



MINISTERIO  
DE SANIDAD  
Y CONSUMO

**BORRADOR DE ANTEPROYECTO DE LEY DE MEDIDAS SANITARIAS PARA LA  
PROTECCIÓN DE LA SALUD Y LA PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE BEBIDAS  
ALCOHOLICAS POR MENORES**

25.09.06



## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

### I

La protección de los menores de edad, desde un punto de vista jurídico, se ha venido consolidando en las sociedades desarrolladas desde finales del siglo XX, en áreas significativas, para garantizar su pleno desarrollo como personas. En España son ya numerosas las leyes que en diferentes ámbitos han contemplado el interés de los menores, estableciendo medidas diferenciadoras del resto de la población derivadas de la especial vulnerabilidad psicológica y física de los mismos.

Las políticas de salud pública deben sumarse a este marco jurídico y establecer estrategias dirigidas específicamente a proteger y promover la salud de los menores, previniendo enfermedades, reduciendo y, en la medida de lo posible, eliminando, los riesgos que pueden llevar a los mismos a desarrollar determinadas patologías.

El consumo crónico de alcohol afecta gravemente a la salud de las personas ya que tiene relación con la aparición de numerosas patologías generando además conflictos en diferentes ámbitos de la vida de los afectados, especialmente en el entorno familiar y laboral.

De especial gravedad es el caso de los menores de edad, que pueden verse afectados por alteraciones hepáticas, óseas, endocrinas y del crecimiento; comienzan a existir evidencias de que el consumo temprano de alcohol durante el desarrollo puede tener efectos en la maduración cerebral con posibles efectos en el ámbito cognitivo a lo largo de la vida adulta. Así mismo, el consumo de alcohol en los menores de edad afecta a su desarrollo físico e intelectual sin olvidar que una exposición temprana al alcohol puede producir dependencia al mismo en la edad adulta.

Por ello, el considerable aumento del consumo de alcohol por menores de edad que se viene produciendo en los últimos años es especialmente preocupante. Existen indicadores que señalan que cada vez son muchos más los menores que consumen bebidas alcohólicas, con una tendencia a que el inicio del consumo sea en edades cada vez más tempranas, situándose en la actualidad en los 13,7 años, con un



incremento considerable de las cantidades de alcohol consumidas y siendo cada vez más frecuentes los consumos muy elevados de alcohol en cortos periodos de tiempo.

Otro dato a considerar es la importancia que está adquiriendo la cuestión de género en este problema. Tradicionalmente las adolescentes han venido consumiendo alcohol con menor frecuencia y en menor cantidad que los adolescentes, pero estas diferencias están desapareciendo e, incluso, se están invirtiendo. Por ello, la ley tiene en cuenta la perspectiva de género en las medidas de prevención del daño asociado al consumo.

El incremento del consumo de bebidas alcohólicas por menores coincide con un aumento de la disponibilidad de estas bebidas así como con la proliferación de los estímulos a su consumo, lo que exige de los poderes públicos la adopción y la promoción de medidas que garanticen que el desarrollo de los menores se realice en un entorno saludable, protegido de las consecuencias negativas asociadas al consumo del alcohol y recibiendo información y educación de los efectos que produce dicho consumo.

La investigación y las experiencias positivas en países de nuestro entorno han demostrado que pueden lograrse considerables beneficios sanitarios reduciendo la disponibilidad de los menores a las bebidas alcohólicas así como con la limitación de la publicidad y la promoción de las mismas.

Es por ello por lo que los poderes públicos deben desarrollar políticas de protección y promoción de la salud y de prevención que tienen en esta ley un marco para la acción eficaz de las intervenciones

## II

El contenido de la ley está en sintonía con las actuaciones previstas en estrategias europeas promovidas por la Oficina Regional Europea de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Comisión Europea. Se han tenido en cuenta las previsiones contenidas en el Documento Marco para una Política de Alcohol y en el Segundo



Plan Europeo de Actuación sobre Alcohol 2000-2005 de la OMS, así como los principios recogidos en la Carta Europea sobre el Alcohol y en la Declaración de Estocolmo sobre Jóvenes y Alcohol, aprobadas por todos los Estados Miembros de la Región para Europa de la OMS.

También, han estado muy presentes las Conclusiones del Consejo de 5 de junio de 2001, sobre una estrategia comunitaria para reducir los daños derivados del consumo de alcohol y, de forma más específica, la Recomendación del Consejo de Ministros de Sanidad, de 5 de junio de 2001, sobre el consumo de alcohol por parte de los jóvenes y, en particular de los niños y adolescentes. La Recomendación recoge la necesidad de que los distintos Estados miembros formulen estrategias y pongan en marcha acciones reguladoras con respecto a los jóvenes y el alcohol, garantizando el desarrollo, aplicación y evaluación de políticas globales de promoción de la salud, dirigidas a los mismos, así como de programas específicos. Asimismo, establece la necesidad de fomentar, en función de los distintos entornos jurídicos, normativos o autorreguladores, mecanismos eficaces de control en los sectores de la promoción, la comercialización y la distribución.

En España, y en el ámbito exclusivo de la normativa estatal no existe norma alguna que con carácter general limite o prohíba la venta de alcohol a menores. El Reglamento General de Policía de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, aprobado por Real Decreto 2816/1982, de 27 de agosto, estableció en su artículo 60.2 la prohibición de venta de todo tipo de bebidas alcohólicas a los menores de dieciséis años en los establecimientos, espectáculos y actividades recreativas considerados en el Reglamento, adquiriendo tal disposición respaldo legal a través de la ley Orgánica 1/1992, de 21 de febrero, sobre Protección de la Seguridad Ciudadana, cuyo artículo 26.d) considera infracción leve de la seguridad ciudadana la admisión de menores en establecimientos públicos o en locales de espectáculos, cuando esté prohibida y la venta o servicio de bebidas alcohólicas a los mismos.

