



Universidad de Valladolid
Grado en Enfermería
Facultad de Enfermería de Valladolid



Curso 2024-2025
Trabajo de Fin de Grado

**ANÁLISIS OFERTA BEBIDAS
ALCOHÓLICAS EN SOPORTES DE
VENTA *ONLINE*. RESTRICCIONES
PARA MENORES DE EDAD**

Javier Sordo Espeso

Tutora: M^a José Castro Alija

Cotutor: Rafael Urrialde de Andrés

Resumen

Introducción: en los últimos años, el crecimiento del comercio *online* y la falta de una legislación específica adecuada sobre la venta de alcohol en internet han facilitado que los menores puedan acceder sin control a bebidas alcohólicas. Además, las páginas web no advierten suficientemente sobre las restricciones de edad ni proporcionan información nutricional clara en sus anuncios, a diferencia de los canales tradicionales. Esto, sumado a la posibilidad de recoger los pedidos de forma anónima, se puede considerar como un grave problema.

Objetivos: realizar una revisión de plataformas de venta *online* de bebidas alcohólicas, su etiquetado y cómo los menores pueden acceder a las mismas.

Material y métodos: es un estudio trabajo de campo en el cual se ha realizado un análisis donde se responde a la pregunta de investigación: ¿En qué medida la existencia de restricciones legales y mecanismos de control de edad en plataformas de venta online de bebidas alcohólicas reduce el acceso y consumo de alcohol en menores de edad, y cuál es el papel de la enfermería en la prevención de este problema?

Resultados: se ha encontrado que en la actualidad no hay ningún control que restrinja de forma efectiva la compra de alcohol por parte de menores en soportes de venta *online*, de forma simultánea tampoco se realiza una comercialización correcta de los productos puesto que no se cumplen las normas sobre etiquetado.

Conclusiones: es necesario que la enfermería consciente del problema que esto representa a nivel comunitario realice intervenciones con el objetivo de restringir el acceso de los menores a las bebidas alcohólicas a través de esta vía.

Palabras clave: restricciones venta alcohol *online*, compra alcoholes menores, sistemas de verificación de edad

ABSTRACT

Introduction: In recent years, the growth of online commerce and the lack of adequate specific legislation regarding the sale of alcohol on the internet have

made it easier for minors to access alcoholic beverages without control. Additionally, websites do not sufficiently warn about age restrictions or provide clear nutritional information in their advertisements, unlike traditional channels. This, combined with the possibility of picking up orders anonymously, exacerbates the problem.

Objectives: Conduct a review of online platforms selling alcoholic beverages, their labeling, and how minors can access them.

Materials and Methods: This is a field study in which an analysis was conducted to answer the research question: Can nursing implement an effective approach to prevent the sale of alcohol to minors through online sales platforms?

Results: It was found that currently, there is no effective control restricting the purchase of alcohol by minors on online sales platforms. At the same time, proper product marketing is not being carried out, as labeling regulations are not being followed.

Conclusions: Nursing professionals, aware of the community-level problem this represents, must implement interventions aimed at restricting minors' access to alcoholic beverages through this channel.

Keywords: Online alcohol sale restrictions, underage alcohol purchase, age verification systems

Indices

ÍNDICE DE TABLAS.....	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	iv
1.INTRODUCCIÓN	1
1.1 Marco Legislativo Unión Europea	1
Artículo 7 Categorías de bebidas espirituosas	2
Artículo 28.....	3
Artículo 41.....	4
1.2 Legislación en España	4
121/000050 Proyecto de Ley de prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos en las personas menores de edad.	5

121/000052 Proyecto de Ley Orgánica para la protección de las personas menores de edad en los entornos digitales.....	6
1.3 Realidad del consumo en España.....	6
1.4 Distribución <i>online</i> de bebidas alcohólicas en España	10
1.5 Sistemas disponibles para realizar esta verificación	10
2 JUSTIFICACIÓN.....	12
2.1 Relevancia científica y social	12
2.3 Competencias Generales (CG) aplicables	12
2.4 Novedad y utilidad	13
3.OBJETIVOS.....	13
3.1 Objetivos generales.....	14
3.2 Objetivos específicos	14
4 MATERIAL Y MÉTODOS	14
4.1 Tipo de estudio:	14
4.2 Pregunta PICO	14
4.3. Estrategia de búsqueda:	15
4.5. Duración	16
5 RESULTADOS.....	16
Análisis de la oferta de bebidas alcohólicas en soportes de venta <i>online</i> en España.....	16
Otras plataformas alternativas	24
6 DISCUSIÓN.....	26
6.1 Futuras líneas de investigación	29
7 CONCLUSIONES	29
8 BIBLIOGRAFÍA	30
8.1 PÁGINAS WEB ANALIZADAS	34
9 ANEXOS	38
9.2 Anexo I CATEGORÍAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS. Fuente: (5). ..	38
9.2 Anexo II Test autoaplicado sobre la percepción de los menores de la venta de alcohol <i>online</i>	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tolerancias en los controles de graduación alcohólica según la UE....	3
Tabla 2 Prevalencia de consumo de bebidas alcohólicas entre los estudiantes de 14-18 años, según sexo y edad (%) en los últimos 30 días	7
Tabla 3 Prevalencia de consumo de bebidas alcohólicas entre los estudiantes de 14-18 años, según sexo y edad (%) a lo largo de su vida meses.....	7
Tabla 4. Porcentaje de alcohol según el tipo de bebida alcohólica.....	9
Tabla 5. Esquema pregunta de investigación	14
Tabla 6 Ranking según popularidad de supermercados en España.....	16
Tabla 7. Productos analizados en la web de Mercadona	17
Tabla 8. Productos analizados en la web de Covirán	17
Tabla 9. Productos analizados en la web de Ahorramas.	18
Tabla 10. Productos analizados en la web de Carrefour	19
Tabla 11. Productos analizados en la web de Hipercor	19
Tabla 12. Productos analizados en la web de El Corte Inglés.....	20
Tabla 13. Productos analizados en la web de Comprar-bebidas.com:.....	21
Tabla 14. Productos analizados en la web de amazon.com:.....	21
Tabla 15. Productos analizados en la web de Eroski	22
Tabla 16. Productos analizados en la web de Dia.....	23
Tabla 17. Productos analizados en la web de Froiz	23
Tabla 18 Productos analizados en la web de Mahou	24
Tabla 19. Analisis DAFO	27

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Media de edad del primer contacto con el alcohol durante el periodo 2000 – 2023.....	6
Figura 2 Lugares donde han comprado o conseguido bebidas alcohólicas los estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 14-18 años en los últimos 30 días.	8
Figura 3 Prevalencia de consumo de bebidas alcohólicas en los últimos 7 días entre los estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 14-18 años, según tipo de bebida y según sexo (%).	

Fuente:https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/informes-estadisticas/pdf/2024OEDA_ESTADISTICAS.pdf..... 9

Figura 4 Escaneo de QR con móvil para acceder a la plataforma de verificación 11

Figura 5 Validación del DNI para establecer la veracidad de este..... 12

Figura 6 Análisis facial para establecer la identidad del interesado..... 12

Figura 7. Análisis de los resultados obtenidos..... 26

1.INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el consumo de alcohol entre menores de edad representa un problema de salud pública con consecuencias físicas, psicológicas y sociales graves, que cada día arroja peores cifras en los estudios realizados. Mientras que la venta presencial de alcohol a menores está regulada, presentando mecanismos de control relativamente efectivos, el comercio electrónico se ha convertido en un canal de acceso sin restricciones debido a la falta de verificaciones de edad (1).

Los canales de venta *online* ya no están experimentando un crecimiento, sino que son una realidad que ha transformado la forma en que accedemos a una gran cantidad de artículos y servicios. Este avance plantea nuevos desafíos que la legislación y las leyes rara vez prevén, además, tardan mucho tiempo en ser abordados, frecuentemente con medidas que son poco eficaces o que terminan quedando obsoletas en un corto plazo de tiempo (2).

Este posible acceso sin restricciones a las bebidas alcohólicas da lugar a que muchos menores tengan su primer contacto a edades tempranas, en las cuales está comprobado que el alcohol tiene unos efectos más perjudiciales, no solo a nivel físico, sino también a nivel mental, social y emocional (1)

Este consumo favorece una serie de patrones que serán adquiridos el resto de su vida, con un elevado coste tanto a nivel interpersonal como a nivel económico para la sociedad (3,4).

1.1 Marco Legislativo Unión Europea

España, como país miembro de la Unión Europea y sujeta a su legislación, considera bebida alcohólica a toda bebida cuya graduación supere en un 0,5% del volumen de alcohol considerándose las que no llegan a este porcentaje como bebidas no alcohólicas (5).

Según el reglamento 2019/787 del parlamento europeo y del consejo de 17 de abril de 2019 se establece lo siguiente sobre las bebidas alcohólicas (5):

Artículo 7 Categorías de bebidas espirituosas

1. Las bebidas espirituosas se clasificarán en categorías con arreglo a las normas generales establecidas en el presente artículo y a las normas específicas que figuran en el anexo I.

2. Sin perjuicio de las normas específicas establecidas para cada una de las categorías de bebidas espirituosas 1 a 14 del anexo I, las bebidas espirituosas de esas categorías:

a) se producirán por fermentación alcohólica y destilación y se obtendrán exclusivamente a partir de las materias primas contempladas en la correspondiente categoría de bebidas espirituosas del anexo I; L 130/10 ES

b) no tendrán adición de alcohol, diluido o no;

c) no estarán aromatizadas;

d) no estarán coloradas con nada, excepto caramelo utilizado exclusivamente para ajustar el color de esas bebidas espirituosas;

e) no se edulcorarán, excepto para redondear el sabor final del producto; el contenido máximo de sustancias edulcorantes expresado en azúcar invertido no excederá de los límites fijados para cada categoría en el anexo I;

f) no contendrán otros productos que no sean unidades sin transformar de la materia prima de la que se obtiene el alcohol, y que se utilizan principalmente con fines decorativos.

3. Sin perjuicio de las normas específicas establecidas para cada una de las categorías de bebidas espirituosas 15 a 44 del anexo I, las bebidas espirituosas de esas categorías podrán:

a) producirse a base de cualesquiera materias primas agrícolas enumeradas en el anexo I del Tratado;

b) tener adición de alcohol;

c) contener sustancias aromatizantes, sustancias aromatizantes naturales, preparaciones aromatizantes y productos alimenticios sápidos;

d) colorarse;

e) edulcorarse.

4. Sin perjuicio de las normas específicas establecidas en el anexo II, las bebidas espirituosas que no cumplan lo dispuesto en las normas específicas establecidas para cada una de las categorías que figuran en el anexo I, podrán: a) producirse a base de cualesquiera materias primas agrícolas enumeradas en el anexo I del Tratado o de cualesquiera productos alimenticios, o de ambos;

b) tener adición de alcohol;

c) aromatizarse;

d) colorarse;

e) edulcorarse.

Etiquetado

Según el reglamento número 1169/2011 del parlamento europeo y del consejo de 25 de octubre de 2011 (6) sobre la información alimentaria facilitada al consumido se establece lo siguiente:

Artículo 9

Respecto a las bebidas que tengan más de un 1,2 % en volumen de alcohol, se especificará el grado alcohólico volumétrico adquirido;

Artículo 28

El grado alcohólico se determinará a 20 °C.

Las tolerancias positivas y negativas por lo que se refiere a la indicación del grado alcohólico por volumen y expresado en valores absolutos se enumerarán en el cuadro siguiente. Se aplicarán sin perjuicio de las tolerancias que se deriven del método de análisis utilizado para determinar el grado alcohólico (Tabla 1).

Tabla 1. Tolerancias en los controles de graduación alcohólica según la UE.

Descripción del artículo	Variación tolerada
Cervezas del código NC 2203 00 de un grado alcohólico inferior a 5,5 % vol.; bebidas no espumosas del código NC 2206 00 obtenidas a partir de uvas.	0,5 % vol.

Cervezas de un grado alcohólico superior a 5,5 % vol.; bebidas espumosas del código NC 2206 00 obtenidas a partir de uvas, sidras, peradas y otras bebidas fermentadas similares procedentes de frutas distintas de la uva, independientemente de que sean con gas o espumosas; aguamiel	1 % vol.
Bebidas que contengan frutas o partes de plantas en maceración.	1,5 % vol.
Otras bebidas con un grado alcohólico volumétrico superior a 1,2 %.	0,3 % vol.

Fuente: Elaboración propia

Artículo 41

Hasta que se adopten las disposiciones de la Unión Europea a que se refiere el artículo 16, apartado 4, los Estados miembros podrán mantener medidas nacionales por lo que se refiere al listado de ingredientes en el caso de las bebidas con un grado alcohólico volumétrico superior a 1,2 %.

1.2 Legislación en España

En nuestro país, hasta la actualidad, la venta de bebidas alcohólicas a través de los canales de venta tradicionales se encuentra regulada dentro de un marco legal que establece claramente las condiciones y restricciones para su comercialización, dichas normativas abarcan aspectos como la prohibición de venta a menores de edad, los horarios permitidos para su distribución y las sanciones en caso de incumplimiento.

Sin embargo, este marco legal no contempla de manera específica y detallada el formato de venta en línea, dejando un vacío normativo en lo que respecta al comercio electrónico de bebidas alcohólicas.

Esta falta de regulación específica genera incertidumbre en cuanto al control de edad, la trazabilidad de las ventas y la responsabilidad de los vendedores en plataformas digitales, lo cual representa un reto tanto para las autoridades como para los consumidores.

Actualmente los siguientes proyectos de leyes tiene como objetivo llenar este vacío (6,7).

121/000050 Proyecto de Ley de prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos en las personas menores de edad.

El 21 de marzo de 2025 se lanzó el anteproyecto de ley 121/000050 Ley de prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos en las personas menores de edad el cual establece lo siguiente (6):

Artículo 21. Acreditación de la edad de las personas adquirentes. En caso de duda razonable sobre la edad de las personas adquirentes, quienes vendan o dispensen bebidas alcohólicas deberán comprobar la acreditación formal de la edad a través de la presentación del documento oficial acreditativo de su identidad. Esta misma exigencia será aplicable también a las ventas telefónicas y *online*, que podrán utilizar medios tecnológicos para llevar a cabo la acreditación.

Artículo 22. Información sobre la prohibición de venta de bebidas alcohólicas a personas menores de edad. En los establecimientos o recintos públicos y en los espacios de venta ambulante en los que esté permitida la venta o el consumo de bebidas alcohólicas, así como en las máquinas de venta, o dispensación automática de bebidas alcohólicas, y en los canales de venta *online* deberá constar, de manera fácilmente visible y legible, un rótulo o advertencia especificando que está prohibida la venta de bebidas alcohólicas y su consumo a personas menores de edad, en formato accesible a todas las personas.

121/000052 Proyecto de Ley Orgánica para la protección de las personas menores de edad en los entornos digitales.

Durante el mes de abril de 2025 se publicó en España el anteproyecto de ley 121/000052 Proyecto de Ley Orgánica para la protección de las personas menores de edad en los entornos digitales en la cual el alcohol solo se menciona en el siguiente texto (7):

Adicciones. El acceso a contenidos inapropiados sobre alcohol, tabaco y otras drogas, sexo y juegos de azar puede favorecer trastornos de adicción, dado que las personas menores de edad pueden no tener suficiente capacidad crítica para gestionar los riesgos asociados a este tipo de actividades.

1.3 Realidad del consumo en España

Los efectos del alcohol, directos e indirectos, son siempre negativos en los jóvenes debido a la inmadurez de sus órganos, los cuales no poseen la capacidad de metabolizar correctamente esta sustancia, aumentando así el daño respecto a una persona adulta (10).

