajo	Liviano	Reducido
Una porción de consumo habitual * del alimento aporta menos de 5 kcal.	Una porción del alimento aporta un máximo de 40 kcal. Si la porción es igual o menor a 30 g., por cada 50 g. del alimento, el producto contiene un máximo de 40 kcal.	El alimento contiene: a) 1/3 menos de calorías por porción que el alimento habitual, cuando éste contiene menos del 50% de calorías provenientes de las grasas. b) 50% menos de calorías en alimentos con más del 50% de calorías provenientes	Se ha reducido en 25% o más el aporte de calorías con respecto al alimento no modificado **.

Sodio

Libre	Muy bajo	Bajo	Liviano	Reducido
Una porción del alimento aporta menos de 5 mg	Contiene u n máximo de 35 mg de sodio por poción. Cuando la porción es pequeña contiene esta cantidad por cada 50 g del alimento.	Una porción del alimento aporta un máximo de 140 mg. Si la porción es menor a 30 g., por cada 50 g. de alimento el producto contiene un máximo de 140 mg de sodio.	El alimento contiene 50% menos del aporte de sodio del alimento habitual, con respecto al alimento no modificado **	Se ha reducido en 25% o más el aporte de sodio con respecto al alimento no modificado **.

Azúcar

Libre	Liviano	Reducido
Una porción del alimento aporta menos de 0.5 gramos.	El alimento contiene 50% menos del aporte de azúcares simples del alimento habitual con respecto al alimento no modificado **	Se ha reducido en 25% o más el aporte de azúcares simples con respecto al alimento no modificado **

Nota:

- Los términos libre, bajo, reducido y liviano en colesterol no se pueden utilizar cuando el alimento contiene más de 2 gramos de grasa saturada o más de 4% de ácidos grasos trans.
- El descriptor “libre de azúcar” debe ser mirado con precaución, puesto que en ciertos casos significa que es libre de sacarosa y no libre de azúcares simples. Para asegurarse de esta información se recomienda leer detalles en el listado de ingredientes y en la información nutricional correspondiente.

Descriptores nutricionales: Extramagro, Buena Fuente, Alto y Fortificado

DESCRIPTOR	REQUISITOS
Extra magro	Por porción de consumo habitual de referencia y por 100 g contiene como máximo: 5 g de grasa total, 2 g de grasa saturada y 95 mg de colesterol. Este descriptor se usa sólo en carnes.
Fortificado	Cuando al alimento se le agrega 10% o más de la Dosis Diaria de Referencia por porción de consumo habitual.

Descriptores nutricionales
<http://www.sofofa.cl/ambiente/agenda%20ambiental/documentos/reglamento%20sanitario%20alimentos/MinutaTecnicasobreEtiquetadoNutricional.pdf>

Anexo 4. Tabla de diagnóstico de habilidades

Tabla de diagnostico de habilidades
Elaborada por Oscar Rojas, 2004)

Nombre: **Fecha:**	**Siempre**	**A veces**	**Casi nunca**	**Nunca**
Estilo				
1. Conservo un estilo de acorde a la cultura y la LT (lengua terminal)				
2. Mantengo las características del tipo de texto				
Sintáxis				
1. Redacto las estructuras correctamente en la LT				
2.Conservo cohesión y coherencia entre las estructuras y las ideas				
3. Cometo errores de concordancia o uso inadecuado de los verbos, sujetos, pronombres, adjetivos, artículos				
4. Cometo errores sintácticos con frecuencia				
5. Tengo problemas con la subordinación u coordinación				
6. Mantengo el orden correcto de las palabras en la LT				
7. Utilizo las transiciones correctas para que el texto se lea con fluidez y naturalidad				
Vocabulario				
1. Escojo el vocabulario preciso y adecuado al tema				
2. Escojo el vocabulario apropiado según el tipo de texto				
3. Me preocupo de que el vocabulario refleje una equivalencia functional con la LT y su cultura				
4. Selecciono vocabulario variado				
5. Traduzco los cognados con precision				
6. Utilizo las colocaciones apropiadas				
7. Evito la traducción literal que interfiera con la naturalidad del TT				

8. Cometo errores de frecuencia lexica				
9. Realizo adaptaciones culturales apropiadas				
10. Hago adiciones, omisiones o uso palabras inexistentes				
11. Utilizo términos especializados precisos				
Ortografía				
1. Deletreo correctamente las palabras				
2. Agrego u omito sílabas, consonants o vocals				
3. Utilizo el corrector ortográfico				
Puntuación				
1. Mantengo una puntuación de acuerdo con la LT				
2. Uso puntuación que permite que el texto se lea fluido y naturalmente				