Respecto a la regulación de la publicidad de bebidas alcohólicas, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, establece determinadas prohibiciones, así como la Ley 25/1994, de 12 julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de



actividades de radiodifusión televisiva, si bien se limita a la publicidad emitida por televisión.

En el ámbito autonómico, en función de sus competencias en materia de salud pública, prácticamente la totalidad de las comunidades autónomas han aprobado normas dirigidas a la reducción del daño ocasionado por el consumo de alcohol en los menores de edad bien de forma específica, o en regulaciones más amplias, como leyes de menores, drogodependencias, o seguridad ciudadana, con contenidos y limitaciones variables en cuanto a la edad mínima para la adquisición de bebidas alcohólicas, así como respecto a las prohibiciones y limitaciones de la venta y consumo de las mismas y de su promoción y publicidad.

Es necesario, por tanto, la adopción de una norma básica que armonice, en el conjunto del Estado, las medidas necesarias para ofrecer el soporte y la cobertura normativa a las intervenciones educativas, preventivas y asistenciales para proteger a los menores de edad de los daños que produce el consumo de bebidas alcohólicas.

La salud y el bienestar constituyen un derecho del ser humano. Garantizar ese derecho compete a los poderes públicos, organizando y tutelando la salud pública a través de medidas preventivas y de las prestaciones y servicios necesarios, tal y como se determina en el artículo 43 de la Constitución. Para contribuir a la efectividad de este derecho, la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, estableció la obligación de las Administraciones Públicas sanitarias de orientar sus actuaciones prioritariamente a la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades, evitar las actividades y productos que, directa o indirectamente, puedan tener consecuencias negativas para la salud y regular su publicidad y propaganda comercial.

En este marco, la ley tiene por objeto establecer un conjunto de medidas eficaces, tanto en materia de información, educación y prevención, como en materia de protección de la salud, dirigidas a abordar los problemas sanitarios y sociales experimentados por los menores de edad en relación con el alcohol, promoviendo una aproximación intersectorial a nivel nacional y autonómico, para asegurar una política más eficaz y sostenible.



### III

La ley se estructura en cinco capítulos, dedicados a la regulación de medidas para la protección de la salud y prevención del consumo de bebidas alcohólicas por menores.

El capítulo I contiene las disposiciones generales y delimita que el objeto de la ley es la protección de la salud de los menores previniendo el daño que puede producir el consumo de bebidas alcohólicas. Igualmente se recogen, en forma de definiciones, los conceptos fundamentales que se contemplan en la Ley con el fin de facilitar su comprensión.

El capítulo II determina los objetivos generales que deben inspirar las actuaciones de las Administraciones Públicas con competencias en la materia, e incorpora las medidas concretas de promoción de la salud y de prevención del daño asociado al consumo de alcohol que deben impulsar éstas. Se prevén intervenciones en los ámbitos educativo, asistencial y de la salud, tanto en la atención primaria como en la especializada. Esas intervenciones se completan con otras actuaciones de los poderes públicos en los ámbitos cultural, deportivo y de ocio, así como en el ámbito formativo e investigador.

El capítulo III contiene las prohibiciones y limitaciones a la venta, la dispensación y el consumo de bebidas alcohólicas, incluyendo, entre otras, medidas cuya efectividad para disminuir el daño asociado al consumo de bebidas alcohólicas ha sido reconocida por la OMS. Así, se prohíbe vender o dispensar a los menores de edad bebidas alcohólicas y cualquier otro producto que las imite o induzca a su consumo. Se prohíbe, asimismo, la venta, la dispensación y el consumo de bebidas alcohólicas en determinados lugares, especialmente en los vinculados al desarrollo de actividades por los menores de edad.

Además, se establecen una serie de normas dirigidas al control de la oferta de bebidas alcohólicas, para reducir la accesibilidad a estos productos por parte los menores de edad. Destacan, entre ellas, la obligación para los establecimientos que pretendan vender bebidas alcohólicas y en los que no está permitido su consumo de



contar con una licencia específica para su venta y la fijación de un horario en el que se prohíbe tanto la venta como la distribución.

El capítulo IV regula las limitaciones a la publicidad, promoción y patrocinio de las bebidas alcohólicas, actividades éstas que tienen una probada influencia sobre las conductas personales convirtiéndose en un claro elemento de inducción al consumo, especialmente entre los menores. Por ello, se hace necesario entre las medidas de carácter preventivo dirigidas a la protección de los menores, establecer limitaciones en todas las clases y medios de publicidad.

La ley establece unos principios generales que deben regir las actividades publicitarias y de promoción y patrocinio de bebidas alcohólicas, para lo que se fija su prohibición absoluta cuando la publicidad se dirija a los menores de edad o los utilice directa o indirectamente, y establece limitaciones que impidan que la publicidad de las bebidas alcohólicas induzca o estimule el consumo por los menores de dieciocho años. Particularmente, se fijan prohibiciones de publicidad en determinados lugares y restricciones horarias en la publicidad televisiva y radiofónica así como las condiciones para la publicidad en las publicaciones impresas, sonoras y audiovisuales y en los servicios de la sociedad de la información.

El capítulo V, y último, para garantizar el cumplimiento efectivo de la ley, regula las infracciones y sanciones, en el que además de tipificar las diferentes conductas contrarias a la norma y la aplicación de las correspondientes sanciones, se identifican las personas responsables y se delimitan las competencias de inspección y sanción.