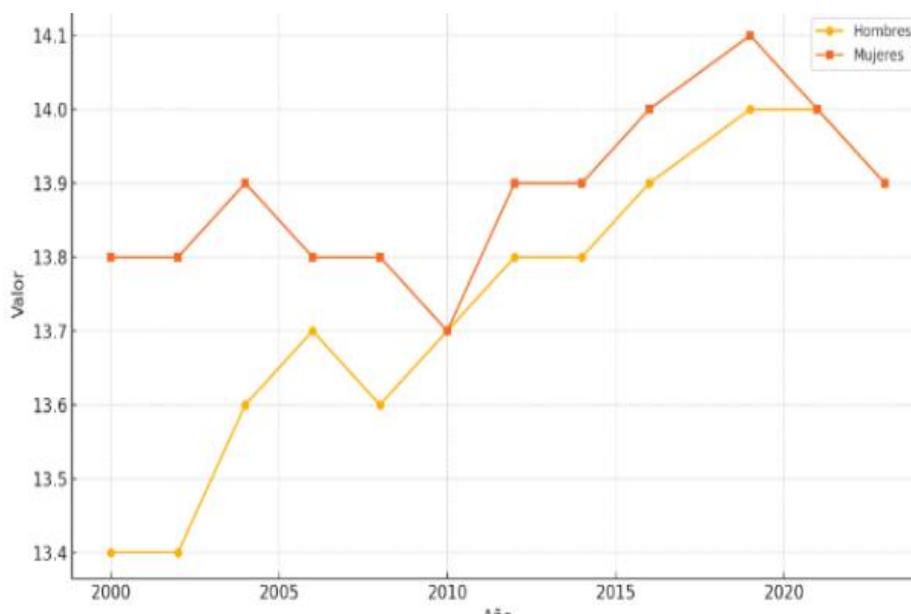


Figura 1 Media de edad del primer contacto con el alcohol durante el periodo 2000 – 2023.

Fuente: Elaboración propia

Además, el consumo precoz favorece a una estabilización de hábitos tóxicos que suelen normalizarse y tomarse como válidos. La edad media del primer contacto

con el alcohol se sitúa a los 15,2 años (Figura 1)., habiendo consumido alcohol el 56,6% de los jóvenes en los últimos 30 días (1) (Tabla 2)

Tabla 2 Prevalencia de consumo de bebidas alcohólicas entre los estudiantes de 14-18 años, según sexo y edad (%) en los últimos 30 días

		Últimos 30 días											
		2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2019	2021	2023
Total		60,2	56,0	65,6	58,0	58,5	63,0	74,0	68,2	67,0	58,5	53,6	56,6
Sexo	Hombres	60,4	56,7	65,5	58,1	57,7	62,7	72,9	66,9	65,9	57,2	51,5	54,5
	Mujeres	59,9	55,4	65,7	58,0	59,4	63,2	75,2	69,5	68,1	59,8	55,8	58,7
Edad	14 años	32,1	27,7	38,0	31,7	36,2	38,1	53,2	48,4	46,1	36,0	34,1	36,5
	15 años	51,8	47,7	57,7	50,7	52,9	58,9	66,0	61,3	64,6	49,9	45,9	49,2
	16 años	65,7	61,6	71,9	65,3	63,6	70,0	75,6	74,0	73,1	65,3	57,1	61,7
	17 años	73,7	71,5	78,2	74,2	71,9	74,8	82,4	80,8	81,2	72,9	66,9	69,7
	18 años	82,7	76,8	81,5	76,5	75,1	77,1	85,4	84,8	84,5	74,7	72,8	73,8

Fuente:https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/informesEstadisticas/pdf/2024OEDA_ESTADISTICAS.pdf

En relación con el contacto con el alcohol, se observa una reducción del total de jóvenes que lo han tomado alguna vez en su vida, pasando del 78% en el año 2000 al 75,9 en 2023, Aunque esta tendencia indica una mejoría, la cifra sigue siendo elevada, mostrando así una efectividad limitada en las actuaciones realizadas (1,9).

Tabla 3 Prevalencia de consumo de bebidas alcohólicas entre los estudiantes de 14-18 años, según sexo y edad (%) a lo largo de su vida meses

		Alguna vez en la vida											
		2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2019	2021	2023
Total		78,0	75,6	82,0	79,6	81,2	75,1	83,9	78,9	76,9	77,9	73,9	75,9
Sexo	Hombres	78,2	75,9	81,5	78,4	80,8	74,9	82,9	77,8	75,7	76,3	71,6	73,7
	Mujeres	77,9	77,2	82,5	80,7	81,7	75,2	84,9	80,1	78,2	79,4	76,3	78,1
Edad	14 años	52,4	52,7	59,2	57,1	62,6	49,7	65,9	60,1	57,1	56,3	53,5	58,0
	15 años	73,4	70,4	76,6	76,1	78,7	71,5	77,7	73,7	75,4	72,5	68,3	70,1
	16 años	83,1	81,7	86,9	86,0	86,2	81,6	86,2	84,1	83,1	84,3	78,8	81,2
	17 años	89,6	89,0	91,9	91,2	90,5	87,8	90,8	90,6	89,9	86,5	86,0	86,7
	18 años	93,8	92,2	93,8	92,3	92,3	88,6	92,6	92,4	91,9	80,0	87,9	88,2

Fuente:https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/informesEstadisticas/pdf/2024OEDA_ESTADISTICAS.pdf

Estos datos muestran como la actual legislación sobre la venta de bebidas alcohólicas es poco eficaz y que la mayoría de los menores que se lo propongan, tienen acceso a esta sustancia, esta situación junto con la escasa vigilancia y los

pocos controles, favorece el acceso de los jóvenes a las bebidas alcohólicas a través de internet (1).

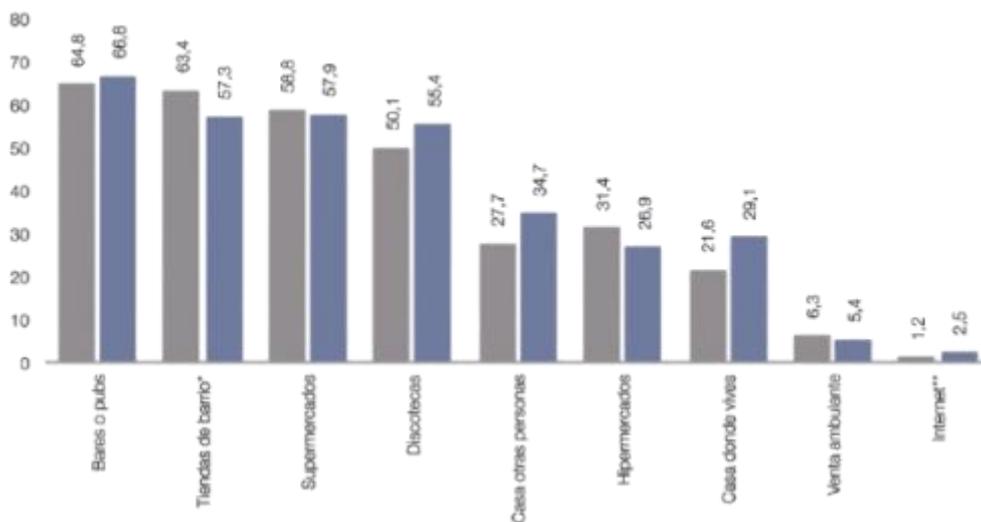


Figura 2 Lugares donde han comprado o conseguido bebidas alcohólicas los estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 14-18 años en los últimos 30 días.

Fuente: https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/informesEstadisticas/pdf/2024OEDA_ESTADISTICAS.pdf

El Plan Nacional sobre Drogas estableció que, durante el año 2016, el 1,2% total de las bebidas alcohólicas se comercializaba a través de soportes de venta *online*. Sin embargo, esta cifra aumentó hasta el 2,5% durante el año 2023 (Figura 5). Este incremento evidencia una tendencia creciente en la oferta y adquisición de bebidas alcohólicas por medios digitales, lo que supone que, en un período de siete años, este fenómeno ha duplicado su magnitud (1,9).

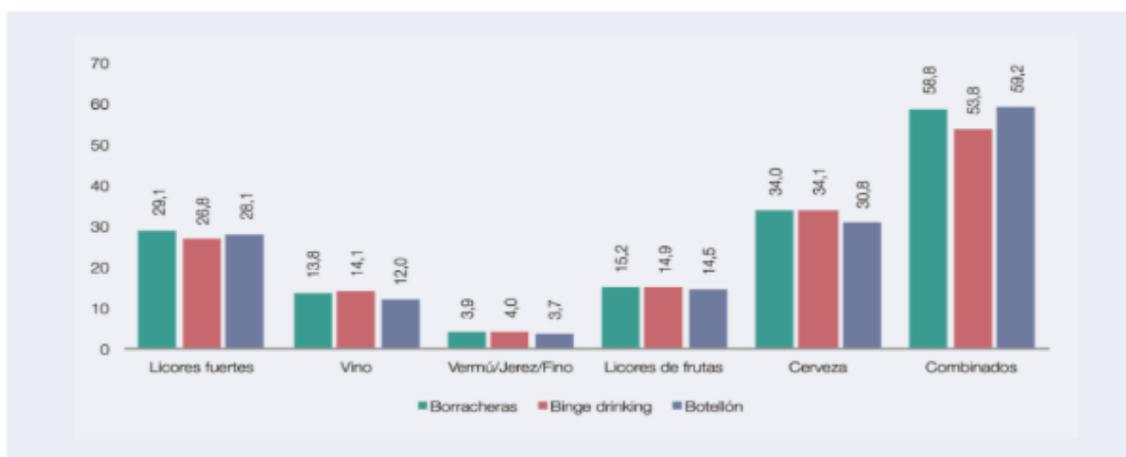


Figura 3 Prevalencia de consumo de bebidas alcohólicas en los últimos 7 días entre los estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 14-18 años, según tipo de bebida y según sexo (%). Fuente: https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/informesEstadisticas/pdf/2024OEDA_ESTADISTICAS.pdf

Al examinar los patrones de consumo de bebidas alcohólicas, se observa que la mayoría de los consumidores muestran una clara preferencia por los combinados o cócteles, los cuales ocupan el primer lugar en popularidad. Estos suelen prepararse mezclando bebidas espirituosas como vodka, ron, tequila o ginebra con refrescos, jugos u otros ingredientes (1,10).

Esta preferencia por bebidas más fuertes implica riesgos adicionales para la salud, ya que un mayor contenido alcohólico incrementa la probabilidad de intoxicación aguda, dependencia, daños hepáticos como cirrosis, daños esofágicos o problemas cardiovasculares como miocardiopatía alcohólica (11,12).

Además, los combinados suelen enmascarar el sabor del alcohol con ingredientes dulces, lo que puede llevar a un consumo excesivo inadvertido en especial cuando se añade a estas mezclas bebidas energéticas (13).

Tabla 4. Porcentaje de alcohol según el tipo de bebida alcohólica.

Artículo	Descripción	Graduación alcohólica
Vinos	Tintos, blancos, rosados	9% – 15%
Cervezas	Rubia, negra, artesanal, lager, IPA	3% – 7%

Bebidas espirituosas	Vodka, Whisky, Ron, Ginebra, Tequila	35% – 50%
Otras bebidas	Sidra	4% – 8%
Otras bebidas	Vermut	15% – 18%
Otras bebidas	Licores	15% – 30%

Fuente: *Elaboración propia*

1.4 Distribución *online* de bebidas alcohólicas en España

El desarrollo del comercio *online* de bebidas alcohólicas en España ha mostrado un comportamiento que no mantiene una constante en su crecimiento, aunque presenta una clara tendencia al alza (14).

En los últimos años, se han registrado incrementos muy significativos, como un crecimiento del 77% en 2021 y del 57% en 2022, mientras que en otros periodos ha mostrado un crecimiento bastante más moderado (14,) esta variabilidad se debe a diversos factores, entre ellos la madurez del mercado, cambios en el comportamiento del consumidor y eventos coyunturales, como la pandemia o modificaciones en la legislación (15).

En cuanto a la cuota de mercado *online* dentro del comercio minorista total de bebidas alcohólicas, actualmente representa el 3,6% de las ventas. No obstante, se proyecta que esta cifra aumente de manera sostenida, alcanzando un 7,5% en 2029, lo que implica un crecimiento anual medio del 20,2% (14,15).

Este crecimiento refleja una transformación gradual en las dinámicas de compra, con el canal digital ganando cada vez más peso frente a los canales físicos tradicionales, mostrando una clara tendencia hacia la digitalización del sector (16).

1.5 Sistemas disponibles para realizar esta verificación

Pese a que las marcas no implantan estos sistemas en nuestro país a diferencia de otros países de la UE cuenta en sus sitios web con plataformas que permiten la correcta identificación de la mayoría de edad (17).

La plataforma Boucher desarrollada por españoles permite integrar en las páginas web una identificación mediante IA de forma anónima mediante un escaneo biométrico del comprador más una foto del DNI del individuo.

El proceso de verificación es el siguiente:



Figura 4 Escaneo de QR con móvil para acceder a la plataforma de verificación

Fuente: <https://bouncer.digital>



Figura 5 Validación del DNI para establecer la veracidad de este

Fuente: <https://bouncer.digital>



Figura 6 Análisis facial para establecer la identidad del interesado

Fuente: <https://bouncer.digital>

Gracias a esta plataforma se puede realizar una verificación de una forma rápida, privada y que representa un coste muy bajo para las propias empresas de venta de alcohol, permitiendo así que las pequeñas empresas se puedan permitir implementar este sistema de forma sencilla.

2 JUSTIFICACIÓN

2.1 Relevancia científica y social

El consumo de alcohol en menores es un problema de salud pública con consecuencias físicas, psicológicas y sociales, documentadas por organismos como la Organización Mundial de la Salud (18)

2.3 Competencias Generales (CG) aplicables

Las competencias se han extraído del manual de la Universidad de Valladolid sobre las competencias de enfermería (19):

- CG 3: "Reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios sobre temas sociales o éticos" → Análisis del impacto del acceso *online* al alcohol en menores.
- CG 4: "Transmitir información a públicos especializados y no especializados" → Propuestas de educación sanitaria para familias/adolescentes.

Competencias Transversales (CT) clave:

- CT 2 (Razonamiento crítico): Evaluar la eficacia de las restricciones actuales.
- CT 4 (Compromiso ético): Protección de menores frente a adicciones.
- CT 17 (Tecnologías): Análisis de plataformas digitales de venta.
- CT 18 (Investigación): Revisión de estudios y normativas.

Competencias Específicas (CE) vinculadas:

- CE 10: "Factores de riesgo en salud" → Consumo de alcohol en adolescentes.
- CE 15: "Problemas derivados de violencia/adicciones" → Alcohol y salud mental.
- CE 28: "Educación para la salud" → Prevención en colegios/comunidades.
- CE 51: "Legislación y deontología" → Leyes de venta *online* (ej.: Ley 34/1988, Real Decreto 678/2016).

2.4 Novedad y utilidad

Aunque existen estudios sobre la venta tradicional de alcohol a menores, la literatura sobre comercio electrónico es extremadamente escasa, especialmente en España. Para la contribución en este campo, este TFG aporta:

- Un análisis de las debilidades en los sistemas de verificación de edad en plataformas digitales que permita actuar como prueba de que es posible comprar alcohol siendo un menor de edad.
- Análisis de la actual legislación e la Unión Europea y Española en materia de venta de alcohol.
- Propuestas de mejora desde la Enfermería Comunitaria.

3.OBJETIVOS

Los objetivos de este trabajo se han dividido en objetivos generales y objetivos específicos con el fin de establecer una correcta metodología que abarque todos los puntos que se han considerado fundamentales en la prevención de la compra de alcohol en soportes de venta *online*.

