



Universidad de Valladolid
Grado en Enfermería
Facultad de Enfermería de Valladolid

UVa

Curso 2024-2025
Trabajo de Fin de Grado

**Determinación del contenido de
presencia y valor nutricional de
azúcares en
cervezas sin alcohol en España.**

Rodrigo Hernando López.

Tutor/a: María José Castro Alija.

Cotutor/a: Rafael Urrialde de Andrés.

Índice de contenidos.

Índice de contenidos.	1
Índice de imágenes	2
Índice de tablas	3
Abstract	4
Resumen	4
Introducción.....	5
Objetivos	8
Material y métodos	9
Resultados.	10
Discusión.....	27
Conclusiones.....	28
Bibliografía.	30
Anexos	35

Índice de imágenes

Imagen I. Distribución semanal del consumo de bebidas alcohólicas; Fin de semana (Rojo) Lunes-Viernes (Azul) – Fuente: INE.....7

Imagen II. Cantidad media anual consumida por persona (Litros) en España desde 2018; Bebidas a base de cerveza (Rojo), Cerveza sin alcohol (Verde), Cerveza con alcohol (Azul) – Fuente: INE.....8

Índice de tablas

Tabla I. Cantidad media anual consumida por persona en España desde 2018 – Fuente: INE.....	7
Tabla II. Recopilación de información nutricional de las distintas cervezas sin alcohol y bebidas a base de cerveza sin alcohol comercializadas en España..	10
Tabla III. Clasificación de cervezas sin alcohol en función del contenido en azúcares.....	24

Abstract

This study examines the sugar content in non-alcoholic beers sold in Spain, addressing the misconception that “0.0 %” equates to sugar-free. Such confusion may have serious health implications, particularly for individuals with gestational or type 2 diabetes, where sugar intake must be strictly controlled.

The main objectives were to quantify labelled sugar content, classify these beverages for health education purposes, and assess the impact of nutritional labelling on consumer habits. The methodology involved reviewing and analysing the nutritional labels of products from major distributors and retailers. Beverages were classified according to their sugar content, following current European regulations.

Results showed wide variability in sugar content among non-alcoholic beers and beer-based drinks. Some “0.0 %” beers contain sugars, contradicting consumer assumptions. Non-alcoholic beer is often consumed in specific context such as pregnancy or medical conditions that preclude alcohol, but unclear labelling remains a concern. The resulting classification serves as a useful tool for health education.

In conclusion, clearer nutritional labelling is essential to prevent misunderstandings and support healthier consumption choices

Resumen

En este trabajo, se analiza el contenido de azúcares en las cervezas sin alcohol comercializadas en España, ante la errónea creencia de que “0,0 %” implica ausencia de azúcares. Esta confusión puede tener graves implicaciones para la salud, especialmente en personas con diabetes gestacional o diabetes mellitus, donde el control de la ingesta de azúcares es crucial.

Los objetivos principales fueron cuantificar los azúcares en el etiquetado de estas cervezas, crear una clasificación de estas según su contenido de azúcar para proyectos de educación sanitaria, y evaluar la influencia de la información nutricional en los hábitos de consumo.

La metodología implicó la revisión y análisis del etiquetado de las principales distribuidoras y superficies comerciales, recopilando su información nutricional. Se clasificaron las bebidas sin alcohol basándose en el contenido de azúcares, siguiendo los criterios del reglamento europeo vigente.

Los resultados revelaron una variación significativa en el contenido de azúcares entre las cervezas sin alcohol y las bebidas a base de cerveza sin alcohol. Algunas cervezas 0,0 % contienen azúcares, desmintiendo la percepción de "sin azúcar". Se observó que el consumo de cerveza sin alcohol está asociado a situaciones específicas, como el embarazo o patologías que impiden el consumo de alcohol. Sin embargo, la falta de claridad en el etiquetado respecto a los azúcares es una preocupación. La clasificación obtenida proporciona una herramienta útil para la educación sanitaria.

En conclusión, es fundamental mejorar la información nutricional en el etiquetado de estas bebidas para evitar confusiones y promover decisiones de consumo más saludables.

Introducción

La cerveza es una bebida alcohólica producida a base de malta de diferentes cereales, como el trigo o la cebada junto con agua y lúpulo como ingredientes principales. Dicha malta se obtiene de una germinación controlada de los granos de dichos cereales que posteriormente serán tostados durante un proceso llamado "malteado" y que en función del tiempo de tostado se obtendrá un color u otro en el producto final.

Durante el malteado se activan enzimas como amilasas alfa y beta o proteasas que serán fundamentales en los procesos sucesivos de maceración, fermentación alcohólica y maduración. Una vez llevado a cabo el malteado, se realiza la molienda de los granos y se añade el agua que representa alrededor del 90 % del volumen final de producto.

Tras la adición del agua, se produce la maceración de la mezcla durante 45-60 minutos a 70 °C lo que permite que se hidrolice el almidón en azúcares fermentables, que servirán de sustrato para las levaduras añadidas posteriormente. El siguiente paso en la producción de la cerveza es el filtrado del

mosto obtenido de la maceración separando la parte líquida de los restos sólidos de la molienda de la malta también conocido como “bagazo”. La fracción líquida obtenida del filtrado pasa a la etapa de cocción.

El tiempo de cocción varía en función de los tipos de cerveza normalmente dura unos 60 minutos, pero siempre se realiza a una temperatura situada entre 100-110 °C, es en esta etapa del proceso donde se añade el lúpulo que le aporta su aroma y amargor característicos. Una vez ha terminado el proceso de cocción se realiza un centrifugado para eliminar restos sólidos y enfriar el mosto a la temperatura de fermentación en función del tipo de levadura que se le añade; 18-20 °C en caso de levadura *Ale* y 8-10 °C en levaduras *Lager*.

Durante este paso se puede establecer la diferencia de cervezas sin alcohol, existen varios procesos como la fermentación simulada consistente en evitar la fermentación añadiendo distintas enzimas que produzcan un resultado similar sin producir alcohol. Otra manera de eliminar o reducir al máximo la graduación alcohólica se basa en la fermentación controlada; añadiendo una cantidad menor de levadura y controlando la temperatura y tiempo de contacto entre las levaduras y los azúcares fermentables. Existen otros dos métodos que permiten la separación o eliminación del alcohol presente en la cerveza que se llevan a cabo tras la fermentación, el más simple y utilizado, es realizar una destilación o ebullición del producto de la fermentación para evaporar el alcohol presente, otro método es filtrar el producto mediante ósmosis inversa.

Tras los procesos de fermentación se lleva a cabo la maduración del producto que contribuye a la estabilización del sabor y los aromas de la cerveza y que en función de las características deseadas tendrá una duración determinada. Hoy en día, tras la maduración y durante el envasado, se realiza una carbonatación artificial del producto que ayuda a conservar sus características durante más tiempo, pero originalmente, la cerveza no contiene tanto carbónico como la conocemos hoy en día.

Según el Instituto Nacional de Estadística-INE, en base al estudio: “Distribución semanal del consumo de bebidas alcohólicas según tipo de bebida por sexo. Población de 15 y más años que consume bebidas alcohólicas uno o más días a la semana” englobado en la encuesta europea de salud podemos

observar como la cerveza es de las bebidas alcohólicas más consumidas junto con los vinos, apreciando un gran aumento del consumo durante el fin de semana medido en miles de personas (1).

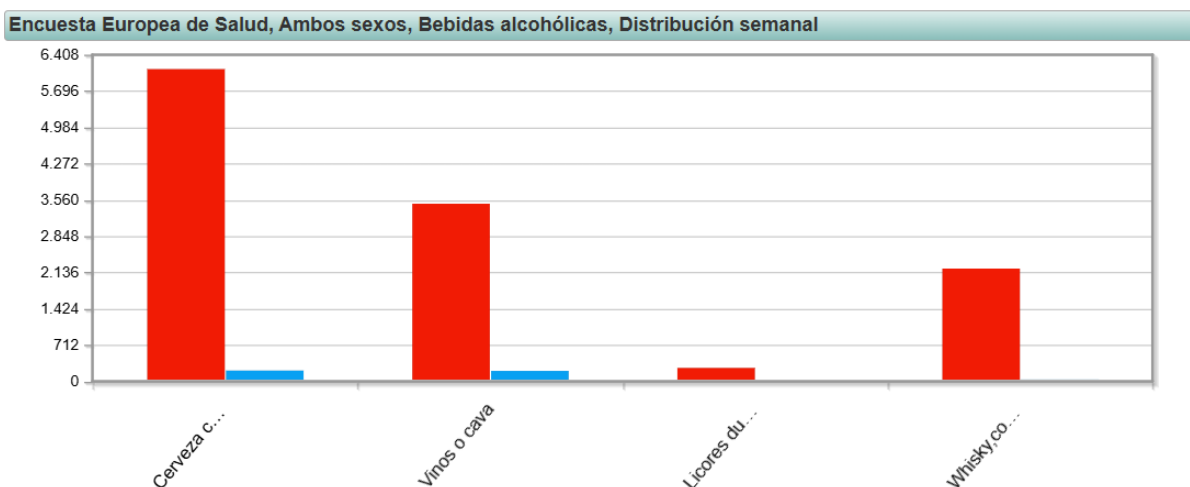


Imagen I: distribución semanal del consumo de bebidas alcohólicas; fin de semana (Rojo) lunes-viernes (Azul). Fuente: INE.

De este gráfico se deduce que el consumo de cerveza en España tiene gran importancia durante el tiempo de ocio, sin embargo, según el estudio: “Cantidad total y cantidades medias consumidas de alimentos, bebidas, tabaco, combustibles y otras fuentes de energía” incluido en la Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) en base a la media de consumo por persona, la cerveza es la segunda bebida más consumida por persona sólo superada por las bebidas refrescantes, pero existe una gran diferencia de consumo entre cervezas con alcohol y sin alcohol y bebidas refrescantes a base de cerveza.