## **CAPÍTULO I**

### **DISPOSICIONES GENERALES**

#### **Artículo 1. Objeto.**

La presente Ley tiene por objeto la protección de la salud física y mental de los menores de dieciocho años frente al consumo de bebidas alcohólicas, estableciendo con carácter básico un conjunto de medidas para la prevención de los daños



asociados al mismo, limitando la venta, dispensación y consumo, así como la publicidad, la promoción y el patrocinio de dichos productos.

## **Artículo 2. Definiciones.**

A los efectos de esta Ley, se entiende por:

a) Bebidas alcohólicas: aquellas bebidas cuyo contenido o graduación alcohólica, natural o adquirida, sea igual o superior al 1,2 por ciento de su volumen.

b) Patrocinio: cualquier tipo de contribución, pública o privada, a un acontecimiento, o a una actividad, cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de bebidas alcohólicas.

c) Publicidad: toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de una bebida alcohólica, incluida la publicidad que, sin mencionar directamente un determinado producto, intente eludir la prohibición de la publicidad utilizando nombres, marcas, símbolos u otros elementos distintivos de bebidas alcohólicas.

d) Publicidad encubierta: aquella forma de publicidad que suponga la presentación verbal, visual o sonora en cualquier tipo de soporte, programa de televisión, radio o servicio de la sociedad de la información, de bebidas alcohólicas o del nombre, la marca, la actividad o los elementos comerciales propios de una empresa productora o distribuidora de bebidas alcohólicas, y que tenga, por intención del titular o el operador del soporte, programa o servicio, propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a su naturaleza.

En particular, la presentación de las bebidas alcohólicas o del nombre, la marca, la actividad o los elementos comerciales propios de una empresa productora o distribuidora de bebidas alcohólicas, se considerará intencionada y, por consiguiente, tendrá carácter de publicidad encubierta, si se hiciese a cambio de remuneración o cualquier otro tipo de beneficio.



## **CAPÍTULO II**

### **MEDIDAS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD Y DE PREVENCIÓN DEL DAÑO ASOCIADO AL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

#### **Artículo 3. Objetivos Generales.**

Las actuaciones de las Administraciones Públicas en materia de prevención del consumo de bebidas alcohólicas por menores de dieciocho años deberán estar orientadas a la consecución de los siguientes objetivos generales:

- a) Prevenir el consumo de bebidas alcohólicas en los menores de dieciocho años, así como desarrollar estrategias dirigidas a retrasar la edad de inicio en el consumo.
- b) Incorporar en el diseño, programación y ejecución de las políticas públicas, actuaciones preventivas en materia de consumo de bebidas alcohólicas por menores.
- c) Potenciar la implantación y el desarrollo de programas, en los ámbitos educativo, familiar y comunitario, que permitan la reducción del consumo de bebidas alcohólicas entre los menores y el impulso de actividades de ocio alternativo.
- d) Informar y concienciar a la población sobre los efectos perjudiciales relacionados con el consumo de bebidas alcohólicas por los menores.
- e) Fomentar y posibilitar la participación activa de la comunidad, especialmente de los jóvenes y de las familias, en el diseño, ejecución y control de las intervenciones destinadas a abordar los problemas relacionados con el consumo de bebidas alcohólicas.

#### **Artículo 4. Actuaciones intersectoriales**

Las Administraciones Públicas competentes promoverán, directamente y en colaboración con sociedades científicas, agentes sociales, organizaciones juveniles y organizaciones no gubernamentales, acciones y programas dirigidos a la prevención



del consumo de bebidas alcohólicas por los menores de edad y a la reducción de los problemas derivados de dicho consumo.

En la adopción de las actuaciones a que se refiere este capítulo se atenderá, de manera particular, la perspectiva de género.

#### **Artículo 5. Ámbitos de actuación.**

Las acciones y programas que desarrollen las Administraciones Públicas competentes comprenderán, al menos, actuaciones de promoción de la salud y de prevención en el ámbito educativo, asistencial, cultural, deportivo y de ocio, así como el desarrollo de actuaciones en el ámbito formativo e investigador.

#### **Artículo 6. Actuaciones en el ámbito educativo.**

Las Administraciones Públicas competentes promoverán la inclusión en los contenidos curriculares de la enseñanza primaria y de la enseñanza secundaria obligatoria, acciones formativas destinadas a la prevención del consumo de bebidas alcohólicas.

Asimismo, los centros docentes procurarán la inclusión en sus planes anuales de actividades extraescolares y complementarias, en orden a concienciar a los alumnos acerca de la importancia de seguir hábitos saludables y de las consecuencias que conlleva para los menores de dieciocho años el consumo de bebidas alcohólicas. A tal fin, se promoverá la formación del profesorado en orden a la aplicación y desarrollo de los contenidos de esta Ley.

#### **Artículo 7. Actuaciones en el ámbito de la salud.**

1. Las Administraciones Públicas competentes, en el ámbito de la Atención Primaria de Salud, desarrollarán actividades en materia de promoción de la salud, educación sanitaria y prevención, dirigidas al adolescente, la familia y la comunidad, en relación



con el daño asociado al consumo de bebidas alcohólicas, y en coordinación con otros niveles o sectores implicados, incluyendo las siguientes:

a) El fomento de la inclusión de los registros relativos al consumo de alcohol en la historia clínica y la provisión de información y consejo sanitario sobre los riesgos que dicho consumo comporta para la salud de los menores de dieciocho años.

b) La atención individual considerará el contexto familiar de los menores de dieciocho años integrantes de familias en las que exista un problema de alcoholismo

c) La promoción de hábitos saludables y la realización de actividades de educación para la salud grupal en centros sanitarios y educativos.

