

La industria del alcohol omite advertencias y datos nutricionales en su etiquetado

- Cuatro de cada diez bebidas alcohólicas en el mercado español no cumplen con las advertencias obligatorias sobre los riesgos para embarazadas, menores y conductores.



A nivel mundial, cerca de 50 países tienen alguna legislación que regula las advertencias en el etiquetado de las bebidas alcohólicas.

Food & Drink

<https://www.lavanguardia.com/comer/al-dia/20240913/9937896/industria-alcohol-omite-advertencias-datos-nu...>

Comer

Viernes, 13 septiembre 2024

Cuatro de cada diez bebidas alcohólicas en el mercado español no cumplen con las advertencias obligatorias sobre los riesgos para embarazadas, menores y conductores. Además, solo el 22,2% de las etiquetas informan sobre los valores nutricionales, pese a los compromisos de la industria. Así lo concluyen expertos del departamento de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad Autónoma de Madrid, del Centro Nacional de Epidemiología (CNE) y del Grupo de Trabajo de Alcohol de la Sociedad Española de Epidemiología (SEE) en un estudio presentado en la XLII Reunión Anual de esta sociedad científica financiado por la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.

Se trata de la primera investigación en Europa que mide la incorporación de advertencias sanitarias en el etiquetado del alcohol, algo que la Comisión Europea recomendó hacer antes de 2023 a través del Plan Europeo de Lucha contra el Cáncer.

“El sector del alcohol es muy reacio a introducir las advertencias sanitarias, sobre todo sabiendo lo que ha pasado con el tabaco, que primero empezó con mensajes pequeños, luego fueron muy grandes y después se pasó al empaquetado genérico”, el investigador del CNE Iñaki Galán. La diferencia con el tabaco es que aún no se ha llegado a unos criterios de estandarización de los mensajes por parte de la OMS. “Que el alcohol tiene un efecto negativo sobre el cáncer, eso no lo quiere poner nadie”.

El estudio analizó productos con más de 1,2% de [alcohol](#), disponibles en las webs de cuatro cadenas de supermercados con un 40% de cuota de mercado y en dos tiendas especializadas. De los 942 productos identificados, los investigadores localizaron físicamente dos tercios: 170 cervezas, 306 vinos y espumosos, 68 licores, 48 vermús y 35 de otros tipos. De las 627 bebidas revisadas, solo el 22,2% mostraba información nutricional.

La cerveza lideró con un 56,5%, seguida de los licores (26,5%), vermús (16,7%) y, en último lugar, los vinos y espumosos (2,9%). Solo el 2,4% ofrecía información nutricional completa, como energía y macronutrientes. Un 27,3% detallaba los ingredientes, destacando la cerveza (89,4%) frente a los vinos y espumosos, que no proporcionaban esta información.

Aunque el vino presenta variaciones según el tipo de uva y zona de cosecha, los expertos consideran que esto no debería ser un obstáculo. “Las características nutricionales de una bebida alcohólica tienen que ser muy simples porque no tienen prácticamente proteínas ni sal ni grasas”.

La nueva regulación europea permite incluir la información nutricional mediante códigos QR o enlaces web, algo que preocupa a los expertos por el riesgo de exclusión digital entre personas de bajos recursos o de mayor edad.

Solo el 19% de las bebidas incluían advertencias sobre el riesgo de consumo en menores. El 63% de las bebidas analizadas contenía alguna advertencia sanitaria. La más común fue “no consumir durante el embarazo” (56,5%), seguida de “no apto para menores de 18 años” (19%) y “evitar el consumo antes de conducir” (9,1%).

En cuanto a la normativa de [alcohol](#) al volante, España permite actualmente hasta 0,5 gramos por litro de sangre (0,3 para conductores noveles y profesionales), aunque algunos países, como Alemania e Italia, no permiten ninguna cantidad de [alcohol](#) para estos últimos. El Ministro del Interior ha propuesto reducir la tasa máxima a 0,2 gramos por litro para todos los conductores, lo que alinearía a España con países más estrictos como Suecia y Polonia.

El estudio también investiga cómo el etiquetado podría influir en el comportamiento del consumidor, destacando la importancia de la visualización, el formato y el impacto de los pictogramas en las advertencias sanitarias.