vinetur

Las etiquetas del alcohol en Reino Unido silencian los riesgos sanitarios

Una auditoría revela que el 89,6% de los envases prioriza mensajes de la industria frente a advertencias de salud

miércoles 10 de junio de 2026



Una auditoría sobre 536 bebidas alcohólicas vendidas en Reino Unido concluye que el sistema de etiquetado da más espacio a mensajes promovidos por la propia industria que a las advertencias sanitarias. El informe, publicado este miércoles, 10 de junio, por Alcohol Focus Scotland y la Alcohol Health Alliance, reclama un cambio normativo y pide que el etiquetado pase a ser obligatorio y común para todo el país.

El trabajo revisó productos recogidos entre mayo y noviembre de 2025 en distintas categorías, entre ellas cerveza, sidra, vino, espirituosos, licores y bebidas listas para tomar. Según sus autores, se trata del examen más amplio realizado hasta ahora en Reino Unido sobre la información que aparece en envases de alcohol.

Uno de los datos centrales del informe es que el 89,6% de los productos analizados incluía referencias a Drinkaware, una entidad financiada por el sector, mientras que solo el 6,7% mostraba advertencias sanitarias específicas. Las menciones al cáncer apenas aparecían en el 1,3% de los casos. Esas referencias se localizaron únicamente en productos de Aldi con etiquetas sanitarias irlandesas incorporadas antes de la entrada en vigor de la futura legislación de Irlanda.

La auditoría también señala fallos en la información básica al consumidor. Uno de cada cinco productos no cumplía ni siquiera los estándares mínimos fijados por el Portman Group, el organismo de autorregulación del sector. Además, el 8% no indicaba las unidades totales por envase, un dato que ese mismo organismo considera mínimo.

El informe vincula esa falta de información con el bajo nivel de conocimiento del público sobre los riesgos del alcohol. Menos de la mitad de la población en Inglaterra identifica correctamente el límite semanal de bajo riesgo fijado por los responsables médicos del país, situado en 14 unidades. Cuatro de cada cinco adultos no saben cuántas unidades contienen sus bebidas y solo el 46% reconoce el alcohol como factor de riesgo de cáncer.

Los autores recuerdan que el alcohol está relacionado con más de 200 enfermedades, entre ellas siete tipos de cáncer. A su juicio, la escasa presencia de avisos claros en las etiquetas contribuye a mantener ese desconocimiento.

La revisión encontró además carencias en otros apartados. Solo el 49,1% de los productos informaba de forma expresa sobre el tamaño de la ración. En los envases con varias consumiciones, uno de cada cuatro no incluía las unidades por servicio. La lista completa de ingredientes aparecía en el 28% de los casos y la información nutricional completa solo en el 13,4%.

El informe cuestiona también la eficacia del modelo voluntario aplicado hasta ahora. El Portman Group había comunicado recientemente una tasa del 94% de cumplimiento de sus normas. Sin embargo, los autores subrayan que esa revisión se limita a un código comercial sobre cuestiones como identificar que el producto contiene alcohol o evitar mensajes dirigidos a menores, sin entrar en advertencias sanitarias, ingredientes o valores nutricionales.

La auditoría revisa igualmente compromisos asumidos por grandes grupos del sector. En el caso de Diageo, solo uno de los 35 productos examinados cumplía sus propios compromisos reforzados sobre advertencias sanitarias, información nutricional, calorías y pictogramas. Eso supone que el 97% no se ajustaba a lo prometido por la empresa. En AB InBev, que había anunciado pictogramas sobre edad mínima, conducción y embarazo, el cumplimiento total se observó en el 33,3% de los productos analizados.

Frente a esas cifras, las marcas blancas de supermercado ofrecieron mejores resultados en varios apartados. En espirituosos, los productos de distribuidor indicaban las unidades por servicio en el 100% de los casos, frente al 61,5% de las marcas comerciales. Las guías oficiales sobre consumo de bajo riesgo figuraban en el 96,7% de los productos de supermercado y en el 84,7% de los productos con marca fabricante.

Otro punto señalado por los autores es el tamaño del texto y de los símbolos sanitarios cuando sí aparecen. El informe sostiene que muchas advertencias son demasiado pequeñas para resultar útiles. Algunos pictogramas sobre embarazo tenían un diámetro de solo 2,5 milímetros. Ningún producto colocaba una advertencia sanitaria en la parte frontal del envase.

Como referencia internacional, el estudio recuerda que Australia exige pictogramas sobre embarazo con un diámetro mínimo de seis milímetros. En la muestra británica revisada, solo el 39% de botellas y latas individuales alcanzaba ese tamaño y ningún

embalaje exterior multipack cumplía las recomendaciones sobre dimensión mínima.

Los autores sostienen además que la industria sí sabe cómo hacer visible un mensaje cuando quiere hacerlo. Según la auditoría, los mensajes sobre consumo responsable eran los contenidos que con más frecuencia aparecían resaltados en negrita.

El informe sitúa este debate dentro de un movimiento regulatorio más amplio fuera del Reino Unido. Irlanda aprobó en 2018 una ley completa sobre etiquetado del alcohol con avisos sobre embarazo, enfermedad hepática y cáncer, cuya aplicación está prevista para septiembre de 2028. Noruega ha propuesto nueve advertencias rotatorias sobre cáncer, enfermedad hepática o demencia. Corea del Sur adoptó avisos sobre cáncer en 2018 y en Estados Unidos el máximo responsable sanitario saliente recomendó en 2025 incorporar advertencias sobre cáncer en estos productos. La Organización Mundial de la Salud recomienda desde 2017 un etiquetado obligatorio como medida básica de salud pública.

En Canadá, un estudio publicado en 2026 calculó que las etiquetas con avisos sobre cáncer combinadas con un precio mínimo por unidad podrían reducir un 7,1% la incidencia de cáncer atribuible al alcohol. Los autores británicos citan ese dato para defender medidas similares.

En Reino Unido ya hay movimientos políticos sobre esta cuestión. En 2025, el Gobierno anunció una consulta para introducir requisitos obligatorios sobre etiquetado del alcohol dentro de su plan sanitario a diez años. Las conversaciones siguen abiertas entre las cuatro naciones del país para decidir si esas obligaciones pueden aplicarse en todo el territorio.

La propuesta del nuevo informe pasa por crear un sistema obligatorio supervisado por un regulador independiente sin financiación ni influencia del sector productor. Entre las medidas planteadas figuran incluir las unidades totales por envase y por servicio, las guías oficiales sobre consumo de bajo riesgo, una advertencia clara sobre embarazo, avisos sanitarios rotatorios basados en evidencia científica con una mención específica al cáncer y una información nutricional completa junto con la lista íntegra de ingredientes.

El documento también pide retirar del etiquetado mensajes promovidos por la industria, incluido el acceso a Drinkaware, y sustituirlos por referencias a una fuente independiente de información sanitaria.

Los autores apoyan su petición en datos demoscópicos recogidos en Reino Unido. Según esas encuestas, el 75% del público apoya incluir advertencias sobre riesgos para la salud en las bebidas alcohólicas y el 78% respalda añadir unidades, calorías, guías oficiales e información sanitaria en las etiquetas.

La publicación llega mientras crece la presión para revisar unas normas basadas durante décadas en acuerdos voluntarios. Para Alcohol Focus Scotland y Alcohol Health Alliance, esa vía no ha garantizado una información suficiente al consumidor y ha dejado buena parte del contenido relevante fuera del campo visual principal del envase.