2. Las Administraciones Públicas competentes, en el ámbito de la Atención Especializada, facilitarán el acceso a servicios de tratamiento y rehabilitación de la enfermedad alcohólica a las personas con problemas de dependencia al alcohol, con una especial atención a las personas menores de dieciocho años que presenten este problema.

### **Artículo 8. Actuaciones en el ámbito cultural, deportivo y de ocio.**

1. Las Administraciones Públicas, en especial las administraciones autonómicas y locales, fomentarán el desarrollo de actividades culturales, deportivas y de ocio saludables, en espacios libres de alcohol y de otras drogas, mediante la colaboración con organizaciones juveniles. Las administraciones locales velarán por el correcto desarrollo de dichas actividades en la elaboración de la correspondiente planificación urbanística.

2. Las Administraciones Públicas fomentarán la actividad de las organizaciones juveniles que promuevan hábitos de vida saludables, apoyando las intervenciones orientadas a la prevención del consumo de bebidas alcohólicas en menores de dieciocho años.



### **Artículo 9. Actuaciones en el ámbito formativo e investigador**

1. Las Administraciones Públicas competentes promoverán la inclusión, en los planes de estudios universitarios de las áreas educativa, sanitaria y social, los contenidos necesarios que aseguren una formación adecuada en la prevención y en la reducción de los daños asociados al consumo de bebidas alcohólicas por los menores de dieciocho años.
2. Las Administraciones Públicas competentes impulsarán líneas de investigación, estudio y formación en relación con la problemática sanitaria, social y económica derivada del consumo de alcohol en los menores de dieciocho años.

### **Artículo 10. Sistemas de información.**

Las Administraciones Públicas competentes dispondrán de sistemas de información que permitan el análisis de situación y la evolución de los patrones de consumo entre los menores de edad, así como la evaluación de las intervenciones realizadas.

## **CAPITULO III**

### **LIMITACIONES A LA VENTA, LA DISPENSACIÓN Y EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

#### **Artículo 11. Limitaciones a la venta, la dispensación y el consumo de bebidas alcohólicas en relación con los menores.**

1. Queda prohibida cualquier forma de venta y de dispensación, gratuita o no, de bebidas alcohólicas a los menores de dieciocho años.
2. En los establecimientos y lugares autorizados para la venta al por menor y la dispensación y el consumo de bebidas alcohólicas se instalarán en lugar visible



carteles que informen de la prohibición de venta y dispensación de bebidas alcohólicas a los menores de dieciocho años.

Los propietarios y los empleados de estos establecimientos y lugares, así como cuantas personas intervengan en la venta o dispensación de bebidas alcohólicas deberán exigir en caso de duda la presentación o exhibición de un documento oficial acreditativo de su edad a los compradores o adquirentes.

3. Se prohíbe la venta y dispensación a menores de dieciocho años de dulces, juguetes y cualquier producto que imite a las bebidas alcohólicas o induzca a su consumo.
4. Se prohíbe a los menores de dieciocho años el consumo de bebidas alcohólicas en las vías y zonas públicas, en los establecimientos autorizados para su venta y consumo, en cualquier otro establecimiento, espacio o recinto de acceso público, así como en los lugares previstos en el artículo 14.
5. Las prohibiciones establecidas en los apartados anteriores se aplicarán aun cuando medie el consentimiento o autorización de los padres o tutores, guardadores o representantes legales para la compra, la venta y el consumo de bebidas alcohólicas por menores de dieciocho años.

#### **Artículo 12. Venta y dispensación a través de máquinas automáticas.**

1. Queda prohibida la venta de bebidas alcohólicas a través de máquinas automáticas salvo que estén ubicadas en establecimientos autorizados para la venta y la dispensación de bebidas alcohólicas y situadas dentro de ellos en lugares que permitan su vigilancia directa y permanente por el titular del local o sus trabajadores, de modo que se impida su uso por los menores de dieciocho años.

No se podrán ubicar en las áreas anexas o de acceso previo a los locales, como son las zonas de cortavientos, porches, pórticos, pasillos de centros comerciales, vestíbulos, distribuidores, escaleras, soportales o lugares similares que puedan ser parte de un establecimiento pero no constituyen propiamente el interior de éste.



2. En la superficie frontal de la máquina, de forma clara y visible, deberá figurar una advertencia con la prohibición de venta y dispensación de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años.

### **Artículo.13. Venta y dispensación en establecimientos en los que no está permitido el consumo de bebidas alcohólicas**

1. Para la venta al por menor y la dispensación de bebidas alcohólicas en el caso de establecimientos en los que no está permitido su consumo, será preciso disponer de una licencia específica otorgada por la Administración competente que deberá regular la duración, que, en todo caso, no excederá de cinco años, y las condiciones de su renovación. La licencia deberá estar expuesta en un lugar visible para el público.

2. La venta al por menor y la dispensación de bebidas alcohólicas en aquellos establecimientos o áreas de establecimientos, en su caso, en los que no esté permitido su consumo inmediato, quedará prohibida durante el horario nocturno.

Por horario nocturno se entiende el comprendido entre las veintidós y las ocho horas del día siguiente, sin perjuicio de mayores restricciones horarias que puedan ser reguladas en la normativa de las comunidades autónomas.

3. El reparto o distribución a domicilio de las bebidas alcohólicas adquiridas en los establecimientos autorizados para la venta al por menor, no podrá realizarse en horario nocturno según lo dispuesto en el apartado anterior.

