



MINISTERIO  
DE SANIDAD  
Y CONSUMO

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

**20-2-2007**



## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

### I

Según datos del “Informe sobre la salud en el mundo 2002” publicado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), el alcohol es el tercer factor de riesgo para la salud de los ciudadanos en los países desarrollados, a corta distancia del tabaco y la hipertensión arterial.

De especial gravedad es el caso del consumo de alcohol por adolescentes, ya que puede provocar trastornos endocrinos y alteraciones en el metabolismo óseo. El cerebro adolescente es muy sensible a la inhibición aguda que el etanol produce sobre la maduración del sistema nervioso central, pudiendo ocasionar trastornos de la memoria y del aprendizaje. Además, una exposición temprana al alcohol incrementa las probabilidades de sufrir 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 España en los últimos años es especialmente preocupante. Existen indicadores de que cada vez son más los menores que consumen bebidas alcohólicas a edades muy tempranas, 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.

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 de la accesibilidad a bebidas alcohólicas por parte de los menores así como la proliferación de los estímulos a su consumo, han contribuido a banalizar el consumo y a disminuir la percepción del riesgo asociado.

La investigación y las experiencias positivas en países de nuestro entorno han demostrado que pueden lograrse considerables beneficios sanitarios mediante 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 sobre los efectos que produce dicho consumo en su salud.

## 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.

La salud y el bienestar constituyen un derecho de las personas. 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.

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

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.

En el ámbito agroalimentario, la Ley 24/2003, de 10 de julio de la viña y del vino, establece la ordenación básica de la vitivinicultura en el marco de la protección de los consumidores y usuarios y circunscribe en su artículo 4 las actividades de información, difusión y promoción al cumplimiento del ordenamiento jurídico y en particular con la normativa que prohíbe a los menores de edad el consumo de bebidas alcohólicas. La Ley 24/2003 de 10 de julio de la viña y el vino, destaca los aspectos



históricos, tradicionales y culturales de los vinos españoles y su incidencia en el desarrollo rural y turístico y contempla la realización y financiación con fondos públicos de campañas de promoción, recomendando el consumo moderado y responsable del vino entre adultos, como componente de la dieta mediterránea, y fomentando el desarrollo sostenible del cultivo de la vid como factor determinante del respeto al medio ambiente y la fijación de la población en el medio rural, e impulsando el conocimiento de los vinos españoles en los demás Estados miembros de la Unión Europea y en terceros países, con el objeto de lograr su mayor presencia en sus respectivos mercados.

La nueva Ley, con pleno respeto a la citada norma, aborda sin embargo el consumo de bebidas alcohólicas desde una perspectiva sanitaria para la protección de la salud y la prevención del consumo de bebidas alcohólicas por menores.

Es necesario, por tanto, la adopción de una norma básica que en materia sanitaria regule, sin la dispersión normativa actual, 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, lo que no impide que las Comunidades Autónomas en el ejercicio de sus competencias puedan establecer normas más exigentes para adecuarlas a su propia realidad.

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. En particular la definición de bebida alcohólica, como toda bebida cuyo contenido o graduación alcohólica, natural o adquirida, sea igual o superior al 1.2 por ciento de su volumen, toma como referencia la recogida en la Ley 38/1992, de 28 de diciembre, de Impuestos especiales, que en este punto incorpora las Directiva 92/83/CEE del Consejo, de 19 de octubre de 1992, relativa a la armonización de las estructuras del impuesto especial sobre las bebidas alcohólicas y el alcohol, y la Directiva 92/84/CEE del Consejo, de 19 de octubre de 1992, relativa a la aproximación de los tipos impositivos del impuesto especial sobre las bebidas alcohólicas y sobre el alcohol. Más recientemente el Reglamento CE nº 1924/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos, declara que en las bebidas con una graduación superior al 1,2 % en volumen de alcohol no podrán figurar declaraciones de propiedades saludables, ni declaraciones nutricionales diferentes de las que se refieran a una reducción del contenido de alcohol o de energía.

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 por menores 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 por menores ha sido reconocida por la OMS. Así, se prohíbe vender o dispensar a los menores de edad bebidas alcohólicas. Se prohíbe, asimismo, la venta, la dispensación y el consumo de bebidas alcohólicas en los lugares vinculados al desarrollo de actividades por los menores de edad.