	2023	2022	2021	2020	2019	2018
Cantidad consumida media por persona						
01.2.1.1 T Café, no en cápsulas (K)	2,0	1,9	1,7	1,6	1,8	1,6
01.2.1.4 T Bebidas de cacao y chocolate en polvo (K)	2,0	2,5	2,5	2,3	2,6	2,9
01.2.2.2 T Bebidas refrescantes con o sin gas (L)	37,3	37,7	35,7	36,3	34,9	37,3
01.2.2.3 T Bebidas energéticas (L)	1,1	1,1	0,9	0,7	0,7	0,7
01.2.2.4 T Bebidas isotónicas (L)	2,3	1,9	1,7	1,6	1,9	2,1
01.2.2.5 T Zumos de frutas y/o de vegetales (L)	11,9	12,3	11,8	11,4	12,3	14,3
02.1.1.0 T Espirituosos, licores y similares. Licores sin alcohol (L)	0,9	1,1	1,0	1,1	1,0	1,1
02.1.2.1 T Vinos de uva (L)	8,1	8,9	9,7	10,2	9,6	8,5
02.1.3.1 T Cerveza (L)	23,3	23,2	22,7	25,0	20,5	21,7
02.1.3.2 T Cerveza baja en alcohol o sin alcohol (L)	2,0	2,1	1,7	2,0	1,7	1,8
02.1.3.3 T Bebidas a base de cerveza (L)	0,7	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9

Tabla I: cantidad media anual consumida por persona en España desde 2018. Fuente: INE. (2)

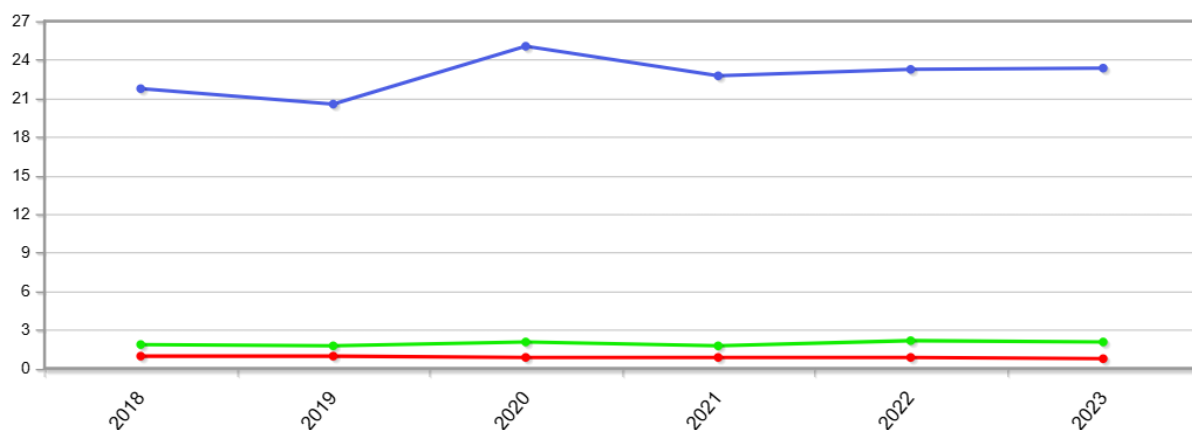


Imagen II: cantidad media anual consumida por persona (Litros) en España desde 2018; Bebidas a base de cerveza (Rojo), Cerveza sin alcohol (Verde), Cerveza con alcohol (Azul). Fuente INE.(2)

El consumo de cerveza sin alcohol se encuentra asociado a situaciones especiales como el embarazo o patologías metabólicas que no permiten el consumo de alcohol, pero existe la creencia de que en las cervezas 0,0 % alcohol, la simbología 0,0 en el etiquetado puede interpretarse como la ausencia de azúcares. Esta confusión puede acarrear consecuencias graves para la salud en casos como la diabetes gestacional o diabetes mellitus debido a la importancia que representa el control de la ingesta de azúcares en la dieta en dichas patologías.

El contenido en azúcares de los alimentos constituye una parte importante del análisis nutricional, sin embargo, en lo que al etiquetado y venta se refiere respecto a las cervezas sin alcohol no es un aspecto que se tenga en cuenta o que se le dé la importancia que merece quedando en segundo plano en la información nutricional.

Objetivos

- Analizar cuantitativamente el contenido en azúcares reflejado en el etiquetado de las principales cervezas sin alcohol comercializadas en España y sus posibles consecuencias para la salud.
- Crear una clasificación de cervezas sin alcohol en función del contenido en azúcares enfocado a proyectos de Educación para la salud para Diabetes Mellitus, diabetes gestacional o enfermedades metabólicas.

- Analizar la influencia de la información nutricional contenida en el etiquetado de los productos sobre nuestros hábitos de consumo.

Material y métodos

Se ha revisado y analizado el etiquetado de las principales marcas de cerveza sin alcohol y bebidas refrescantes a base de cerveza sin alcohol comercializadas, realizando una búsqueda en las páginas web de las principales marcas y empresas distribuidoras de alimentación, incluyendo la información nutricional de interés creando una tabla recopilatoria de dicha información.

Se han clasificado las bebidas sin alcohol presentes en la tabla en función del contenido en azúcares, en base a los criterios establecidos por la unión europea en el Reglamento (UE) nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor (3).

Se ha revisado la información presente en las etiquetas acorde con el reglamento previamente mencionado para comprobar la idoneidad de la información presente en el etiquetado de las bebidas analizadas. Así como la influencia de dicha información y declaraciones en los hábitos de consumo o la elección de los productos.

Resultados.

Tabla II: recopilación de información nutricional de las distintas cervezas sin alcohol y bebidas a base de cerveza sin alcohol comercializadas en España.

Marca/ Distribuidora	% volumen de alcohol	Denominación de venta/Denominación legal del alimento.	Ingredientes.	Azúcares. %	Valor energético/100 ml	Link
Mahou	0	Cerveza tostada 0,0 % alcohol/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, maíz, lúpulo, aromas, antioxidante: ácido cítrico	HC: 6,2 g/100 ml de los cuales azúcares: 3,4 g/100 ml	111 kJ/26 kcal	https://www.mahou.es/cervezas/mahou-00-tostada/00-tostada/ (4)
	0	Cerveza tostada 0,0 % alcohol sin gluten/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, maíz, lúpulo, aromas y acidulante: ácido cítrico	HC: 6,2 g/100 ml de los cuales azúcares: 3,4 g/100 ml	111 kJ/26 kcal	https://www.mahou.es/cervezas/mahou-00-tostada/mahou-00-tostada-sin-gluten/ (4)
	0,8	Cerveza Mahou Sin alcohol/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, maíz, lúpulo, antioxidante: ácido cítrico	HC: 4,6 g/100 ml de los cuales azúcares: 1,5 g/100 ml	106 kJ/25 kcal	https://www.mahou.es/cervezas/sin/ (4)

	0,9	Cerveza Mahou Mixta Shandy con limón/Clara.	Gaseosa, jarabe de glucosa, aroma de limón y lima, corrector de acidez: ácido cítrico, (E-330)/citrato (E-331), edulcorante: acesulfamo-K, (E-950), sucralosa, (E-955), antioxidante: ácido ascórbico, (E-300)	HC: 6 g/100 ml de los cuales azúcares: 5 g/100 ml	124 kJ/29 kcal	https://www.mahou-sanmiguel.com/tienda/p/mixta.html?srsliid=AfmBOooccm_g2gD39tSN_ub7mObNycBFtgzALk4DF5nU3tgzOB6sHevk (4)
Estrella Galicia	0	Cerveza tostada 0.0 alcohol/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, maíz y lúpulo	HC: 5,2 g/100 ml de los cuales azúcares: 2,1 g/100 ml	101 kJ/24 kcal.	https://estrellagalicia.es/producto/estrella-galicia-00-tostada/ (5)
	0	Cerveza 0,0 sin alcohol/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, maíz y lúpulo	HC: 4,7 g/100 ml de los cuales azúcares: 2,4 g/100 ml	89 kJ/21 kcal.	https://estrellagalicia.es/producto/estrella-galicia-00/ (5)
	0	Cerveza 0,0 sin alcohol sin gluten/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, maíz y lúpulo	HC: 5,2 g/100 ml de los cuales azúcares: 2,1 g/100 ml	101 kJ/24 kcal.	https://estrellagalicia.es/producto/estrella-galicia-00-tostada-sin-gluten/#dataSheet (5)

	0	Cerveza negra 0.0 alcohol/Cerveza Negra Sin alcohol	Agua, malta de cebada, maíz y lúpulo	HC: 4.4 g/100 ml de los cuales azúcares: 0.6 g/100 ml	90 kJ/21 kcal	https://estrellagalicia.es/producto/estrella-galicia-00-6-maltas/#dataSheet (5)
San Miguel	0	Cerveza tostada 0.0 alcohol/Cerveza sin alcohol.	Agua, aromas, lúpulo, malta de cebada	HC: 5g/100ml De los cuales Azúcares: 2,4g/100ml	89KJ/21Kcal.	https://www.sanmiguel.com/es/cervezas/san-miguel-00-tostada/ (6)
	0	Cerveza 0,0 alcohol/Cerveza sin alcohol.	Agua, aromas, lúpulo, malta de cebada.	HC: 5,6 g/100 ml de los cuales azúcares: 1,7 g/100 ml	102 kJ/24 kcal.	https://www.sanmiguel.com/es/cervezas/san-miguel-00/ (6)
	0	Cerveza 0,0 radler con zumo limón natural/Cerveza sin alcohol con zumo de limón	90% Cerveza sin alcohol 0,0% (agua, malta de cebada, lúpulo); 6% azúcares de la fruta, 4% zumo de limón a partir de concentrado, aroma natural de limón, antioxidante: ácido ascórbico	HC: 8,6 g/100 ml de los cuales azúcares: 6,3 g/100 ml	156 kJ/37 kcal	https://www.sanmiguel.com/es/cervezas/san-miguel-00-radler/ (6)
	0	ORO Cerveza 0,0% tostada/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, extracto de lúpulo	HC: 4,6 g/100 ml	86 kJ/20 kcal.	https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-tostada-

			de los cuales azúcares: 2 g/100 ml		amstel-oro-00- alcohol-pack-de-6- botellas-de-25-cl/R- VC4AECOMM- 166286/p (7)
0	Cerveza Amstel 0,0 sin alcohol/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, extracto de lúpulo y aroma natural	HC: 5,2 g/100 ml de los cuales azúcares: 2 g/100 ml	92 kJ/22 kcal.	https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-amstel-00-sin-alcohol-lata-33-cl/R-593401852/p (8)
0	Cerveza amstel Radler 0,0 sin alcohol/Bebida refrescante a base de cerveza sin alcohol con zumo natural de limón.	Agua, 40% cerveza Amstel (agua, malta de cebada y extracto de lúpulo), azúcar, zumos de limón (2,7%), naranja, lima y acerola a partir de concentrados, extracto de limón concentrado, aroma cítrico natural, estabilizante (E-410)	HC: 7,5 g/100 ml de los cuales azúcares: 6,5 g/100 ml	128 kJ/30 kcal	https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-amstel-radler-00-sin-alcohol-con-limon-lata-33-cl/R-prod780139/p (9)
0	Cerveza tostada Amstel 0,0 Radler con limón/Clara.	Agua, cerveza sin alcohol 0,0 55% (agua, malta de cebada, lúpulo, extracto de lúpulo), azúcar, zumos de limón (0,75%), lima y acerola, a partir de concentrados, aroma natural de lima y otros aromas naturales	HC: 6,8 g/100 ml de los cuales azúcares: 4,8 g/100 ml	122 kJ/29 kcal	https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-tostada-amstel-00-radler-con-limon-lata-33-cl/R-VC4AECOMM-476378/p (10)

Cruzcampo	0	Cerveza sin alcohol 0,0%/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, maíz, lúpulo, estabilizante (E-405), antioxidante (E-224)	HC: 5,2 g/100 ml de los cuales azúcares: 2 g/100 ml	92 kJ/22 kcal	https://www.cruzcampo.es/cervezas-cruzcampo/cruzcampo-00 (11)
	0	Gran reserva Cerveza tostada sin alcohol 0.0/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, lúpulo y extracto de lúpulo	HC: 4,7 g/100 ml de los cuales azúcares: 2,9 g/100 ml	91 kJ/21 kcal	https://www.cruzcampo.es/static/fichascervezas-cruzcampo/cruzcampo-gran-reserva00.pdf reserva-00-tostada (11)
	0.9	Cerveza Cruzcampo Shandy con limón/Clara	Agua, 17% cerveza Cruzcampo (agua, malta de cebada, maíz, lúpulo, extracto de lúpulo), azúcar, aroma de limón, acidulante (E-330), estabilizante (E-414), antioxidante (E-300).	HC: 7,7 g/100 ml de los cuales azúcares: 7,3 g/100 ml	152 kJ/36 kcal	https://www.shandycruzcampo.com/productos/ficha_producto_limon.pdf (11)
Buckler	0	Cerveza sin alcohol 0,0%/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, lúpulo, aroma, estabilizante (E-405), antioxidante (E-224). Este producto se elabora con malta de cebada	HC: 4,1 g/100 ml de los cuales azúcares: 1,8 g/100 ml	80 kJ/19 kcal.	https://buckler.es/pdf/ficha-producto-buckler-00.pdf (12)

