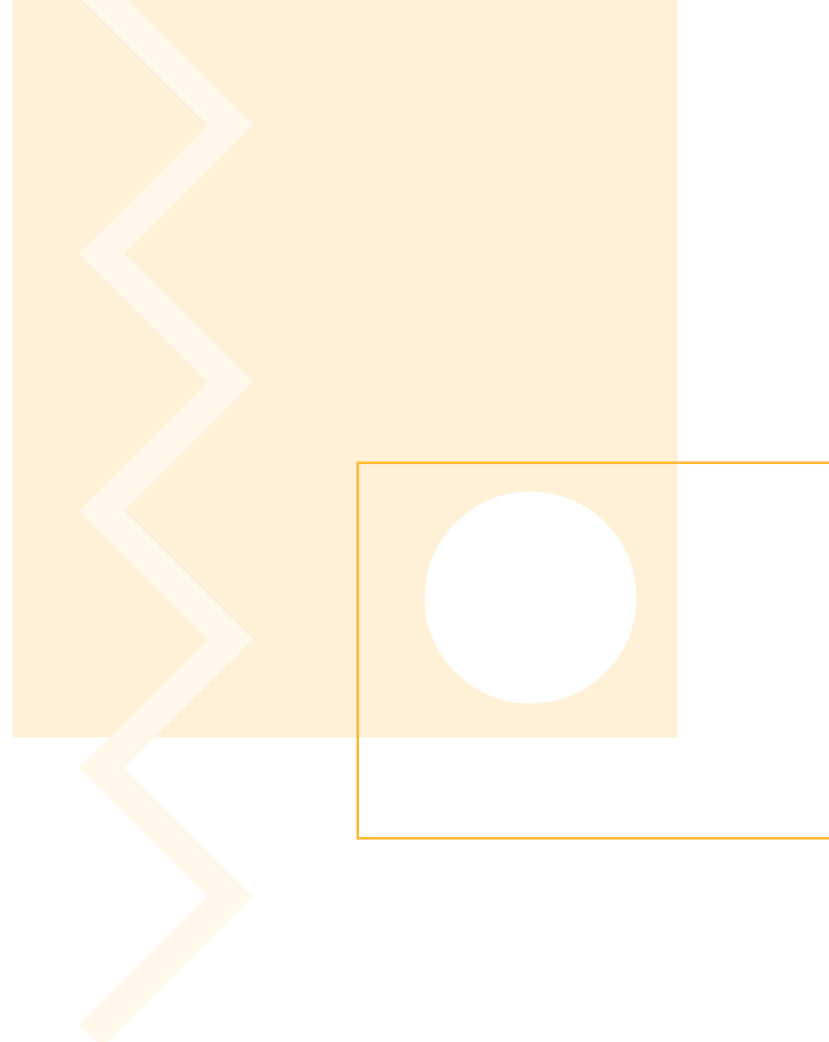


¿Cómo hacer que el etiquetado de los productos sea más fácil de entender?

¡ Aviva tus sentidos !



Certamen
Europeo
del
Joven
Consumidor
2003



Proceso de elaboración:

Para la realización de este trabajo, primero he recogido varias etiquetas de productos existentes en el mercado. Luego he escrito todas sus características de los envases y he pasado todo este material al ordenador en procesador de textos WORD.

Posteriormente he presentado un borrador del escrito a mis familiares y amigas, para ver su opinión y los consejos que me han ido dando los he rectificado, creando un nuevo texto ya modificado. Luego este texto lo hemos trasladado a un programa de diseño y maquetación PAGE MAKER que es dónde hemos colocado y dispuesto, las páginas, colorido y diseño y además he ido colocando algunas fotografías y dibujos que he tenido que recortar y modificarlos con un programa de retoque PHOTOSHOP.

Luego todo este trabajo una vez finalizado, lo he compuesto en un libro y lo he exportado a un archivo final del tipo PDF para que pueda ser colcoado y visto en cualquier sitio o página web de Internet por medio del Acrobat Reader.

Marta Laguardia Bachiller

CONTENIDO

¿Imagen del etiquetado?

