

Etiquetado de alcoholes

● La nueva “Ley de Etiquetado de Alcoholes” establece regulaciones sobre la comercialización, etiquetado y publicidad de productos alcohólicos, enmendando la Ley N°19.925 y otras disposiciones relacionadas. El propósito de esta ley es imponer restricciones necesarias, regular los mensajes publicitarios y establecer horarios específicos para la promoción de alcohol.

Este ajuste introduce diversos elementos de etiquetado dirigidos a la población en general, pero especialmente a los jóvenes, quienes son los más vulnerables. Se espera que esta normativa se enfoque en enfrentar las consecuencias sociales y sanitarias del consumo de alcohol.

Hay que mencionar que el reglamento no solo establece pautas sobre una nueva rotulación, sino que también busca informar a los consumidores sobre los riesgos asociados con el consumo de alcohol, así como también regular la promoción de estos productos.

La evidencia sugiere que, dentro de un marco de medidas complementarias, los etiquetados de alcohol podrían tener efectos beneficiosos para la población, observado en lo que ya ocurre con el consumo de tabaco y más recientemente con la ley de etiquetado de alimentos. Sin embargo,

es importante destacar que estas medidas por sí solas no son suficientemente efectivas y deben ser parte de estrategias integrales que incluyan otras acciones complementarias. Un refuerzo constante en la educación desde la formación más básica, así como la coherencia en el actuar de importantes referentes para los jóvenes, lo que, sin duda, son también parte de una compleja solución.

Yusef Hadi Manríquez

Director Carrera Publicidad, UNAB