	0	Cerveza sin alcohol con zumos naturales/Clara	Agua, malta de cebada, lúpulo, zumos de limón (2,7%) naranja, lima y acerola, a partir de concentrados, extracto de limón concentrado, aroma cítrico natural, aroma, estabilizante (E-410)	HC: 7,9 g/100 ml de los cuales azúcares: 7 g/100 ml	134 kJ/34 kcal	https://buckler.es/pdf/ficha-producto-buckler-00-radler.pdf (12)
	<0,04	Cerveza sin alcohol 0.0 blanca/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, lúpulo, aroma natural, estabilizantes (E-414), y acidulante (E-330)	HC: 4,4 g/100 ml de los cuales azúcares: 1,8 g/100 ml	80 kJ/19 kcal.	https://buckler.es/pdf/ficha-producto-buckler-00-blanca.pdf (12)
	0	Cerveza negra sin alcohol/Cerveza negra sin alcohol.	Agua, malta de cebada, azúcar, lúpulo y aroma	HC: 4,7 g/100 ml de los cuales azúcares: 1,8 g/100 ml	84 kJ/20 kcal	https://buckler.es/pdf/ficha-producto-buckler-00-negra.pdf (12)
Alhambra	0.75	Cerveza sin alcohol/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, maíz, lúpulo	HC: 5,1 g/100 ml de los cuales azúcares: 2 g/100 ml	103 kJ/24 kcal	https://www.cervezaalhambra.com/es/nuestras-cervezas/alhambra-sin (13)

Franziskaner Weissbier	0,5	Cerveza sin alcohol/ Cerveza de trigo sin alcohol.	Agua, malta de trigo, malta de cebada, levadura, extracto de lúpulo, anhídrico carbónico	HC: 4,4 g/100 ml de los cuales azúcares: 1,8 g/100 ml	90 kJ/21 kcal	https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-franziskaner-weissbier-sin-alcohol-botella-50-cl/R-629301968/p (14)
Ámbar	0	Tostada cerveza sin alcohol triple 0/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, arroz, fibra alimentaria, lúpulo, aromas	HC: 4 g/100 ml de los cuales azúcares: 0,0 g/100 ml	77 kJ/18 kcal.	https://ambar.com/cevezas/ambar-triple-zero-tostada/ (15)
	0	Cerveza Ambar triple zero/Cerveza sin alcohol 0,0%	Agua, malta de cebada, arroz, fibra alimentaria, lúpulo, aromas	HC: 4 g/100 ml de los cuales azúcares: 0,0 g/100 ml	77 kJ/18 kcal.	https://ambar.com/cevezas/ambar-triple-zero/ (15)
	0	Radler Cerveza sin alcohol y zumo de limón/Cerveza sin alcohol 0.0% con zumo de limón	Agua, malta de cebada, maíz, cebada, lúpulo), azúcar, zumo de limón procedente de concentrado, aromas naturales, antioxidante (E-300)	HC: 8,3 g/100 ml de los cuales azúcares: 6,3 g/100 ml	141 kJ/33 kcal.	https://ambar.com/cevezas/ambar-radler-00/ (15)

Estrella Damm	0	Cerveza 0,0%tostada/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, maíz, jarabe de glucosa y fructosa, arroz, lúpulo, aromas naturales *sin gluten	HC: 4,8 g/100 ml de los cuales azúcares: 1,8 g/100 ml	88 kJ/21 kcal.	https://www.damm.com/es/nutricional (16)
	0	Cerveza Free Damm Lager 0,0 sin alcohol sin gluten/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada (8%), maíz, jarabe de glucosa y fructosa, arroz y lúpulo.	HC: 4,7 g/100 ml de los cuales azúcares: 1,7 g/100 ml	85 kJ/20 kcal.	https://www.damm.com/es/nutricional (16)
	0	Cerveza Free Damm sin alcohol con limón sin gluten 0,0%/Cerveza Sin Alcohol Con Sabor a Limón.	Cerveza sin alcohol 70%, bebida refrescante de zumo de limón 30% (agua carbonatada, zumo de limón a partir de concentrado, azúcares procedentes de fruta, acidulante: ácido cítrico, aroma natural de limón y lima, estabilizantes: (E-414) y (E-445), edulcorantes: acesulfamo K y sucralosa, antioxidante: ácido ascórbico). Malta de cebada (6%) y zumo de limón (3%).	HC: 3,6 g/100ml de los cuales azúcares: 1,6 g/100 ml	73 kJ/17 kcal	https://www.damm.com/es/nutricional (16)

Victoria.	0	Cerveza 0,0% tostada/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada (8%), maíz, jarabe de glucosa y fructosa, arroz, lúpulo, aromas naturales. Sin gluten	HC: 4,7 g/100 ml de los cuales azúcares: 1,7 g/100 ml	85 kJ/20 kcal	https://www.cerveza victoria.es/es/nutricional (17)
El Águila	0	Cerveza 0,0 alcohol/Cerveza especial	Agua, malta de cebada, maíz y lúpulo	HC: 4,6 g/100 ml de los cuales azúcares: 3,6 g/100 ml	94 kJ/22 kcal	https://cervezaelaguila.es/pdf/PDFInfoSinFiltrar00.pdf (18)
Heineken	0	Cerveza Lager 0,0% sin alcohol/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, aroma natural y extracto de lúpulo	HC: 4,8 g/100 ml de los cuales azúcares: 1,3 g/100 ml	90 kJ/21 kcal	https://www.heineken.com/es/es/heineken-0-0/producto (19)
Holbrand	0,05	Cerveza sin alcohol/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, maltosa y extracto de lúpulo.	HC: 5,5 g/100 ml de los cuales azúcares: 5,5 g/100 ml	100 kJ/24 kcal	https://www.compraonline.alcampo.es/products/holbrand-cerveza-sin-alcohol-lata-33-cl/33078 (20)

Heifer/ Alcampo	0,5	Cerveza sin alcohol 0,0/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, maíz, cebada, jarabe de glucosa, lúpulo, colorante (E-150), estabilizante (E-405)	HC: 4,9 g/100 ml de los cuales azúcares: 2,1 g/100 ml	72 kJ/19 kcal	https://www.compraonline.alcampo.es/products/heifer-cerveza-sin-alcohol-lata-de-33-cl/50298 (21)
Carrefour	<1	Cerveza Carrefour sin premium/Cerveza sin alcohol <1% vol	Agua, malta de cebada, jarabe de glucosa, colorante	HC: 4,7 g/100 ml de los cuales azúcares: 2,6 g/100 ml	105 kJ/25 kcal	https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-carrefour-sin-alcohol-lata-33-cl/R-851600310/p (22)
	0	Cerveza 0,0% alcohol Carrefour/Cerveza aromatizada sin alcohol.	Agua, malta de cebada, jarabe de glucosa, aroma natural, extracto de lúpulo, acidulante: ácido cítrico	HC: 5,8 g/100 ml de los cuales azúcares: 3,1 g/100 ml	103 kJ/24 kcal	https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-00-alcohol-carrefour-lata-33-cl/R-784712295/p (23)
	1	Saer Brau sin/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, maíz, extracto de lúpulo	HC: 4,2 g/100 ml de los cuales azúcares: 2,7 g/100 ml	95 kJ/23 kcal	https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-sin-alcohol-pack-de-6-botellas-de-25-cl/R-520661344/p (24)

	0	Cerveza tostada 0,0 sin alcohol/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, jarabe de glucosa, maíz, cebada, lúpulo	HC: 5,7 g/100 ml de los cuales azúcares: 3,2 g/100 ml	100 kJ/24 kcal	https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-tostada-saerbrau-00-sin-alcohol-lata-33-cl/R-VC4AECOMM-416497/p (25)
	<1	Cerveza Carrefour shandy/Bebida mixta a base de gaseosa sabor limón y cerveza	Bebida refrescante aromatizada 82% (agua carbonatada, azúcar, aroma natural, colorante: caramelo amónico, acidulante: ácido cítrico, antioxidante: ácido ascórbico, edulcorante: sucralosa), cerveza 18% (agua, malta de cebada, jarabe de glucosa, extracto de lúpulo)	HC: 5,7 g/100 ml de los cuales azúcares: 5,2 g/100 ml	117 kJ/28 kcal	https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-carrefour-shandy-con-limon-lata-33-cl/R-816214251/p (26)
Rambler's/Dia	<0.5	Cerveza sin alcohol/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, maíz, cebada, lúpulo	HC: 2,8 g/100 ml de los cuales azúcares: 0,5 g/100 ml	53 kJ/15 kcal	https://www.dia.es/cervezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/cervezas-sin-alcohol/p/1596 (27)
	0	Cerveza 0,0% alcohol/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, maíz, cebada, lúpulo, aromas naturales	HC: 3,6 g/100 ml de los cuales azúcares: 0,7 g/100 ml	64 kJ/15 kcal	https://www.dia.es/cervezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/cervezas-sin-alcohol/p/54701 (28)

	0	Cerveza tostada 0,0% sin alcohol/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, jarabe de glucosa, lúpulo	HC: 5,7 g/100 ml de los cuales azúcares: 3,2 g/100 ml	99 kJ/24 kcal	https://www.dia.es/cevrezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/cervezas-sin-alcohol/p/275859 (29)
	<0.5	Shandy sin alcohol/Clara.	Agua, malta de cebada, maíz, cebada, jarabe de glucosa, acidulante (ácido cítrico), lúpulo, aroma, edulcorantes (E950, E955)	HC: 2,2 g/100 ml de los cuales azúcares: 0,5 g/100 ml	49 kJ/12 kcal	https://www.dia.es/cevrezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/cervezas-con-limon/p/81852 (30)
Emdbrau/Lupa	0	Cerveza 0,0% alcohol/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, maíz, cebada, jarabe de glucosa, lúpulo, (E150c),estabilizante (E405)	HC: 3,8 g/100 ml de los cuales azúcares: 0,8 g/100 ml	69 kJ/16 kcal	https://www.lupaonline.com/santander/cerveza-emdbrau-0-0-sin-alcohol-lata-33-cl (31)
	<1	Cerveza sin alcohol/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, maíz, cebada, jarabe de glucosa, lúpulo, colorante (E150c), estabilizante (E405)	HC: 3,1 g/100 ml de los cuales azúcares: 0,7 g/100 ml	60 kJ/14 kcal	https://www.lupaonline.com/santander/cerveza-emdbrau-sin-alcohol-lata-33cl (32)

	<0.5	Cerveza shandy limón/Clara	Cerveza sin alcohol 50%; bebida refrescante aromatizada 50%	HC: 2,6 g/100 ml de los cuales azúcares: 0,5 g/100 ml	51 kJ/12 kcal	https://www.lupaonline.com/santander/cerveza-emdbrau-shandy-limon-lata-33-cl (33)
Falke/ Mercadona	0	Cerveza 0,0% sin alcohol/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, lúpulo y extracto de lúpulo	HC: 4,3 g/100 ml de los cuales azúcares: 1,9 g/100 ml	80 kJ/19 kcal	https://tienda.mercadona.es/product/66393/cerveza-00-sin-alcohol-falke-lata (34)
	<1	Cerveza sin alcohol falke/Cerveza sin alcohol.	Agua, malta de cebada, maíz, lúpulo y extracto de lúpulo	HC: 3,7 g/100 ml de los cuales azúcares: 2 g/100 ml	84 kJ/20 kcal	https://tienda.mercadona.es/product/23695/cerveza-sin-alcohol-falke-lata (35)
	0	Cerveza 0,0% sin alcohol tostada/Cerveza sin alcohol	Agua, malta de cebada, azúcar, lúpulo, extracto de lúpulo y aroma	HC: 5,3 g/100 ml de los cuales azúcares: 5,1 g/100 ml	105 kJ/25 kcal	https://tienda.mercadona.es/product/13418/cerveza-00-sin-alcohol-tostada-falke-lata (36)

	0	Cerveza radler 0,0% sin alcohol/Bebida refrescante a base de cerveza sin alcohol con zumo.	Agua, cerveza sin alcohol(40%), azúcar, zumos de limón, naranja y lima a partir de concentrados (2,9%), extracto de limçon, aroma cítrico natural, estabilizante (E-410).	HC: 6,3 g/100 ml de los cuales azúcares: 5,9 g/100 ml	120 kJ/28 kcal	https://tienda.mercadona.es/product/86314/cerveza-radler-falke-00-sin-alcohol-lata (37)
--	---	--	---	---	----------------	--

Tabla III. Clasificación de cervezas sin alcohol en función del contenido en azúcares.