3.1 general

Realizar una revisión de plataformas de venta en línea de bebidas alcohólicas, su etiquetado y cómo los menores pueden acceder a las mismas.

3.2 Objetivos específicos

1. Identificar y analizar las principales plataformas de venta *online* de bebidas alcohólicas en el país, evaluando el cumplimiento de normativas de etiquetado y la claridad de la información sobre consumo responsable y riesgos para la salud.
2. Examinar y comparar los sistemas de verificación de edad que utilizan estas plataformas para restringir el acceso a menores, incluyendo la detección de posibles vulnerabilidades.
3. Realizar pruebas prácticas para evaluar la efectividad de los controles de edad y proponer mejoras en los mecanismos de verificación utilizados por las plataformas.

4 MATERIAL Y MÉTODOS

4.1 Tipo de estudio:

Este Trabajo de Fin de Grado trata de un estudio de campo descriptivo, con análisis de datos referidos a la legislación vigente, la revisión de las limitaciones para la compra de alcohol en internet y bibliografía en buscadores científicos (se utilizaron las siguientes bases de datos: PubMed y Scielo).

4.2 Pregunta PICO

Para la realización de este análisis se respondió a nuestra pregunta principal de investigación:

Pregunta PICO: ¿En qué medida la existencia de restricciones legales y mecanismos de control de edad en plataformas de venta online de bebidas alcohólicas reduce el acceso y consumo de alcohol en menores de edad, y cuál es el papel de la enfermería en la prevención de este problema?

Tabla 5. Esquema pregunta de investigación

Pregunta de investigación	
----------------------------------	--

P: Paciente	Menores de edad
I: Intervención	Restricciones legales y mecanismos de control de edad en la venta online de bebidas alcohólicas
C: Comparación	Ausencia o escasa implementación de restricciones eficaces
O: Resultado	Reducción del acceso y consumo de alcohol en menores

Fuente: Elaboración propia

4.3. Estrategia de búsqueda:

Respecto a la estrategia de búsqueda se realizó una búsqueda teniendo en cuenta a las principales superficies de venta en nuestro país, así como otras páginas web cuyo mercado se centra en la venta de bebidas alcohólicas, así como otros métodos de venta *online*.

Se han analizado un total de 11 plataformas, centrándonos tres puntos

- El correcto etiquetado
- La verificación de la mayoría de edad
- El aviso de que se trata de una bebida alcohólica y que su venta está restringida a menores de edad.

Como criterios de inclusión de las páginas analizadas se tuvieron en cuenta los siguientes

- Grandes superficies o empresas con una gran cuota de mercado que realicen envíos a domicilio
- Páginas que realicen envío en el territorio peninsular.
- La popularidad que tenía entre los menores de 18 años la superficie de venta.

Como criterios de exclusión de las páginas web se tuvieron en cuenta los siguientes

- Versiones extranjeras de las páginas web
- Páginas web de pequeños negocios
- Aquellas que no permitan la compra *online*

En cuanto a los estudios citados se estableció como criterio de inclusión los siguientes;

- Estudios que arrojen un papel sobre la venta de alcohol en nuestro país y en la Unión Europea
- Con acceso abierto a texto completo en pdf.
- Estudios publicados entre los años 2015 y 2025.
- Escritos tanto en español como en inglés.

4.5. Duración

Para la realización del trabajo se comenzó a buscar y leer los artículos y la revisión de los diferentes canales de venta *online* el 21 de febrero.

Una vez leído todos los artículos y páginas web, se hizo un análisis y una recogida de los datos de los artículos seleccionados. Por último, la realización del trabajo una vez obtenido todos los datos se realizó a mediados de abril hasta finales de junio donde se dio por concluido el trabajo.

5 RESULTADOS

Análisis de la oferta de bebidas alcohólicas en soportes de venta *online* en España

Para el presente análisis se han seleccionado las principales empresas y conglomerados que operan en nuestro país teniendo en cuenta para esta selección aquellos que tienen una mayor cuota de mercado en la Península Ibérica, que a la vez realicen envíos a domicilio con el objetivo de descartar aquellos que no permitan la compra *online* en un sitio web (21).

Tabla 6 Ranking según popularidad de supermercados en España

	TOTAL	Sexo		Edad				
		Hombre	Mujer	18-24	25-34	35-44	45-54	55-74
Carrefour	94%	95%	93%	93%	94%	95%	94%	93%
Mercadona	93%	93%	93%	93%	93%	93%	93%	93%
LIDL	92%	92%	92%	92%	92%	92%	92%	92%
Dis	84%	82%	86%	80%	79%	82%	85%	86%
Alcampo	81%	82%	81%	88%	79%	81%	81%	80%
Hipercon/El Corte Inglés	79%	83%	75%	71%	74%	81%	84%	80%
Supermercado Eroski	76%	74%	78%	75%	74%	76%	77%	80%
Amazon Fresh	45%	45%	45%	53%	42%	43%	48%	55%
Tienda Consum	40%	48%	40%	37%	41%	40%	50%	50%
La línea	32%	31%	35%	29%	28%	32%	32%	40%
Capraboscón	24%	23%	24%	9%	22%	26%	26%	30%
Bonanza online	21%	25%	23%	24%	18%	20%	25%	18%
Gasoline	18%	18%	17%	17%	14%	15%	15%	9%
Condalini	17%	15%	18%	9%	11%	16%	25%	18%
Hiperbino	16%	19%	13%	22%	10%	13%	18%	11%
Compronline Borpreuicel	15%	15%	15%	7%	11%	13%	13%	11%
Froz.com	14%	16%	12%	9%	14%	17%	16%	2%
Almerkaonline	12%	15%	9%	9%	11%	9%	10%	7%
Veritas	11%	11%	11%	10%	9%	10%	10%	7%
Amelbortigen	10%	10%	10%	3%	6%	9%	14%	18%

Fuente: <https://blog.elogia.net/claves-del-estudio-supermercados-digitales-by-elogia>

Mercadona: En la web de Mercadona se ha realizado un análisis de los siguientes 5 productos.

Tabla 7. Productos analizados en la web de Mercadona

Bebida	Vodka Knebep	Ron añejo Negrita	Cerveza Clásica Steinburg	Vino tinto D.O Rioja Cune crianza
Graduación	37,.5%	37.5%	5.2	13.5
Verificación de edad	No	No	No	No
Correcto etiquetado	Sí	Sí	Sí	Sí
Aviso sobre producto >18 años	Sí	Sí	Sí	Sí

Fuente: <https://tienda.mercadona.es/product/28822/vodka-knebep-botella>

Coviran: En la web de Covirán se ha realizado un análisis de los siguientes 5 productos.

Tabla 8. Productos analizados en la web de Covirán

Bebida	Vodka Absolut	Ron añejo Negrita	CERVEZA COVIRÁN 1 L	Vino tinto D.O Rioja Cune crianza
Graduación	No indicado	No indicado	No indicado	No indicado

Verificación de edad	No	No	No	No
Correcto etiquetado	No	No	No	No
Aviso sobre producto >18 años	No	No	No	No

Fuente: <https://www.coviran.es>

Ahorramas: En la web de ahorramas se ha realizado un análisis de los siguientes 5 productos.

Tabla 9. Productos analizados en la web de Ahorramas.

Bebida	Vodka Absolut 70cl	Ron añejo Brugal 70cl	Cerveza rubia Mahou Clásica botella 1 L	Vino tinto DO Valdepeñas Señorío los Llanos crianza
Graduación	37.5%	38	4.8	12.5
Verificación de edad	No	No	No	No
Correcto etiquetado	Sí	No	Sí	Sí
Aviso sobre producto >18 años	Sí	Sí	Sí	Sí

Fuente <https://www.ahorramas.com>

Carrefour: En la web de Carrefour se ha realizado un análisis de los siguientes 5 productos.

Tabla 10. Productos analizados en la web de Carrefour

Bebida	Vodka Absolut 1 L	Jonnie Walker Blue Label 70 cl	Cerveza Koenigsbrater lata 33 cl	Vino tinto crianza tempranillo Viña Albali D.O. Valdepeñas 75 cl
Graduación	40%	40%	4.0	13
Verificación de edad	No	No	No	No
Correcto etiquetado	No	No	Sí	Sí
Aviso sobre producto >18 años	No	No	No	No

Fuente <https://www.carrefour.es/>

Hipercon: En la web de Hipercon se ha realizado un análisis de los siguientes 5 productos.

Tabla 11. Productos analizados en la web de Hipercon

Bebida	Vodka Absolut 1 l.	Ron añejo dominicano botella 70 cl.	Cerveza rubia especial sin gluten lata 33 cl.	Vino tinto roble DO Ribera del Duero
Graduación	40%	37.5%	5.5%	14.5%

Verificación de edad	No	No	No	No
Correcto etiquetado	Sí	Sí	Sí	Sí
Aviso sobre producto >18 años	No	No	No	No

Fuente <https://www.hipercor.es>

El Corte Inglés: En la web del Corte Ingles se ha realizado un análisis de los siguientes 5 productos.

Tabla 12. Productos analizados en la web de El Corte Inglés

Bebida	Black vodka botella 70 cl	Cacique ron añejo superior Venezuela	cerveza rubia especial pack 12 botellas 25 cl	vino tinto crianza DOCa Rioja botella 75 cl
Graduación	18%	37.5%	5.5%	13.5%
Verificación de edad	No	No	No	No
Correcto etiquetado	Sí	No	Sí	Sí
Aviso sobre producto >18 años	No	No	No	No

Fuente www.elcorteingles.es/supermercado.com

Comprar-bebidas.com: En esta web se ha realizado el análisis los siguientes 5 artículos.

Tabla 13. Productos analizados en la web de Comprar-bebidas.com:

Bebida	Vodka Beluga	Whisky The Yamazaki Distiller's Reserve	Cerveza Budweiser 33 cl	Aalto Magnum 3 L Doble
Graduación	40%	37.5%	4.8%	15%
Verificación de edad	No	No	No	No
Correcto etiquetado	No	No	Sí	Sí
Aviso sobre producto >18 años	No	No	No	No

Fuente www.elcorteingles.es/supermercado.com

Amazon.com: En la web Amazon se ha realizado un análisis de los siguientes 5 productos.

Tabla 14. Productos analizados en la web de amazon.com:

Bebida	GREY GOOSE Vodka	Ron Premium Kraken	Cerveza Dorada Lager	Ramón Crianza Bilbao
Graduación	40%	40%	4.8%	14%
Verificación de edad	No	No	No	No

Correcto etiquetado	No	Sí	Sí	No
Aviso sobre producto >18 años	Sí	Sí	Sí	Sí

Fuente www.amazon.es

Eroski: En la web de Eroski se ha realizado un análisis de los siguientes 5 productos.

Tabla 15. Productos analizados en la web de Eroski

Bebida	Ginebra TANQUERAY	Whisky JOHNNIE WALKER	Cerveza HEINEKEN, lata 33 cl	Vino Tinto Crianza Rioja ARNALTE
Graduación	43.1%	40%	No se indica	12.5%
Verificación de edad	No	No	No	No
Correcto etiquetado	No	Sí	No	Sí
Aviso sobre producto >18 años	No	No	No	No

Fuente www.eroski.es

Dia: En la web de Dia se ha realizado un análisis de los siguientes 5 productos.

Tabla 16. Productos analizados en la web de Dia

Bebida	Vodka Absolut botella 70 cl	Ron blanco Velero botella 70 cl	Cerveza clásica Ramblers botella vidrio 1 L	Vino tinto D.O. Simón brik 1 L
Graduación	40%	37.5%	4.8%	12.5%
Verificación de edad	No	No	No	No
Correcto etiquetado	Sí	No	Sí	Sí
Aviso sobre producto >18 años	No	No	No	No

Fuente www.dia.es

Froiz En la web de Froiz se ha realizado un análisis de los siguientes 5 productos.

Tabla 17. Productos analizados en la web de Froiz

Bebida	Vodka Eristoff 70 cl	Ron Bacardí Carta Blanca superior 70cl	Cerveza Skol 1 l	Vino Don Simón blanco brik 1 l
Graduación	40%	37.5%	4.8%	11%
Verificación de edad	No	No	No	No

Correcto etiquetado	No	Sí	No	No
Aviso sobre producto >18 años	Sí	Sí	Sí	Sí

Fuente www.froiz.es

Mahou En la web de Mahou se ha realizado un análisis de los siguientes 5 productos.

Tabla 18 Productos analizados en la web de Mahou

Bebida	Mahou Cinco Estrellas	Alhambra Especial	San Miguel Especial	Mahou Clásica
Graduación	5.50%	5.40%	5.40%	4.80%
Verificación de edad	No	No	No	No
Correcto etiquetado	Sí	Sí	Sí	Sí
Aviso sobre producto >18 años	No	No	No	No

Fuente: *Elaboración propia*

Otras plataformas alternativas

Otra plataforma que permite la venta de alcohol *online* serían las empresas de estilo, glovo, UberEats etc , puesto que permiten realizar un pedido que será recogido por un repartidor y entregado a una dirección , pese a que este tipo de

empresas afirman que han establecido medidas para evitar que estos pedidos se realicen es posible realizar una compra sin la verificación de un DNI válido, sumándose a esto que la información nutricional sobre el producto es nula en la mayoría de los pequeños negocios y muchas de las grandes superficies limitándose a una foto del producto.

Se ha encontrado que en algunas páginas de marcas extranjeras no realizan venta de bebidas alcohólicas de forma *online* en su versión de la página española mientras que si se busca en la versión de otros países como Francia y otros países sí que se realiza la venta *online*.

De los 48 productos analizados el 0% requiere de un proceso de verificación para realizar la compra de estos, dando lugar a un canal de venta para los menores que en muchas ocasiones permite la recogida de los pedidos de una forma completamente anónima en los puntos de recogida que permiten las diferentes superficies de venta. (Figura 10).

Otras medidas como el indicar que se trata de un producto destinado a mayores de edad se realiza en 16 de 48 productos analizados representado el 33% de las ocasiones, mientras que en la ley se indica que se debe de exponer que está destinado a mayores de edad (Figura 10).

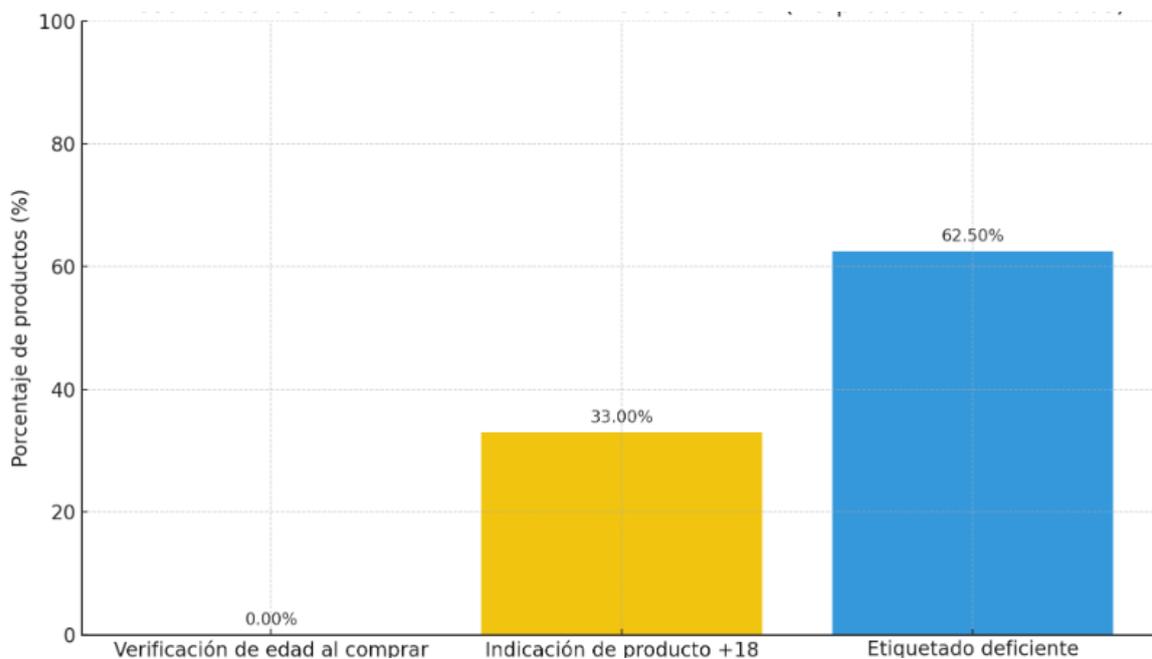


Figura 7. Análisis de los resultados obtenidos

Fuente: Elaboración propia

A esto le podemos sumar que el etiquetado de estos productos es deficiente en 30 artículos de 48 representando el 62.5% de los productos analizados, puesto que en muchas ocasiones no se nos indican los ingredientes de estos productos (Figura 10) o no se puede ver la graduación de estos, aunque esto solo se ha encontrado en la web de coviran la cual es la 3^o superficie de venta en el territorio español.

