

Los **productos** que se presentan en el mercado deben ir acompañados de una **información** veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales.



Los productos que se presentan en el mercado deben ir acompañados de una información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales.

Se entiende por etiquetado el conjunto de informaciones escritas, impresas o gráficas que preceptivamente deben acompañar a los productos cuando se presenten a la venta al consumidor.

Existen una serie de normas legales en las que se establecen los datos y requisitos que deben facilitar los responsables de los diferentes productos puestos en el mercado, a fin de que los consumidores y usuarios puedan tener, de forma cierta y objetiva, una información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales y, en particular, sobre las siguientes:

Datos de la persona responsable de la comercialización del producto

Denominación, cantidad y categoría

Composición

Fecha de producción o suministro, plazo recomendado para el uso o consumo o fecha de caducidad, cuando sea necesario

Instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos previsibles

Normas para su conservación, cuando se precise

Lote de fabricación

Entre las normas existentes están las que afectan a los artículos alimenticios envasados, el calzado, los artículos de piel y los textiles, los preparados químicos peligrosos, lejías, detergentes y juguetes, artículos de marroquinería y sobre todo los que afectan a la regulación del etiquetado de los productos industriales.

Este conjunto de informaciones, que para cada tipo de producto habrá que definir de acuerdo con su norma particular, así como la forma en que habrán de incorporarse a los productos en cuestión, deberán ser tenidas en cuenta por los empresarios responsables de los mismos, ya sean fabricantes, comerciantes o importadores, a fin de asegurar su perfecta comercialización y evitar posibles problemas, que, al margen de la correspondiente sanción administrativa, pueden suponer un importante deterioro de la imagen de la empresa.

Pero, además de cumplir con una obligación legal, al etiquetar los productos los empresarios han de tener en cuenta que, como

consecuencia de la importancia que los temas de consumo han adquirido en los últimos años, los consumidores y usuarios exigen, cada día más, una completa información de los productos que consumen, lo que hace que el facilitar ésta constituya una obligación comercial que puede jugar un importante papel a la hora de situarse en el mercado.

Estas mayores exigencias de los consumidores, junto con las obligaciones derivadas de la legislación de la Unión Europea, han hecho que en los últimos años la legislación sobre etiquetado de productos haya sufrido importantes modificaciones, que todavía no han concluido y que van a suponer la adaptación de nuestras normas jurídicas a la legislación comunitaria. Asimismo, se han promulgado nuevas disposiciones en las que se regula el etiquetado de productos que hasta el momento carecían de reglamentación en este sentido.