Cerveza	Azúcar (g/100ml)	Clasificación
Ambar triple zero rubia	0,0	Sin azúcar (<0,5)
Ambar triple zero tostada	0,0	Sin azúcar (<0,5)
Emdbrau/Lupa cerveza shandy limón	0,5	Sin azúcar (<0,5)
Rambler's/DIA cerveza sabor limón shandy sin alcohol	0,5	Sin azúcar (<0,5)
Rambler's/DIA cerveza sin alcohol	0,5	Sin azúcar (<0,5)
Estrella Galicia cerveza negra 0,0	0,6	Bajo (0,5–2,5)
Emdbrau/Lupa cerveza sin alcohol	0,7	Bajo (0,5–2,5)
Rambler's/DIA cerveza 0,0% alcohol	0,7	Bajo (0,5–2,5)
Emdbrau/Lupa cerveza 0,0 % sin alcohol	0,8	Bajo (0,5–2,5)
Heineken Lager 0,0% alcohol	1,3	Bajo (0,5–2,5)
Mahou Sin	1,5	Bajo (0,5–2,5)
Free Damm sin alcohol con limón sin gluten 0,0%	1,6	Bajo (0,5–2,5)
Free Damm Lager 0,0 sin gluten	1,7	Bajo (0,5–2,5)
San Miguel 0,0	1,7	Bajo (0,5–2,5)
Victoria 0,0	1,7	Bajo (0,5–2,5)
Buckler 0,0 blanca	1,8	Bajo (0,5–2,5)
Buckler 0,0 negra	1,8	Bajo (0,5–2,5)
Buckler 0,0	1,8	Bajo (0,5–2,5)
Franziskaner Weissbier sin alcohol	1,8	Bajo (0,5–2,5)
Amstel ORO 0,0 tostada	2,0	Bajo (0,5–2,5)
Amstel Lager 0,0	2,0	Bajo (0,5–2,5)
Cruzcampo 0,0% sin alcohol	2,0	Bajo (0,5–2,5)
Alhambra Especial sin alcohol	2,0	Bajo (0,5–2,5)
Estrella Galicia 0,0 sin gluten	2,1	Bajo (0,5–2,5)
Heifer/Alcampo cerveza sin alcohol 0,0	2,1	Bajo (0,5–2,5)
Estrella Galicia tostada 0,0 alcohol	2,1	Bajo (0,5–2,5)
Estrella Galicia 0,0 sin alcohol	2,4	Bajo (0,5–2,5)
San Miguel tostada 0,0 alcohol	2,4	Bajo (0,5–2,5)
Carrefour sin premium	2,6	Alto (>2,5)
Saer Brau sin	2,7	Alto (>2,5)
Cruzcampo gran reserva tostada 0,0	2,9	Alto (>2,5)
Cerveza Carrefour 0,0% alcohol	3,1	Alto (>2,5)
Saer Brau tostada 0,0 sin alcohol	3,2	Alto (>2,5)
Mahou 0,0 tostada	3,4	Alto (>2,5)
Mahou 0,0 tostada sin gluten	3,4	Alto (>2,5)
El Águila 0,0	3,6	Alto (>2,5)
Mahou Mixta Shandy con limón	5,0	Alto (>2,5)
Falke 0,0 tostada	5,1	Alto (>2,5)
Carrefour Shandy	5,2	Alto (>2,5)
Holbrand premium 0,0	5,5	Alto (>2,5)
Falke Radler 0,0	5,9	Alto (>2,5)

San Miguel 0,0 Radler con limón	6,3	Alto (>2,5)
Ambar Radler	6,3	Alto (>2,5)
Amstel Radler	6,5	Alto (>2,5)
Buckler con zumos naturales	7,0	Alto (>2,5)
Cruzcampo Shandy	7,3	Alto (>2,5)

Se ha realizado un estudio de las etiquetas de un total de 46 referencias de las que 39 han sido cervezas sin alcohol y 7 bebidas a base de cerveza sin alcohol comercializadas en España. Como criterios de inclusión para las bebidas incluidas en el estudio, se ha fijado un contenido máximo de alcohol del 1,2 % según lo establecido en el reglamento europeo sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.

En cuanto a las cervezas sin alcohol, bebidas a base de cerveza sin alcohol y bebidas de malta sin alcohol, el Real Decreto 678/2016, de 16 de diciembre, por el que se aprueba la norma de calidad de la cerveza y de las bebidas de malta (38) establece un contenido máximo de alcohol de 1 % en volumen así como los criterios para poder incluir la denominación “sin alcohol” en el etiquetado, el uso de otros ingredientes con un máximo del 2 % del peso total y los métodos analíticos validados para la comprobación del grado alcohólico. Los citados reglamentos, al considerar las bebidas estudiadas como alimento no alcohólico, sí que se exige la presencia en el etiquetado de información nutricional como cualquier otro alimento; valor energético, contenido en grasas/grasas saturadas, hidratos de carbono/azúcares, proteínas y sal. Sin embargo, cuando sea aprobado el Proyecto de Ley de prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos en las personas menores de edad (39), en tramitación en las Cortes Españolas, toda bebida con más de 0,5 % volumen de alcohol será considerada en España bebida alcohólica. Situación que ya ocurre con las bebidas refrescantes que deben tener un contenido inferior al de 0,5 % volumen de alcohol.

De las bebidas incluidas en el estudio, según el contenido en azúcar solo un 10 % pueden ser etiquetadas como bebida sin azúcar debido a su contenido en azúcares inferior a 0,5 g/100 ml de conformidad con lo establecido en reglamento europeo.

De estas 5 en el caso de la cerveza Rambler's DIA cerveza sabor limón shandy sin alcohol y Emdbrau Lupa cerveza shandy limón no es adecuado el etiquetado sin azúcares añadidos, ya que el contenido en azúcar presente en dichas bebidas proviene de la adición de edulcorantes no procedentes del propio proceso de fabricación como el jarabe de glucosa, incluido en sus ingredientes.

En el caso de las cervezas Ambar triple zero, su contenido en azúcares es cero y en su proceso de fabricación no se le añaden ningún tipo de edulcorante o azúcar añadido. De igual manera en Rambler's Dia Cerveza sin alcohol no se le añaden azúcares durante su fabricación por lo que los 0,5 g/100 ml presentes en su etiquetado se derivan de su propio proceso de fabricación.

Las cervezas con bajo contenido en azúcares cuya cantidad de azúcares se encuentra entre 0,5 y 2,5 g/100 ml representan un 50 % de las bebidas incluidas en el estudio; Emdbrau Lupa cerveza sin alcohol, Emdbrau Lupa cerveza 0,0 % sin alcohol, Heifer Alcampo cerveza sin alcohol 0,0, Victoria 0,0, Free Damm sin alcohol con limón sin gluten 0,0 %, Free Damm Lager 0,0 sin gluten, presentan azúcares añadidos en sus ingredientes, los más utilizados son el jarabe de glucosa y fructosa lo que eleva considerablemente el contenido de presencia de azúcares. De las 23 que componen este grupo de bajas en azúcar, las 17 restantes deben su contenido en azúcares a su proceso de fabricación y las transformaciones ocurridas en sus materias primas durante la producción ya que en sus ingredientes no figuran ningún edulcorante o azúcar añadido.

Respecto al grupo de bebidas con alto contenido en azúcar, lo componen 18 bebidas que representan un 39 % del total de la muestra de estudio. De las cuales un 61 % de las 18 contienen azúcares o edulcorantes añadidos además de los azúcares presentes en sus ingredientes contenidos en zumos naturales o concentrados añadidos, bebidas carbonatadas y/o bebidas refrescantes a base de frutas. El endulzante más utilizado en estas bebidas es el azúcar seguido de jarabes de glucosa o fructosa y azúcares simples en general. Las bebidas con azúcares añadidos además del contenido por sus ingredientes son; Carrefour sin premium; Cerveza Carrefour 0,0% alcohol; Saer Brau tostada 0,0 sin alcohol; Mahou Mixta Shandy con limón; Carrefour Shandy; Holbrand premium 0,0; Falke Radler 0,0; San Miguel 0,0 Radler con limón; Ambar Radler; Amstel Radler.

Podemos apreciar la gran diferencia en contenido de azúcares entre las cervezas sin alcohol y las bebidas refrescantes a base de cerveza sin alcohol debido a que dichas bebidas a base de cerveza contienen zumos de frutas, agua carbonatada, gaseosa y diversos ingredientes con alto contenido en azúcar por sí mismas. De igual manera, las cervezas sin alcohol tostadas contienen mayor cantidad de azúcar que las no tostadas, ya que por su proceso de producción suelen presentar características organolépticas como un sabor más amargo o un mayor grado de acidez, corregido en la gran mayoría con azúcares o edulcorantes añadidos.

Respecto al etiquetado de las bebidas estudiadas, tan solo en 1 producto de los 46 estudiados se especifica claramente en el etiquetado principal “contiene azúcares y edulcorantes”, de lo contrario en los 45 restantes no se hace mención directa a la presencia de azúcares o edulcorantes añadidos más allá de lo especificado en la lista de ingredientes con un tamaño significativamente menor y más difícilmente visible.

Discusión

La diabetes gestacional y la diabetes mellitus tipo 2, son dos enfermedades metabólicas mediadas en gran parte por nuestros hábitos de consumo. Se basan en la incapacidad del organismo de generar un adecuado aporte de sustancias necesarias para el control de la glucemia en sangre en concreto por déficit de insulina o un funcionamiento deficiente de este sistema hormonal (40). No existe suficiente literatura científica para afirmar rotundamente la dependencia entre el consumo de azúcares simples y el desarrollo de enfermedades metabólicas, cardiovasculares u obesidad como causa primaria, sin embargo, con la evidencia científica existente si se puede sospechar una relación causal entre dicho consumo y las mencionadas enfermedades, aunque es necesario la realización de ensayos clínicos y distintos estudios que ayuden a confirmar dichas asociaciones de manera más eficaz (41–43).