En cuanto al resultados más preocupantes del estudio es que numerosos sitios web únicamente exigen una declaración de mayoría de edad mediante un clic o la introducción manual de una fecha de nacimiento, métodos que claramente son ineficaces y no contrastan esta información para comprobar su veracidad.

Cabe destacar que tampoco se tiene información sobre como los menores de edad perciben esta vía de acceso a la compra de alcohol, por lo que se ha procedido a desarrollar un test (Anexo II) para ser auto aplicado por los propios menores, en un rango de 14 a 18 años que comprendería la Educación Secundaria Obligatoria y el Bachillerato.

Tras aplicar estas pruebas se podrá realizar una escala mediante la cual se intentará aproximar que nivel de conocimientos tienen los menores sobre esta cuestión y si alguna vez han realizado una compra con este método con el objetivo de tener una imagen más aproximada de la situación.

6 DISCUSIÓN

Este trabajo de campo tiene como objetivo analizar las diferentes páginas web que permiten la venta de alcohol, con el fin de que el personal de enfermería pueda ejercer un mayor control sobre las vías mediante las cuales los menores acceden a estas compras. De esta manera, se busca facilitar un mejor abordaje de esta problemática.

El estudio pretende servir como advertencia para que se establezcan, de forma urgente, métodos fiables que impidan la adquisición de alcohol a través de

canales de venta *online*. A pesar de que la legislación vigente en España prohíbe expresamente la venta de alcohol a menores de edad, la implementación práctica de estos controles por parte de las plataformas de comercio electrónico es, en muchos casos, deficiente o meramente simbólica.

Este sistema, fácilmente eludible, evidencia una brecha importante entre la normativa y su aplicación tecnológica. La falta de herramientas efectivas de verificación de edad supone un riesgo directo para la protección de los menores y un problema para el sistema de salud en su conjunto.

Se intentó realizar una comparación con estudios previos que analizaran la posibilidad de adquirir bebidas alcohólicas en línea. Sin embargo, tras revisar la literatura disponible, se constató la ausencia de investigaciones centradas específicamente en el contexto de países de la Unión Europea con marcos legislativos similares al de España.

La mayoría de los estudios identificados abordan esta problemática desde una perspectiva general o se enfocan en contextos normativos distintos, como el estadounidense, lo que dificulta la extrapolación de resultados.

Asimismo, otro aspecto relevante es que estos trabajos suelen centrarse en poblaciones mayores de edad, excluyendo del análisis a los menores de 18 años. Esta carencia pone de manifiesto un vacío importante en la investigación sobre la accesibilidad de bebidas alcohólicas para menores a través de medios digitales, destacando la necesidad de desarrollar estudios específicos que profundicen en esta cuestión dentro del ámbito europeo.

Tabla 19. Análisis DAFO

<p>Fortalezas (internas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se trata de un tema actual y relevante, especialmente por el auge del comercio electrónico y la gran cantidad de dinero que mueve este mercado en nuestro país • Carácter interdisciplinar: combina derecho, marketing, consumo y nuevas tecnologías entornos en los que Enfermería está menos acostumbrado a moverse permitiendo así una mayor influencia de Enfermería en
-------------------------------------	--

	<p>otros estudios mostrado su papel interdisciplinar que no solamente se puede aplicar al entorno hospitalario.</p>
<p>Debilidades (internas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de que el trabajo de campo no tenga una muestra suficientemente representativa. • Falta de realización de encuestas que comparen los resultados obtenidos por otros estudios sobre la prevalencia de la compra de alcohol en soportes de venta <i>online</i>
<p>Oportunidades (externas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En la actualidad cada vez hay una mayor conciencia de los peligros que tiene el alcohol en especial en las generaciones más jóvenes gracias a los programas de educación social lo cual deriva en un consumo más responsable • Las nuevas tecnologías cada vez presentan una mayor eficiencia permitiendo así que estas medidas se apliquen en gran escala estableciendo un menor coste de cara a que las grandes y pequeñas empresas apliquen estos sistemas en sus páginas de venta por internet
<p>Amenazas (externas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de compromiso por parte de las empresas de venta <i>online</i> para establecer un correcto sistema de verificación que evite que los menores de edad tengan acceso a bebidas espirituosas. • Ausencia de estudios que permitan comparar los resultados obtenidos con otros estudios • Cambios en la legislación digital o políticas internas que dificulten conclusiones duraderas. • validas sin un correcto estudio de su eficiencia

	<ul style="list-style-type: none"> • Los más jóvenes son relevantes para un mercado que genera muchos ingresos, lo que motiva la falta de controles de las empresas para aumentar sus beneficios.
--	--

Fuente: *Elaboración propia*

6.1 Futuras líneas de investigación

En este apartado caben destacar los siguientes puntos

- En estudios realizados fuera de España se menciona que muchos pedidos no fueron entregados debido a que, al momento de la entrega, no se pudo verificar la edad de los compradores. En España no existe ningún estudio de este tipo, lo cual invita a la realización de uno que compruebe si estas medidas se aplican, especialmente en empresas como Glovo y Deliveroo, que aseguran no realizar entregas a menores de edad.
- Es necesario analizar si el aumento en la compra de alcohol por internet se debe a una tendencia general hacia la compra en soportes de venta *online* o si, por el contrario, se trata de una vía más accesible para que los menores adquieran alcohol.
- En caso de aplicar una legislación más estricta, se deberá realizar un seguimiento adecuado como parte fundamental de la implantación de un plan de evaluación, con el objetivo de garantizar que estas medidas sean eficaces y aseguren una identificación correcta y segura de los menores de edad.

7 CONCLUSIONES

Queda más que demostrado que los menores de edad son capaces de comprar alcohol de forma anónima y sin ningún tipo de control. De los 48 productos analizados durante este estudio, ninguno presenta un mecanismo eficaz para establecer una correcta verificación de la edad al realizar la compra.

1. Analizar el marco legal vigente: El marco legislativo vigente en España es muy laxo y presenta fuertes debilidades que permiten la compra de alcohol por parte de menores. Es necesaria la instauración de un sistema realmente eficaz que limite la adquisición de alcohol por parte de menores de edad.

2. Examinar el grado de cumplimiento de las normativas:

Queda demostrado que las normas no se aplican, ya que ninguno de los productos analizados cumple con todos los puntos evaluados en esta investigación, mostrando así que estas normas se incumplen de forma persistente.

3. Comparar la situación respecto al entorno de nuestro país: Aunque la problemática está sobre la mesa en los despachos europeos, falta un análisis que identifique qué plataformas realizan un comercio adecuado de bebidas espirituosas, con el objetivo de establecer indicadores que permitan comprobar si la legislación se está aplicando correctamente y que faciliten la comparación con otros sistemas, para así adoptar aquellas medidas que resulten óptimas.

4. Mayor intervención desde enfermería: enfermería debe de abordar este problema desde la perspectiva comunitaria con el objetivo de tener un mayor control de la situación con el objetivo de realizar un correcto análisis de la situación que permita un control basado en datos objetivos y planificar unas intervenciones adecuadas a la problemática.

Estas medidas se deberían de aplicar junto a las acciones que ya se llevan a cabo para la prevención del consumo de alcohol entre los más jóvenes y los resultados de estas se deberían de presentar entre otros organismos pertinentes con el objetivo de mostrar que es necesario una legislación más dura.

8 Bibliografía

1. Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones. *Estadísticas 2024. Alcohol, tabaco y drogas ilegales en España* [Internet]. Madrid: Ministerio de Sanidad, Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas; 2024 [citado 2025 jul 6]. Disponible en: https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/informes/Estadisticas/pdf/2024OEDA_ESTADISTICAS.pdf
2. Suryanarayana KN. E-commerce growth and its implications for consumer behavior: a review of recent trends. *Asian J Manage Commerce*. 2023;4(1):366–72. doi:10.22271/27084515.2023.v4.i1d.360

3. Lees B, Meredith LR, Kirkland AE, Bryant BE, Squeglia LM. Effect of alcohol use on the adolescent brain and behavior. *Pharmacol Biochem Behav.* 2020 May;192:172906. Disponible en: <https://vufind.lboro.ac.uk>
4. González-Rozada M, Romero-Michel M, Aguilar S, et al. Economic burden of alcohol-related harm in Spain: a cost-of-illness study. *Eur J Health Econ.* 2023;24(5):789–802. PMID: 37299498
5. Unión Europea. Reglamento (UE) 2019/787 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de abril de 2019, sobre la definición, designación, presentación y etiquetado de las bebidas espirituosas. *Diario Oficial de la Unión Europea* [Internet]. 2019 may 17;L130 [citado 2025 jul 1]. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32019R0787>
6. Unión Europea. Reglamento (UE) n.º 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. *Diario Oficial de la Unión Europea* [Internet]. 2011 nov 22;L304 [citado 2025 jul 1]. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32011R1169>
7. Congreso de los Diputados. Proyecto de Ley 121/000050 de prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos en las personas menores de edad. *Boletín Oficial de las Cortes Generales* [Internet]. 2023 oct 13;Serie A(50) [citado 2025 jul 1]. Disponible en: https://www.congreso.es/public_oficiales/L15/CONG/BOCG/A/BOCG-15-A-50-1.PDF
8. Congreso de los Diputados. Proyecto de Ley Orgánica 121/000052 para la protección de las personas menores de edad en los entornos digitales. *Boletín Oficial de las Cortes Generales* [Internet]. 2023 oct 20;Serie A(52) [citado 2025 jul 1]. Disponible en: https://www.congreso.es/public_oficiales/L15/CONG/BOCG/A/BOCG-15-A-52-1.PDF
9. Cooke ME, Stephenson M, Brislin SJ, Latvala A, Barr PB, Piirtola M, et al. Association between adolescent alcohol use and cognitive function in

- young adulthood: a co-twin comparison study. *Addiction* [Internet]. 2024;119(11):1947–55. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1111/add.16629>
10. Miquel L, Rehm J, Shield KD, Vela E, Bustins M, Segura L, et al. Alcohol, tobacco and health care costs: a population-wide cohort study (n = 606 947 patients) of current drinkers based on medical and administrative health records from Catalonia. *Eur J Public Health* [Internet]. 2018;28(4):674–80. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1093/eurpub/ckx236>
 11. Martínez-Sánchez JM, Pérez-Ríos M, Alonso T, et al. Alcohol consumption patterns among young adults in Spain: a cross-sectional study. *Adicciones*. 2024;36(1):45–58. PMID: 39189286
 12. Li P, Haas NA, Dalla-Pozza R, Jakob A, Oberhoffer FS, Mandilaras G. Energy drinks and adverse health events in children and adolescents: a literature review. *Nutrients*. 2023 May 29;15(11):2537. doi:10.3390/nu15112537. PMID: 37299498; PMCID: PMC10283434
 13. Valencia-Martín JL, Galán I, Segura-García L, Camaralles-Guillem F, Suárez-Cardona M, Brime-Beteta B. Episodios de consumo intensivo de alcohol “binge drinking”: retos en su definición e impacto en salud. *Rev Esp Salud Publica*. 2020 Nov 13;94:e202011170. doi:10.4321/S1135-57272020000100001. PMID: 33205698; PMCID: PMC11583091
 14. Azarm V, Link JP, Mandilaras G, Li P, Dalla-Pozza R, Jakob A, et al. Acute cardiovascular effects of simultaneous energy drink and alcohol consumption in young adults: a review of case reports. *Pediatr Rep*. 2024 Jul 29;16(3):618–30. doi:10.3390/pediatric16030052. PMID: 39189286; PMCID: PMC11348372
 15. EcommerceDB. *Beverage market in Spain – E-commerce analysis* [Internet]. 2024 [citado 2025 jul 1]. Disponible en: <https://ecommercedb.com/markets/es/beverage>
 16. Federación Española de Bebidas Espirituosas. *Peso económico del sector de bebidas espirituosas en España* [Internet]. 2024 [citado 2025 jul

- 1]. Disponible en: <https://www.espirituosos.es/El-sector-en-cifras/peso-economico-sector-bebidas-espirituosas-espana/>
17. TechSci Research. *Spain Alcoholic Beverages Market Report* [Internet]. 2023 [citado 2025 jul 1]. Disponible en: <https://www.techsciresearch.com/report/spain-alcoholic-beverages-market/28072.html>
18. Bouncer Digital. *Tecnología para la verificación de edad en comercio electrónico* [Internet]. 2024 [citado 2025 jul 1]. Disponible en: <https://bouncer.digital>
19. World Health Organization. *Global alcohol action plan 2022–2030: first draft* [Internet]. Ginebra: Organización Mundial de la Salud; 2021 [citado 2025 jul 1]. Disponible en: https://cdn.who.int/media/docs/default-source/alcohol/alcohol-action-plan/first-draft/global_alcohol_acion_plan_first-draft_july_2021.pdf
20. Universidad de Valladolid. *Competencias del Grado en Enfermería* [Internet]. 2023 [citado 2025 jul 1]. Disponible en: https://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/2.01.grados/2.01.02.ofertaformativagrados/documentos/enfva_competencias.pdf
21. Elogia. *Claves del estudio: supermercados digitales en España* [Internet]. 2024 [citado 2025 jul 1]. Disponible en: <https://blog.elogia.net/claves-del-estudio-supermercados-digitales-by-elogia>

Páginas web analizadas

Mercadona

- <https://tienda.mercadona.es/product/28822/vodka-knebep-botella>
- <https://tienda.mercadona.es/product/28731/ron-anejo-negrita-botella>
- <https://tienda.mercadona.es/product/22467/cerveza-clasica-steinburg-pack-12>
- <https://tienda.mercadona.es/product/66314/vino-tinto-do-rioja-cune-crianza-botella>

Coviran

- <https://coviranlospirralos.com/product/ron-anejo-tabuco-70-cl-2/>
- <https://coviranlospirralos.com/product/ron-negrita-70-cl/>
- <https://coviranlospirralos.com/product/cerveza-coviran-1-l/>
- <https://coviranlospirralos.com/product/vino-tinto-rioja-crianza-cune-75-cl/>

Ahorramas

- <https://www.ahorramas.com/vodka-absolut-70cl-69710.html>
- <https://www.ahorramas.com/ron-anejo-brugal-70cl-69712.html>
- <https://www.ahorramas.com/cerveza-rubia-mahou-clasica-botella-1l-31898.html>
- <https://www.ahorramas.com/vino-tinto-do-valdepenas-senorio-los-llanos-crianza-54623.html>