Además, se establecen una serie de normas dirigidas a reducir la accesibilidad de las bebidas alcohólicas por parte los menores de edad. Destacan, entre ellas, la posibilidad de que las comunidades autónomas establezcan la necesidad de que los establecimientos que pretendan vender bebidas alcohólicas y en los que no está permitido su consumo cuenten con una licencia específica para su venta. Asimismo se determina 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 proporcionadas, con las necesarias excepciones en las actividades de promoción en el sector agroalimentario, así como las publicaciones impresas especializadas y las orientadas a la información y promoción turística que pretendan dar a conocer las bebidas alcohólicas con denominación de origen o características de una determinada zona geográfica.





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.

Con este fin, todas las acciones publicitarias deben incluir un mensaje general que advierta sobre los daños asociados al consumo de bebidas alcohólicas por menores, debiendo así mismo expresar con claridad la graduación alcohólica de la bebida publicitada.

Particularmente, se fijan prohibiciones de publicidad en determinados lugares y restricciones en la publicidad televisiva y radiofónica así como las condiciones para la publicidad en las publicaciones impresas y audiovisuales y en los servicios de la sociedad de la información y de telecomunicaciones.

Estas limitaciones no suponen desconocer la importancia de la autorregulación en la ordenación de las actividades publicitarias y, en particular las de bebidas alcohólicas, por lo que la ley introduce una disposición adicional en la que prevé el desarrollo por las Administraciones Públicas de medidas para su fomento.

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.**

Esta Ley tiene por objeto:

- a) Promover acciones formativas y educativas para prevenir los daños asociados al consumo de bebidas alcohólicas, así como potenciar la formación de los profesionales sanitarios en la detección y el tratamiento de las patologías y adicciones derivadas del consumo de bebidas alcohólicas por los menores de dieciocho años.
- b) Establecer, con carácter básico, las limitaciones en la venta, dispensación y consumo de bebidas alcohólicas, así como en la publicidad, la promoción y el patrocinio de las mismas, para proteger la salud física y mental de los menores de dieciocho años.

## **Artículo 2. Definiciones.**

A los efectos de esta Ley, se entiende por:

- a) **Bebidas alcohólicas:** toda bebida cuyo contenido o graduación alcohólica, natural o adquirida, sea igual o superior al 1,2 por ciento de su volumen.
- b) **Contrato de patrocinio publicitario:** es aquel por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador
- c) **Publicidad:** toda forma de comunicación, realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de una bebida alcohólica.



d) Publicidad encubierta: aquella forma de publicidad que suponga la presentación verbal o visual, de forma no esporádica u ocasional, de bebidas alcohólicas, servicios, nombre, marca, o actividades de un fabricante o comercializador de bebidas alcohólicas en cualquier tipo de soporte, programa de televisión, radio o servicio de la sociedad de la información, en que tal presentación tenga, de manera intencionada por parte de la entidad o titular del soporte, programa o servicio, propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación.

La presentación de las bebidas alcohólicas, servicios, nombre, la marca, o actividades se considerará intencionada y, por consiguiente, tendrá carácter de publicidad encubierta, si se hiciese a cambio de una remuneración, cualquiera que sea la naturaleza de esta.

No tendrá esta consideración aquella presentación que se haga en acontecimientos abiertos al público organizados por terceras personas y cuyos derechos de emisión televisiva se hayan cedido a una entidad que preste el servicio público de televisión.

## **CAPÍTULO II**

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

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

Las actuaciones de las Administraciones Públicas en materia de prevención del daño asociado al 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, que consideren su impacto por razón de género.
- c) Potenciar la implantación y el desarrollo de programas, en los ámbitos educativo, familiar y comunitario, que prevengan el consumo de bebidas alcohólicas entre los menores.
- d) Informar y concienciar a la población sobre los efectos perjudiciales para la salud física y psíquica de los menores, derivada del consumo de bebidas alcohólicas.
- e) Fomentar y posibilitar la participación activa de la comunidad, especialmente de los jóvenes, las familias y organizaciones no gubernamentales en el diseño, ejecución y control de las intervenciones destinadas a abordar los problemas relacionados con el consumo de bebidas alcohólicas entre menores.
- f) Favorecer actuaciones que permitan a los profesionales sanitarios la detección precoz de problemas asociados al consumo de bebidas alcohólicas.
- g) Potenciar la implantación y el desarrollo de programas asistenciales para la disminución del daño y el tratamiento de las patologías y adicciones asociadas al consumo de bebidas alcohólicas por menores de dieciocho años.

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

Las Administraciones Públicas competentes promoverán, directamente y en colaboración con sociedades científicas, agentes sociales, asociaciones de padres y madres de alumnos, asociaciones y sindicatos de profesionales de la enseñanza, asociaciones de consumidores, 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, a la valoración del impacto por razón de género de las medidas previstas.