4. Se prohíbe la venta ambulante de bebidas alcohólicas.

### **Artículo 14. Lugares prohibidos para la venta, la dispensación y el consumo de bebidas alcohólicas:**

No está permitida la venta, la dispensación y el consumo de bebidas alcohólicas en aquellos lugares que determinen en su normativa las comunidades autónomas y, en todo caso, en:



- a) Centros de protección y de atención a menores.
- b) Centros de enseñanza infantil, primaria, secundaria, de bachillerato, de formación profesional y especial, y sus dependencias, entre las que se incluyen las instalaciones deportivas anexas.
- c) Instalaciones deportivas, recreativas o de esparcimiento durante el horario o intervalo temporal en que se permita la entrada de menores.
- d) Cualquier otro lugar no contemplado en los párrafos anteriores en el que se realicen actividades destinadas a menores.

#### **CAPITULO IV**

### **REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PATROCINIO DE LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

#### **Artículo 15. Prohibiciones y limitaciones generales**

1. Se prohíbe cualquier forma directa, indirecta o encubierta de publicidad, promoción o patrocinio de bebidas alcohólicas dirigida a los menores de dieciocho años.
2. Se prohíbe la publicidad, la promoción y el patrocinio de bebidas alcohólicas en lugares en los que está prohibido su venta, dispensación y consumo según el artículo 14 de esta Ley.
3. La publicidad, promoción y patrocinio de bebidas alcohólicas se regirá por los siguientes principios:
  - a) No podrá utilizar argumentos, estilos, tipografía o diseños asociados a la cultura infantojuvenil.



b) No podrá utilizar niños, adolescentes, o personajes de relevancia pública vinculados a menores de dieciocho años o que realicen o estén relacionados con actividades deportivas.

c) No deberá asociar el consumo de bebidas alcohólicas con significados y comportamientos que expresen una mejora del rendimiento físico o laboral o con propiedades terapéuticas, efectos sedantes o estimulantes, ni con la conducción de vehículos o el manejo de armas u otros objetos o productos peligrosos y, en general, con actividades de riesgo que puedan causar daños personales o materiales.

d) No deberá asociar el consumo de bebidas alcohólicas con actividades educativas o sanitarias ni con la práctica del deporte o la asistencia a espectáculos deportivos.

e) No deberá asociar el consumo de bebidas alcohólicas con significados y comportamientos que expresen el éxito social, profesional o sexual, ni con situaciones de poder.

f) No deberá estimular el consumo inmoderado de bebidas alcohólicas u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad ni subrayar como cualidad positiva de las bebidas su contenido alcohólico.

4. Las prohibiciones y limitaciones en la publicidad de bebidas alcohólicas previstas en este artículo son también de aplicación al diseño de los envases, el etiquetado y el embalaje de las bebidas alcohólicas, sin perjuicio de la regulación específica en estas materias.

#### **Artículo 16. Publicidad televisiva.**

Sin perjuicio de las limitaciones previstas en el artículo 8.5 de la Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de Publicidad, no se podrá insertar publicidad ni emitir espacios de televenta de bebidas alcohólicas de ningún tipo, en programas o espacios televisivos entre las seis y las veintidós horas del día.



### **Artículo 17. Publicidad radiofónica.**

No se podrá insertar publicidad de bebidas alcohólicas de ningún tipo, en programas o espacios radiofónicos entre las seis y las veintidós horas del día.

### **Artículo 18. Publicidad en publicaciones impresas, sonoras y audiovisuales.**

1. No se podrá realizar publicidad de bebidas alcohólicas en las cubiertas exteriores, la portada, la contraportada, las secciones de deportes y pasatiempos y las secciones dirigidas a menores de dieciocho años, de libros, diarios, revistas, folletos, impresos de propaganda o cualquier otro impreso de distribución general, así como las separatas y encartes cuando no se presenten en el interior de las publicaciones a las que acompañan.

2. No se podrá realizar publicidad de bebidas alcohólicas en los libros, diarios, revistas, folletos, impresos de propaganda o cualquier otro impreso dirigido a menores de dieciocho años.

3. En los términos del apartado anterior, no se podrá realizar publicidad de bebidas alcohólicas en publicaciones sonoras y audiovisuales dirigidas a menores de dieciocho años.

4. Se exceptúan de las prohibiciones anteriores las publicaciones impresas, sonoras y audiovisuales especializadas o dirigidas a los profesionales que intervienen en el comercio de las bebidas alcohólicas.

### **Artículo 19. Publicidad a través de los servicios de la sociedad de información.**

1. La publicidad de bebidas alcohólicas en los servicios de la sociedad de la información tal y como son definidos por la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico, estará sujeta a las prohibiciones y limitaciones generales del artículo 15 de esta Ley.



2. No se podrá realizar publicidad de bebidas alcohólicas en las comunicaciones comerciales realizadas por vía electrónica ni en los servicios de suministro de información por vía telemática, cuando se dirijan a menores de dieciocho años.

### **Artículo 20. Publicidad en espacios y recintos de uso público.**

Se prohíbe realizar publicidad de bebidas alcohólicas en los siguientes lugares:

- a) En los lugares en los que está prohibida la venta, la dispensación y el consumo de bebidas alcohólicas según el artículo 14 de esta Ley.
- b) En las salas de teatro, cine y otros espectáculos públicos durante las proyecciones o representaciones a las que puedan acceder menores de dieciocho años, y en las salas de fiesta y discotecas durante el período de tiempo en el que está permitida la entrada a menores de dieciocho años.
- c) En el interior o exterior de los medios de transporte de uso público, privados o públicos, y en las estaciones de autobuses, del suburbano y del transporte ferroviario, incluidos los lugares de parada intermedia, así como las estaciones de transporte marítimo y los aeropuertos.
- d) En los carteles o cualquier otro soporte que se sitúen en las vías y zonas públicas o en recintos privados con proyección o visibles desde éstas, a una distancia inferior a quinientos metros lineales de los lugares previstos en los apartados a) y b) del artículo 14 de esta Ley.
- e) En los centros sanitarios, sociosanitarios y de servicios sociales.