Carrefour

- <https://www.carrefour.es/supermercado/vodka-absolut-1-l/R-520662997/p>
- <https://www.carrefour.es/jonnie-walker-blue-label-70cl/5000267195612/p>
- <https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-koenigsbier-lata-33-cl/R-VC4AECOMM-390311/p>
- <https://www.carrefour.es/supermercado/vino-tinto-crianza-tempranillo-vina-albali-do-valdepenas-75-cl/R-520662784/p>

Hiperco

- <https://www.hiperco.es/supermercado/0110118721200279-absolut-vodka-sueco-botella-1-l/>

- <https://www.hipercor.es/supermercado/0110118733300299-barcelo-ron-anejo-dominicano-botella-70-cl/>
- <https://www.hipercor.es/supermercado/0110118651000012-mahou-5-estrellas-cerveza-rubia-especial-sin-gluten-lata-33-cl/>
- <https://www.hipercor.es/supermercado/0110118738503079-tierra-de-oro-vino-tinto-roble-do-ribera-del-duero-botella-75-cl/>

El Corte Ingles

- <https://www.elcorteingles.es/supermercado/B001018720900143-eristoff-black-vodka-botella-70-cl/>
- <https://www.elcorteingles.es/supermercado/B001018733300083-cacique-ron-anejo-superior-de-venezuela-botella-70-cl/>
- <https://www.elcorteingles.es/supermercado/B001018602200992-mahou-5-estrellas-cerveza-rubia-especial-pack-12-botellas-25-cl/>
- <https://www.elcorteingles.es/supermercado/B001018703103749-ramon-bilbao-vino-tinto-rioja-coleccion-extraordinaria-de-vinedos-doca-rioja-botella-75-cl/>

comprar-bebidas.com

- https://www.comprar-bebidas.com/vodka-beluga-1l?srsId=AfmBOor4VYbcuyVuteq8u48pFpgB_8exgH5sdyI5ldTtnq1HKoLiu0lb
- <https://www.comprar-bebidas.com/whisky-the-yamazaki-distiller-s-reserve>
- <https://www.comprar-bebidas.com/cerveza-budweiser-33cl>
- <https://www.comprar-bebidas.com/aalto-doble-magnum-3l>

Amazon

- https://www.amazon.es/Prémium-Francés-elaborado-exclusivamente-manantial/dp/B003TJM57K/ref=sr_1_1_sspa?__mk_es_ES=ÅMÅŽÕÑ&dib=eyJ2ljojMSJ9.meArzql-LEwSoh4OtpKi-hvmBa4tj32vdIRVzwiG7LE3Ev5BwjPUwPGtOQH54RtxGXJJn-LoY-ECuoiA3TpBWjwLmlle9hjZa0yPIvL_GmNcOEmmuYFkzrJKA0MFXQtlefErnRSnVRL9Y-qBA8mQ02vj04jcvPUIZZVnHXtR8RPUL_3JgPiWVKEngXus2RJ30BBLDeVvp5NzHjOAHUyxDd2eA0jwPkbBzqcRFib3Q2VnKAqEH5qbEVkIVDsQy7F32oiHBI48FMSwBenGflkqnMZbUtR90beRTKmiYMGeftQ.gBKTkiKY4015QxjcFN8HSDKgaVFKKAoTT7TppV8i9nY&dib_tag=se&keywords=GREY%2BGOOSE%2BVodka&qid=1751406052&sr=8-1-spons&sp_csd=d2lkZ2V0TmFtZT1zcF9hdGY&th=1
- https://www.amazon.es/Kraken-Black-Spiced-Rum-700/dp/B00DUXHO9E/ref=sr_1_4?__mk_es_ES=ÅMÅŽÕÑ&crd=17009T17B6F8D&dib=eyJ2ljojMSJ9.NAJBMb4oh408z3iL4hcoLMAGHccP5wNmeUObcWrFy6PIUrwsnI9-4jfmExZ_1nm7MbPaqQ3WQrQ8Nbbe8fwOKg9rLY0HKPT6kpg9oxSLbdYNfCfHuSNcRptwDSaWKbZHIG-1NBCD-couMX15nM2vJb_Xn4RbB7-cy-ghivB19RhoX2wEhxfGTtEWqGU1fQPRcFbJn60_C3yAU3aVSMjLayNLu17_ahM7scZVRz9rLUCmi2ChK3gXhPUvW3d15aUk9OpnWiKcyMOIwofdhq3AZjJoBce2dzymtsAXsxwXXyw.4q61c31wolQcnhor4X42eKZ5pzZ5H3ubYznjy8zhzQ4&dib_tag=se&keywords=Ron+Premium+Kraken&qid=1751406068&sprefix=ron+premium+kraken%2Caps%2C104&sr=8-4
- https://www.amazon.es/Mahou-Clasica-Cerveza-Paquete-Total/dp/B0711RMXF6/ref=sr_1_1?__mk_es_ES=ÅMÅŽÕÑ&crd=MFFP9WXKUK1S&dib=eyJ2ljojMSJ9.5PjgOuYBrWgXUi8I9Jx5I05WL4nwfVZt6oWmMBwCgdQDUisuv718WznGeZmExlXQxY9zUawUlrOLhglyBRQcnURb2w0qCWwpCEcleqKGQQGL8Ik0e_KaVExNtbDWxxl6LimtN_0dhvN3xvDzysBl7_dvkm2vVStl56pkO7_Ylab6dDpP2nqPUHVFYtJXqndnPAJGDqa95h9swf4KquTC5xcTrZm1VbhY27-HkoqOeJ48d-wkpEv9ebQaqBN4Uc_e8vVy39plZmUBWyif6zYBzrs1-9QjhKbz46GdwjESs.ZytlDvcaPLNARTmd2EcRoTdqGSFcrqkKTomPTHj-Cno&dib_tag=se&keywords=Cerveza%2BDorada%2BLager&qid=1751406088&sprefix=cerveza%2Bdorada%2Blager%2Caps%2C99&sr=8-1&th=1

- https://www.amazon.es/RAMON-BILBAO-Crianza-Tinto-Botella/dp/B01LQG2GHQ/ref=sr_1_4?__mk_es_ES=ÅMÅŽÕÑ&crd=20607BXWI6N7L&dib=eyJ2ljojMSJ9.OXFm-z0-FxLljaDKk-vFQrYaB--2oIn5UiXr3rCtX2auDMFJEh6ox1ZCy6P8cujqqYyUMHsCLpVyxLDEpR_Zm0sgw6YpwrID9EUcp_xeTT8LN9X8VE9BwAK94Eqiqlqmn5tQi34hAoVXgN7PS6KUq-UkGqpljkqyil5fG35hks710FsmNF0EpXU3jQAKE5sF3j2E3uUpnYxWHXuAu3gJI_R5xhZ1ixzAWoZ0vORU2Ntl4JHGp6ZpJSA4Yn0z1pEHtK5B9PfEjtBM-VqJaGjoyplo8liCqZYS5N2zOaBnAwM.QH1OcCWKODk7fX1ikiUXPck76VhIXxQMrJ-Ly8fzLQw&dib_tag=se&keywords=Ramón+Billbao+Crianza&qid=1751406114&sprefix=ramón+bilbao+crianza%2Caps%2C95&sr=8-4

Eroski

- <https://supermercado.eroski.es/es/productdetail/394106-ginebra-tanqueray-botella-70-cl/>
- <https://supermercado.eroski.es/es/productdetail/315606-whisky-johnnie-walker-botella-70-cl/>
- [https://supermercado.eroski.es/search/multiple/?q=cerveza%20heineken\\$002c](https://supermercado.eroski.es/search/multiple/?q=cerveza%20heineken%20$002c)
- <https://supermercado.eroski.es/es/productdetail/7056534-vino-tinto-crianza-rioja-arnalte-botella-75-cl/>

Dia

- <https://www.dia.es/cervezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/ginebra-y-vodka/p/76962>
- <https://www.dia.es/cervezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/ron-y-whisky/p/20574>
- <https://www.dia.es/cervezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/cervezas/p/5331>
- <https://www.dia.es/cervezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/vino-tinto/p/35430>

Froiz

- <https://supermercado.froiz.com/product/49389-vodka-eristoff-70-cl>
- <https://supermercado.froiz.com/product/4115-ron-bacardi-carta-blanca-superior-70cl>

- <https://supermercado.froiz.com/product/9415-cerveza-skol-1-l>
- <https://supermercado.froiz.com/product/1739-vino-don-simon-blanco-brik-1-l>

Mahou

- <https://www.mahou-sanmiguel.com/tienda/p/pack-ahorro-mahou-cinco-estrellas.html>
- <https://www.mahou-sanmiguel.com/tienda/p/pack-ahorro-san-miguel-especial.html>
- <https://www.mahou-sanmiguel.com/tienda/p/pack-ahorro-mahou-clasica.html>
- <https://www.mahou-sanmiguel.com/tienda/p/pack-ahorro-alhambra-especial.html>

9 Anexos

9.2 Anexo I CATEGORÍAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS. Fuente: (5).

1. . Ron

a) El ron es una bebida espirituosa producida exclusivamente por destilación del producto obtenido de la fermentación alcohólica de melazas o jarabes procedentes de la elaboración de azúcar de caña o del propio jugo de la caña de azúcar, destilada a menos de 96 % vol, de forma que el destilado presente, de manera perceptible, las características organolépticas específicas del ron.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del ron será de 37,5 %.

c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.

d) El ron no contendrá aromatizantes.

e) El ron podrá contener caramelo añadido exclusivamente para ajustar el color.

f) El ron se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 20 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

g) En el caso de las indicaciones geográficas registradas con arreglo al presente Reglamento, la denominación legal del ron puede completarse con:

i) el término «traditionnel» o «tradicional», siempre que el ron de que se trate:

- haya sido producido por destilación con menos de 90 % vol tras la fermentación alcohólica de materias generadoras de alcohol originaria exclusivamente del lugar de producción considerado,

- tenga un contenido de sustancias volátiles igual o superior a 225 g/hl de alcohol de 100 % vol, y

- no esté edulcorado;

ii) el término «agrícola», siempre que el ron de que se trate cumpla los requisitos especificados en el inciso i) y haya sido producido exclusivamente por destilación tras la fermentación alcohólica de jugo de caña de azúcar. El término «agrícola» únicamente podrá utilizarse en el caso de indicaciones geográficas de los departamentos franceses de ultramar o de la Región Autónoma de Madeira.

La presente letra se entenderá sin perjuicio de la utilización de los términos «agrícola», «traditionnel» o «tradicional» en relación con cualesquiera productos no cubiertos por la presente categoría, de acuerdo con sus propios criterios específicos.

2. Whisky o whiskey

a) El whisky o whiskey es una bebida espirituosa producida exclusivamente por la realización de todas las operaciones de producción siguientes:

i) la destilación de caldos de cereales malteados, en presencia o no de granos enteros de cereales no malteados, que haya sido:

- sacarificada por la diastasa de malta que contiene, con o sin otras enzimas naturales,

- fermentada por la acción de la levadura;

ii) destilaciones efectuadas todas y cada una a menos de 94,8 % vol, de forma que el destilado tenga el aroma y el sabor derivados de las materias primas utilizadas;

iii) envejecimiento del destilado final, al menos durante tres años, en toneles de madera de una capacidad inferior o igual a 700 l.

El destilado final, al que solo se podrá añadir agua o caramelo natural (como colorante), conservará el color, aroma y gusto derivados de los procesos de producción mencionados en los incisos i), ii) y iii).

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del whisky o whiskey será de 40 %.

c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.

d) El whisky o whiskey no se podrá edulcorar, ni siquiera para redondear el sabor, aromatizar o contener otros aditivos que no sean caramelo corriente (E 150a) utilizado para ajustar el color.

e) La denominación legal «whisky» o «whiskey» podrá completarse con el término «single malt» solo si ha sido destilado exclusivamente a partir de cebada malteada en una única destilería.

3. Bebida espirituosa de cereales

a) La bebida espirituosa de cereales es una bebida producida exclusivamente por destilación de caldos fermentados de cereales de grano entero que presenta características organolépticas derivadas de las materias primas utilizadas.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo de la bebida espirituosa de cereales, con excepción del Korn, será de 35 %.

c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.

d) La bebida espirituosa de cereales no contendrá aromatizantes.

e) La bebida espirituosa de cereales solo podrá contener caramelo añadido para ajustar el color.

f) La bebida espirituosa de cereales se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 10 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

g) La bebida espirituosa de cereales podrá llevar la denominación legal «aguardiente de cereales» si se ha producido por destilación a menos de 95 % vol de masa fermentada de granos enteros de cereales y presenta características organolépticas derivadas de las materias primas utilizadas.

h) En la denominación legal «bebida espirituosa de cereales» o «aguardiente de cereales», la palabra «cereales» se podrá sustituir por el nombre del cereal utilizado exclusivamente en la producción de la bebida espirituosa.

4. Aguardiente de vino

a) El aguardiente de vino es una bebida espirituosa que cumple los siguientes requisitos:

se produce exclusivamente por destilación a menos de 86 % vol de vino, vino alcoholizado o destilado de vino;

ii) tiene un contenido de sustancias volátiles igual o superior a 125 gramos por hectolitro de alcohol a 100 % vol;

iii) tiene un contenido máximo de metanol de 200 gramos por hectolitro de alcohol a 100 %vol.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del aguardiente de vino será de 37,5 %.

c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.

d) El aguardiente de vino no contendrá aromatizantes. Esto no impide los métodos de producción tradicionales.

e) El aguardiente de vino podrá contener caramelo añadido únicamente para ajustar el color.

f) El aguardiente de vino se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 20 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

g) Cuando el aguardiente de vino haya sido sometido a un período de maduración, podrá seguir comercializándose como «aguardiente de vino» siempre que se haya sometido al período de maduración previsto para las bebidas espirituosas en la categoría 5, o a un período de maduración más largo.

h) El presente Reglamento se entenderá sin perjuicio de que se emplee el término «Branntwein» en combinación con el término «essig» en la presentación y el etiquetado de vinagre.