#### **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, en especial la Administración General del Estado, promoverán la inclusión en los contenidos curriculares de la educación primaria y de la educación secundaria obligatoria, acciones formativas destinadas a la prevención del consumo de bebidas alcohólicas por menores.

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 a menores, la familia y la comunidad, en relación con el daño asociado al consumo de bebidas alcohólicas por menores de dieciocho años y en coordinación con otros niveles asistenciales y otros sectores implicados, incluyendo las siguientes:

a) Elaboración de protocolos que permitan el diagnóstico precoz del consumo del alcohol por menores.

b) 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.

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

d) La promoción de hábitos saludables y la colaboración en la realización de actividades de educación para la salud 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 y de ocio saludables, en espacios libres de alcohol, mediante la colaboración con organizaciones juveniles e infantiles. Así mismo promoverán el desarrollo de actividades deportivas en el marco de lo establecido en la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte. 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 e infantiles 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, de 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 y de los factores determinantes de dicho consumo.



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

1. 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.
2. Para proceder al seguimiento, supervisión y evaluación de la información mencionada en el apartado anterior se creará en el seno del Ministerio de Sanidad y Consumo un Observatorio, con participación de los departamentos ministeriales implicados, de las comunidades autónomas, las sociedades científicas, asociaciones de padres y madres de alumnos, asociaciones y sindicatos de profesionales de la enseñanza, organizaciones juveniles, las asociaciones de consumidores y usuarios y las organizaciones no gubernamentales.

## **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 prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas por menores de dieciocho años. En estos establecimientos y lugares se instalarán en lugar visible, carteles que informen de la prohibición de venta, dispensación y consumo de bebidas alcohólicas a los menores de dieciocho años y deberán incluir una advertencia sanitaria sobre los daños para la salud asociados al consumo de bebidas alcohólicas por menores.

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, adquirentes o consumidores.

3. Se prohíbe a los menores de dieciocho años el consumo de bebidas alcohólicas en las vías y zonas públicas, y en cualquier otro establecimiento, espacio o recinto de acceso público.
4. Las prohibiciones establecidas en los apartados anteriores se aplicarán aun cuando medie el consentimiento o autorización de los padres o tutores, representantes legales, acogedores o guardadores legales o de hecho.

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

La venta y dispensación de bebidas alcohólicas a través de máquinas automáticas queda sujeta a las siguientes condiciones:

- a)Ubicación: las máquinas expendedoras de bebidas alcohólicas sólo podrán ubicarse 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.

b) Advertencia sanitaria: en la superficie frontal de la máquina deberá figurar, de forma clara y visible, una advertencia sanitaria sobre los perjuicios para la salud derivados del consumo de alcohol, especialmente para los menores, así como la prohibición de venta y dispensación de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años.

### **Artículo 13. Limitaciones a la venta y dispensación de bebidas alcohólicas no destinadas a su consumo inmediato**

1. Durante el horario nocturno queda prohibida 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.

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.

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



3. Las comunidades autónomas podrán establecer la obligación de disponer de una licencia específica, que deberá regular la duración y las condiciones de su renovación, para la venta al por menor y la dispensación de bebidas alcohólicas no destinadas a su consumo inmediato

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

No está permitida la venta, la dispensación ni el consumo de bebidas alcohólicas en los centros docentes de educación infantil, primaria, secundaria obligatoria, en los centros docentes en los que se impartan enseñanzas no universitarias, excepto en aquellos destinados específicamente a la enseñanza de adultos, en los centros de protección y de atención a menores y en aquellos otros lugares que determinen en su normativa las comunidades autónomas.

**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 y, en particular, presentar a los menores consumiendo dichas bebidas.
2. Se prohíbe la publicidad, la promoción y el patrocinio de bebidas alcohólicas en los lugares en los que está prohibido su venta, dispensación o consumo según el artículo 14 de esta Ley.
3. La publicidad y la promoción de bebidas alcohólicas no podrá en ningún caso:
  - a) Utilizar argumentos, estilos, tipografía, voces, imágenes o diseños asociados a la cultura infantil y juvenil.
  - b) Utilizar niños, adolescentes, o personas de relevancia pública entre los menores de dieciocho años.
  - c) Asociar, vincular o relacionar las bebidas alcohólicas con la realización de actividades educativas, sanitarias o deportivas.
  - d) Asociar, vincular o relacionar las bebidas alcohólicas con significados y comportamientos que expresen una mejora del rendimiento físico o laboral o con propiedades terapéuticas, efectos sedantes o estimulantes.
  - e) Asociar, vincular o relacionar las bebidas alcohólicas 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.
  - f) Asociar, vincular o relacionar las bebidas alcohólicas con significados y comportamientos que expresen el éxito social, profesional o sexual, o con situaciones de poder o actitudes discriminatorias por razón de género.



g) Estimular el consumo de bebidas alcohólicas por menores u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad o 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.