¿Qué información debe figurar en el empaque?

¿Slogan y mensajes que deberían estar prohibidos?

¿Algunas reflexiones sobre el etiquetado?

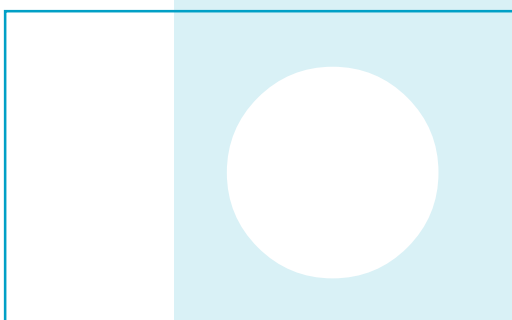
¿Qué es una buena etiqueta? ¿Y una mala?

¿En qué nos debemos fijar?

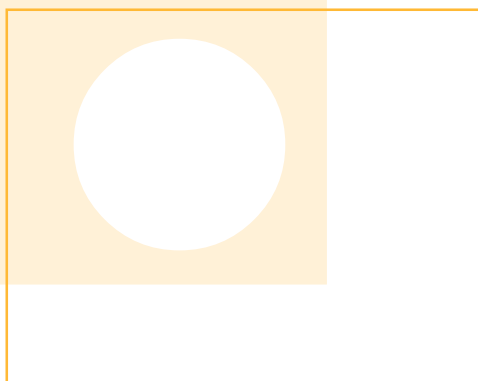
¿Cuáles son nuestros derechos del consumidor?

¿Cómo mejorar el etiquetado?

Índice alfabético



Envoltorios gigantes para dar la sensación de gran volumen y no se corresponde con el contenido del interior.



¿Imagen del etiquetado?

Mi primer trabajo ha consistido en hacer un estudio de mercado de la situación actual en la que nos encontramos en cuanto al etiquetado de los productos. He ido recorriendo distintas tiendas y centros comerciales, analizando el etiquetado de los productos y recogiendo muestras en algunos casos para posteriormente analizarlas en nuestra clase. He estado en hipermercados, tiendas de moda, tiendas de música, perfumerías, etc...

De este primer estudio de mercado he podido extraer una serie de conclusiones que ahora expondré. En principio veo que el etiquetado es muy variado y extenso, y claramente diferenciando la clase de productos y el público al que van destinados. Por ejemplo en los alimentos, que es un producto esencial para nuestra alimentación podemos notar grandes diferencias en el envase y etiquetado de los productos.

Alimentos:



Colores y formas llamativas para aquellos alimentos infantiles para que les atraigan por la vista. Envoltorios gigantes para dar la sensación de gran volumen y no se corresponde con el contenido del interior. Por ejemplo no hemos visto nada o casi nada que vaya dirigido hacia las personas de mayor edad, para mantener una mejor dieta?, qué cantidad es recomendable? mejores usos? cómo preparar los productos?.

Cuando estamos viendo que la población de la llamada tercera edad es muy numerosa y en proporción la sociedad está envejeciendo a grandes pasos. ¿Qué pasa?



Que las personas de más edad no se alimentan? O, es que ellos acaso no consumen?.

Perfumería y Cosmética:

El etiquetado está claramente dirigido hacia el mercado femenino. Con frases llamativas y slogan publicitarios directamente encaminados a hacernos creer que con tal o cual producto conseguiremos la mejor figura, la más bella y radiante y con ello conseguiremos tener a nuestros pies a todos los hombres. Aunque cada vez más se están introduciendo en el mercado masculino, evidentemente esto tiene connotaciones económicas, como todo ello, creando grandes negocios para vender una imagen o una fantasía que no se corresponde con la realidad. A todos nos gusta que nos digan maravillas y no que nos muestren la pura realidad.