5. Brandy o Weinbrand

a) El brandy o Weinbrand es una bebida espirituosa que cumple los siguientes requisitos:

i) se produce a base de aguardiente de vino, al que podrá añadirse un destilado de vino que haya sido destilado a menos del 94,8 % vol y no exceda el límite máximo de 50 % en grado alcohólico del producto acabado;

ii) ha envejecido como mínimo:

- durante un año en recipientes de roble con una capacidad mínima de 1 000 litros; o

- durante seis meses en barricas de roble con una capacidad inferior a 1 000 litros;

iii) tiene un contenido de sustancias volátiles igual o superior a 125 g/hl de alcohol a 100 % vol, que procede exclusivamente de la destilación de las materias primas empleadas;

iv) tiene un contenido máximo de metanol de 200 g/hl de alcohol a 100 % vol.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del brandy o Weinbrand será de 36 %.

c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.

d) El brandy o Weinbrand no contendrá aromatizantes. Esto no impide los métodos de producción tradicionales.

e) El brandy o Weinbrand podrá contener caramelo añadido únicamente para ajustar el color.

f) El brandy o Weinbrand se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 35 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

6. Aguardiente de orujo, orujo o marc

a) El aguardiente de orujo, orujo o marc es una bebida espirituosa que cumple los siguientes requisitos:

i) se produce exclusivamente con orujos de uva fermentados y destilados, bien directamente por vapor de agua, bien previa adición de agua, cumpliéndose las dos condiciones siguientes:

- todas y cada una de las destilaciones se efectúan a menos de 86 % vol;

- la primera destilación se efectúa en presencia de los orujos;

ii) la proporción de lías que podrá añadirse al orujo será, como máximo, de 25 kg de lías por 100 kg de orujo;

iii) la cantidad de alcohol procedente de las lías no sobrepasará el 35 % de la cantidad total de alcohol del producto acabado;

iv) tendrá un contenido de sustancias volátiles igual o superior a 140 g/hl de alcohol a 100 % vol, y el contenido máximo de metanol será de 1 000 g/hl de alcohol a 100 % vol.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del aguardiente de orujo, orujo o marc será de 37,5 %.

c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.

d) El aguardiente de orujo, orujo o marc no contendrá aromatizantes. Esto no impide los métodos de producción tradicionales.

e) El aguardiente de orujo, orujo o marc podrá contener caramelo añadido únicamente para ajustar el color.

f) El aguardiente de orujo, orujo o marc se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 20 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

7. Aguardiente de hollejo de fruta

a) El aguardiente de hollejo de fruta es la bebida espirituosa que cumple los siguientes requisitos:

i) se producirá exclusivamente por fermentación y destilación de hollejos de frutas distintos del orujo, cumpliéndose las dos condiciones siguientes:

- todas y cada una de las destilaciones se efectuarán a menos de 86 % vol;

- la primera destilación se efectuará en presencia de los hollejos;
 - ii) tendrá un contenido mínimo de sustancias volátiles de 200 gramos por hectolitro de alcohol a 100 % vol;
 - iii) el contenido máximo de metanol será de 1 500 gramos por hectolitro de alcohol a 100 % vol;
 - iv) el contenido máximo de ácido cianhídrico será de 7 gramos por hectolitro de alcohol a 100 % vol., cuando se trate de aguardiente de hollejo de frutas de hueso.
- b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del aguardiente de hollejo de fruta será de 37,5 %.
 - c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.
 - d) El aguardiente de hollejo de fruta no contendrá aromatizantes.
 - e) El aguardiente de hollejo de fruta podrá contener caramelo añadido únicamente para ajustar el color.
 - f) El aguardiente de hollejo de fruta se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 20 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.
 - g) La denominación legal consistirá en la denominación «aguardiente de hollejo de» seguida del nombre de la fruta correspondiente. En caso de que se empleen hollejos de varias frutas diferentes, la denominación legal será «aguardiente de hollejo de frutas» y podrá completarse con el nombre de cada fruta en orden decreciente de la cantidad utilizada.

8. Aguardiente de pasas o raisin brandy

- a) El aguardiente de pasas o raisin brandy es una bebida espirituosa producida exclusivamente por la destilación del producto obtenido de la fermentación alcohólica del extracto de pasas de las variedades «negra de Corinto» o «moscatel de Alejandría», destilada a menos de 94,5 % vol, de forma que el destilado tenga el aroma y el sabor derivados de las materias primas utilizadas.

- b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del aguardiente de pasas o raisin brandy será de 37,5 %.
- c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.
- d) El aguardiente de pasas o raisin brandy no contendrá aromatizantes.
- e) El aguardiente de pasas o raisin brandy podrá contener caramelo añadido únicamente para ajustar el color.
- f) El aguardiente de pasas o raisin brandy se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 20 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

9. Aguardiente de fruta

a) El aguardiente de fruta es una bebida espirituosa que cumple los siguientes requisitos:

- i) se produce exclusivamente por la fermentación alcohólica y la destilación, con o sin huesos, de fruto fresco y carnoso, incluido el plátano, o del mosto de dicho fruto, de bayas o de hortalizas;
- ii) todas y cada una de las destilaciones se efectuarán a menos de 86 % vol, de forma que el destilado tenga el aroma y el sabor derivados de la materia prima destilada;
- iii) contiene una cantidad de sustancias volátiles igual o superior a 200g/hl de alcohol a 100 % vol;
- iv) su contenido de ácido cianhídrico, cuando se trata de aguardiente de fruta con hueso, no sobrepasa 7 g/hl de alcohol a 100 % vol.

b) El contenido máximo de metanol del aguardiente de fruta será de 1 000 g/hl de alcohol a 100 % vol, excepto:

- i) en el caso de los aguardientes de fruta producidos a base de las frutas o bayas mencionadas a continuación, cuyo contenido máximo de metanol será de 1 200 g/hl de alcohol a 100 % vol:

- manzana (*Malus domestica* Borkh.),

- albaricoque (*Prunus armeniaca* L.),
- ciruela (*Prunus domestica* L.),
- ciruela damascena (*Prunus domestica* L.),
- ciruela mirabel (*Prunus domestica* L. subsp. *syriaca* (Borkh.) Janch. ex Mansf.),
- melocotón (*Prunus persica* (L.) Batsch),
- pera (*Pyrus communis* L.), excepto la pera Williams (*Pyrus communis* L. cv «Williams»),
- zarzamora (*Rubus* sect. *Rubus*),
- frambuesa (*Rubus idaeus* L.).

ii) en el caso de los aguardientes de fruta producidos a base de las frutas o bayas mencionados a continuación, cuyo contenido máximo de metanol será de 1 350 g/hl de alcohol a 100 % vol:

- membrillo (*Cydonia oblonga* Mill.),
- bayas de enebro (*Juniperus communis* L. o *Juniperus oxicedrus* L.),
- pera Williams (*Pyrus communis* L. cv «Williams»),
- grosella negra (*Ribes nigrum* L.),
- grosella roja (*Ribes rubrum* L.),
- baya del escaramujo (*Rosa canina* L.),
- baya del saúco (*Sambucus nigra* L.),
- serba (*Sorbus aucuparia* L.),
- baya del serbal (*Sorbus domestica* L.),
- baya del mostajo (*Sorbus torminalis* (L.) Crantz).

c) El grado alcohólico volumétrico mínimo del aguardiente de fruta será de 37,5 %.

d) El aguardiente de fruta no podrá colorarse.

e) No obstante la letra d) de la presente categoría y como excepción a lo dispuesto en el anexo II, parte E, categoría de alimento 14.2.6, del Reglamento (CE) n.º 1333/2008, podrá utilizarse caramelo para ajustar el color de los aguardientes de fruta envejecidos un año como mínimo en contacto con madera.

f) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.

g) El aguardiente de fruta no contendrá aromatizantes.

h) El aguardiente de fruta se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 18 g de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

i) La denominación legal del aguardiente de fruta será «aguardiente de» completada por el nombre de la fruta, baya u hortaliza. Esta denominación legal podrá expresarse mediante el nombre de la fruta, baya u hortaliza, completado con un sufijo, en el caso de las lenguas búlgara, checa, croata, eslovaca, eslovena, griega, polaca y rumana.

Alternativamente:

i) la denominación legal a que se refiere el párrafo primero podrá ser «wasser», utilizada junto con el nombre de la fruta; o

ii) las denominaciones legales siguientes podrán ser utilizadas en los casos indicados a continuación:

- «kirsch» para el aguardiente de cereza (*Prunus avium* (L.) L.),

- «ciruela», «ciruela damascena» o «slivovitz» para el aguardiente de ciruela (*Prunus domestica* L.),

- «ciruela mirabel» para el aguardiente de ciruela mirabel (*Prunus domestica* L. subsp. *syriaca* (Borkh.) Janch. ex Mansf.),

- «fruto del madroño» para el aguardiente de fruto del madroño (*Arbutus unedo* L.),

- «Golden Delicious» para el aguardiente de manzana (*Malus domestica* var. «Golden Delicious»);

- «Obstler» para aguardientes producidos a base de frutas, con o sin bayas, siempre que como mínimo el 85 % de la pasta proceda de diferentes variedades de manzana, pera o ambas.

El nombre «Williams» o «williams» se podrá utilizar únicamente para comercializar el aguardiente de pera producido exclusivamente a base de peras de la variedad «Williams».

Si existe el riesgo de que una de esas denominaciones legales que no contenga la palabra «aguardiente» a que se refiere la presente letra no sea fácilmente comprensible para el consumidor final, la designación, la presentación y etiquetado incluirán la palabra «aguardiente», eventualmente completada con una explicación.

j) Cuando dos o más especies de frutas, bayas u hortalizas, se destilen juntas, el producto se comercializará bajo la denominación legal de:

- «aguardiente de frutas» para bebidas espirituosas producidas exclusivamente por destilación de frutas o bayas, o de ambas; o

- «aguardiente vegetal» para bebidas espirituosas producidas exclusivamente por destilación de hortalizas; o

- «aguardiente de frutas y vegetal» para bebidas espirituosas producidas por destilación de una combinación de frutas, bayas y hortalizas.

Esta denominación legal podrá completarse con el nombre de cada una de las especies de fruta, baya o vegetal, en orden decreciente de las cantidades utilizadas.

9 bis. Aguardiente de patata

a) El aguardiente de patata es una bebida espirituosa obtenida exclusivamente por fermentación alcohólica y la destilación de tubérculos de patata a menos del 94,8 % vol., de modo que el destilado tenga el aroma y el sabor de las materias primas utilizadas.

b) El contenido máximo de metanol del aguardiente de patata será de 1 000 g/hl de alcohol a 100 % vol.

- c) El grado alcohólico volumétrico mínimo del aguardiente de patata será de 38 %.
- d) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.
- e) El aguardiente de patata no contendrá aromatizantes.
- f) El aguardiente de patata podrá contener caramelo añadido únicamente para ajustar el color.
- g) El aguardiente de patata se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 10 g de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

10. Aguardiente de sidra, aguardiente de perada y aguardiente de sidra y perada

- a) El aguardiente de sidra, el aguardiente de perada y el aguardiente de sidra y perada son bebidas espirituosas que cumplen los siguientes requisitos:
 - i) se producen exclusivamente por destilación de sidra o pera a menos de 86 % vol, de forma que el destilado tenga el aroma y el sabor derivados de esas frutas;
 - ii) contienen una cantidad de sustancias volátiles igual o superior a 200 g/hl de alcohol a 100 % vol;
 - iii) tienen un contenido máximo de metanol de 1 000 g/hl de alcohol a 100 % vol.
- b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del aguardiente de sidra, del aguardiente de perada y del aguardiente de sidra y perada será de 37,5 %.
- c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.
- d) El aguardiente de sidra, el aguardiente de perada y el aguardiente de sidra y perada no contendrán aromatizantes. Esto no impide los métodos de producción tradicionales.
- e) El aguardiente de sidra, el aguardiente de perada y el aguardiente de sidra y perada podrán contener caramelo añadido únicamente para ajustar el color.
- f) El aguardiente de sidra, el aguardiente de perada y el aguardiente de sidra y perada se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el

producto final no podrá contener más de 15 g de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

g) La denominación legal será:

- «aguardiente de sidra» para bebidas espirituosas producidas exclusivamente por destilación de sidra;

- «aguardiente de perada» para bebidas espirituosas producidas exclusivamente por destilación de perada; o

- «aguardiente de sidra y perada» para bebidas espirituosas producidas exclusivamente por destilación de sidra y perada.

11. Aguardiente de miel

a) El aguardiente de miel es una bebida espirituosa que cumple los siguientes requisitos:

i) se produce exclusivamente por fermentación y destilación de remojo de cereales con miel;

ii) se destila a menos de 86 % vol, de forma que el destilado presente las características organolépticas derivadas de las materias primas utilizadas.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del aguardiente de miel será de 35 %.

c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.

d) El aguardiente de miel no contendrá aromatizantes.

e) El aguardiente de miel podrá contener caramelo añadido únicamente para ajustar el color.

f) El aguardiente de miel solo se podrá edulcorar con miel para redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 20 gramos de miel por litro, expresados en azúcar invertido.

12. Hefebrand o aguardiente de lías

a) El Hefebrand o aguardiente de lías es una bebida espirituosa producida exclusivamente por destilación a menos de 86 % vol de lías de vino, lías de cerveza o lías de bebidas a base de frutas fermentadas.

- b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del Hefebrand o aguardiente de lías será de 38 %.
- c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.
- d) El Hefebrand o aguardiente de lías no contendrá aromatizantes.
- e) El Hefebrand o aguardiente de lías solo podrá contener caramelo añadido para ajustar el color.
- f) El Hefebrand o aguardiente de lías se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 20 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.
- g) La denominación legal «Hefebrand» o «aguardiente de lías» se completará con el nombre de las materias primas utilizadas.

13. Aguardiente de cerveza

- a) El aguardiente de cerveza es una bebida espirituosa producida exclusivamente por destilación directa a presión normal de cerveza fresca a un grado alcohólico volumétrico inferior a 86 %, de manera que el destilado resultante presente características organolépticas resultantes de la cerveza.
- b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del aguardiente de cerveza será de 38 %.
- c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.
- d) El aguardiente de cerveza no contendrá aromatizantes.
- e) El aguardiente de cerveza solo podrá contener caramelo añadido para ajustar el color.
- f) El aguardiente de cerveza se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 20 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

13 bis. Aguardiente de pan

- a) El aguardiente de pan es una bebida espirituosa obtenida exclusivamente por fermentación alcohólica y destilación de pan fresco a menos del 86 % vol., de

modo que el destilado tenga el aroma y el sabor de las materias primas utilizadas.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del aguardiente de pan será de 38 %.

c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.

d) El aguardiente de pan no contendrá aromatizantes.

e) El aguardiente de pan podrá contener caramelo añadido únicamente para ajustar el color.

f) El aguardiente de pan se podrá edulcorar a fin de redondear su sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 20 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

13 ter. Aguardiente de savia de abedul, aguardiente de savia de arce y aguardiente de savia de abedul y arce

a) El aguardiente de savia de abedul, el aguardiente de savia de arce y el aguardiente de savia de abedul y arce son bebidas espirituosas producidas exclusivamente por destilación directa de la pasta que se obtiene a partir de la fermentación de la savia fresca de abedul, de arce o de ambos a presión normal hasta un contenido de alcohol inferior al 88 % vol., de modo que el destilado resultante tiene características organolépticas derivadas de la savia de abedul, de la savia de arce o de ambos.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del aguardiente de savia de abedul, del aguardiente de savia de arce y del aguardiente de savia de abedul y arce será de 38 %.

c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.

d) El aguardiente de savia de abedul, el aguardiente de savia de arce y el aguardiente de savia de abedul y arce no contendrán aromatizantes.

e) El aguardiente de savia de abedul, el aguardiente de savia de arce y el aguardiente de savia de abedul y arce podrán contener caramelo añadido únicamente para ajustar el color.

f) El aguardiente de savia de abedul, el aguardiente de savia de arce y el aguardiente de savia de abedul y arce se podrán edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 20 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

14. Topinambur o aguardiente de tupinambo o pataca

a) El topinambur o aguardiente de tupinambo o pataca es una bebida espirituosa producida exclusivamente por destilación a menos de 86 % vol de tupinambo o pataca (*Helianthus tuberosus* L.).

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del topinambur o aguardiente de tupinambo o pataca será de 38 %.

c) No podrá realizarse ninguna adición de alcohol, diluido o no.

d) El topinambur o aguardiente de tupinambo o pataca no contendrá aromatizantes.

e) El topinambur o aguardiente de tupinambo o pataca podrá contener caramelo añadido únicamente para ajustar el color.

f) El topinambur o aguardiente de tupinambo o pataca se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 20 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

15. Vodka

a) El vodka es una bebida espirituosa producida a base de alcohol etílico de origen agrícola, obtenido de la fermentación con levadura de:

- patatas, cereales, o ambos, o

- otras materias primas agrícolas,

destilada de manera que se reduzcan selectivamente las características organolépticas de las materias primas utilizadas y los subproductos formados durante la fermentación.

Lo anterior podrá ir seguido de una destilación adicional o del tratamiento con auxiliares tecnológicos adecuados o ambos, incluido el tratamiento con carbón activado, para dotarlo de unas características organolépticas especiales.

