

UNIDAD 3. EL ETIQUETADO.

El etiquetado de productos está sometido a la legislación de cada país, aunque, lógicamente, se siguen las directrices de órganos superiores como, AENOR en España o la FAO a nivel internacional (Organización de las Naciones Unidas)

El etiquetado de alimentos en España se rige por el decreto 1334/1999, del 31 de Julio, por la que dicha normativa tiene como preferencia que en ningún caso la etiqueta lleve a ningún error al consumidor, apareciendo datos como los siguientes:

- Atribuir propiedades o efectos al producto que no posee
- atribuir propiedades preventivas o curativas, sin incluir las propiedades minerales naturales del agua o productos especiales destinados a la alimentación.
- Atribuir propiedades peculiares cuando son innatas del producto
- Mala o errónea descripción de las características o naturaleza del producto (origen, duración, procedencia, obtención, modo de fabricación, etc.)

No es obligatorio que todos los productos dispongan de etiquetado nutricional, salvo los preenvasados y otros alimentos en los que se incluyan alegaciones nutricionales o de salud.

2.1 Principios del etiquetado.

El rotulado debe ser fácilmente visible, comprensible, legible e indeleble (no puede ser borrado) y debe de presentar los siguientes puntos:

- **Declaración de nutrientes:** El papel fundamental jugado por la etiqueta es dar información a los consumidores del contenido de nutrientes considerados de importancia del alimento
- **Información nutricional complementaria:** Su objetivo es ayudar al consumidor en la comprensión del valor nutritivo del alimento. Se considera información extra o adicional, pero no es sustitutiva de la declaración de ingredientes, sino complementaria.
- **Etiquetado nutricional:** lista detallada del aporte nutricional de cada ingrediente. Hoy día la legislación obliga a que esté presente en lugar visible y con tamaño y diseño que permita su fácil lectura

Toda etiqueta deberá expresar:

- Nombre del producto
- Lista de ingredientes y aditivos
- Peso, volumen o número de unidades.
- Instrucciones para su conservación.
- Identificación del lote.
- Permiso del ministerio de salud
- Fecha de caducidad
- País de origen
- Modo de empleo o uso
- Identificación de la empresa

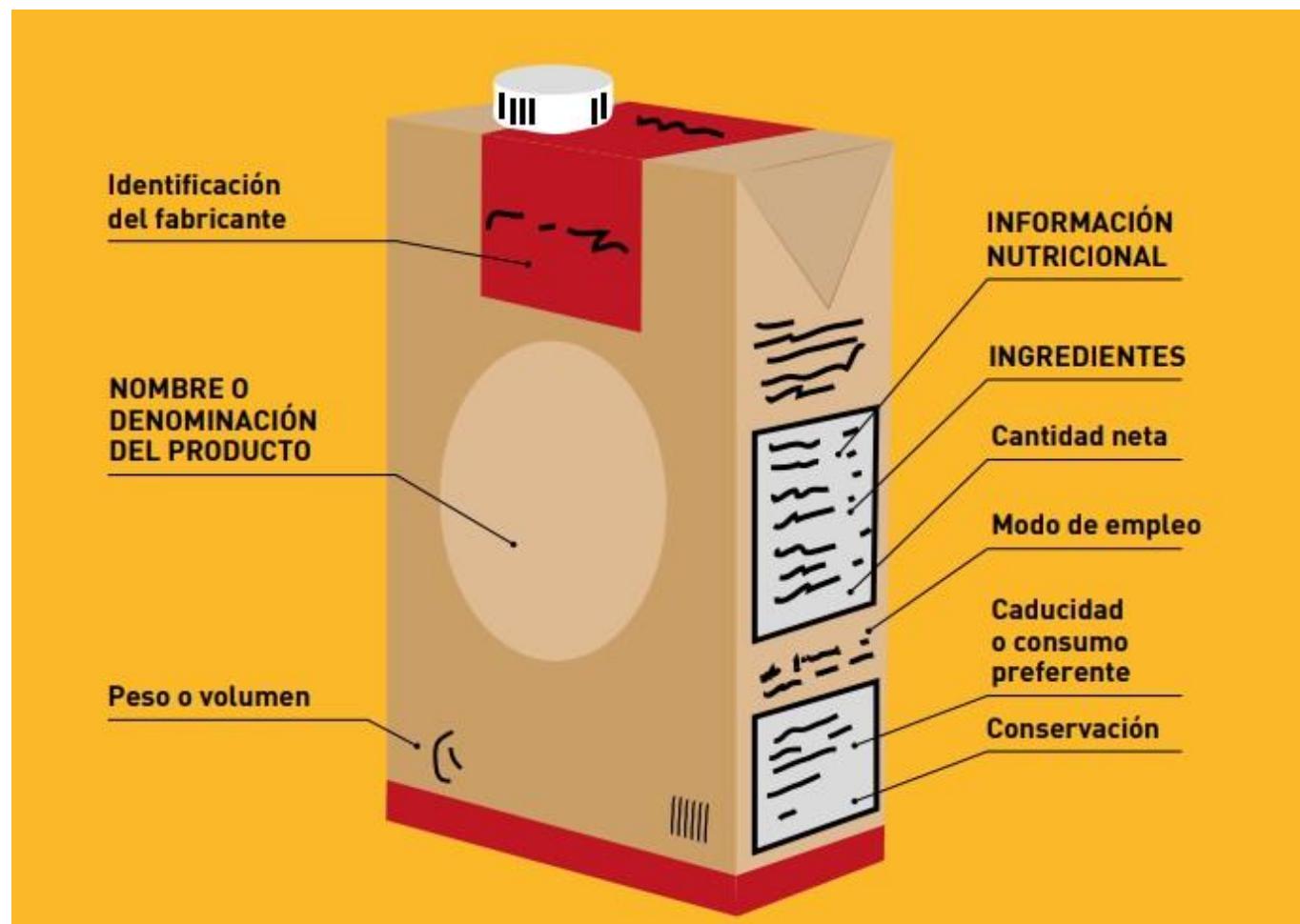
3 Etiquetas. Información, tipos, códigos. Técnicas de colocación y fijación.