5

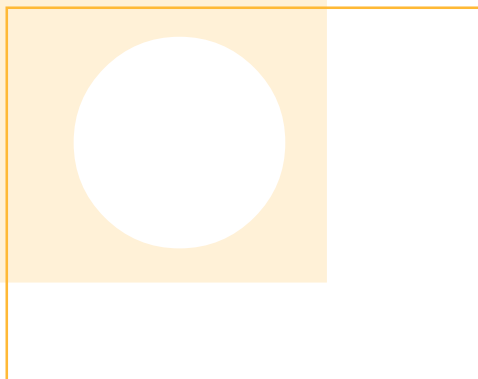
Prendas de vestir y calzado:



Tal vez en ese sector de mercado es donde he visto que sea posiblemente, más coherente y menos agresivo. Ya que el producto está perfectamente visible y lo podemos observar, tocar, analizar, probar, y ver cómo nos queda. En este caso el etiquetado está en un segundo plano y por ello no sea ni tan impactante, y simplemente hace una referencia al fabricante y a su composición.

Con frases llamativas y slogan publicitarios directamente encaminados a hacernos creer que con tal o cual producto conseguiremos la mejor figura

Consiga adelgazar
10 kilos, Vida sana
y saludable, con
alimentos naturales,



Dietética:

Consiga adelgazar 10 kilos, Vida sana y saludable, Alimentos naturales, ... Estas y otras muchas más son frases que aparecen con frecuencia en los envoltorios de estos productos, evocándonos claramente a que esto es lo más sano, lo mejor.

No quiero estar en contra, pero deberían también indicar : a qué edades se pueden tomar, en qué cantidades, solos o combinados con otros productos, contraindicaciones.



Productos de limpieza:

En el caso de los productos de limpieza, fregasuelos, lejías, desinfectantes, etc... es donde más me he sorprendido y alarmado al mismo tiempo. Si recorremos detenidamente las estanterías del “super” donde se encuentran los productos de limpieza, vemos que aquello es todo colorido, amarillos chillones, rojos vivos, verdes y colores impactantes y llamativos que nos cautivan a la vista.



¿Cuál compramos? El verde, el rojo o el amarillo? Nos da igual, porque todos ellos están

hechos de lo mismo, todo química, porquería química. Todo son clorhídricos, ácidos, sulfuros y fórmulas químicas que quien sabe el daño que pueden producirnos a la piel, a los ojos etc.

Y no digamos nada del peligro que este tipo de productos tiene para los más pequeños que intranquilos y aventureros van rebuscando por todos los rincones de la casa y... oh! ha visto una botella rosa llamativa, que guay! ya tiene un juguete sin prever los graves riesgos y peligros que ello le supone. Aquí es donde vemos que la legislación es más permisiva y debería de imponer normas mucho más estrictas.

Coches:

Bueno, hemos llegado al sector de mercado específico de nuestros “papis”, el coche, su sueño dorado, después de su mujer claro. Etiqueta, etiqueta “lo que se dice una etiqueta no la encontramos”, aquí lo que me dieron fue una cantidad inmensa de folletos, catálogos, con fotografías de coches en esta posición en la otra, etc... La línea de este coche es la que más te va con tu forma de vestir, ó mira este modelo es una maravilla tiene la última tendencia en sonido envolvente con mezclador trivalente.



la última tendencia en sonido envolvente con mezclador trivalente.

Pero bueno, lo que estamos comprado no es un coche? Que motor tiene, niveles de seguridad, antioxidación, tracción.

Cuando hacemos estas preguntas nos responden: Si claro, como todos. O sea que la

hemos llegado al sector de mercado específico de nuestros “papis”, el coche, su sueño dorado, después de su mujer claro...

En los juguetes es muy importante la publicidad porque a los niños les influye mucho aquello que ven por televisión



diferenciación en los coches está en hacerte creer que es el mejor por su línea estilizada, por el mejor sonido o por las llantas de aluminio.

Vemos que en la venta de coches es donde la información ha alcanzado las cotas más altas en cuanto a la exquisitez y profusión de la información, además del bombardeo constante y continuado en los medios de comunicación de prensa y televisión. Cada vez más se están dirigiendo al mercado más juvenil y dinámico, pero claro a la hora de pagar siempre se dirigen a nuestros “papis”.

