



¿PUEDE UN CÓDIGO QR SUSTITUIR AL ETIQUETADO TRADICIONAL DE LOS PRODUCTOS?*

Helena Palomino Moraleda**

Profesora Ayudante

Centro de Estudios de Consumo

Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de publicación: 14 de julio de 2023

1. PLANTEAMIENTO

La OMIC de la Comunidad de Madrid plantea ante el CESCO la siguiente cuestión: ¿puede la información de etiquetado de los productos ser sustituida por un Código QR?

2. RESPUESTA

Históricamente la información relativa a los productos que se incluye en el etiquetado de los mismos se ha mostrado de forma escrita en la propia etiqueta. Ahora, se nos pregunta si puede ser facilitada mediante un Código QR incluido en la etiqueta del producto. Debemos entender un código QR como una matriz de puntos bidimensionales en formato cuadrado que permite almacenar información de datos a los que puede acceder el consumidor por medio de un lector. Hoy día todos los móviles inteligentes cuentan con este lector.

* Trabajo realizado en el marco del Contrato con referencia 2021-COB-10466-002 con cargo a la Ayuda para la financiación de actividades de investigación dirigidas a grupos de la UCLM Ref.: 2021-GRIN31309, denominado "Grupo de Investigación del Profesor Ángel Carrasco" (GIPAC) y a la ayuda para la realización de proyectos de investigación científica y transferencia de tecnología, de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) para el Proyecto titulado "Protección de consumidores y riesgo de exclusión social en Castilla-La Mancha" (PCRECLM) con Ref.: SBPLY/19/180501/000333 dirigido por Ángel Carrasco Perera y Ana Isabel Mendoza Losana.

** ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3196-3251>



El etiquetado de un producto es su carta de presentación. Refleja las características del producto, su origen, componentes y diversos datos que ayudan al consumidor a tomar mejor su decisión, conforme a sus necesidades y preferencias. Esta información permite al consumidor comparar productos y realizar compras seguras. En España, la Ley General de Defensa de Consumidores y Usuarios recoge entre los derechos básicos de los consumidores – art. 8- la necesidad de facilitar al consumidor una correcta información sobre los bienes y servicios: *d) La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios en formatos que garanticen su accesibilidad y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute, así como la toma de decisiones óptimas para sus intereses.*

En nuestro país encontramos dos normas básicas que regulan el etiquetado de productos: el Real Decreto 1468/1988 por el que se aprueba el Reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a su venta directa a los consumidores y usuarios, y el Reglamento (UE) 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. Además, encontramos normativa específica que regula el etiquetado en otras materias como el Real Decreto 1718/1995, de 27 de octubre, por el que se regula el etiquetado de los materiales utilizados en los componentes principales del calzado, el reciente Real Decreto 192/2023 en materia de productos sanitarios¹ o el Reglamento (UE) 251/2014 de 26 de febrero de 2014 sobre la definición, descripción, presentación, etiquetado y protección de las indicaciones geográficas de los productos vitivinícolas aromatizados, modificado por el Reglamento (UE) 2021/2117 del Parlamento Europeo y del Consejo de 2 de diciembre de 2021.

Para responder a la cuestión que se nos plantea analizamos las dos principales normas sobre etiquetado en nuestro país.

2.1 Reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a su venta directa a consumidores y usuarios

Este Reglamento es aplicable a los productos industriales, entendiéndose por tales: *Todo bien, artículo u objeto de carácter duradero o fungible que, siendo resultado de un proceso industrial, esté destinado para su venta directa a los consumidores o usuarios o a través de su comercialización en establecimientos minoristas, (art. 5). Quedan excluidos de su aplicación los productos cosméticos y sanitarios; productos farmacéuticos; productos alimenticios; productos artesanos; productos considerados como obras de arte o antigüedades; todos aquellos productos industriales que tengan normativa específica en esta materia.*



El Reglamento define como etiquetado del producto *toda información escrita, impresa o gráfica relativa a un producto industrial, que preceptivamente debe acompañar a este cuando se presenta para la venta al consumidor*. Dos cosas debemos extraer cómo claves en esta definición: 1º. Desde el inicio se ha apuntado que la razón de ser del etiquetado es la información sobre el producto que a través de él se proporciona al consumidor; 2º. El carácter preceptivo de la misma. Es obligatorio que la información se incluya en el producto cómo medida de protección del consumidor.