Respecto al diagnóstico de diabetes gestacional, en nuestro país se lleva a cabo un seguimiento del embarazo a todas las mujeres, en el que está contemplado el cribado y el diagnóstico de dicha patología. El cribado se lleva a cabo mediante el “Test de O’Sullivan”, realizado a todas las gestantes entre las

semanas 24-28 y en el primer trimestre si presentan factores de riesgo como antecedentes familiares o edad superior a 35 años entre otros. Para la confirmación del diagnóstico de Diabetes gestacional, se realiza el “Test de sobrecarga oral de glucosa”. Tanto en las gestantes no patológicas como en los casos de diabetes gestacional, es importante realizar una educación para la salud en la que se explicará la importancia de suprimir los azúcares simples de la dieta y sustituirlos por azúcares complejos de absorción lenta.

Existen estudios en los que se evalúa la importancia de un adecuado control de la diabetes gestacional mediante la dieta basándose en el control de la ingesta de azúcares simples durante el embarazo, evidenciando una reducción significativa en las posibles complicaciones perinatales (44). Una vez desarrollada la diabetes gestacional, según la literatura científica, no solo aumenta el riesgo de sufrir otras complicaciones inmediatas durante el embarazo como los trastornos hipertensivos, distocias del parto o incluso muerte fetal durante el embarazo, sino que también se aumenta el riesgo de sufrir complicaciones orgánicas a largo plazo como pueden ser renales, oftálmicas, pero principalmente cardiovasculares y endocrinas, no sólo para la madre sino también para el hijo (45,46).

En lo relativo a la información nutricional presente en el etiquetado, la literatura científica al respecto no es clara sobre si existe un impacto significativo en nuestros hábitos de consumo, la mayoría de los estudios científicos encontrados, no se han realizado en nuestro país, por lo que no es posible afirmar que el etiquetado de los productos comercializados en España tenga influencia o no sobre nuestra elección a la hora de adquirirlos. De igual manera en los estudios realizados, no se puede afirmar que declaraciones e información nutricional más específica o visible respecto al contenido en azúcares o valor energético, tengan un impacto estadísticamente significativo en los cambios observados en la elección de los productos o en la calidad de las decisiones de consumo (47–51).

Conclusiones

El presente estudio pone de manifiesto la variabilidad significativa en el contenido de azúcares de las cervezas sin alcohol y bebidas a base de cerveza

sin alcohol comercializadas en España. A pesar de estar etiquetadas como productos sin alcohol, muchas de estas bebidas presentan cantidades elevadas de azúcares, lo que puede generar confusión en el consumidor, especialmente en personas con patologías como la diabetes mellitus o la diabetes gestacional, donde el control glucémico es fundamental.

Se ha evidenciado que solo un reducido número de productos puede considerarse realmente sin azúcar y que la gran mayoría, especialmente aquellas etiquetadas como “radler” o claras, contienen azúcares añadidos o procedentes de otros ingredientes como zumos o edulcorantes. Esta situación refleja una falta de claridad en el etiquetado nutricional, ya que la mayoría de las bebidas analizadas no informan de forma visible sobre la presencia de azúcares o edulcorantes, limitándose a incluir dicha información en la lista de ingredientes.

Dada la creciente preocupación por la salud pública y las enfermedades metabólicas asociadas al consumo de azúcares simples, se hace necesario reforzar las exigencias en el etiquetado nutricional de estas bebidas, garantizando que el consumidor pueda tomar decisiones informadas. Asimismo, se recomienda impulsar acciones de educación para la salud que contemplen estos aspectos, promoviendo un consumo responsable y adaptado a las necesidades específicas de determinados grupos de población.

Bibliografía.

1. Distribución semanal del consumo de bebidas alcohólicas según tipo de bebida por sexo. Población de 15 y más años que consume bebidas alcohólicas uno o más días a la semana. [Internet]. [citado 10 de mayo de 2025]. Disponible en:
https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?tpx=47567#_tabs-grafico
2. Cantidad total y cantidades medias consumidas de alimentos, bebidas, tabaco, combustibles y otras fuentes de energía(25168) [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=25168>
3. Reglamento europeo 1169/2011 de 30 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y por el que se modifican los Reglamentos (CE) n o 1924/2006 y (CE) n o 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, y por el que se derogan la Directiva 87/250/CEE de la Comisión, la Directiva 90/496/CEE del Consejo, la Directiva 1999/10/CE de la Comisión, la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 2002/67/CE, y 2008/5/CE de la Comisión, y el Reglamento (CE) n o 608/2004 de la Comisión
4. Nuestras Cervezas | Mahou [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.mahou.es/cervezas/>
5. Descubre la cerveza lager especial | Estrella Galicia [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://estrellagalicia.es/producto/estrella-galicia/>
6. San Miguel | Cervezas San Miguel | ES [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.sanmiguel.com/es/historia/anuncios/television/san-miguel/>
7. Cerveza tostada Amstel Oro 0.0 alcohol pack de 6 botellas de 25 cl. | Supermercado Online Carrefour [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-tostada-amstel-oro-00-alcohol-pack-de-6-botellas-de-25-cl/R-VC4AECOMM-166286/p>
8. Cerveza Amstel 0,0 sin alcohol lata 33 cl. | Supermercado Online Carrefour [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-amstel-00-sin-alcohol-lata-33-cl/R-593401852/p>
9. Cerveza Amstel Radler 0,0 sin alcohol con limón lata 33 cl. | Supermercado Online Carrefour [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025].

- Disponible en: <https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-amstel-radler-00-sin-alcohol-con-limon-lata-33-cl/R-prod780139/p>
10. Cerveza tostada Amstel 0,0 Radler con limón lata 33 cl. | Supermercado Online Carrefour [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-tostada-amstel-00-radler-con-limon-lata-33-cl/R-VC4AECOMM-476378/p>
 11. Cruzcampo [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.cruzcampo.es/cervezas-cruzcampo/cruzcampo>
 12. Buckler 0,0 | La cerveza sin alcohol perfecta para ti [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://buckler.es/pdf/ficha-producto-buckler-00>
 13. Alhambra Sin Alcohol - Cervezas Alhambra [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.cervezasalhambra.com/es/nuestras-cervezas/alhambra-sin>
 14. Cerveza Franziskaner Weissbier sin alcohol botella 50 cl. | Supermercado Online Carrefour [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-franziskaner-weissbier-sin-alcohol-botella-50-cl/R-629301968/p>
 15. Ambar Triple Zero Tostada | Cervezas Ambar [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://ambar.com/cervezas/ambar-triple-zero-tostada/>
 16. Información Nutricional | Damm [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.damm.com/es/nutricional>
 17. Información Nutricional | Cervezas Victoria [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.cervezavictoria.es/es/nutricional>
 18. El Águila: cerveza sin filtrar de elaboración tradicional [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://cervezaelaguila.es/>
 19. Heineken® 0.0 | Non alcoholic beer - zero alcohol | Heineken.com [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.heineken.com/es/es/heineken-0-0/producto>
 20. HOLBRAND Cerveza sin alcohol Lata 33 cl. - Alcampo ¡Haz tu Compra Online y Recoge Más de 50.000 Productos a Precios Alcampo A Partir de 2h! [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.compraonline.alcampo.es/products/holbrand-cerveza-sin-alcohol-lata-33-cl/33078>
 21. HEIFER Cerveza sin alcohol lata de 33 cl. - Alcampo ¡Haz tu Compra Online y Recoge Más de 50.000 Productos a Precios Alcampo A Partir de

- 2h! [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.compraonline.alcampo.es/products/heifer-cerveza-sin-alcohol-lata-de-33-cl/50298>
22. Cerveza Carrefour sin alcohol lata 33 cl. | Supermercado Online Carrefour [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-carrefour-sin-alcohol-lata-33-cl/R-851600310/p>
 23. Cerveza 0,0% alcohol Carrefour lata 33 cl. | Supermercado Online Carrefour [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-00-alcohol-carrefour-lata-33-cl/R-784712295/p>
 24. Cerveza sin alcohol pack de 6 botellas de 25 cl. | Supermercado Online Carrefour [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-sin-alcohol-pack-de-6-botellas-de-25-cl/R-520661344/p>
 25. Cerveza tostada Saer Brau 0,0 sin alcohol lata 33 cl. | Supermercado Online Carrefour [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-tostada-saer-brau-00-sin-alcohol-lata-33-cl/R-VC4AECOMM-416497/p>
 26. Cerveza Carrefour Shandy con limón lata 33 cl. | Supermercado Online Carrefour [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.carrefour.es/supermercado/cerveza-carrefour-shandy-con-limon-lata-33-cl/R-816214251/p>
 27. Cerveza sin alcohol Ramblers de Dia lata 33 cl - Supermercados DIA [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.dia.es/cervezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/cervezas-sin-alcohol/p/1596>
 28. Cerveza 0,0% alcohol Ramblers de Dia lata 33 cl - Supermercados DIA [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.dia.es/cervezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/cervezas-sin-alcohol/p/54701>
 29. Cerveza tostada 0,0% alcohol Ramblers de Dia lata 33 cl - Supermercados DIA [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.dia.es/cervezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/cervezas-sin-alcohol/p/275859>
 30. Cerveza sabor limón shandy sin alcohol Ramblers de Dia lata 33 cl - Supermercados DIA [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.dia.es/cervezas-vinos-y-bebidas-con-alcohol/cervezas-con-limon/p/81852>

31. LupaOnline | CERVEZA EMDBRAU 0,0% S.ALC.L33 [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.lupaonline.com/santander/cerveza-emdbrau-0-0-sin-alcohol-lata-33-cl>
32. LupaOnline | CERVEZA EMDBRAU S/ALC.LATA 33 [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.lupaonline.com/santander/cerveza-emdbrau-sin-alcohol-lata-33cl>
33. LupaOnline | CERVEZA EMDBRAU SHANDY LT.33CL [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://www.lupaonline.com/santander/cerveza-emdbrau-shandy-limon-lata-33-cl>
34. Cerveza 0,0% sin alcohol Falke | Mercadona compra online [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://tienda.mercadona.es/product/66393/cerveza-00-sin-alcohol-falke-lata>
35. Cerveza sin alcohol Falke | Mercadona compra online [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://tienda.mercadona.es/product/23695/cerveza-sin-alcohol-falke-lata>
36. Cerveza 0,0% sin alcohol tostada Falke | Mercadona compra online [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://tienda.mercadona.es/product/13418/cerveza-00-sin-alcohol-tostada-falke-lata>
37. Cerveza Radler Falke 0,0% sin alcohol | Mercadona compra online [Internet]. [citado 21 de mayo de 2025]. Disponible en:
<https://tienda.mercadona.es/product/86314/cerveza-radler-falke-00-sin-alcohol-lata>
38. Real Decreto 678/2016, de 16 de diciembre, por el que se aprueba la norma de calidad de la cerveza y de las bebidas de malta. RCL 2016/678. Disponible en: “Anexo II”.
39. Anteproyecto de Ley 121/000050 del 21 de marzo de 2025 para la prevención del consumo de alcohol y de sus efectos en las personas menores de edad. Disponible en: “Anexo I”
40. Association AD. Diagnosis and Classification of Diabetes Mellitus. Diabetes Care [Internet]. enero de 2012;36(Suppl 1):S67. Disponible en:
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3537273/>
41. Stanhope KL. Sugar consumption, metabolic disease and obesity: The state of the controversy. Crit Rev Clin Lab Sci [Internet]. 2 de enero de