### **Artículo 21. Limitaciones al patrocinio o financiación.**

Se prohíbe el patrocinio o cualquier otra forma de financiación de programas, espacios, páginas o servicios, así como de actividades deportivas, educativas, culturales o de ocio, dirigidas a menores de dieciocho años, por parte de personas



físicas o jurídicas cuya actividad principal o conocida sea la fabricación, distribución, promoción o la venta de bebidas alcohólicas, si ello conlleva la publicidad de dicho patrocinio, o la difusión de marcas, símbolos o imágenes asociadas a esas bebidas.

## **Artículo 22. Limitaciones a otras formas de promoción.**

1. Las actividades de promoción de bebidas alcohólicas en ferias, fiestas, certámenes, exposiciones, muestras y actividades similares, excepto las referidas al sector agroalimentario, se realizarán en espacios diferenciados a los que no podrán tener acceso los menores de dieciocho años no acompañados de personas mayores de edad.
2. En las visitas a centros de producción, elaboración y distribución de bebidas alcohólicas no podrán ofrecerse los productos a los menores de dieciocho años.
3. Está prohibida la promoción de bebidas alcohólicas mediante la distribución por buzones, correo, teléfono y en general mediante cualquier mensaje que se envíe a domicilio, salvo que éste vaya dirigido nominalmente a mayores de dieciocho años.

## **Artículo 23.- Reglas aplicables a denominaciones comunes.**

1. Queda prohibido el empleo de nombres, marcas, símbolos u otros signos distintivos ya utilizados para identificar una bebida alcohólica y, simultáneamente, otros bienes o servicios comercializados u ofrecidos por una misma empresa o grupo de empresas.

A tal efecto, se considerarán pertenecientes a un mismo grupo las empresas que constituyan una unidad de decisión, porque alguna de ellas ejerza o pueda ejercer, directa o indirectamente, el control de las demás, o porque dicho control corresponda a una o varias personas físicas que actúen sistemáticamente en concierto. Se presumirá que existe en todo caso unidad de decisión cuando concurra alguno de los supuestos previstos en el apartado 1 del artículo 42 del Código de Comercio y en el artículo 4 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores.



2. No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, podrán emplearse esos nombres, marcas, símbolos u otros signos distintivos, cuando se utilicen para identificar el mismo tipo de bebidas si su contenido o graduación alcohólica es inferior al 1,2 por ciento de su volumen.

## **CAPITULO V**

### **Infracciones y Sanciones**

#### **Artículo 24. Infracciones.**

1. Las infracciones por incumplimiento de lo previsto en esta Ley se clasifican en leves, graves y muy graves.

2. Se considerarán infracciones leves:

a) No disponer o no exponer en un lugar visible para el público, cuando así lo exija esta ley, los carteles que informen de la prohibición de venta y dispensación de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años.

b) No exponer en un lugar visible para el público la licencia que autorice la venta y dispensación de bebidas alcohólicas.

c) Que las máquinas expendedoras no dispongan de la advertencia prevista en el artículo 12.2 de esta ley o que ésta no sea clara y visible.

d) El incumplimiento de lo establecido en el apartado 4 del artículo 11 y el consumo de bebidas alcohólicas en los lugares previstos en el artículo 14.

3. Se considerarán infracciones graves:



- a) La venta o dispensación de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años en establecimientos o lugares distintos de los previstos en el artículo 14 o tolerar su consumo en los mismos.
- b) El incumplimiento de lo establecido en el artículo 11.3
- c) La venta y dispensación de bebidas alcohólicas a través de máquinas expendedoras contraviniendo lo dispuesto en el artículo 12.1.
- d) El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 13.

4. Se considerarán infracciones muy graves:

- a) La venta o dispensación de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años en los lugares previstos en el artículo 14 o tolerar su consumo en los mismos.
- b) El incumplimiento de lo dispuesto en los artículos 15 a 23
- c) Cualquier otra actividad dirigida directamente a incitar al consumo de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años.

**Artículo 25. Sanciones.**

1. Las infracciones leves serán sancionadas con multa de 30 hasta 600 euros; las graves, con multa desde 601 euros hasta 10.000 euros, y las muy graves, desde 10.001 euros hasta 600.000 euros.

La reincidencia en el incumplimiento de lo establecido en el apartado 4 del artículo 11 y en el artículo 14, conllevará la aplicación de la sanción prevista para infracciones leves en su grado máximo, así como la aplicación de las correspondientes medidas reeducadoras, en el caso de los menores, que determine la normativa autonómica

En el caso de las infracciones graves relacionadas con el incumplimiento de las prohibiciones y limitaciones a la venta y la dispensación podrá procederse a la



incautación de las bebidas alcohólicas, así como a la suspensión temporal hasta seis meses de la actividad de venta y dispensación de bebidas alcohólicas.

En el caso de la infracción tipificada en el artículo 24.4.a) la suspensión podrá extenderse hasta dieciocho meses y, en los casos en los que concurra reincidencia, se acordará la revocación de la licencia prevista en el artículo 13.1.

2. La cuantía de la sanción que se imponga, dentro de los límites indicados, se graduará teniendo en cuenta los siguientes criterios: la capacidad económica del infractor, la repercusión social y sanitaria de la infracción, el número de menores de dieciocho años afectados, el beneficio que haya reportado al infractor la conducta sancionada, la edad del infractor, la existencia de intencionalidad y la previa comisión de una o más infracciones a esta ley. En el caso de las infracciones tipificadas en el artículo 24, apartado 4.b), en la graduación de la sanción, también se considerará el grado de difusión o volumen de público al que va dirigida la actividad. Las sanciones se dividirán, dentro de cada categoría, en tres grados, mínimo, medio y máximo. Se impondrán en grado máximo las sanciones por hechos cuyo perjudicado o sujeto pasivo sea un menor de edad y las que se impongan en los casos en los que la conducta infractora se realice con habitualidad o de forma continuada, salvo que la habitualidad o continuidad formen parte del tipo de la infracción. Se impondrán en grado mínimo cuando se cometan por un menor de edad, salvo en los casos de reincidencia previstos en el artículo 24.2 d).