Juguetes:

En este sector, notablemente comprobamos que todo va dirigido a los más peques y no importa si la cantidad de dinero que vale un juguete es excesivo, ya que los padres hacen todo lo posible para satisfacer los caprichos de sus niños; y gracias a esto las multinacionales aprovechan para poner los precios muy elevados.

Colores, cajas transparentes dejando a la vista su contenido, juguetes musicales, con movimiento, que hablan, que ríen... es todo una explosión de imaginación y de creatividad unida con la última tecnología para llevarlos a cabo.

Día a día las innovaciones en los juguetes son mayores. En los juguetes es muy importante la publicidad porque a los niños les influye mucho aquello que ven por televisión. La publicidad es excesiva en navidad, ya que es cuando las ventas se disparan.





¿Que información debe figurar en el empaque?

PRODUCTOS ALIMENTICIOS:

INGREDIENTES: Los ingredientes son una parte bastante importante en los envoltorios de los alimentos, ya que tenemos el derecho a saber los componentes con los que se ha elaborado el producto que posteriormente vamos a consumir.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Nos informa de la cantidad de nutrientes por cada 100 gramos de producto. Valor energético, las grasas, hidratos de carbono, calcio, fósforo, fibra, proteínas, calorías... que el alimento nos proporciona.

FECHA DE CADUCIDAD: Fecha límite a partir de la cual el alimento puede perder sus propiedades y no es aconsejable su consumo.

CANTIDAD NETA: Indica la cantidad de producto que contiene el paquete. En algunos casos esta cantidad viene expresada en gramos o en litros, en otros s indica el número de unidades que contiene.

LUGAR DE CONSERVACIÓN: Si el producto debe conservarse en el frigorífico, si ha de estar en un lugar seco y alejado del calor, etc.

... además del bombardeo constante y continuado en los medios de comunicación de prensa y televisión



FECHA DE FABRICACIÓN: Es una indicación de la fecha mes y año en que ha sido fabricado el lote del producto.

COSMÉTICA-MEDICAMENTOS-LIMPIEZA:

MODO DE EMPLEO: Algunas indicaciones a seguir a la hora de utilizar nuestro producto, en el caso de los medicamentos indica las dosis que han de ser administradas teniendo en cuenta la edad.

CONSEJOS DE USO: Pueden incluir algunas advertencias, consejos, referidos a la mejor administración del producto, cómo se debe usar para su mejor aplicación, si se ha de utilizar sólo o en combinación con otros tratamientos, etc.



¿PARA QUÉ? Se debe de indicar claramente para qué está indicado el uso del producto, y no debe en ningún caso producir confusión ni equívoco.

PRECAUCIONES: Si tiene alguna contraindicación a la hora de su administración como por ejemplo si puede ser tomado por personas embarazadas o por lactantes.

NOTAS DE AVISO: La más común es aquella que comienza con la palabra: “Importante”. Por ejemplo indicaciones a seguir en el caso de sobredosis o de reacciones alérgicas.



JUGUETES:

AÑOS: Debe indicar la edad o tramo de años de los niños para los cuales está indicado el uso de dicho juguete. En muchos casos viene un número en un círculo, por ejemplo(6-12) esto quiere decir que el juguete es aconsejado para niños de entre 6 y 12 años.

TODOS LOS PRODUCTOS:

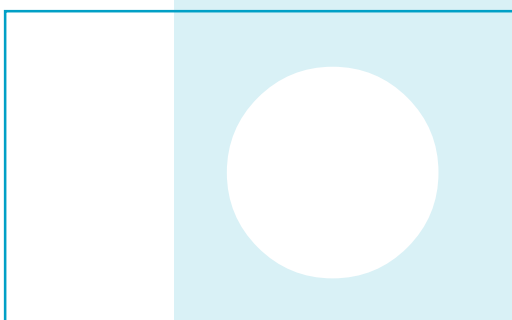
CÓDIGO DE BARRAS: Este código de barras está estandarizado en la mayoría de los productos, es una forma ágil de poder codificar los artículos en una tienda y poder leer su código en los cajeros y reconocer el precio. Su uso está mayormente extendido a nivel mundial.