3.1 Información:

Las funciones del etiquetado se caracterizan por ser de soporte publicitario y contener información clara y concisa.

Una etiqueta completa debe de contener al menos los siguientes datos:

- Nombre del producto
- Lista de ingredientes y aditivos con sus códigos sanitarios
- Peso, volumen o número de unidades contenidas
- Instrucciones de conservación: refrigerado, congelado, servir frío, etc.
- Identificación del lote
- Registro sanitario
- Fecha de caducidad y/o consumo preferente
- País de origen
- Modo de empleo
- Alimento para regímenes específicos: Si un producto está fabricado específicamente para celíacos u otros regímenes dietéticos debe de indicarlo, tanto con la frase “sin gluten” como “sin azúcar” como el símbolo que le corresponda.
- Alimento fabricado, manipulado y comercializado según el método tradicional o bajo alguna marca de calidad o denominación (de origen, protegida, tradicional...)





Datos identificativos en una botella de vino, licores y destilados:

- Año de cosecha: muestra el año de recogida de uva
- Embotellador: Indica el productor o embotellador del vino
- Contenido alcohólico: Grado de alcohol del vino
- Cantidad: contenido en centilitros o litros
- Denominación de origen: procedencia y consejo que lo regula
- Nombre comercial:

INFORMACIÓN BÁSICA:



3.2 Tipos de etiquetas:

Es posible distinguirlas por:

- **Autoadhesiva:** Son de papel o plástico y se ven en la parte frontal, trasera, collarín de botella o sellos fiscales (azules) de bebidas alcohólicas
- **Diseño:** Pueden ser cilíndricas o de manga y se adaptan a los envases para los que son diseñados.
- **Formas:** Termoencogibles son las etiquetas que pueden ser deformadas por aplicación de calor y por ello pueden adoptar la forma del envase.
- **Material:** Papel, plástico, papel metalizado o laminado. La etiqueta se imprime o se graba, situándose en la posición que mejore su visibilidad.
- **Tamaño:** Grandes y pequeñas.

3.3 Códigos.

La etiqueta añade información de gran importancia logística, es decir, para poder localizar y ubicar un envase con su contenido. La información se resume como un código de barras de 13 o 14 variables o números.

EAN-13 (European Article Number)

Código constituido por 13 dígitos, con una estructura dividida en 3 partes.



Los primeros dos dígitos son Prefijos GS1, que identifican el país de origen del producto. Hay un número de empresa de cinco dígitos que identifica la marca, seguido de un número de artículo que identifica al producto en sí. Por último está el Dígito de Verificación que no haría falta escribirlo ya que lo determina por cálculo el ordenador, y sirve para asegurar la precisión del código.

También existe la EAN-14 (European Article Number), en la cual el primer dígito sirve para localizar las cajas o palets de producto, y los siguientes números son los de la EAN-13.



Los códigos QR:

Los códigos QR son la evolución de las etiquetas de barra y **son capaces de almacenar más información en menos espacio**. Además, al escanear el código utilizando un smartphone o una tablet se obtiene un **acceso inmediato al contenido** que, en la mayoría de los casos, se aloja en una página web.

Ventajas de los códigos QR

- Almacenan mucha información en poco espacio.
- Permiten comunicarse con los clientes de una forma rápida y sencilla.
- Ofrecen una diferenciación y un valor añadido respecto a la competencia.
- Tienen múltiples usos: brindar información extra del producto, realizar promociones o sorteos, generar visitas a una web...

Beneficios de poner un código QR en la etiqueta de producto

En líneas generales, utilizar este sistema de etiquetas inteligentes es un **plus en la calidad y el servicio que se ofrece al cliente**. No hay que olvidar que complementa al etiquetado tradicional ampliando la información que aparece en él.

Pero, ¿cuáles son sus principales beneficios?

- **Mejora el conocimiento de la marca:** Poner un código QR en la etiqueta de producto permite ampliar los datos que se le ofrecen a los consumidores sobre el artículo, haciendo que conozcan más a la marca.

- **Potencia la diferenciación:** Utilizar códigos QR en las etiquetas de productos también impulsa la diferenciación. Así, es una excelente forma de apostar por un etiquetado diferente, que llame la atención y cautive a los posibles clientes desde un primer momento.

Si se combina un buen etiquetado con un código QR la experiencia de los consumidores será más positiva y se aumentarán las posibilidades de conseguir más ventas.

- **Permite captar nuevos clientes y fidelizarlos:** Cuidar el diseño de las etiquetas es importante y, sin duda, se trata de un factor esencial para conseguir un packaging óptimo. Esto consigue que los consumidores se fijen más en los productos de la marca, pero, además, se puede **usar el código QR para promocionar sorteos o llevar a cabo diversas promociones**. ¿El resultado? Se incrementan las opciones de captar nuevos clientes y fidelizarlos.
- **Aumenta la presencia de la marca en entornos digitales:** A través de los códigos QR de las etiquetas de producto se puede guiar a la audiencia a la web de la marca o a las redes sociales, mejorando y aumentando su presencia en Internet. De esa manera, con el etiquetado se consigue una mejor comunicación con el público, que puede interactuar con la empresa de una forma rápida y sencilla.



Ejemplo código QR pastelería luz charme en Chile