Los niveles máximos de residuos para el alcohol etílico de origen agrícola usado para producir vodka serán los establecidos en el artículo 5, letra d), con la excepción de que el residuo de metanol en el producto final no será mayor de 10 g/hl de alcohol a 100 % vol.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del vodka será de 37,5 %.

c) Los únicos aromatizantes que se podrán añadir serán las sustancias aromatizantes naturales o preparaciones aromatizantes que estén presentes en el destilado obtenido de las materias primas fermentadas. Además, podrán conferirse al producto unas características organolépticas especiales, siempre que no sean un sabor predominante.

d) El vodka no podrá colorarse.

e) El vodka se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 8 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

f) En la designación, presentación o etiquetado del vodka no producido exclusivamente a base de patatas o cereales, o ambos, figurará de manera destacada la indicación «producido a base de &», más el nombre de las materias primas utilizadas para producir el alcohol etílico de origen agrícola. Esta indicación aparecerá en el mismo campo visual que la denominación legal.

g) La denominación legal «vodka» podrá utilizarse en cualquier Estado miembro.

16. Aguardiente de (completado con el nombre de la fruta, las bayas o los frutos secos) obtenido por maceración y destilación

a) El aguardiente de (completado con el nombre de la fruta, las bayas o los frutos secos) obtenido por maceración y destilación es una bebida espirituosa que cumple los siguientes requisitos:

i) se ha producido por:

- maceración de fruta, bayas o frutos secos mencionados en el inciso ii), ya sea mediante fermentación parcial o sin fermentación, con la posible adición de un máximo de 20 litros de alcohol etílico de origen agrícola o aguardiente o de destilado derivado de la misma fruta, bayas o frutos secos, o de una combinación de los mismos, por 100 kilos de fruta, bayas o frutos secos fermentados,

- seguida de una destilación; todas y cada una de las destilaciones se efectuarán a menos de 86 % vol;

ii) se produce a base de las siguientes frutas, bayas o frutos secos:

- aronia (*Aronia Medik. nom cons.*),
- aronia melanocarpa (*Aronia melanocarpa (Michx.) Elliott*),
- castaña (*Castanea sativa Mill.*),
- cítricos (*Citrus spp.*),
- avellana (*Corylus avellana L.*),
- camarina negra (*Empetrum nigrum L.*),
- fresa (*Fragaria spp.*),
- espino amarillo (*Hippophae rhamnoides L.*),
- baya del acebo (*Ilex aquifolium e Ilex cassine L.*),
- baya del cornejo (*Cornus mas*),
- nuez (*Juglans regia L.*),
- plátano (*Musa spp.*),
- mirto (*Myrtus communis L.*),
- higo chumbo (*Opuntia ficus-indica (L.) Mill*),
- granadilla (*Passiflora edulis Sims*),
- baya del cerezo aliso (*Prunus padus L.*),
- endrina (*Prunus spinosa L.*),
- grosella negra (*Ribes nigrum L.*),

- grosella blanca (*Ribes niveum* Lindl.),
- grosella roja (*Ribes rubrum* L.),
- grosella espinosa (*Ribes uva-crispa* L. syn. *Ribes grossularia*),
- baya del escaramujo (*Rosa canina* L.),
- mora ártica (*Rubus arcticus* L.),
- mora amarilla (*Rubus chamaemorus* L.),
- zarzamora (*Rubus* sect. *Rubus*),
- frambuesa (*Rubus idaeus* L.),
- baya del saúco (*Sambucus nigra* L.),
- serba (*Sorbus aucuparia* L.),
- baya del serbal (*Sorbus domestica* L.),
- baya del mostajo (*Sorbus torminalis* (L.) Crantz),
- jobo de la India (*Spondias dulcis* Parkinson),
- abal (*Spondias mombin* L.),
- arándano alto (*Vaccinium corymbosum* L.),
- arándano agrio (*Vaccinium oxycoccos* L.),
- arándano/mirtilo (*Vaccinium myrtillus* L.),
- arándano rojo (*Vaccinium vitis-idaea* L.).

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo de un aguardiente de (completado con el nombre de la fruta, las bayas o los frutos secos) obtenido por maceración y destilación será de 37,5 %.

c) El aguardiente de (completado con el nombre de la fruta, las bayas o los frutos secos) obtenido por maceración y destilación no contendrá aromatizantes.

d) El aguardiente de (completado con el nombre de la fruta, las bayas o los frutos secos) obtenido por maceración y destilación no podrá colorarse.

e) No obstante lo dispuesto en la letra d) y como excepción a lo dispuesto en el anexo II, parte E, categoría de alimento 14.2.6, del Reglamento (CE) n.º 1333/2008, podrá utilizarse caramelo para ajustar el color del aguardiente (completado con el nombre de la fruta, las bayas o los frutos secos) obtenido por maceración y destilación y envejecido un año como mínimo en contacto con madera.

f) El aguardiente (completado con el nombre de la fruta, las bayas o los frutos secos) obtenido por maceración y destilación se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 18 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

g) En lo que se refiere a la designación, presentación y etiquetado del aguardiente de (completado con el nombre de la fruta, las bayas o los frutos secos), obtenido por maceración y destilación, deberá figurar en la designación, presentación o etiquetado la expresión «obtenido por maceración y destilación» escrita con caracteres del mismo tipo de letra, tamaño y color y en el mismo campo visual que las palabras «aguardiente de (completado con el nombre de la fruta, las bayas o los frutos secos) y, en el caso de las botellas, en la etiqueta delantera.

17. Geist (completado con el nombre de la fruta o materias primas utilizadas)

a) El Geist (completado con el nombre de la fruta o materias primas utilizadas) es una bebida espirituosa producida por la maceración de frutas y bayas no fermentadas enumeradas en la categoría 16, letra a), inciso ii), u hortalizas, frutos secos, otras materias vegetales, como hierbas o pétalos de rosas, u hongos, en alcohol etílico de origen agrícola, seguida de una destilación a menos de 86 % vol.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del Geist (completado con el nombre de la fruta o materias primas utilizadas) será de 37,5 %.

c) El Geist (completado con el nombre de la fruta o materia prima utilizada) no contendrá aromatizantes.

d) El Geist (completado con el nombre de la fruta o materias primas utilizadas) no podrá colorarse.

e) El Geist (completado con el nombre de la fruta o materias primas utilizadas) se podrá edulcorar a fin de redondear el sabor final. No obstante, el producto final no podrá contener más de 10 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.

f) El término «-geist» precedido por un término distinto del nombre de una fruta, planta u otra materia prima podrá completar la denominación legal de otras bebidas espirituosas o bebidas alcohólicas, siempre que su uso no induzca a error al consumidor.

18. Genciana

a) La genciana es una bebida espirituosa producida a base de un destilado de genciana, obtenido a su vez de la fermentación de raíces de genciana con o sin adición de alcohol etílico de origen agrícola.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo de genciana será de 37,5 %.

c) La genciana no contendrá aromatizantes.

19. Bebida espirituosa aromatizada con enebro

a) La bebida espirituosa aromatizada con enebro es una bebida espirituosa producida por la aromatización con bayas de enebro (*Juniperus communis* L. o *Juniperus oxicedrus* L.) de un alcohol etílico de origen agrícola, un aguardiente de cereales o un destilado de cereales, o una combinación de ellos.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo de una bebida espirituosa aromatizada con enebro será de 30 %.

c) Podrán utilizarse como complemento de las bayas de enebro sustancias aromatizantes, preparaciones aromatizantes, plantas con propiedades aromatizantes o partes de plantas con propiedades aromatizantes, o una combinación de ellas, pero las características organolépticas de las bayas de enebro deberán percibirse, aunque a veces estén atenuadas.

d) La bebida espirituosa aromatizada con enebro podrá llevar la denominación legal «Wacholder» o «genebra».

20. Gin

a) El gin es una bebida espirituosa aromatizada con bayas de enebro (*Juniperus communis* L.) producida por la aromatización de alcohol etílico de origen agrícola.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del gin será de 37,5 %.

c) Para la producción del gin solo se utilizarán sustancias aromatizantes o preparaciones aromatizantes, o ambas, de forma que el sabor de enebro sea predominante.

d) El término «gin» podrá completarse con el término «dry» si no se han añadido a la bebida edulcorantes en una proporción superior a 0,1 gramos de sustancias edulcorantes por litro de producto final, expresados en azúcar invertido.

21. Gin destilado

a) El gin destilado es una de las bebidas espirituosas siguientes:

i) la bebida espirituosa aromatizada con enebro, producida exclusivamente por destilación de un alcohol etílico de origen agrícola con un grado alcohólico volumétrico mínimo inicial de 96 % en presencia de bayas de enebro (*Juniperus communis* L.) y de otros productos vegetales naturales, debiendo ser predominante el sabor de enebro;

ii) la combinación del producto de esa destilación con un alcohol etílico de origen agrícola de la misma composición, pureza y grado alcohólico; para la aromatización del gin destilado podrán utilizarse las sustancias aromatizantes o las preparaciones aromatizantes especificadas en la categoría 20, letra c), o ambas.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del de gin destilado será de 37,5 %.

c) El gin producido únicamente por la adición de esencias o de aromas al alcohol etílico de origen agrícola no se considerará gin destilado.

d) El término «gin destilado» podrá completarse incorporando el término «dry» si no se han añadido a la bebida edulcorantes en una proporción superior a 0,1 gramos de sustancias edulcorantes por litro de producto final, expresados en azúcar invertido.

22. London gin

a) El London gin es un gin destilado que cumple los siguientes requisitos:

i) ha sido producido exclusivamente a base de alcohol etílico de origen agrícola con un contenido máximo de metanol de 5 gramos por hectolitro de alcohol de 100 % vol, cuyo aroma proviene exclusivamente de la destilación en alambiques tradicionales de alcohol etílico de origen agrícola en presencia de todas las materias vegetales naturales utilizadas;

ii) el destilado resultante contiene un grado alcohólico volumétrico mínimo de 70 %;

iii) todo alcohol etílico de origen agrícola que se añada cumplirá los requisitos establecidos en el artículo 5, pero su contenido en metanol no excederá de 5 gramos por hectolitro de alcohol a 100 % vol;

iv) no ha sido colorado;

v) no ha sido edulcorado en una proporción superior a 0,1 gramos de sustancias edulcorantes por litro de producto final, expresados en azúcar invertido;

vi) no contiene ningún otro ingrediente que no sean los ingredientes mencionados en los incisos i), iii) y v), y agua.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del London gin será de 37,5 %.

c) La denominación «London gin» podrá completarse incorporando el término «dry».

23. Bebida espirituosa aromatizada con alcaravea o Kümmel

a) La bebida espirituosa aromatizada con alcaravea o Kümmel es una bebida espirituosa producida por la aromatización del alcohol etílico de origen agrícola con alcaravea (*Carum carvi* L.).

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo de la bebida espirituosa aromatizada con alcaravea o Kümmel será de 30 %.

c) Podrán utilizarse como complemento sustancias aromatizantes o preparaciones aromatizantes o ambas pero el sabor de alcaravea será predominante.

24. Akvavit o aquavit

a) El akvavit o aquavit es una bebida espirituosa aromatizada con semillas de alcaravea o de eneldo o ambas, producida utilizando alcohol etílico de origen agrícola aromatizado con un destilado de plantas o especias.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del akvavit o aquavit será de 37,5 %.

c) Podrán utilizarse como complemento sustancias aromatizantes naturales o preparaciones aromatizantes o ambas, pero el aroma de estas bebidas se deberá en gran parte a los destilados de semillas de alcaravea (*Carum carvi* L.) o eneldo (*Anethum graveolens* L.) o a ambos; el uso de aceites esenciales está prohibido.

d) Las sustancias amargas no predominarán de manera evidente en su sabor. El contenido en extracto seco no podrá superar 1,5 g/100 ml.

25. Bebida espirituosa anisada

a) La bebida espirituosa anisada es una bebida espirituosa producida por la aromatización de un alcohol etílico de origen agrícola con extractos naturales de anís estrellado (*Illicium verum* Hook f.), anís verde (*Pimpinella anisum* L.), hinojo (*Foeniculum vulgare* Mill.) o de cualquier otra planta que contenga el mismo constituyente aromático principal, por uno de los procesos siguientes o una combinación de ellos:

i) maceración o destilación o ambos;

ii) destilación del alcohol en presencia de las semillas u otras partes de las plantas mencionadas anteriormente;

iii) adición de extractos destilados naturales de plantas anisadas.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo de una bebida espirituosa anisada será de 15 %.

c) La bebida espirituosa anisada únicamente podrá aromatizarse con preparaciones aromatizantes y con sustancias aromatizantes naturales.

d) Podrán utilizarse como complemento otros extractos vegetales naturales o semillas aromáticas, pero el sabor del anís deberá seguir siendo predominante.

26. Pastis

a) El pastis es una bebida espirituosa anisada que contiene también extractos naturales procedentes de palo de regaliz (*Glycyrrhiza* spp.), lo que implica la presencia de sustancias colorantes llamadas «chalcones», así como de ácido glicirrónico, cuyos contenidos mínimo y máximo serán de 0,05 y 0,5 gramos por litro respectivamente.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del pastis será de 40 %.

c) El pastis únicamente podrá aromatizarse con preparaciones aromatizantes y con sustancias aromatizantes naturales.

d) El pastis contendrá menos de 100 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresado en azúcar invertido, y tendrá unos contenidos mínimos y máximos de anetol de 1,5 y 2 gramos por litro, respectivamente.

27. Pastis de Marseille

a) El pastis de Marseille es un pastis con un pronunciado sabor de anís que contiene entre 1,9 y 2,1 gramos de anetol por litro.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del pastis de Marseille será de 45 %.

c) El pastis de Marseille únicamente podrá aromatizarse con preparaciones aromatizantes y con sustancias aromatizantes naturales.

28. Anís o jane~evec

a) El anís o jane~evec es la bebida espirituosa anisada cuyo aroma característico proviene exclusivamente del anís verde (*Pimpinella anisum* L.), del anís

estrellado (*Illicium verum* Hook f.) o del hinojo (*Foeniculum vulgare* Mill.), o de una combinación de estos productos.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del anís o jane~evec será de 35 %.

c) El anís o jane~evec únicamente podrá aromatizarse con preparaciones aromatizantes y con sustancias aromatizantes naturales.

29. Anís destilado

a) El anís destilado es el anís que contiene alcohol destilado en presencia de las semillas mencionadas en la categoría 28, letra a), y, en el caso de indicaciones geográficas, mástique y otras semillas, plantas o frutas aromáticas, a condición de que ese alcohol represente como mínimo el 20 % del grado alcohólico del anís destilado.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del anís destilado será de 35 %.

c) El anís destilado únicamente podrá aromatizarse con preparaciones aromatizantes y con sustancias aromatizantes naturales.

30. Bebida espirituosa de sabor amargo o bitter

a) La bebida espirituosa de sabor amargo o bitter es una bebida espirituosa en la que predomina un sabor amargo, producida por la aromatización del alcohol etílico de origen agrícola o de un destilado de origen agrícola, o de ambos, con sustancias aromatizantes o preparaciones aromatizantes, o ambas.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo de la bebida espirituosa de sabor amargo o bitter será de 15 %.

c) Sin perjuicio del uso de estos términos en la presentación y el etiquetado de alimentos distintos de las bebidas espirituosas, la bebida espirituosa de sabor amargo o bitter se podrá comercializar también bajo la denominación «amargo» o «bitter», acompañada o no de otro término.

d) Sin perjuicio de lo dispuesto en la letra c), el término «amargo» o «bitter» podrá utilizarse en la designación, la presentación y el etiquetado de licores de sabor amargo.

31. Vodka aromatizado

- a) El vodka aromatizado es aquel al que se le ha dado un aroma predominante distinto del de las materias primas utilizadas para producir el vodka.
- b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del vodka aromatizado será de 37,5 %.
- c) El vodka aromatizado podrá edulcorarse, ensamblarse, aromatizarse, envejecerse o colorarse.
- d) Cuando el vodka aromatizado esté edulcorado, el producto final no podrá contener más de 100 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresados en azúcar invertido.
- e) La denominación legal de vodka aromatizado podrá ser también el nombre del aromatizante predominante combinado con la palabra «vodka». El término «vodka» en cualquier lengua oficial de la Unión podrá sustituirse por «vodka».