El art. 6 del Reglamento indica que el etiquetado debe *incorporar, llevar consigo o permitir de forma cierta y objetiva una información eficaz, veraz y suficiente sobre sus características esenciales*. El art. 8 indica que esta información obligatoria debe facilitarse con caracteres *claros, bien visibles, indelebles y fácilmente legibles por el consumidor*. Y añade que *las etiquetas que contengan los datos obligatorios se situarán sobre el propio producto o en su envase y de forma que sean perfectamente visibles por el consumidor o usuario*. Aunque en el caso de productos duraderos o por razones justificadas de espacio la información podrá figurar en folletos o en documentos que acompañen al mismo.

Es interesante y merece nuestra atención la mención que el art. 6 del Reglamento hace para referirse al etiquetado, aludiendo a tres formas posibles en las se puede facilitar la información: *incorporar, llevar consigo o permitir de forma cierta y objetiva una información eficaz*. Parece que un Código QR, en la etiqueta del producto, que lleve directamente al consumidor a la información que exige la normativa podría encontrar un perfecto encaje en estos tres verbos, al menos, en lo referido a “permitir de forma cierta y objetiva”. El código permite el acceso a la información y si esta cumple con las exigencias de los art. 7 y 8 del Reglamento (información obligatoria que debe incluirse en las etiquetas), no supondría ningún incumplimiento de la normativa.

2.2 Reglamento (UE) 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor

El Reglamento busca garantizar el nivel de protección del consumidor en relación a la información sobre los alimentos, en particular en lo relativo al etiquetado de estos. El art. 6 establece que los alimentos destinados al consumidor final deben ir acompañados de la “información alimentaria” que exige la norma. En este sentido, se define “información alimentaria” cómo *la relativa a un alimento y puesta a disposición del consumidor final por medio de una etiqueta, otro material de acompañamiento, o cualquier otro medio,*

¹ PALOMINO MORALED A, H., “Claves del nuevo RD 192/2023 en materia de productos sanitarios”, *CESCO*, abril 2023. Disponible en línea:
https://centrodeestudiosdeconsumo.com/images/Claves_del_nuevo_RD_192_2023.pdf



incluyendo herramientas tecnológicas modernas o la comunicación verbal. Esta definición abre la puerta a que la “información alimentaria” se exponga a través de medios tecnológicos y no solo por medio de las etiquetas tradicionales, lo que debe llevarnos a entender que el Código QR estaría permitido. En todo caso, se exige que *la información alimentaria sea precisa, clara y fácil de comprender para el consumidor, y que esté disponible y sea fácilmente accesible.* El Código QR permite al consumidor disponer en todo momento de la información alimentaria, incluso de forma indeleble toda vez que mientras una etiqueta física puede desgastarse no ocurrirá esto con una “etiqueta electrónica”.

Puede plantear dudas la mención que hace el art. 12 sobre los alimentos envasados señalando que *la información alimentaria obligatoria figurará directamente en el envase o en una etiqueta sujeta al mismo.* Ese “directamente” puede llevarnos a dudar toda vez que el Código QR necesita de un lector para poder mostrar la información. En todo caso, debemos atender a los principios que inspiran este Reglamento. El considerando 51 alude a la necesidad de que las normas de “información alimentaria” se adapten a *un entorno social, económico y tecnológico que cambia rápidamente.* En este sentido el art. 12 expone que la Comisión podrá acordar mediante actos delegados que determinadas menciones obligatorias se realicen mediante otros medios más adecuados que no sean el envase o la etiqueta siempre que se garantice el mismo nivel de información.

3. CONCLUSIONES

En la actualidad o “nueva normalidad” que vivimos post pandemia, observamos cómo el uso del Código QR está completamente extendido y su asentamiento en la vida diaria se encuentra normalizado. Aunque antes de la pandemia esta herramienta ya era conocida, una vez que se nos permitió volver a la calle y recuperar un atisbo de nuestra libertad asistimos al recurrente uso del Código QR en diversos ámbitos, cómo medida de prevención frente al contagio. Así, las cartas de los bares y restaurantes pasaron de ser en papel a electrónicas y su acceso requería del Código QR. Incluso el famoso y ya olvidado pasaporte Covid, incluye este código para mostrarlo donde nos fuera requerido y así poder comprobar que se cumple con la vacunación exigida.

