



La caducidad de los cosméticos

Desde el pasado mes de marzo, el envase debe incluir el símbolo que indica el plazo de utilización de estos productos después de su apertura



Según la normativa europea, a partir del 11 de marzo de 2005 no se pueden comercializar productos dermocosméticos si no llevan en su etiquetado un nuevo símbolo: un tarrito con una tapa abierta y un número en su interior. Esa cifra indica el tiempo mínimo en meses durante el cual, una vez abierto el envase, el usuario puede hacer uso sin riesgo de su crema, loción, desodorante, champú o cualquier otro artículo de higiene y belleza.

Este icono deberá aparecer obligatoriamente en todos los productos cuya caducidad sea superior a dos años y medio. Aquellos cuya vida es inferior ya estaban obligados a señalar la fecha, pero por encima de 30 meses, sólo algunos laboratorios daban esta información.

La publicación de esta información es especialmente útil para los cosméticos que, una vez abiertos, al entrar en contacto con el medio ambiente son susceptibles de degradación de sus componentes o bien de sufrir contaminación microbiológica, lo que puede presentar riesgos para la salud del consumidor.

El riesgo que corre el usuario en la mayoría de las ocasiones es de que el producto le provoque reacciones alérgicas no muy graves, pero como cada vez es más frecuente el empleo de sustancias activas en los cosméticos, como las vitaminas, que tienen una caducidad, es conveniente que el consumidor conozca cual es su fecha máxima de utilización una vez abierto el envase.

La Unión de Consumidores de Extremadura - UCE, tras examinar más de cien productos, acaba de hacer pública una denuncia en la que asegura que la totalidad de los cosméticos adquiridos en las tiendas denominadas "de todo a 100" o "asiáticas" incumple la normativa vigente y que, de igual manera, casi el 50% de las marcas más publicitadas en nuestro país incumple la normativa de etiquetado.

El grado de incumplimiento afecta a los productos fabricados en España, sobre todo en Madrid y Barcelona.

UCE también ha inspeccionado las diecisiete marcas de cosméticos más vendidas en nuestro país y más del 47% de ella incumplía la legislación en su etiquetado, un 35% solo tenía parte de los productos con el etiquetado en regla y solamente casi el 18% cumplía con todo lo que exige la ley.



La organización de consumidores recuerda lo que ha de recoger por obligación el etiquetado:

- Denominación del producto.
- El nombre o razón social y dirección o domicilio social del fabricante.
- El contenido nominal, indicado en peso o en volumen.
- La fecha de caducidad mínima, mediante la mención "utilícese preferentemente antes de final de ..."
- Símbolo con el plazo después de su apertura durante el cual puede utilizarse.
- Las precauciones particulares de empleo.
- El número de lote de fabricación. País de origen, cuando se trate de productos fabricados fuera de la Unión Europea.
- La función del producto.
- La lista de ingredientes por orden decreciente de importancia.