DONDE PROCEDE SU FABRICACIÓN: Indica el nombre del fabricante, dirección, país y centro de distribución en algunos casos.

DIRECCIÓN DEL CONSUMIDOR: Es muy importante que se indique este dato, ya que nos viene una dirección o un teléfono al que podemos acudir para expresar nuestras quejas como consumidores.



el código de barras está estandarizado en la mayoría de los productos...



en tan poco tiempo, voy a quedar igual que la del anuncio? ¿y así de fácil?

Glosario de símbolos y abreviaturas:



DDR: Dosis diaria recomendada

Kcal: Kilocalorías

g/gr: gramos

mg. Miligramos

Vitaminas B1, B2, E

¿Slogan y mensajes que deberían estar prohibidos?

En mi opinión, algunos mensajes deberían estar prohibidos ya que engañan al consumidor o no dicen lo que verdaderamente contienen en el interior, pero hay que admitir que la realidad es otra.

Por ejemplo, en algunos productos de cosmética encontramos gran variedad de esos mensajes: «Pruébalo y en dos semanas comprobará que las arrugas han desaparecido» ¿verdaderamente las arrugas van a desaparecer en tan poco tiempo? ¿voy a quedar igual que la del anuncio? ¿y así de fácil?.

Son preguntas que muchas veces nos formulamos, pero acabamos comprando el producto sin darnos cuenta de que mediante mensajes engañosos captan nuestra atención y sobre todo nuestro dinero.





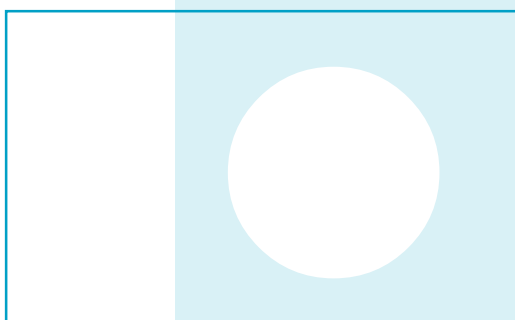
Otros mensajes y slogans serían: «Aumente el volumen de su pecho fácilmente y con productos naturales», «Adelgace 4 kilos en sólo dos semanas y sin realizar ninguna dieta», «Mejore su figura sin pasar por el quirófano»...Podría seguir nombrando más, pero la lista puede ser interminable. Lo que sí que podemos comprobar es que la mayoría, por no decir todos, están relacionados con el cuerpo y la belleza.

Casi siempre estos tipos de mensajes van unidos a una imagen de una mujer o un hombre que parece perfecto, es guapa, no tiene celulitis, ni arrugas... y lo único que están haciendo es intentar engañarnos mediante la vista y hacernos creer que con el producto acabaremos estando como el modelo del anuncio y en muy poco tiempo.

Hay en otros sectores que también se pueden apreciar un poco de estos mensajes: «si te compras este coche serás muy feliz», «con esta colonia los chicos se rendirán a tus pies», «con éstos pantalones arrasarás», «con el limpiatodo tu casa quedará reluciente»... ¡con esos pantalones y con la colonia ligaré!, ¡voy a comprarme ese coche porque así seré feliz y no tendré problemas!

Tenemos que darnos cuenta de que lo que nos están vendiendo son utopías y mensajes maravillosos que nos inducen al deseo irrefrenable de comprar el producto. Considero que tendrían que prohibirlos o modificarlos para que dijeran la verdad y dejaran de prometer tantas cosas que ni ellos saben si es cierto; así, la gente no se llevaría tantas decepciones y podríamos creernos lo que dicen.

darnos cuenta de que lo que nos están vendiendo son utopías, mensajes maravillosos que nos inducen al deseo irrefrenable de comprar el producto



las personas no se fijan demasiado en el etiquetado...

¿Algunas reflexiones sobre el etiquetado?



¿El etiquetado tiene tanto valor cómo la publicidad? En mi opinión, la publicidad es una de las partes más importantes a la hora de escoger un producto entre muchos de ellos. Somos muy fáciles de «engañar» y con la publicidad se puede conseguir fácilmente ya que mediante imágenes atractivas incita al consumidor.