32. Bebida espirituosa aromatizada a base de endrinas o pacharán

- a) La bebida espirituosa aromatizada a base de endrinas o pacharán es una bebida espirituosa que tiene un predominante sabor a endrinas y se produce por la maceración de endrinas (*Prunus spinosa*) en alcohol etílico de origen agrícola, con la adición de extractos naturales de anís o destilados de anís o ambos;
- b) El grado alcohólico volumétrico mínimo de la bebida espirituosa aromatizada a base de endrinas o pacharán será de 25 %;
- c) Para la producción de la bebida espirituosa aromatizada a base de endrinas o pacharán, se utilizará una cantidad mínima de 125 gramos de endrinas por litro de producto final;
- d) La bebida espirituosa aromatizada a base de endrinas o pacharán tendrá un contenido en sustancias edulcorantes, expresado en azúcar invertido, de entre 80 y 250 gramos por litro de producto final;
- e) Las características organolépticas, color y sabor de la bebida espirituosa aromatizada a base de endrinas o pacharán serán proporcionados exclusivamente por los frutos utilizados y el anís.

f) El término «pacharán» podrá ser utilizado como denominación legal únicamente cuando el producto se haya elaborado en España. Cuando el producto se haya elaborado fuera de España, el término «pacharán» podrá utilizarse únicamente como complemento de la denominación legal «Bebida espirituosa aromatizada a base de endrinas», siempre que vaya acompañada de los términos: «producido en &», seguido del nombre del Estado miembro o tercer país de producción.

33. Licor

a) El licor es una bebida espirituosa:

i) con un contenido mínimo de sustancias edulcorantes, expresado en azúcar invertido, de:

- 70 gramos por litro en el caso de los licores de cereza o guinda cuyo alcohol etílico sea exclusivamente aguardiente de cerezas o guindas,

- 80 gramos por litro en el caso de los licores aromatizados exclusivamente con genciana, una planta similar o ajenjo,

- 100 gramos por litro en todos los demás casos,

ii) producida a base de alcohol etílico de origen agrícola o un destilado de origen agrícola o una o varias bebidas espirituosas o una combinación de estos productos, edulcorados y con adición de uno o varios aromas, productos de origen agrícola o productos alimenticios.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del licor será de 15 %.

c) En la producción de licor únicamente podrán utilizarse sustancias aromatizantes y preparaciones aromatizantes.

No obstante, los siguientes licores únicamente podrán aromatizarse con productos alimenticios sápidos, preparaciones aromatizantes y sustancias aromatizantes naturales:

i) licores de frutas:

- piña (Ananas),

- cítricos (*Citrus L.*),
- espino amarillo (*Hippophae rhamnoides L.*),
- mora (*Morus alba*, *Morus rubra*),
- guinda (*Prunus cerasus*),
- cereza (*Prunus avium*),
- grosella negra (*Ribes nigrum L.*),
- mora ártica (*Rubus arcticus L.*),
- mora amarilla (*Rubus chamaemorus L.*),
- frambuesa (*Rubus idaeus L.*),
- arándano agrio (*Vaccinium oxycoccos L.*),
- arándano/mirtilo (*Vaccinium myrtillus L.*),
- arándano rojo (*Vaccinium vitis-idaea L.*);

ii) licores de plantas:

- genepí (*Artemisia genepi*),
- genciana (*Gentiana L.*),
- menta (*Mentha L.*),
- anís (*Pimpinella anisum L.*),

d) Podrá utilizarse la denominación legal «liqueur» en cualquier Estado miembro y:

- para los licores producidos por maceración de guindas o cerezas (*Prunus cerasus* o *Prunus avium*) en alcohol etílico de origen agrícola, la denominación legal podrá ser «guignolet» o «eanjevec», con o sin el término «licor»;
- para los licores producidos por maceración de guindas (*Prunus cerasus*) en alcohol etílico de origen agrícola, la denominación legal podrá ser «ginja» o «ginjinha» o «vianjevec», con o sin el término «licor»;

- para los licores cuyo contenido en alcohol se debe exclusivamente al uso de ron, la denominación legal podrá ser «punch au rhum», con o sin el término «licor»;

- sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 3, punto 2, el artículo 10, apartado 5, letra b), y el artículo 11, para los licores que contengan leche o productos lácteos la denominación legal podrá ser «crema», completada con el nombre de la materia prima utilizada que confiere al licor su aroma predominante, con o sin el término «licor».

e) Cuando se utilice alcohol etílico de origen agrícola o un destilado de origen agrícola, se podrán utilizar, en la designación, la presentación y el etiquetado de los licores elaborados en la Unión, los términos compuestos siguientes con el fin de reflejar los métodos de producción establecidos:

- prune brandy;

- orange brandy;

- apricot brandy;

- cherry brandy;

- solbærrom o ron de grosella negra.

En lo que respecta a la designación, la presentación y el etiquetado de los licores indicados en el párrafo primero, el término compuesto figurará en una misma línea con caracteres uniformes del mismo tipo, tamaño y color y la palabra «licor» figurará inmediatamente al lado en caracteres de dimensiones no inferiores a dichos tipos. Si el alcohol no procede de la bebida espirituosa indicada, figurará su origen en la etiqueta dentro del mismo campo visual que el término compuesto y la palabra «licor», ya sea indicando el tipo de alcohol agrícola o mediante las palabras «alcohol agrícola» precedidas, en cada caso, de los términos «elaborado a base de» o «elaborado utilizando».

f) Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 11, 12 y 13, apartado 4, la denominación legal «licor» podrá completarse con el nombre del aromatizante o el producto alimenticio que confiere a la bebida espirituosa su aroma predominante, siempre que confieran el aroma a la bebida espirituosa productos

alimenticios sápidos, preparaciones aromatizantes y sustancias aromatizantes naturales, derivados de la materia prima mencionada en el nombre del aromatizante o el producto alimenticio, completado con sustancias aromatizantes únicamente cuando sea necesario para reforzar el aroma de dicha materia prima.

34. Crema de (completado con el nombre de una fruta o de otra materia prima utilizada)

a) La crema de (completada con el nombre de una fruta o de otra materia prima utilizada) es un licor que tiene un contenido mínimo de sustancias edulcorantes de 250 gramos por litro, expresado en azúcar invertido.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo de la crema de (completada con el nombre de una fruta u otra materia prima utilizada) será de 15 %.

c) Serán de aplicación a esta bebida espirituosa las normas sobre sustancias aromatizantes y preparados aromatizantes de los licores establecidas en la categoría 33.

d) La leche y los productos lácteos quedarán excluidos de las materias primas utilizadas.

e) La fruta o cualquier otra materia prima utilizada en la denominación legal será la fruta o la materia prima que confiera a esta bebida espirituosa su aroma predominante.

f) La denominación legal podrá ser completada con el término «licor».

g) La denominación legal «crème de cassis» únicamente podrá utilizarse para los licores producidos con grosellas negras que tengan un contenido de sustancias edulcorantes superior a 400 gramos por litro, expresado en azúcar invertido.

35. Sloe gin

a) El sloe gin es un licor producido por la maceración de endrinas en gin, al que podrá añadirse zumo de endrinas.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del sloe gin será de 25 %.

c) En la producción del sloe gin únicamente podrán utilizarse sustancias aromatizantes naturales y preparaciones aromatizantes.

d) La denominación legal podrá ser completada con el término «licor».

36. Sambuca

a) La sambuca es un licor incoloro aromatizado con anís que cumple los siguientes requisitos:

i) contiene destilados de anís verde (*Pimpinella anisum* L.), anís estrellado (*Illicium verum* L.) u otras hierbas aromáticas;

ii) tiene un contenido mínimo de sustancias edulcorantes de 350 gramos por litro, expresado en azúcar invertido;

iii) tiene un contenido de anetol natural de 1 gramo por litro, como mínimo, y de 2 gramos por litro, como máximo.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo de la sambuca será de 38 %.

c) Las normas sobre sustancias aromatizantes y preparaciones aromatizantes para licores establecidas en la categoría 33 se aplicarán a la sambuca.

d) La sambuca no podrá colorarse.

e) La denominación legal podrá ser completada con el término «licor».

37. Maraschino, marrasquino o maraskino

a) El maraschino, marrasquino o maraskino es un licor incoloro cuyo aroma procede principalmente de un destilado de cerezas de marasca o del producto obtenido de la maceración de cerezas o fragmentos de cerezas en alcohol etílico de origen agrícola o en un destilado de cerezas de marasca, con un contenido mínimo en sustancias edulcorantes de 250 gramos por litro, expresado en azúcar invertido.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del maraschino, marrasquino o maraskino será de 24 %.

c) Las normas sobre sustancias aromatizantes y preparaciones aromatizantes para licores establecidas en la categoría 33 se aplicarán al maraschino, marrasquino o maraskino.

d) El maraschino, marrasquino o maraskino no podrá colorarse.

e) La denominación legal podrá ser completada con el término «licor».

38. Nocino u orehovec

a) El nocino u orehovec es un licor cuyo aroma se obtiene principalmente de la maceración, o de la maceración y destilación, de nueces peladas enteras (*Juglans regia* L.), con un contenido mínimo de sustancias edulcorantes de 100 gramos por litro, expresado en azúcar invertido.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del nocino u orehovec será de 30 %.

c) Serán de aplicación al nocino u orehovec las normas sobre sustancias aromatizantes y preparados aromatizantes de licores establecidas en la categoría 33.

d) La denominación legal podrá ser completada con el término «licor».

39. Licor de huevo o advocaat o avocat o advokat

a) El licor de huevo o advocaat o avocat o advokat es un licor, aromatizado o no, producido a base de alcohol etílico de origen agrícola, destilado de origen agrícola o bebida espirituosa, o una combinación de estos productos, cuyos ingredientes son yema de huevo de calidad, clara de huevo y azúcar o miel, o ambos. El contenido mínimo de azúcar o de miel será de 150 gramos por litro, expresado en azúcar invertido. El contenido mínimo de yema de huevo pura será de 140 gramos por litro de producto final. La utilización de huevos que no sean huevos de gallina de la especie *Gallus gallus* deberá indicarse en la etiqueta.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del licor de huevo o advocaat o avocat o advokat será de 14 %.

c) En la producción de licor de huevo o advocaat o avocat o advokat únicamente podrán utilizarse productos alimenticios sápidos, sustancias aromatizantes y preparaciones aromatizantes.

d) En la producción de licor de huevo o advocaat o avocát o advokat podrán utilizarse leche o productos lácteos.

40. Licor al huevo

a) El licor al huevo es un licor, aromatizado o no, producido a base de alcohol etílico de origen agrícola, destilado de origen agrícola o bebida espirituosa, o una combinación de ellos, cuyos ingredientes característicos son yema de huevo de calidad, clara de huevo y azúcar o miel, o ambos. El contenido mínimo de azúcar o de miel será de 150 gramos por litro, expresado en azúcar invertido. El contenido mínimo de yema de huevo será de 70 gramos por litro de producto final.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del licor al huevo será de 15 %.

c) En la producción del licor al huevo únicamente podrán utilizarse productos alimenticios sápidos, sustancias aromatizantes naturales y preparaciones aromatizantes.

d) En la producción de licor al huevo podrán utilizarse leche o productos lácteos.

41. Mistrà

a) El mistrà es una bebida espirituosa incolora aromatizada con anís o con anetol natural que cumple los siguientes requisitos:

i) tiene un contenido de anetol de 1 gramo por litro, como mínimo, y de 2 gramos por litro, como máximo;

ii) puede contener además un destilado de hierbas aromáticas;

iii) no está edulcorado.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del mistrà será de 40 % y el máximo de 47 %.

c) El mistrà únicamente podrá aromatizarse con preparaciones aromatizantes y con sustancias aromatizantes naturales.

d) El mistrà no podrá colorarse.

42. Väkevä glögi o spritglögg

a) El väkevä glögi o spritglögg es una bebida espirituosa obtenida por aromatización de vino o productos vinícolas y alcohol etílico de origen agrícola con aroma de clavo o canela o ambos, utilizando uno de los procesos siguientes, o una combinación de ellos:

i) maceración o destilación,

ii) destilación del alcohol en presencia de partes de las plantas antes mencionadas,

iii) adición de sustancias aromatizantes naturales de clavo o canela.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del väkevä glögi o spritglögg será de 15 %.

c) El väkevä glögi o spritglögg podrá aromatizarse únicamente con sustancias aromatizantes, preparaciones aromatizantes u otros aromas, pero el aroma de las especias especificadas en la letra a) será predominante.

d) El contenido de vino o de productos vinícolas no será superior al 50 % del producto final.

43. Berenburg o Beerenburg

a) El Berenburg o Beerenburg es una bebida espirituosa que cumple los siguientes requisitos:

i) se produce utilizando alcohol etílico de origen agrícola;

ii) se produce por la maceración de frutas, plantas o partes de frutas o plantas;

iii) contiene como aroma específico el destilado de raíces de genciana (*Gentiana lutea* L.), bayas de enebro (*Juniperus communis* L.) y hojas de laurel (*Laurus nobilis* L.);

iv) su color puede variar entre el pardo claro y el pardo oscuro,

v) puede estar edulcorada con un máximo de 20 gramos de sustancias edulcorantes por litro, expresado en azúcar invertido.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del Berenburg o Beerenburg será de 30 %.

c) El Berenburg o Beerenburg únicamente podrá aromatizarse con preparaciones aromatizantes y con sustancias aromatizantes naturales.

44. Néctar de miel o néctar de aguamiel

a) El néctar de miel o el néctar de aguamiel es una bebida espirituosa producida por la aromatización de una mezcla de mosto de miel fermentada y miel destilada o alcohol etílico de origen agrícola o de ambos productos, con un contenido mínimo de 30 % vol de mosto de miel fermentada.

b) El grado alcohólico volumétrico mínimo del néctar de miel o del néctar de aguamiel será de 22 %.

c) El néctar de miel o el néctar de aguamiel únicamente podrá aromatizarse con preparaciones aromatizantes y con sustancias aromatizantes naturales, siempre que el gusto de miel sea predominante.

d) El néctar de miel o el néctar de aguamiel se podrá edulcorar únicamente con miel.

9.2 Anexo II Test autoaplicado sobre la percepción de los menores de la venta de alcohol *online*

EDAD:

Curso que se encuentra cursando actualmente

BLOQUE 1: CONOCIMIENTO

Sé que está prohibida la venta de alcohol a menores de 18 años.

A B C D E

Conozco los riesgos legales para un menor que intenta comprar alcohol *online*.

A B C D E

Sé que algunas webs piden verificar la edad antes de vender alcohol.

A B C D E

He leído los términos y condiciones de venta de alcohol en alguna tienda *online*.

A B C D E

Soy consciente de que comprar alcohol siendo menor es un delito o una infracción.

A B C D E

BLOQUE 2: ACTITUDES

Me parece grave que los menores puedan acceder fácilmente al alcohol por internet.

A B C D E

Las plataformas *online* deberían controlar mejor la edad de sus compradores.

A B C D E

Comprar alcohol *online* siendo menor puede tener consecuencias negativas a nivel legal

A B C D E

Los anuncios de alcohol en redes sociales pueden influir en menores.

A B C D E

Me sentiría mal si un amigo menor me pidiera ayuda para comprar alcohol *online*.

A B C D E

Has comprado alguna vez bebidas alcohólicas a través de internet

Si / No

En caso de que si ¿Donde ha sido?:

Nivel de conciencia

15–34	Bajo: Poca conciencia. Necesita educación preventiva.
35–54	Moderado: Algunas nociones. Requiere refuerzo.
55–75	Alto: Buena conciencia y actitud responsable.