5. Toda publicidad de bebidas alcohólicas deberá realizarse de manera que resulte evidente el carácter publicitario del mensaje y quede claramente especificado que el producto objeto de publicidad es un bebida alcohólica.

#### **Artículo 16. Advertencias sanitarias**

1. Toda publicidad de bebidas alcohólicas deberá incluir, de forma que se aprecie claramente por las personas destinatarias de la publicidad, un mensaje general que advierta sobre los daños asociados al consumo de bebidas alcohólicas por menores.

2. En todos los mensajes publicitarios de bebidas alcohólicas deberá expresarse con claridad la graduación alcohólica de la bebida publicitada.

#### **Artículo 17. Publicidad televisiva.**

Sin perjuicio de las limitaciones previstas en el artículo 8.5 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, no se podrán emitir espacios de televenta de bebidas alcohólicas de ningún tipo ni insertar publicidad de las mismas, en programas



o espacios televisivos entre las seis y las veintiuna horas del día, ni fuera de ese horario inmediatamente antes, durante o después de la emisión de programas dirigidos específicamente a menores de dieciocho años.

#### **Artículo 18. Publicidad radiofónica.**

No se podrá insertar publicidad de bebidas alcohólicas de ningún tipo inmediatamente antes, durante o después de la emisión de programas o espacios radiofónicos, especialmente musicales o deportivos, dirigidos específicamente a menores de dieciocho años.

#### **Artículo 19. Publicidad en publicaciones impresas y audiovisuales.**

1. No se podrá realizar publicidad de bebidas alcohólicas en libros, diarios, folletos, revistas, suplementos, secciones o impresos dirigidos específicamente a menores de dieciocho años.

Las publicaciones orientadas a la información y promoción turística podrán publicitar los vinos de calidad producidos en una región determinada (v.c.p.r.d.) y demás productos característicos de una determinada zona geográfica, excepto si dichas publicaciones se orientan específicamente a menores.

2. No se podrá realizar publicidad de bebidas alcohólicas en soportes audiovisuales dirigidos específicamente a menores de dieciocho años.

#### **Artículo 20. Publicidad a través de los servicios de la sociedad de información y de telecomunicaciones**



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 de los artículos 15 y 16 de esta Ley.

2. No se podrá realizar publicidad de bebidas alcohólicas en las comunicaciones comerciales realizadas a través de los servicios de telecomunicaciones, cuando se dirijan específicamente a menores de dieciocho años.

#### **Artículo 21. Publicidad en espacios y recintos de uso público.**

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

a) En las salas de teatro, cine y otros espectáculos públicos durante las proyecciones o representaciones específicamente dirigidas a 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.

b) En el exterior de los medios de transporte de uso público.

c) En los carteles o cualquier otro soporte que se sitúen en las vías y zonas públicas o en recintos privados con proyección exterior o visibles desde éstas, en un radio de 200 metros lineales de los lugares previstos en el artículo 14 de esta Ley, excepto las señales indicativas propias de su producción, venta y dispensación.

d) En los centros sanitarios y de servicios sociales, incluidos los establecimientos de hostelería o restauración que existan en los mismos.



## **Artículo 22. Limitaciones al patrocinio o financiación.**

Se prohíbe el patrocinio o cualquier otra forma de financiación de actividades deportivas, educativas, culturales o de ocio, dirigidas específicamente a menores o cuyos participantes sean menores de edad, por parte de personas físicas o jurídicas cuya actividad 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 alcohólicas.

## **Artículo 23. Limitaciones a otras formas de promoción.**

1. En las actividades de promoción de bebidas alcohólicas en ferias, fiestas, certámenes, exposiciones, muestras y actividades similares, no podrán tener acceso los menores de dieciocho años no acompañados de personas mayores de edad.

Durante la realización de estas actividades no estará permitido ni el ofrecimiento ni la degustación gratuita a menores de dieciocho años.

2. En las visitas a centros de producción, elaboración y distribución de bebidas alcohólicas, incluidas las turísticas y promocionales, 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.





No se aplicará esta prohibición a la publicidad o promoción que los establecimientos dedicados a la venta de productos alimenticios incluyan en sus folletos o envíos publicitarios, siempre que la publicidad no se incluya en la portada o contraportada.

#### **Artículo 24.- Reglas aplicables a denominaciones comunes.**

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. Esta prohibición no será de aplicación cuando los bienes comercializados sean bebidas o productos de alimentación, y no vayan dirigidos específicamente al consumo de menores.

