Revolución en la distribución al tener que incluir etiquetas en la venta on line

Noticias
Los productos de venta online también tendrán que ajustarse al reglamento comunitario que entra en vigor el 13 de diciembre

Los equipos informáticos de la distribución están revolucionados y trabajan a contrarreloj, ya que tienen que **implementar cada una de las etiquetas de los productos de alimentación que venden en su tienda on-line para ajustarse al reglamento comunitario que entra en vigor el 13 de diciembre.**

Según los expertos consultados, se puede tardar de media entre 10 y 15 minutos por producto en incorporar una foto o un texto de cada una de las etiquetas de los productos que se venden en las páginas webs de las cadenas de distribución. Un tiempo que hay que multiplicar por cada una de las referencias comercializadas en cada una de las categorías (alimentación envasada de carne, pescado, conservas, bebidas, lácteos, galletas...).

Hasta ahora, las páginas de Internet incluyen el nombre y marca del producto y su precio, y en muchos casos la foto del producto, pero ninguna incluye foto, texto o escaneado de la etiqueta en la que el consumidor pueda leer, tanto la información nutricional como la de alérgenos, algo que en unas tres semanas será obligatorio.

Estas y otras preocupaciones son las que han puesto de manifiesto los técnicos y responsables de la **Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (Aces)** en una reunión que han celebrado en Bilbao, junto con la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital), Ecommerce Europe y la Comisión Europea, dentro del marco de la iniciativa Single Market Forum.

Una cita en la que las cadenas asociadas a Aces (los supermercados del Grupo Carrefour, Simply, Supercor y Supercor Exprés, Eroski y Lidl) han trasladado a los representantes del ejecutivo comunitario sus preocupaciones y demandas sobre el comercio electrónico, según ha detallado a Efeagro fuentes de esta asociación.

Además de identificar las dificultades con las que se ha encontrado el sector de la distribución para la implementación del reglamento comunitario sobre la información facilitada al consumidor, se han analizado problemas en relación a la entrega a domicilio, de la información que proporcionan las webs comparativas, los pagos y la normativa sobre datos personales.

En este sentido, a tres semanas de que entre en vigor este reglamento, el presidente de Aces, Aurelio del Pino, ha solicitado a los representantes de la Comisión Europea que "trasladen al nuevo Ejecutivo comunitario la necesidad de contrastar con mayor intensidad la aplicación práctica de la normativa en las empresas antes de su aprobación".

Del Pino ha recordado que se debe velar para garantizar la libertad de las empresas para elegir la forma más eficaz y eficiente de hacer llegar sus servicios al consumidor en el mercado interior.

A su juicio, desde este punto de vista el comercio a través de establecimientos físicos se sigue

encontrando con muchas trabas y restricciones derivadas de normativa autonómica y local.

Redacción