3. En todo caso, cuando la cuantía de la multa resulte inferior al beneficio obtenido por la comisión de la infracción, la sanción será aumentada hasta el doble del importe en que se haya beneficiado el infractor.

4. Si un mismo hecho u omisión fuera constitutivo de dos o más infracciones, tipificadas en ésta u otras leyes, se tomará en consideración únicamente aquella que comporte la mayor sanción.

5. Cuando, a juicio de la Administración, la infracción pudiera ser constitutiva de delito o falta, el órgano administrativo dará traslado al Ministerio Fiscal y se abstendrá de proseguir el procedimiento sancionador mientras la autoridad judicial no se haya pronunciado. La sanción penal excluirá la imposición de la administrativa.



6. La exigencia de responsabilidades administrativas será compatible con las civiles o de otro orden que pudieran concurrir.

7. Las cuantías de las multas serán revisadas y actualizadas periódicamente por el Gobierno mediante real decreto.

### **Artículo 26. Medidas de carácter provisional.**

1. En los procedimientos sancionadores graves o muy graves se podrán adoptar, con arreglo a la Ley 30/1992, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y sus normas de desarrollo, y sin perjuicio de las que pudieran establecer las normas de las Comunidades Autónomas, las medidas de carácter provisional previstas en dichas normas que se estimen necesarias para asegurar la eficacia de la resolución que definitivamente se dicte, el buen fin del procedimiento, evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción y las exigencias de los intereses generales. En particular podrán acordarse las siguientes:

a) En caso de infracciones muy graves, la suspensión temporal de la actividad del infractor y, en su caso, el cierre provisional de sus establecimientos.

b) El precinto, el depósito o la incautación de las bebidas alcohólicas.

c) El precinto, el depósito o la incautación de registros, soportes y archivos informáticos y de documentos en general, así como de aparatos y equipos informáticos de todo tipo.

d) Advertir al público de la existencia de posibles conductas infractoras y de la incoación del expediente sancionador de que se trate, así como de las medidas adoptadas para el cese de dichas conductas.



En la adopción y cumplimiento de tales medidas se respetarán, en todo caso, las garantías, normas y procedimientos previstos en el ordenamiento jurídico para proteger los derechos a la intimidad personal y familiar, a la protección de los datos personales, a la libertad de expresión o a la libertad de información, cuando éstos pudieran resultar afectados.

En casos de urgencia y para la inmediata protección de los intereses implicados, las medidas provisionales previstas en este artículo podrán ser acordadas antes de la iniciación del expediente sancionador. Las medidas deberán ser confirmadas, modificadas o levantadas en el acuerdo de iniciación del procedimiento, que deberá efectuarse dentro de los 15 días siguientes a su adopción, el cual podrá ser objeto del recurso que proceda. En todo caso, dichas medidas quedarán sin efecto si no se inicia el procedimiento sancionador en dicho plazo o cuando el acuerdo de iniciación no contenga un pronunciamiento expreso acerca de aquellas. El órgano administrativo competente para resolver el procedimiento sancionador podrá imponer multas coercitivas por importe que no exceda de 6.000 euros por cada día que transcurra sin cumplir las medidas provisionales que hubieran sido acordadas.

2. El Gobierno regulará en el ámbito de sus competencias, el procedimiento para adoptar las medidas necesarias que permitan interrumpir la prestación de los servicios de la sociedad de la información que incumplan las prohibiciones de esta Ley en materia de publicidad.

### **Artículo 27. Personas responsables.**

1. De las diferentes infracciones será responsable su autor, entendiéndose por tal la persona física o jurídica que cometa los hechos tipificados como tales.

2. En el caso de las infracciones tipificadas en los apartados 2.a) y b) y, 3.a), b), y d) y 4.a) y, en su caso, c) del artículo 24, serán responsables los titulares de los establecimientos o centros en los que se cometa la infracción. Si el titular del local,



centro o establecimiento fuera una Administración pública, responderá dicha Administración, sin perjuicio de que ésta exija a sus autoridades y demás personal a su servicio la responsabilidad en que hubieran incurrido.

En el supuesto de que la infracción se cometa en recintos o espacios autorizados por la Administración competente para la realización, con carácter excepcional, de actividades de ocio, celebraciones o fiestas, será responsable el titular de la correspondiente autorización administrativa.

Cuando la infracción consista en la dispensación de bebidas alcohólicas será responsable quien hubiera realizado la misma.

3. De las infracciones tipificadas en los apartados 2.c) y 3.d) del artículo 24 será responsable el explotador de la máquina.

4. En el caso de infracciones en materia de publicidad, será considerado responsable solidario, además de la empresa publicitaria, el beneficiario de la publicidad, entendiéndose por tal al titular de la marca o producto anunciado, así como el titular del establecimiento o espacio en el que se emite el anuncio.

5. Cuando sea declarada la responsabilidad de un menor, responderán solidariamente con él sus padres, tutores, acogedores y guardadores legales o de hecho, por este orden, en razón al incumplimiento de la obligación impuesta a éstos que conlleva un deber de prevenir la infracción administrativa que se impute a los menores. La responsabilidad solidaria vendrá referida a la pecuniaria derivada de la multa impuesta.