Por eso creo que las personas no se fijan demasiado en el etiquetado, simplemente para reconocer el producto que es, pero sin pensar que la etiqueta es una manera de informarte del producto antes de adquirirlo y si realmente contiene lo que estás buscando, cosa que con la publicidad es muy difícil conseguir. En definitiva considero que el etiquetado es más o igual de importante que la publicidad.

¿Las personas se fijan en el etiquetado o simplemente le echan una ojeada? La mayoría, creo que no se fijan lo demasiado, sino que con ver su contenido y de lo que se trata se conforman sin fijarse, por ejemplo en los juguetes en la edad recomendada, o en un alimento en la fecha de caducidad o en los componentes; aunque es sólo una opinión y puede que ahora las personas se fijan más y yo esté equivocada pero eso es lo que yo he apreciado durante un mes fijándome en las personas que acudían a los mercados, tiendas y otros establecimientos.



¿Qué es una buena etiqueta? ¿Y una mala?

Una buena etiqueta es aquella en la que se vea claro todo lo que es necesario e imprescindible saber. Que con sólo mirarla sepamos su contenido y el producto que vamos a comprar. Tiene que ser llamativa y atractiva pero a la vez informativa. La brevedad y concisión es una parte muy importante para conseguir una buena etiqueta; decir todo con el menor número de palabras posibles, sólo lo imprescindible y más importante y con un lenguaje asequible a todo el mundo. Para lograr una buena etiqueta hay que tener en cuenta a qué clase de consumidor va dirigida (niños, adolescentes, adultos o ancianos). Si va dirigida a los niños la etiqueta tendrá que ser llamativa, con dibujos y con el menor número de palabras posibles; para los adolescentes la etiqueta no es demasiado importante ya que están influidos por las marcas; y para los adultos y ancianos deben de ser informativas y concisas.

Una mala etiqueta es aquella en la que no se precisan ninguna de las cosas anteriormente mencionadas; mensajes muy extensos, información innecesaria o falta de ella, un lenguaje desapropiado, mezcla de ideas o ideas confusas, mensajes engañosos o que no se corresponden con el contenido... todo esto hace que una etiqueta no esté bien elaborada y se le considere mala.

¿En qué nos debemos fijar?

Sobre todo en lo que debemos de fijarnos es en la cantidad, calidad y contenido del producto que vamos a adquirir. Muchas veces sin pensar nos dejamos llevar por las ofertas, los 2X1, descuentos... que es lo que primero ven nuestros ojos ya que queremos ahorrar todo lo posible satisfaciendo nuestra necesidad. Algunas veces están bien porque



Todo se resume en tres palabras: cantidad, calidad y contenido.

debemos reclamar que se respeten nuestros derechos de consumidor

realmente te sale económico, pero a lo mejor en ocasiones no nos fijamos si es el mismo producto que buscábamos, si el tamaño es el mismo o está reducido, si vale la pena..., son cuestiones que nos tenemos que plantear y sobre todo fijarnos bien antes de adquirir el producto de lo que nos están vendiendo.

Si es un producto alimenticio deberíamos fijarnos en la fecha de caducidad, en la apariencia y en la calidad del producto para evitar cualquier situación desagradable. También deberíamos fijarnos en el precio que corresponde al producto, si realmente es el adecuado; pero eso ya son situaciones personales. Todo se resume en tres palabras: CANTIDAD, CALIDAD Y CONTENIDO.

¿Cuáles son nuestros derechos del consumidor?

Nuestros derechos como consumidores son pocos pero imprescindibles.

En caso de que algún producto nos cause un malestar, enfermedad o daño tenemos el derecho de poder reclamar, llamando al servicio de atención al cliente o hasta solicitando una indemnización a la fábrica o empresa propia del producto. La mayoría de las veces no hacemos uso de estos derechos porque, con tal de ahorrarnos papeleo y situaciones incómodas nos conformamos y no nos quejamos.

