



Etiquetado accesible y pasaporte digital de producto: **nuevos retos para la trazabilidad** en el sector cosmético

En el sector cosmético, la etiqueta de un envase es mucho más que un requisito legal: es la primera garantía de seguridad para el consumidor, la base de la trazabilidad y, cada vez más, una herramienta estratégica que refuerza la confianza y la transparencia de las marcas. El nuevo marco normativo europeo —con iniciativas como el etiquetado accesible o el Pasaporte Digital de Producto— sitúa al etiquetado, la codificación y la trazabilidad en el centro de la competitividad empresarial, obligando a las compañías a integrar tecnologías digitales y sistemas de información que aseguren sostenibilidad, accesibilidad y responsabilidad a lo largo de toda la cadena de valor.



Por *Alicia Naderpour Peñalver* y *María Expósito Delgado*, INVESTIGADORA DE PACKAGING E INVESTIGADORA DE SÍNTESIS, RESPECTIVAMENTE, EN AIMPLAS

El etiquetado, codificación y trazabilidad en el sector cosmético son la garantía de seguridad del consumidor, la base del cumplimiento legal y, cada vez más, pilares estratégicos que sostienen la confianza, la transparencia y la competitividad de las marcas. Estos elementos no solo cumplen una función regulatoria, sino que también permiten a las empresas gestionar de manera eficiente su cadena de suministro, optimizar inventarios, minimizar riesgos de seguridad y responder con rapidez a cualquier incidencia que pueda comprometer la salud del usuario o la reputación de la marca.

El **etiquetado** de un cosmético constituye la principal fuente de información para el usuario. A través de los datos impresos en el envase, se asegura que el consumidor conozca la naturaleza, el uso adecuado y las precauciones necesarias del producto, contribuyendo directamente a su seguridad. Además, un etiquetado claro y completo fortalece la confianza del consumidor y facilita la toma de decisiones informadas, especialmente en un contexto donde los productos cosméticos incluyen cada vez más ingredientes activos, extractos naturales y compuestos funcionales cuyo correcto uso es crucial.

Por otro lado, la **codificación**, mediante sistemas como códigos de barras, DataMatrix o códigos QR, posibilita la trazabilidad a lo largo de toda la cadena de suministro. Gracias a ella, las empresas pueden identificar rápidamente un lote, gestionar inventarios con mayor eficiencia y dar respuesta ágil a cualquier incidencia de calidad y seguridad que pueda surgir, desde errores en la formulación hasta alertas regulatorias. La codificación también permite integrar los productos

con plataformas digitales que facilitan el cumplimiento de nuevas normativas sobre sostenibilidad y accesibilidad, aumentando la interoperabilidad con sistemas de control de inventario, distribución y venta.

El **etiquetado de un producto cosmético** debe contener información obligatoria cumpliendo con los requisitos establecidos en el Reglamento (CE) n° 1223/2009 sobre productos cosméticos¹. Entre la información que debe figurar en un envase cosmético se incluyen:

- Nombre comercial del producto, que permita su identificación inequívoca.
- Función del producto, salvo que el propio nombre indique claramente su finalidad, como en “L'Oréal Paris Elvive Full Resist Champú Fortificante”.
- Listado de ingredientes, según la denominación internacional (INCI), en orden descendente de mayor a menor contenido en la formulación.
- Contenido nominal, es decir, la cantidad de producto en peso (g, kg) o volumen (ml, L).

- Fecha de caducidad; si la durabilidad es superior a 30 meses, se debe indicar el PAO (Period After Opening), que generalmente es de 12 meses en muchos productos.
- Precauciones de uso, como “evítese el contacto con los ojos” o “manténgase fuera del alcance de los niños”.
- Número de lote, que asegura la trazabilidad de la producción.
- País de origen en productos importados, para facilitar control aduanero y seguimiento de la cadena de suministro.

Además, como novedad, en agosto de 2024 se publicó el proyecto de Real Decreto por el que se regula el etiquetado accesible de productos de consumo² cuyo objetivo es asegurar las condiciones de igualdad de todas las personas con discapacidad. Este Real Decreto se aplicará a productos de consumo como los productos cosméticos, excluyendo productos de uso exclusivamente industrial o profesional y de venta a granel. Para asegurar que el etiquetado sea



1 <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2009-82517>

2 <https://www.dsca.gob.es/es/consulta-publica/proyecto-real-decreto-se-regula-etiquetado-accesible-productos-consumo>

accesible debe cumplir con una serie de requisitos:

- Utilizar braille, códigos QR con marca táctil identificable o sistemas equivalentes que sean accesibles cognitiva y digitalmente.
- El código QR debe permitir acceso libre y sin coste a toda la información en un formato claro y accesible, sin requerir identificación ni tratamiento de datos personales.
- Incluir información esencial como nombre del producto, empresa responsable, instrucciones de uso, composición, fecha de caducidad, alérgenos, etc.

En lo que respecta a **trazabilidad**, en junio de 2024 se publicó el Reglamento 2024/1781³, que establece requisitos para el diseño ecológico con el objetivo de mejorar la circularidad para reducir los impactos ambientales a lo largo del ciclo de vida del producto, promoviendo la durabilidad, reparabilidad, reciclabilidad y el contenido en reciclado.

Este reglamento contempla como requisito de información para el consumidor poner a disposición de este un **Pasaporte Digital de Producto** (*Digital Product Passport*, DPP) para tener una completa trazabilidad sobre la composición de los productos en el mercado europeo a lo largo de toda su cadena de valor. La generación de este DPP aplica tanto a productos intermedios como los ingredientes utilizados para la formulación cosmética como a productos finales como los productos cosméticos envasados.

Por tanto, con el DPP lo que se pretende es crear una base de datos electrónica que contenga información detallada sobre el ciclo de vida de un producto, desde su fabricación hasta su



disposición final para informar sobre la instalación, utilización y reparación del producto para minimizar su impacto en el medio ambiente y garantizar una durabilidad óptima. El DPP debe incluir información como:

- Origen.
- Composición de los materiales.
- Emisiones de dióxido de carbono (CO₂) asociadas con la producción.
- Eficiencia energética.
- Facilidad de reparación.

De esta forma, el DPP y la trazabilidad en general, son herramientas clave para impulsar la reutilización al proporcionar información para la gestión sostenible de los productos a lo largo de su ciclo de vida.

En definitiva, el etiquetado, la codificación y la trazabilidad en 2025 se conciben como elementos estratégicos que van más allá del cumplimiento legal: permiten a las

empresas cosméticas garantizar la seguridad del consumidor; optimizar sus operaciones, fomentar la sostenibilidad y reforzar la confianza en la marca. La adopción de tecnologías digitales, la integración de sistemas de información y el cumplimiento de los nuevos requisitos normativos europeos son fundamentales para mantenerse competitivo en un mercado que valora cada vez más la transparencia, la accesibilidad y la responsabilidad ambiental.

Con la implementación adecuada de estos sistemas, las marcas pueden transformar la complejidad normativa y logística en una ventaja competitiva, asegurando que cada producto cosmético llegue al consumidor final de forma segura, responsable y sostenible, cumpliendo no solo con la legislación vigente sino también con las expectativas de un mercado cada vez más exigente y consciente.

3 <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2024-80992>



**Special
chemicals**

Innovación y ciencia en cada ingrediente

Accede a nuestro catálogo completo



C/Muntaner, 479 Ent.1
08021 BARCELONA



+34 93 414 70 84

www.special-chemicals.es

informacion@special-chemicals.es