### **CAPITULO V**

#### **Infracciones y Sanciones**

#### **Artículo 25. 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) El consumo de bebidas alcohólicas en los lugares en los está prohibido en esta ley.



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

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.

### 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) La venta y dispensación de bebidas alcohólicas a través de máquinas expendedoras contraviniendo lo dispuesto en el artículo 12.1.

c) La venta o dispensación de bebidas alcohólicas en los establecimientos o lugares previstos en el artículo 14, salvo que constituya una infracción muy grave.

d) El incumplimiento de lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 13.

e) El incumplimiento de lo dispuesto en los artículos 15 y 17 a 24.

f) La realización de publicidad de bebidas alcohólicas contraviniendo lo dispuesto en el artículo 16 de esta ley.

### 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 24 en caso de reincidencia.
- c) Cualquier otra actividad dirigida directamente a incitar al consumo de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años.

### **Artículo 26. 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.

En los supuestos de reincidencia en el consumo de bebidas alcohólicas en los lugares en los que está prohibido en esta ley, se aplicará la sanción prevista para las infracciones leves en su grado máximo, así como 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.

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 los



artículos 25.3.e) y f) y 25.4.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 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 supuestos de reincidencia en la infracción tipificada en el artículo 25.2.a).

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 27. Medidas de carácter provisional.**



1. En los procedimientos sancionadores graves o muy graves se podrán adoptar mediante acuerdo motivado, con arreglo a la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, 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) El precinto, el depósito o la incautación de las bebidas alcohólicas.

b) 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.

c) Hacer pública la incoación del expediente sancionador de que se trate, así como de las medidas adoptadas para el cese de dichas conductas.

d) Excepcionalmente, en los supuestos de reiteración en la comisión de infracciones muy graves podrá acordarse la suspensión temporal de la actividad del infractor y, en su caso, el cierre provisional de sus establecimientos.

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 quince 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 1.000 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 28. 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.b), 3.a) y c), y 4.a) y, en su caso, 4.c) del artículo 25, 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 caso de la infracción tipificada en el artículo 25.3 d) será responsable, según el caso, el titular del establecimiento o centro en el que se cometa la infracción o el titular del establecimiento o la empresa que efectúe el reparto a domicilio.



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.b) del artículo 25 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 29. 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 30. 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 31. 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 32. 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 VI 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 33. 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 adicional única. Fomento de la autorregulación.**

Las Administraciones Públicas promoverán acuerdos de autorregulación que, mediante códigos de conducta y mecanismos individuales o colectivos de control, refuercen las medidas de protección de la salud y de prevención del consumo de bebidas alcohólicas por menores de dieciocho años previstas en esta Ley. En particular, promoverán que dichos acuerdos contemplen la determinación de los programas televisivos y radiofónicos dirigidos específicamente a menores de



dieciochos años, en los términos de las recomendaciones que en esta materia haga el Observatorio previsto en el artículo 10.2.

Asimismo y en el caso de las publicaciones impresas, las Administraciones Públicas promoverán acuerdos de autorregulación sobre los contenidos publicitarios relacionados con el alcohol, con la finalidad de evitar el consumo de dichas bebidas por menores.

#### **Disposición transitoria única. Denominaciones comunes.**

Las denominaciones comunes a que se refiere el artículo 24 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, siempre que presenten un aspecto claramente distinto del utilizado en la bebida alcohólica y no empleen ningún signo distintivo ya usado para dicho producto. El plazo de adaptación a esta previsión será de un año desde la entrada en vigor de la Ley.

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

Quedan derogadas, además de cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

#### **Disposición final primera. Modificación de la Ley Orgánica 1/1992, de 21 de febrero, de Protección de la Seguridad Ciudadana**

El artículo 26.d) de la Ley Orgánica 1/1992, de 21 de febrero, de Protección de la Seguridad Ciudadana, queda redactado en los siguientes términos:



“d) La admisión de menores en establecimientos públicos o en locales de espectáculos, cuando esté prohibida”.

### **Disposición final segunda. 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 tercera. Fundamento constitucional.**

1. Esta ley tiene carácter básico y se dicta al amparo de las reglas 1ª, 16ª, 18ª, 27ª y 30ª del artículo 149.1 de la Constitución.

2. Se exceptúan de lo dispuesto en el apartado anterior los siguientes preceptos:

a) El artículo 33, que tiene carácter de legislación procesal al amparo del artículo 149.1.16ª de la Constitución.

b) El artículo 24 y la disposición transitoria primera, que tienen el carácter de legislación sobre propiedad industrial al amparo del artículo 149.1.9ª de la Constitución.

### **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”.