vinetur

Escocia reactiva su ofensiva de verano contra quienes compran alcohol para menores

La campaña arranca el 29 de junio con policía y comercios ante una práctica castigada con multa o cárcel

martes 9 de junio de 2026



Escocia pondrá en marcha el próximo 29 de junio una nueva edición de la campaña ‘It’ll Cost You’ para frenar la compra de alcohol por parte de adultos para menores de 18 años, una práctica conocida en el Reino Unido como compra por intermediación. La iniciativa se desarrollará durante las vacaciones escolares de verano y contará con la

participación de Police Scotland, comercios y empresas del sector.

La campaña ha sido anunciada por la Scottish Alcohol Industry Partnership, una alianza que reúne a actores públicos y privados vinculados a la venta y al consumo responsable de alcohol. Su objetivo es recordar a la población que facilitar alcohol a menores puede acarrear una multa, una pena de cárcel o ambas sanciones.

Según la información difundida por la organización y recogida por el medio especializado Scottish Grocer & Convenience Retailer, la acción se desplegará en comunidades locales de toda Escocia. Police Scotland ha comunicado que trabajará de forma directa con minoristas grandes y pequeños, además de con compañías del sector, para trasladar ese mensaje y reducir los casos en los que un adulto compra bebidas alcohólicas para personas que no tienen edad legal para adquirirlas.

La policía escocesa vincula esta campaña con el periodo estival, cuando aumentan las reuniones al aire libre y el tiempo libre de los estudiantes. La intención es reforzar la prevención justo al inicio de las vacaciones escolares, un momento en el que las autoridades consideran necesario insistir en las consecuencias legales y sociales del suministro de alcohol a menores.

La inspectora jefe Michelle Grant, de Police Scotland, explicó que la campaña busca informar al público sobre los riesgos asociados al consumo de alcohol por parte de menores y sobre las consecuencias penales de entregar bebidas alcohólicas a personas menores de 18 años. Grant añadió que la colaboración entre socios públicos y privados permite trasladar ese mensaje con más alcance entre la población.

La responsable policial señaló también que el conocimiento público sobre el carácter delictivo de esta práctica ha aumentado en los últimos años desde el inicio de la campaña. Según sus palabras, tanto comerciantes como ciudadanos han presentado avisos y denuncias, lo que ha permitido a las autoridades actuar en distintos puntos del país.

La Scottish Alcohol Industry Partnership sostiene que las evaluaciones realizadas en ediciones anteriores muestran un aumento gradual del conocimiento ciudadano sobre los riesgos de esta conducta. Aun así, la entidad admite que sigue siendo un problema

relevante. Durante la campaña de 2025, la policía detectó casos en distintos lugares de Escocia, lo que llevó a mantener la iniciativa un año más.

Desde el comercio minorista, el mensaje va en la misma línea. Luke McGarty, presidente del grupo de campañas de SAIP y responsable de política y asuntos públicos de la Scottish Grocers' Federation, afirmó que los vendedores quieren impedir el consumo de alcohol por parte de menores y los episodios de alteración del orden vinculados a estas prácticas.

McGarty indicó que los establecimientos asociados aplican controles para evitar que los menores de 18 años compren alcohol directamente en tienda. Por eso, pidió apoyo a las comunidades locales para limitar las compras realizadas por adultos en nombre de menores y para recordar las consecuencias legales que puede tener esa conducta.

La campaña también tiene efectos directos sobre el comercio. En Escocia, como en otras partes del Reino Unido, los minoristas están obligados a verificar la edad del comprador antes de vender alcohol. Cuando un adulto adquiere bebidas para entregarlas después a un menor, ese control queda burlado. De ahí que las autoridades insistan no solo en vigilar el punto de venta, sino también en concienciar al entorno social.

El relanzamiento de 'It'll Cost You' llega además en un momento en el que administraciones públicas y distribuidores mantienen una vigilancia constante sobre el acceso temprano al alcohol. El foco está puesto tanto en la protección del menor como en la prevención de conductas asociadas al consumo prematuro, entre ellas incidentes en espacios públicos y problemas de convivencia vecinal.

La colaboración entre policía, industria y tiendas forma parte del modelo elegido por Escocia para abordar este asunto. La campaña se apoya en mensajes dirigidos al público general y en trabajo directo con los establecimientos para recordar cómo actuar ante sospechas de compra para terceros menores de edad.

Con esta nueva edición, las autoridades escocesas buscan reducir una práctica que sigue presente pese a años de información pública y controles comerciales. El mensaje central vuelve a ser el mismo: comprar alcohol para un menor no es una ayuda ni una falta menor, sino una infracción penal que puede terminar en multa, prisión o ambas

medidas.