vinetur

La OMS reúne a la industria del alcohol para debatir el control del etiquetado y la publicidad

La reunión con empresas del sector abordará marketing, verificación de edad y posibles cambios regulatorios.

jueves 16 de abril de 2026



La Organización Mundial de la Salud ha convocado para este miércoles, 15 de abril, un diálogo con representantes de empresas dedicadas a la producción y el comercio de bebidas alcohólicas. La cita forma parte del trabajo que la agencia mantiene sobre su

plan de acción 2022-2030 para reducir los daños asociados al consumo de alcohol.

Según la información publicada por la OMS, el encuentro se centrará en tres asuntos: el etiquetado de las bebidas alcohólicas, las prácticas de marketing y la verificación de edad en la venta. La organización quiere abrir una conversación con operadores del sector para tratar estas materias y recoger posiciones sobre posibles medidas.

La reunión se enmarca en una línea regulatoria que afecta de lleno a bodegas, destilerías, distribuidores y plataformas de venta. Para las empresas exportadoras, también puede tener efectos en los requisitos de información al consumidor que se aplican en distintos mercados.

La OMS no ha presentado este diálogo como una negociación vinculante, sino como una sesión de intercambio con agentes económicos del sector. Aun así, el contenido del encuentro apunta a áreas que varios gobiernos y organismos internacionales siguen revisando, sobre todo en lo relativo a mensajes comerciales y a la forma en que se informa sobre el producto.

En el caso del vino, las discusiones sobre etiquetado suelen incluir datos sobre ingredientes, valor energético y advertencias sanitarias. En bebidas espirituosas y otros productos alcohólicos, el debate también alcanza a la publicidad dirigida a menores y a los sistemas para comprobar la edad en puntos de venta físicos y digitales.

La OMS sitúa esta conversación dentro de su estrategia para limitar los daños ligados al alcohol. Esa estrategia incluye medidas sobre prevención, control comercial y acceso a la información por parte del consumidor. El organismo lleva años pidiendo más control sobre la promoción de estas bebidas y más claridad en el etiquetado.

El sector observa con atención este tipo de iniciativas porque pueden anticipar cambios normativos en varios países. En Europa, donde el vino tiene un peso económico y cultural alto, cualquier avance en esta materia suele generar seguimiento entre productores, distribuidores y asociaciones empresariales.

La convocatoria llega además en un momento en que distintas administraciones estudian nuevas reglas sobre publicidad digital y venta online de alcohol. La verificación de edad es uno de los puntos que más interés genera entre las autoridades sanitarias, por el aumento de las compras por internet y por la facilidad con la que algunos menores pueden acceder a estos productos.

La OMS no ha detallado si este diálogo tendrá continuidad ni si saldrá de él una propuesta concreta. Por ahora, el organismo ha fijado una mesa de trabajo con representantes del sector para tratar cuestiones que afectan tanto a la salud pública como a la actividad comercial.