Pero debemos concienciarnos de que son derechos que tenemos y que en cualquier momento podemos acudir a ellos; por ejemplo visitando la Organización de Derechos del Consumidor (OCU) podemos realizar nuestros reclamos o informarte de todos y cada uno de los derechos que tenemos como consumidores.



¿Cómo mejorar el etiquetado?

La verdad es que el etiquetado, año tras año, ha sufrido una enorme evolución. Antiguamente no se prestaba tanta atención a detalles que actualmente son importantes.

No es que se pueda mejorar ya mucho el etiquetado, sería en cosas simples pero sin demasiada importancia. Habría que mejorar en una pequeña medida, cuándo un producto es para un niño, para un anciano... escoger y seleccionar cuidadosamente la información y detalles que van a aparecer en una etiqueta dependiendo del tipo de persona a la que vaya dirigido.



17

Otra manera de poder mejorar la información del etiquetado sería que las administraciones dedicadas al consumo impusieran unas normas más rígidas de las que existen actualmente y obligasen a todos los fabricantes a que dichas normas fueran respetadas. Por ejemplo: una idea podría ser que en el etiquetado figurase un sello o una marca como que el producto a pasado el control de calidad y cumple con las normas exigidas. Así el consumidor podría estar mucho más seguro a la hora de adquirir un producto.

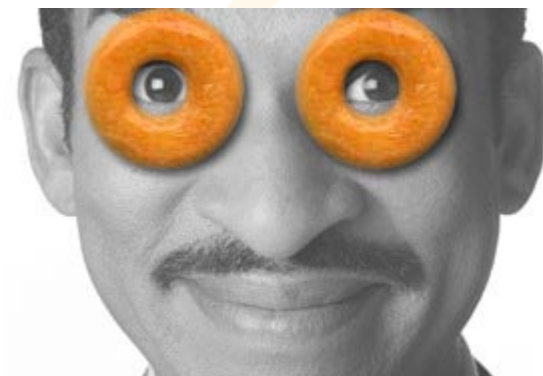
Otra posible mejora podría ser la inclusión en una parte visible del etiquetado figurando si el producto puede tener algunas contraindicaciones, como por ejemplo fijura en los prospectos de los medicamentos.

en el etiquetado debe figurar un sello o marca como que ha pasado el control de calidad exigido.





INDICE ALFABÉTICO



A

Alimentos 4

AÑOS 11

C

CANTIDAD NETA 9

Coches 7

CÓDIGO DE BARRAS 11

CONSEJOS DE USO 10

D

DDR 12

Dietética 6

DIRECCIÓN DEL CONSUMIDOR 11

DONDE PROCEDE SU FABRICACIÓN 11

F

FECHA DE CADUCIDAD 9

FECHA DE FABRICACIÓN 10

G

Glosario de símbolos y abreviaturas 12

I

Imagen del etiquetado 4

INFORMACIÓN NUTRICIONAL 9

INGREDIENTES 9

J

Juguetes 8

K

Kcal 12

L

LUGAR DE CONSERVACIÓN 9

M

MODO DE EMPLEO 10

N

NOTAS DE AVISO 10

O

Organización de Derechos del Consumidor 16

P

Perfumería y Cosmética 5

PRECAUCIONES 10

Prendas de vestir y calzado 5

Productos de limpieza 6

V

Vitaminas 12

¿Cómo hacer que el etiquetado de los productos sea más fácil de entender?

Trabajo realizado por:

MARTA LAGUARDIA BACHILLER

1º curso de Bachillerato del Instituto de Enseñanza Secundaria Pablo Gargallo de Zaragoza

Para poder realizar este trabajo ha sido necesario el esfuerzo y la colaboración de muchas personas, a las que quiero darles mi agradecimiento por tantas horas de dedicación y de trabajo en equipo. Agradezco a mis compañeros de clase para realizar la búsqueda de información por los supermercados y centros comerciales. Y en especial mi agradecimiento a mi «queridísimo papi» que me ha ayudado a resolver todos los problemas técnicos con el ordenador y que sin su ayuda este trabajo no me hubiese quedado así.



Muchas gracias,

Certamen
Europeo
del
Joven
Consumidor
2003