- 2015;53(1):52. Disponible en:
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4822166/>
42. Qin P, Li Q, Zhao Y, Chen Q, Sun X, Liu Y, et al. Sugar and artificially sweetened beverages and risk of obesity, type 2 diabetes mellitus, hypertension, and all-cause mortality: a dose–response meta-analysis of prospective cohort studies. *Eur J Epidemiol* [Internet]. 1 de julio de 2020 ;35(7):655-71. Disponible en:
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10654-020-00655-y>
 43. Gillespie KM, Kemps E, White MJ, Bartlett SE. The Impact of Free Sugar on Human Health—A Narrative Review. *Nutrients* [Internet]. 1 de febrero de 2023 [citado 10 de mayo de 2025];15(4):889. Disponible en:
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9966020/>
 44. Karmon A, Levy A, Holcberg G, Wiznitzer A, Mazor M, Sheiner E. Decreased perinatal mortality among women with diet-controlled gestational diabetes mellitus. *International Journal of Gynecology and Obstetrics* [Internet]. 2009;104(3):199-202. Disponible en:
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19189868/>
 45. Sheiner E. Gestational Diabetes Mellitus: Long-Term Consequences for the Mother and Child Grand Challenge: How to Move on Towards Secondary Prevention? *Frontiers in Clinical Diabetes and Healthcare* [Internet]. 2020;1:546256. Disponible en:
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10041873/>
 46. Bellamy L, Casas JP, Hingorani AD, Williams D. Type 2 diabetes mellitus after gestational diabetes: a systematic review and meta-analysis. *The Lancet* [Internet]. 2009;373(9677):1773-9. Disponible en:
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19465232/>
 47. Pechey E, Clarke N, Mantzari E, Blackwell AKM, De-Loyde K, Morris RW, et al. Image-and-text health warning labels on alcohol and food: potential effectiveness and acceptability. *BMC Public Health* [Internet]. 2 de abril de 2020;20(1):376. Disponible en:
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7114781/>
 48. Crockett RA, King SE, Marteau TM, Prevost AT, Bignardi G, Roberts NW, et al. Nutritional labelling for healthier food or non-alcoholic drink purchasing and consumption. *Cochrane Database Syst Rev* [Internet]. 27 de febrero de 2018;2018(2):CD009315. Disponible en:
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5846184/>
 49. Grummon AH, Taillie LS, Golden SD, Hall MG, Ranney LM, Brewer NT. Sugar-Sweetened Beverage Health Warnings and Purchases: A Randomized Controlled Trial. *Am J Prev Med* [Internet]. 1 de noviembre

de 2019;57(5):601. Disponible en:
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6803129/>

50. Sasaki T, Becker DV, Janssen MA, Neel R. Does greater product information actually inform consumer decisions? The relationship between product information quantity and diversity of consumer decisions. *J Econ Psychol* [Internet]. 1 de junio de 2011;32(3):391-8. Disponible en:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167487011000250>
51. Hobin E, Weerasinghe A, Schoer N, Vanderlee L, Shokar S, Orr S, et al. Efficacy of calorie labelling for alcoholic and non-alcoholic beverages on restaurant menus on noticing information, calorie knowledge, and perceived and actual influence on hypothetical beverage orders: a randomized trial. *Can J Public Health* [Internet]. 1 de junio de 2022;113(3):363. Disponible en:
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9043159/>

Anexos

Anexo I

BOLETÍN OFICIAL

DE LAS CORTES GENERALES

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XV LEGISLATURA

Serie A:

PROYECTOS DE LEY 21 de marzo de 2025 Núm. 50-1 Pág. 1

PROYECTO DE LEY

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

La Mesa de la Cámara, en su reunión del día de hoy, ha adoptado el acuerdo que se indica respecto del asunto de referencia.

(121) Proyecto de ley.

Autor: Gobierno

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

Acuerdo:

Encomendar su aprobación con competencia legislativa plena, conforme al artículo 148 del Reglamento, a la Comisión de Sanidad. Asimismo, publicar en el Boletín Oficial de las Cortes Generales, estableciendo plazo de enmiendas, por un período de quince días hábiles, que finaliza el día 8 de abril de 2025.

En ejecución de dicho acuerdo se ordena la publicación de conformidad con el artículo 97 del Reglamento de la Cámara.

Palacio del Congreso de los Diputados, 18 de marzo de 2025.—P.D. El Secretario General del Congreso de los Diputados, **Fernando Galindo Elola-Olaso**.

PROYECTO DE LEY DE PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS
Y DE SUS EFECTOS EN LAS PERSONAS MENORES DE EDAD

Exposición de motivos

I

La protección de la infancia y la salud se encuentra consagrada en la Constitución Española, en el artículo 39 que impone a los poderes públicos la obligación de asegurar la protección de la infancia y de la juventud, y en el artículo 43 que establece que corresponde a los poderes públicos organizar y tutelar la salud pública mediante medidas preventivas y las prestaciones y servicios necesarios.

Para dar cumplimiento a los mandatos contenidos en el artículo 39 de la Constitución Española, la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil, reguló un marco jurídico general en materia de protección jurídica de las personas menores de edad. En dicha norma se establece que la actuación de los poderes públicos debe garantizar, en situaciones de riesgo de cualquier índole que perjudiquen el desarrollo personal o social de las personas menores de edad, los derechos de éstas; debiendo orientarse, además, a disminuir los factores de riesgo y dificultad social que incidan en la situación personal y social en la que se encuentren, así como a promover los factores de protección de las mismas y de su familia. El principio del interés del menor queda consagrado en la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero. Esta misma Ley en su artículo 17.2.k), reformado por la disposición final 8.5 de la Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia, contempla expresamente como indicador de riesgo el consumo habitual de drogas tóxicas o bebidas alcohólicas por las personas menores de edad.

Por su parte, en el ámbito de la legislación sanitaria, la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, en sus artículos 24, 25 y 27, fija la necesidad de imponer limitaciones preventivas de carácter administrativo a aquellas actividades que puedan tener consecuencias negativas para la salud, prohibiciones y requisitos mínimos para el uso y tráfico de bienes cuando supongan un riesgo o daño para la salud y, también, la realización de un control de la publicidad y propaganda comerciales para limitar todo aquello que pueda constituir un perjuicio para la salud.

Debe tenerse en cuenta que la Estrategia Estatal de Derechos de la Infancia y la Adolescencia, aprobada en Consejo de Ministros el 9 de mayo de 2023, establece entre sus metas la reducción del consumo de alcohol con el fin de garantizar el derecho al desarrollo de los niños, niñas y adolescentes en un entorno saludable.

El carácter genérico de la normativa estatal sobre protección de personas menores de edad y sanidad, su remisión a actuaciones o a marcos regulatorios sectoriales, la inadecuación o insuficiencia de la regulación, tanto en el ámbito de la venta y consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad, como en el ámbito de la regulación de la comunicación comercial, publicitaria o de otro tipo, unido a la diversidad de normativa sectorial que además coexiste con diferentes marcos normativos territoriales sobre la materia, configuran un marco jurídico complejo, disperso e insuficiente que no ha facilitado abordar con suficiente eficacia la problemática del consumo de bebidas alcohólicas en nuestro país por personas menores de edad, incluyendo los referidos a la demanda y a la oferta de estas bebidas.

En el ámbito internacional, la ratificación de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño de 20 de noviembre de 1989 obliga a España a garantizar el derecho fundamental a la protección de la persona menor de edad, estableciendo todas las medidas sociales, educativas y legislativas necesarias. Asimismo, la Carta Europea sobre el Alcohol adoptada en la Conferencia Europea sobre Salud Sociedad y Alcohol, celebrada en París, en diciembre 1995, reconoce que todas las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a crecer en un entorno libre de las consecuencias

negativas del alcohol e incluso de la exposición a su promoción. En el ámbito de la Unión Europea, cabe destacar la Recomendación del Consejo de 5 de junio de 2001, sobre el consumo de alcohol por parte de las personas jóvenes y, en particular, de los niños, niñas y adolescentes. Además, la protección de las personas menores de edad respecto al consumo de alcohol y los daños relacionados, incluyendo el periodo prenatal, también se recoge en estrategias internacionales como las de la Organización Mundial de la Salud (Estrategia mundial para reducir el uso nocivo del alcohol, y Plan de Acción Mundial sobre el Alcohol 2022-2030; la Estrategia mundial para la prevención y el control de las enfermedades no transmisibles; y el paquete SAFER) así como de la Unión Europea (Estrategia de la UE para apoyar a los Estados miembros a reducir el daño relacionado con el alcohol 2006-2016 y su plan de acción 2013-2020). Uno de los puntos clave en los documentos de la Organización Mundial de la Salud es la protección de la formulación de políticas orientadas a la salud pública y las intervenciones relacionadas con la prevención del consumo de alcohol de las interferencias de los sectores económicos vinculados a la producción o fabricación, la distribución, la comercialización y la publicidad de bebidas alcohólicas.

II

El consumo de bebidas alcohólicas es un comportamiento que goza de amplia aceptación social en España, incluso por personas menores de edad, a pesar de sus probados efectos negativos sobre la salud. El consumo de bebidas alcohólicas es especialmente perjudicial para el desarrollo de las personas menores de edad y durante la gestación y la lactancia materna, pudiendo tener consecuencias negativas en todo el curso de vida, para su entorno y la sociedad en su conjunto. El alcohol puede causar daño permanente en el feto, siendo los diversos daños potenciales englobados en el término «trastornos del espectro alcohólico fetal (TEAF)». Estas afecciones pueden ser de difícil diagnóstico temprano, variar desde leves hasta graves, y perdurarán toda la vida. Es por ello importante informar debidamente del riesgo que comporta esta exposición, y de fomentar un entorno de la gestación y la crianza infantil libre de alcohol. El consumo de bebidas alcohólicas en edades tempranas aumenta la probabilidad de desarrollar dependencia y de tener problemas relacionados con el alcohol. Existe una asociación entre el consumo de alcohol y la obtención de malos resultados académicos y consecuencias cognitivas a largo plazo, contribuyendo al fracaso escolar. Su consumo aumenta el riesgo de lesiones por accidentes y no intencionales, así como lesiones por ataques violentos a otras personas o autoinfligidas. Su consumo en grupos jóvenes está directamente relacionado con la práctica de relaciones sexuales no seguras, aumentando el riesgo de infecciones de transmisión sexual. Además, es uno de los principales factores de riesgo para el desarrollo de enfermedades crónicas como el cáncer y para la aparición de problemas de salud mental. Por tanto, reducir la exposición a lo largo del curso vital, comenzando desde edades tempranas, repercutirá en una mejor salud en edades avanzadas. Aunque la proporción de adolescentes que dicen haber consumido bebidas alcohólicas registra una evolución descendente, el fenómeno del consumo grupal está cambiando los hábitos de ocio de las personas menores de edad, con cambios en el patrón de consumo y una frecuencia mayor de los episodios de consumo intensivo en edades precoces. En España muchos grupos, en particular en edades tempranas, asocian el ocio en general, y el nocturno en particular, al consumo de bebidas alcohólicas. Centrándonos en los datos de la Encuesta Estatal sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES), el alcohol es la sustancia psicoactiva de consumo más generalizado entre las y los estudiantes de 14 a 18 años. En 2023, el 75,9 % dice haber consumido alcohol alguna vez en su vida, el 73,6 % en el último año, y el 56,6 % en el último mes.

