

García Carrión reclama que los zumos concentrados no se anuncien como exprimidos

Noticias

La empresa ha recordado que durante este año presentó varias reclamaciones a Autocontrol para denunciar términos como "natural" o "zumo 100%" cuando se basa en zumo concentrado.

El [grupo García Carrión](#) [1] ha reclamado a la Administración que aplique la ley vigente en materia de etiquetado y publicidad para evitar la confusión entre zumos elaborados a base de concentrado y los exprimidos, una práctica que supone, en su opinión, "un engaño al consumidor".

La empresa ha recordado que durante este año presentó "varias reclamaciones" a Autocontrol, el organismo autorregulador que vigila las comunicaciones comerciales, para denunciar que "determinadas empresas de la competencia" utilizan términos como "natural" o "zumo 100%" cuando su producto se basa en concentrado y no son "zumos exprimidos".

García Carrión argumenta que el zumo concentrado se obtiene tras quitar al producto el 85% de su agua a través de la evaporación, y después se le añade el agua, la pulpa y los aromas, lo que hace más sencillo su traslado de un país a otro; mientras que para producir zumo natural "hay que exprimir una a una las naranjas".

La compañía murciana ha insistido en que la Administración debe "hacer cumplir la ley y velar por los intereses de los consumidores, que son los más perjudicados por este engaño".

En este sentido, García Carrión ha resaltado que bajo el paraguas de su marca "Don Simón" comercializa tanto zumos a base de concentrado como zumo exprimido, una presencia en ambos mercados que le lleva a defender "la calidad real de los dos productos".

También ha anunciado que en su página web existe un apartado donde se explica pormenorizadamente al consumidor -y de forma audiovisual- cuáles son las diferencias entre zumos (concentrados o exprimidos), néctar y bebidas de fruta.

Autocontrol resolvió a principios de junio que la campaña de publicidad realizada por Don Simón en la que se decía que Granini ofrece zumo a base de concentrado "era engañosa", ya que los consumidores podían interpretar que sólo vendía este tipo de zumos, cuando en realidad también comercializa los exprimidos.

El grupo murciano García Carrión decidió hace justo un año abandonar la asociación Asozumos e integrarse en la Asociación Española de la Industria de Zumos (AIZCE), por considerar, en aquel momento, que la primera "no apostaba claramente por los zumos nacionales exprimidos 100 por cien".

La compañía es conocida por utilizar la llamada "publicidad comparativa", una manera legal de anunciarse pero que es poco habitual en España, y en la que se destacan las diferencias entre su producto y el de la competencia.

Redacción

Enlaces:

[1] <http://www.donsimon.com/>