#### **Artículo 28. Procedimiento sancionador.**

La potestad sancionadora regulada en esta Ley se ejercerá, en todo lo no previsto en ella, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y en la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro tipo que puedan concurrir.



### **Artículo 29. Comunicación a los responsables del menor.**

En el caso de que la infracción sea cometida por un menor de dieciocho años, el órgano competente para acordar la iniciación del procedimiento sancionador o la autoridad que actúe en su nombre o tenga conocimiento de los hechos, deberá poner en conocimiento inmediato de los padres, tutores, acogedores o guardadores legales o de hecho, las conductas susceptibles de constituir infracción. Esta comunicación se realizará por cualquier medio y se efectuará con independencia y sin perjuicio del inicio del procedimiento sancionador que, en su caso, se acuerde.

### **Artículo 30. Prescripción.**

Las infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las graves a los dos años y las leves a los seis meses. Las sanciones impuestas por faltas muy graves prescribirán a los tres años; las impuestas por faltas graves, a los dos años, y las impuestas por faltas leves, al año.

### **Artículo 31. Competencias de inspección y sanción.**

1. Los órganos competentes de las Comunidades Autónomas, Ciudades con Estatuto de Autonomía y Entidades Locales, en su caso, ejercerán las funciones de control e inspección, de oficio o a instancia de parte, así como la instrucción de expedientes sancionadores e imposición de sanciones.

2. La Administración General del Estado ejercerá las funciones de inspección y control, de oficio o a demanda de parte, así como la instrucción de expedientes sancionadores e imposición de sanciones, en el ámbito del transporte aéreo, marítimo o terrestre, cuando éstos se desarrollen en el marco supraautonómico o internacional, así como en todos aquellos recintos, dependencias o medios que, por sus



características, excedan del ámbito competencial de las Comunidades Autónomas y Ciudades con Estatuto de Autonomía.

3. Tratándose de las infracciones cometidas a través de la radio o televisión, las Comunidades Autónomas ejercerán el control y la inspección para garantizar el cumplimiento de lo previsto en esta Ley y, en su caso, tramitarán los correspondientes procedimientos sancionadores e impondrán las oportunas sanciones en relación con los servicios de televisión y radiodifusión cuyos ámbitos de cobertura, cualquiera que sea el medio de transmisión empleado, no sobrepasen sus respectivos límites territoriales. También serán competentes en relación con los servicios de televisión y radiodifusión cuya prestación se realice directamente por ellas o por entidades a las que hayan conferido un título habilitante dentro del correspondiente ámbito autonómico.

Corresponden al Estado, a través del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, las competencias para garantizar el cumplimiento de las disposiciones de esta Ley en los demás servicios de televisión y radio. En estos supuestos, no serán de aplicación las disposiciones contenidas en el capítulo V de la Ley 25/1994, de 12 de julio, de incorporación al ordenamiento jurídico español de la Directiva 85/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

4. Las infracciones que se cometan a través de servicios o dispositivos de la sociedad de la información serán sancionadas por las autoridades a que se refiere el artículo 43 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.



### **Artículo 32. Ejercicio de acciones individuales y colectivas.**

1. El titular de un derecho o interés legítimo afectado podrá exigir ante los órganos administrativos y jurisdiccionales de cualquier orden la observancia y cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley.
2. En materia de publicidad, cualquier persona natural o jurídica que resulte afectada y, en general, quienes fueran titulares de un derecho subjetivo o un interés legítimo podrán solicitar la cesación de la publicidad contraria a esta Ley, en los términos previstos, según proceda, en las Leyes 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, y 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.
3. Cuando la publicidad ilícita afecte a los intereses colectivos o difusos de los consumidores y usuarios, se podrá ejercitar la acción colectiva de cesación con amparo en las disposiciones citadas en el apartado 2.

### **Disposición transitoria primera. Denominaciones comunes.**

Las denominaciones comunes a que se refiere el artículo 23 de esta Ley que hubieran sido comercializadas con anterioridad a la entrada en vigor de esta Ley, podrán seguir siendo utilizadas para la publicidad de los otros bienes o servicios, si bien los nombres, marcas, símbolos o cualquier otro signo distintivo sólo podrá utilizarse bajo un aspecto claramente distinto del utilizado en la bebida alcohólica y siempre que no lleve ningún otro signo distintivo ya usado para dicho producto.



**Disposición transitoria segunda. Licencia para la venta y dispensación de bebidas alcohólicas.**

La licencia a la que se refiere el artículo 13.1 será exigible una vez transcurrido un año a contar desde la entrada en vigor de esta Ley.

**Disposición transitoria tercera. Comercialización de productos que imiten o induzcan al consumo de bebidas alcohólicas.**

Los productos a los que se refiere el artículo 11.3 podrán seguir comercializándose hasta seis meses después de la entrada en vigor de esta Ley.

**Disposición derogatoria única. Normas que se derogan.**

Quedan derogadas, además de cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongán a lo dispuesto en esta Ley, el artículo 26.d) de la Ley Orgánica 1/1992, de 21 de febrero, de Protección de la Seguridad Ciudadana.

**Disposición final primera. Desarrollo de la Ley.**

El Gobierno dictará en el ámbito de sus competencias cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo y aplicación de la Ley.

**Disposición final segunda. Fundamento constitucional.**

1. Esta Ley se dicta con carácter básico al amparo del artículo 149.1.1ª, 6ª, 16ª, 18ª y 27ª de la Constitución.

Se exceptúa de lo anterior el artículo 23, que se dicta al amparo del artículo 149.1.9ª de la Constitución.



2. Corresponde a las Comunidades Autónomas, en su respectivo ámbito territorial, aprobar las normas de desarrollo y ejecución de esta Ley.

**Disposición final tercera. Entrada en vigor.**

La presente ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial del Estado.