Esta encuesta refleja que la edad media de inicio del consumo de alcohol en España es demasiado precoz, tanto para el consumo ocasional (14 años en hombres y mujeres), como para el semanal (15 años). Este inicio temprano del consumo se encuentra influido

y determinado por diversos factores sociales y culturales y, a su vez, influye y condiciona el patrón de consumo, el uso de otras sustancias psicoactivas, la aparición de abuso y adicción, y la magnitud de sus efectos adversos. Por otro lado, la percepción entre adolescentes sobre la facilidad para adquirir bebidas alcohólicas es muy alta, y el porcentaje que consideran que les resultaría fácil o muy fácil conseguir bebidas alcohólicas alcanza el 93 %, pese a que las normativas autonómicas prohíben la venta a personas menores de edad.

Si la precocidad en el inicio del consumo de bebidas alcohólicas es preocupante, lo son aún más los episodios de consumo intensivo por personas menores de edad, por comportar más riesgo. El consumo en grupo de bebidas alcohólicas es un entorno que propicia una mayor ingesta, preferentemente de bebidas de alta graduación, y refieren haberlo practicado en el último mes un 20 % de las y los estudiantes de 14-18 años. Aunque España se había caracterizado históricamente por un patrón de consumo diario de alcohol, generalmente en dosis bajas, el 28 % de las y los estudiantes de 14-18 años admiten haber bebido alguna vez cinco o más vasos o copas en menos de dos horas en el último mes, y el 21 % dice haberse emborrachado. Este cambio hacia un patrón con presencia habitual de episodios de consumo intensivo (conocidos habitualmente por el término inglés *binge drinking*) ha llegado a provocar casos de fallecimiento por intoxicación etílica de personas menores de edad.

Estos datos ponen de manifiesto una percepción generalizada entre adolescentes y jóvenes de que el alcohol es un producto de bajo riesgo, muy accesible y de uso normalizado en nuestra sociedad. Esta percepción está a mucha distancia de las relativas a otras sustancias con potencial adictivo, sin que las intervenciones y esfuerzos realizados desde diferentes ámbitos hayan logrado, hasta ahora, aumentar la percepción de riesgo y contrarrestar así la influencia de otros factores de nuestro entorno que favorecen la banalización y normalización del consumo. La prevención del consumo de bebidas alcohólicas en personas menores de edad repercute a lo largo del curso de vida y en su entorno.

Más allá de la especial vulnerabilidad de la adolescencia, algunos elementos la incrementan aún más. Tienen mayor riesgo de consumir y de sufrir efectos adversos del consumo las personas menores de edad tuteladas, las personas menores de edad LGTBIQ+, aquellas con discapacidad y aquellas cuyos padres o madres, personas tutoras o guardadoras tengan un consumo nocivo de alcohol o un trastorno por consumo de alcohol. De hecho, consumir alcohol no es solo una decisión individual, ya que está muy influenciada por determinantes sociales y comerciales que afectan a la salud. La combinación de factores como la posición socioeconómica, el nivel educativo, el género, la discapacidad, la etnia o el lugar de residencia, entre otros determinantes sociales de la salud, amplifica las diferencias en los daños relacionados con el consumo de alcohol.

En relación a la influencia de los entornos (sociales, urbanos y culturales) y su contribución al consumo de bebidas alcohólicas, se han identificado algunos factores favorecedores de su consumo como una mayor densidad de puntos de venta, presencia de bares y restaurantes con fácil acceso al alcohol, promoción de los productos, bajo precio, horarios de venta amplios, así como el modo de relación social. Asimismo, se reconoce la relevancia que la publicidad tiene en la toma de decisiones de las personas menores de edad y en su capacidad para configurar un entorno favorable y de tolerancia al consumo de bebidas alcohólicas. Estos factores, entre otros, pueden contribuir a la normalización y aceptación social del consumo de alcohol.

Por todo ello, para diseñar y evaluar las campañas e intervenciones desde las administraciones es fundamental considerar el gradiente social y definir muy bien hacia quién están dirigidas, garantizando que lleguen a todos los grupos sociales, y principalmente a los más desaventajados, y no incrementar así las desigualdades. Es necesario desarrollar políticas públicas coherentes e intersectoriales que favorezcan entornos donde las decisiones más saludables sean las más sencillas de tomar.

III

En el año 2017 se constituyó, dentro de la Comisión Mixta Congreso-Senado para el Estudio del Problema de las Drogas, una ponencia específica para tratar la grave problemática del consumo de alcohol por personas menores de edad y elaborar propuestas, de carácter normativo y no normativo, con el fin de que fueran tenidas en cuenta por el Gobierno, como consecuencia de distintas iniciativas, coincidentes sustancialmente en aspectos fundamentales, promovidas por diversos grupos parlamentarios y también por el Gobierno en las Cortes Generales.

Fruto de los trabajos de dicha ponencia, en los que participaron personas expertas y también representantes de los sectores más directamente afectados por la problemática, fue la elaboración y aprobación, por 34 votos a favor y dos abstenciones, el día 24 de abril de 2018, del «Informe Menores sin alcohol». Este informe contiene un conjunto de recomendaciones y propuestas, normativas y no normativas, que, desde una perspectiva exclusivamente preventiva, afectan tanto al control y a la limitación o reducción de la oferta, en sus diversos aspectos, como también a la reducción y a la limitación de la demanda o consumo de bebidas alcohólicas, que los grupos políticos que las aprobaron consideran necesarias o imprescindibles para abordar de forma adecuada y eficaz esta problemática. Dicho informe fue remitido al ministerio competente en materia de sanidad para valoración y toma en consideración y, dado el amplio consenso que recogió, se ha tenido en consideración por el Gobierno en la elaboración de esta ley.

Esta ley responde a los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia, y eficiencia, tal y como exige el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Por lo que se refiere al principio de necesidad, esta ley responde a la necesidad de introducir en nuestro ordenamiento jurídico los compromisos asumidos por España en la protección integral de la infancia, teniendo como objeto principal desarrollar una política que prevenga de forma eficaz el consumo de bebidas alcohólicas por las personas menores de edad y sus efectos negativos. Se centra en medidas que se han evaluado, y de las que se conoce su eficacia y eficiencia para cumplir con el objetivo de reducir el consumo de alcohol y el riesgo de otras adicciones. Desarrollan lo que se conoce como prevención ambiental, fruto de normativas claras para el control del acceso y disponibilidad al consumo en las personas menores de edad, así como de regulación de la publicidad y de los puntos de venta. También incorpora la prevención escolar, familiar, y comunitaria, para retrasar y reducir el consumo. Busca complementar los aspectos educativos y los normativos con el objetivo de retrasar y reducir el consumo de bebidas alcohólicas en las edades más tempranas. Pretende contribuir a un cambio cultural en la ciudadanía en general, y en la población joven en particular, que modifique la percepción del riesgo que comporta el consumo de bebidas alcohólicas, actualmente infravalorado.

Respecto al principio de eficacia, esta ley es el instrumento óptimo para llevar a cabo una regulación en el ámbito de las bebidas alcohólicas y de las personas menores de edad, una vez analizadas las alternativas. Para ello se ha optado por condensar en una única ley los diversos aspectos relativos a su finalidad, evitando la dispersión en aras de la simplificación. Asimismo, y conforme al principio de proporcionalidad, se contiene la regulación imprescindible para atender la necesidad a cubrir.

Con esta la ley se contribuye a reforzar el principio de seguridad jurídica al favorecer la certidumbre y claridad del ordenamiento jurídico, ya que se regulan en una sola norma estatal con carácter básico todos los aspectos necesarios para prevenir el consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad y sus negativos efectos, así como su aplicación en todo el territorio nacional de manera que se evita la dispersión y fragmentación normativa, favoreciendo la simplificación, certidumbre y claridad del ordenamiento jurídico. La adecuación al principio de seguridad jurídica de la Ley busca garantizar su coherencia con el resto del ordenamiento jurídico y, a tal fin, introduce en sus disposiciones finales sendas modificaciones de la Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de Publicidad; y de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación

Audiovisual, entre otros aspectos. Asimismo, cabe aclarar que la regulación de la definición de bebidas alcohólicas contenida en esta norma debe interpretarse a los únicos efectos de aplicación de la presente ley centrada exclusivamente en la protección de las personas menores de edad.

En aplicación del principio de transparencia, la norma se ha sometido a los trámites de consulta pública previa, y de audiencia e información pública, de conformidad con el artículo 26 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, y el artículo 133 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre.

Por último, en relación con el principio de eficiencia, esta ley no impone carga administrativa alguna adicional que no sea estrictamente necesaria para dar cumplimiento a las finalidades de tratar la grave problemática del consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad.

IV

La ley se estructura en 45 artículos, distribuidos en cuatro títulos, ocho disposiciones adicionales, una disposición transitoria, una disposición derogatoria y cinco disposiciones finales.

El Título I, de disposiciones generales, explicita definiciones, y define sus principios rectores inspiradores y sus criterios generales de actuación.

El Título II, de prevención del consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad comprende en dos capítulos y tres secciones las actuaciones de las administraciones públicas en materia de prevención, así como las actuaciones específicas de determinadas personas y entidades, y de la ciudadanía en su conjunto, así como medidas de prevención en la comercialización y dispensación de bebidas alcohólicas a personas menores de edad, y actividades de información y formación y sensibilización en los establecimientos de venta y las empresas.

El Título III se dedica en tres capítulos a desarrollar las medidas de información al público y limitaciones a la publicidad, comunicación comercial, patrocinio y promoción de bebidas alcohólicas, así como en el ámbito de los servicios de comunicación audiovisual y otros servicios. Se establecen limitaciones y obligaciones en relación con espacios, medios, servicios y patrocinio, así como medidas encaminadas a la prevención de la publicidad ilícita.

En el Título IV se establece el régimen sancionador, conformado por tres capítulos donde se incluye el régimen jurídico, las infracciones y las sanciones.

La ley concluye con ocho disposiciones adicionales respecto a la potestad de las Administraciones públicas para aprobar y ejecutar planes o programas específicos de prevención del consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad; la promoción de encuestas y estadísticas estatales sobre consumo de bebidas alcohólicas por la población menor de edad; el destino del producto líquido de las multas impuestas y de la enajenación de los bienes incautados; el compromiso de la aplicación de la ley sin que suponga un incremento del gasto público; la protección de datos; una clarificación sobre los productos que imiten o simulen bebidas alcohólicas; una clarificación sobre las campañas en que participe la Administración General del Estado; y otra sobre los espacios comerciales en los aeropuertos.

En la disposición transitoria se determina la normativa aplicable a los procedimientos que estén ya iniciados antes de la entrada en vigor de la ley, los cuales se regirán por la normativa que esté vigente antes de dicha entrada en vigor, salvo que la ley contenga disposiciones más favorables para las personas interesadas.

En la disposición derogatoria se regula la derogación, genérica, de todas las normas con el mismo o inferior rango que establezcan un régimen opuesto al de la ley; así como la derogación expresa o específica del artículo 60.2 del Real Decreto 2816/1982, de 27 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento General de Policía de Espectáculos públicos y actividades recreativas.

Por último, se incluyen cinco disposiciones finales donde se introduce una modificación del artículo 5 de la Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de Publicidad; una modificación del apartado 3 del artículo 123 de la Ley 13/2022, de 7 de julio; los títulos competenciales; la habilitación para su desarrollo reglamentario; y se determina el momento de su entrada en vigor.