La cuestión que se nos plantea aquí es si este uso tan extendido del Código QR es válido también para las etiquetas de los productos. Cómo hemos indicado desde el inicio, el fin de la etiqueta y por ende, el de su regulación, es el de otorgar una debida protección al consumidor. Dotarle de información suficiente, clara y objetiva para que pueda tomar su decisión. Esta información sobre los productos se ha otorgado tradicionalmente mediante la etiqueta que incorporan los mismos, pero, la evolución tecnológica propone que el etiquetado también se actualice. La cantidad de información, claridad, formato, calidad, etc., que puede ofrecer un Código QR es infinitamente mayor -y mejor- a la que otorga



el etiquetado físico en el propio producto. Por una razón muy sencilla: el espacio. La normativa de etiquetado, tanto de productos industriales como alimentarios, exige que se otorgue una información fundamental al consumidor sobre las características del producto, pero además exige que se haga de forma clara y accesible, requiriendo un mínimo tamaño de letra y que se muestre en las caras principales del producto. Muchas veces observamos cómo esa información es prácticamente ilegible, toda vez que es tal la cantidad de datos que deben incorporarse en un espacio pequeño que el resultado hace que no siempre sea favorable para el consumidor.

La normativa vigente en España sobre etiquetado, analizada en estas líneas, no recoge ninguna prohibición sobre el uso del Código QR para mostrar la información del producto. Es más, como hemos expuesto, existen definiciones o preceptos en la normativa donde es perfectamente encajable que la información sobre el producto se muestre mediante un Código QR.

Cómo bien señala en los principios inspiradores de sus normas en la materia, la Unión Europea es consciente de la necesidad de unir el desarrollo tecnológico al social y adaptar la información al consumidor a estas novedades. Sin embargo, es cierto que, aunque la legislación actual deja la puerta abierta al uso de la tecnología, aun no contamos con una regulación específica sobre lo que podríamos denominar como “etiqueta electrónica”. Si bien, en algunos sectores como el vitivinícola esto ya es una realidad. El Reglamento (UE) 2021/2117 autoriza por primera vez a comunicar la información obligatoria sobre los vinos a través de etiquetas electrónicas. Las organizaciones sectoriales europeas se unieron para crear una plataforma, aprobada por la UE, conocida como U-Label que permite que cualquier empresa del sector brinde la información obligatoria a los consumidores sobre vinos o bebidas espirituosas a través de este medio. Nos encontramos en un período transitorio de dos años hasta que estas nuevas reglas de etiquetado sean exigibles a todos los vinos y productos vitivinícolas aromatizados que se comercializan en la UE. Comenzará a ser obligatorio a partir del 8 de diciembre de 2023.

En conclusión, en la actualidad no existe una normativa general que regule u obligue al uso de la “etiqueta electrónica” como si ocurre en el sector vitivinícola. Aunque son ya muchos los proyectos piloto que la UE está llevando a cabo para implementar esta medida por lo que parece que su regulación llegará en un futuro cercano. Sin embargo, hasta ese momento debemos hacer acudir a la normativa actual, la cual no impide el uso del Código QR para mostrar la información obligatoria sobre los productos, es más, encontramos preceptos donde este código encuentra un perfecto encaje y por las referencias que la normativa realiza a las novedades tecnológicas, es clara que la dirección del legislativo



européo y nacional es es la de incluir los medios tecnológicos cómo soporte para facilitar esta información.

Desde el principio hemos expuesto que el único objetivo de la normativa sobre etiquetado es el de proteger los intereses de los consumidores. El Código QR no solo protege estos intereses, sino que permite ofrecer una información al consumidor con mayor claridad y calidad, mejorando indudablemente en los intereses del consumidor. Además, el uso de Código QR redunda en la consecución de los objetivos de políticas de salud pública y medio ambiente de la UE. En la actual sociedad post Covid, el Código QR es un medio accesible y perfectamente asentado, por lo que incluir la información del producto mediante esta vía garantiza el justo equilibrio entre los intereses de los consumidores y empresarios, y otorga una información accesible a los mismos.

.