V

Se ha consultado a las comunidades autónomas y a las ciudades de Ceuta y Melilla, a la Federación Española de Municipios y Provincias, así como a la Conferencia Sectorial del Plan Nacional sobre Drogas, el Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, y el Consejo Español de Drogodependencias y otras Adicciones.

Esta ley tiene carácter de legislación básica sobre protección del derecho a la salud y se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.1.^a y 16.^a de la Constitución Española, que atribuye al Estado las competencias para la regulación de las condiciones básicas que garanticen la igualdad de todos los españoles en el ejercicio de los derechos y en el cumplimiento de los deberes constitucionales y sobre las bases y coordinación general de la sanidad.

TÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

La presente ley tiene por objeto regular las medidas necesarias para prevenir el consumo de bebidas alcohólicas y sus efectos en las personas menores de edad.

Artículo 2. *Definiciones.*

A los efectos de esta ley, se entenderá por:

a) Agencias de publicidad: según lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, las personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente y de manera organizada a crear, preparar, programar o ejecutar publicidad por cuenta de un anunciante.

b) Anunciante: según lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, la persona natural o jurídica en cuyo interés se realiza la publicidad.

c) Bebidas alcohólicas: aquella bebida que contenga alcohol en más del 0,5 % de su volumen, cualquiera que sea su forma de presentación.

d) Comunicación comercial: toda forma de comunicación dirigida a la promoción, directa o indirecta, del consumo de bebidas alcohólicas. En el ámbito específico audiovisual, se considerará «comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas» la definida en el artículo 121.1 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, cuando tenga por objeto material alguna bebida alcohólica, incluyéndose dentro de ella la publicidad, y cualquier otra forma de comunicación comercial audiovisual.

e) Establecimientos o recintos públicos o de uso público: establecimientos de titularidad pública o privada, que sean accesibles al público en general y que estén destinados al uso público o colectivo.

f) Medios de publicidad: según lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, se considera medios de publicidad a las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, que, de manera habitual y organizada, se dediquen a la difusión de publicidad a través de los soportes o medios de comunicación social cuya titularidad ostenten.

g) Patrocinio de bebidas alcohólicas: de forma congruente con lo dispuesto en el artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, el artículo 128 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, cualquier tipo de contribución, pública o privada, a un acontecimiento, una actividad o un individuo cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de bebidas alcohólicas.

h) Persona menor de edad: conforme a la Constitución Española y el Código civil, es aquella persona menor de 18 años.

i) Personas usuarias generadoras de contenidos: personas que a título individual crean mensajes que distribuyen a través de plataformas de internet, de redes sociales, o de canales de mensajería digital, en los términos definidos en el artículo 94 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, para usuarios de especial relevancia y en el Real Decreto 444/2024, de 30 de abril, por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, en desarrollo del artículo 94 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

j) Productos que imitan las bebidas alcohólicas: bebidas distintas a las alcohólicas, u otros productos de consumo que, por sus características o su presentación, imiten o simulen, o puedan hacerlo, a las bebidas alcohólicas, o puedan inducir a su consumo o adquisición.

k) Publicidad de bebidas alcohólicas: de acuerdo con el artículo 2 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, toda forma de comunicación realizada por una persona natural o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover la compraventa de bebidas alcohólicas o su consumo.

l) Servicio de comunicación audiovisual: el así considerado en el artículo 2.1 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

m) Servicios de comunicaciones electrónicas: los así considerados en el anexo II de la Ley 11/2022 de 28 de junio, General de Telecomunicaciones.

n) Servicio de intercambio de vídeo a través de plataforma (SIVP): según lo dispuesto en el artículo 2.13 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, es el servicio cuya finalidad principal propia o de una de sus partes disociables o cuya funcionalidad esencial consiste en proporcionar, al público en general, a través de redes de comunicaciones electrónicas, programas, vídeos generados por las personas usuarias o ambas cosas, sobre los que no tiene responsabilidad editorial el prestador de la plataforma, con objeto de informar, entretener o educar, así como emitir comunicaciones comerciales, y cuya organización determina el prestador, entre otros medios, con algoritmos automáticos, en particular mediante la presentación, el etiquetado y la secuenciación.

ñ) Servicios de la sociedad de la información: todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario. El concepto de servicio de la sociedad de la información comprende también los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador de servicios.

o) Suministro de bebidas alcohólicas: provisión o entrega directa o indirecta de dichas bebidas por cualquier medio o de cualquier forma, incluyendo las que se realicen mediante servicios de la sociedad de la información o por medio de máquinas automáticas.

p) Vía pública: cualquiera de los lugares de uso público indicados en el artículo 3.1 del Reglamento de Bienes de las Entidades Locales aprobado por el Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio. También se considerarán los siguientes: los terrenos, no edificadas ni cerrados, de propiedad privada que hayan sido objeto de cesión temporal por sus personas titulares a una Administración pública para el uso público, o cuando hayan sido destinados por ésta a dicho uso.

Artículo 3. *Principios rectores.*

A efectos de la presente ley serán principios rectores de la actuación de los poderes públicos los siguientes:

a) La consideración del interés superior de la persona menor de edad como eje rector de las actuaciones de todos los poderes públicos frente a cualquier otro interés legítimo.

b) La garantía efectiva del derecho de las personas menores de edad a la protección de la salud y de su seguridad personal frente a los riesgos y daños, físicos, psíquicos y sociales, generados por el consumo de bebidas alcohólicas.

c) Incorporar como objetivos en sus políticas dirigidas a personas menores de edad los de reducir el acceso a las bebidas alcohólicas y retrasar lo máximo posible la edad de inicio en el consumo de bebidas alcohólicas, aspirando a un consumo cero antes de la mayoría de edad.

d) Contribuir a un cambio cultural que modifique la percepción del riesgo de las bebidas alcohólicas, con el objetivo de reducir su consumo, sobre todo en las edades más tempranas, con una orientación fundamentalmente educativa, comunitaria y ambiental.

e) Enfoque de género. Los poderes públicos incluirán en todos los ámbitos regulados en la presente ley un enfoque de género y promoverán políticas de igualdad entre niños y niñas, y adolescentes desde esta perspectiva.

f) Enfoque de igualdad. Se tendrá en cuenta una especial protección en aquellas personas menores de edad que por sus circunstancias personales o familiares específicas, o su grado de discapacidad o dependencia reconocidos, o por las circunstancias sociales o económicas generales concurrentes que les afecten con mayor intensidad, lo requieran.

g) Enfoque de equidad. Los poderes públicos abordarán todos los determinantes sociales de la salud estableciendo medidas universales proporcionales a las necesidades de las distintas poblaciones, con una perspectiva de intersectorialidad y una visión intercultural, e incorporando la perspectiva de curso de vida de las personas menores de edad, que abarca durante la gestación, la infancia y hasta la adolescencia.

h) Enfoque de prevalencia. La protección efectiva de los derechos de las personas menores de edad que puedan verse afectados negativamente por el consumo ajeno de bebidas alcohólicas, se antepondrá a otras consideraciones cuando tales derechos se opongan a los de personas mayores de edad, aunque sean sus padres o madres, personas tutoras o guardadoras.

i) Enfoque integral. Los poderes públicos deberán llevar a cabo una intervención pública activa, coordinada y eficaz en todos los ámbitos sectoriales que tengan relevancia en la prevención del consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad y en el tratamiento de las consecuencias negativas de este consumo.

j) Enfoque familiar. Toda intervención preventiva será concebida desde una óptica de participación activa de las personas menores de edad y de su familia, sin interferir negativamente en su vida escolar, social o laboral.

k) Enfoque social y comunitario. La necesaria implicación activa de toda la sociedad en la prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos negativos en personas menores de edad, y de forma especial, de sus padres o madres, personas tutoras o guardadoras, así como de las y los profesionales de la enseñanza, de la salud y del campo social, y otros profesionales en contacto con personas menores de edad, promoviendo entornos saludables, seguros y libres de alcohol.

l) Enfoque socioeducativo. La consideración del importante valor pedagógico, educativo y/o terapéutico de las medidas rehabilitadoras y reeducativas aplicables a las personas menores de edad infractoras, como alternativa adecuada a las sanciones pecuniarias y facilitadora de la adquisición y el mantenimiento de estilos de vida saludables.

Artículo 4. *Criterios generales de actuación.*

Dentro del marco del objetivo general de prevención, todas las Administraciones públicas, de acuerdo con sus respectivas competencias, llevarán a cabo sus actuaciones con arreglo a los siguientes criterios generales:

a) Su actuación se regirá por los principios de cooperación y coordinación interadministrativa de acuerdo con sus responsabilidades y atribuciones, impulsando políticas y mecanismos de prevención del consumo de bebidas alcohólicas en personas menores de edad a través de los distintos dispositivos asistenciales, educativos, y sociales, y promoviendo la acción conjunta con las organizaciones de la sociedad civil, especialmente con las asociaciones más representativas de protección de la infancia.

b) Las actuaciones desarrolladas en materia de prevención del consumo de bebidas alcohólicas se enmarcarán en el ámbito general de la promoción, la información y la educación para la salud.

c) Se favorecerán las alternativas sociales y de ocio libres de bebidas alcohólicas potenciando la autonomía sobre la propia salud y la de la comunidad.

d) Se promoverá el principio de parentalidad positiva, o comportamiento de padres o madres, personas tutoras o guardadoras, fundamentado en el interés superior de la persona menor de edad. Además se fundamentará en el conocimiento de las diversas fases evolutivas de las personas menores de edad y sus necesidades.

e) Será necesario disponer de sistemas de información, seguimiento y evaluación que garanticen el conocimiento adecuado sobre la evolución del fenómeno y aporten evidencia para la planificación de políticas y actuaciones y permitan consolidar dicha información en el ámbito estatal.

f) Los programas, planes o actividades que se lleven a cabo deberán estar basados en el conocimiento científico, incorporando la educación emocional, y garantizando especialmente la protección frente al consumo de bebidas alcohólicas de las personas menores de edad con discapacidad.

g) Las actuaciones desarrolladas en materia de prevención del consumo de bebidas alcohólicas se desarrollarán, en el caso de que se lleven a cabo tratamientos de datos personales, con el debido respeto a lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales, y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE, y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales, garantizando el derecho fundamental de los afectados a la protección de sus datos de carácter personal.

h) Se establecerán sistemas de evaluación de las políticas de prevención de consumo en personas menores de edad, buscando el consenso entre Administraciones públicas, evitando la participación de entidades directa o indirectamente relacionadas con sectores vinculados a la producción y comercialización de bebidas alcohólicas en estas actividades.

TÍTULO II

Prevención del consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad

CAPÍTULO I

Actuaciones de las Administraciones públicas

Artículo 5. *Actuaciones en el ámbito familiar.*

1. Las Administraciones públicas, de acuerdo con sus respectivas competencias y en su ámbito territorial, pondrán en marcha acciones o programas preventivos dirigidos a

las familias con el fin de conseguir una mayor concienciación sobre los riesgos y daños que el consumo de bebidas alcohólicas pueda generar en personas menores de edad, mujeres en estado de gestación o que han planificado la gestación, mujeres que dan lactancia materna y otras personas adultas en su entorno.

2. Las Administraciones públicas, de acuerdo con sus respectivas competencias y marcos territoriales, desarrollarán estrategias, y promoverán acciones dirigidas a potenciar las habilidades educativas y dotar a las familias de herramientas para la prevención del consumo de bebidas alcohólicas, mejorar las condiciones de vida de aquellas familias en situación de riesgo de exclusión social y, en especial, de las de aquellas en las que existan personas menores de edad afectadas por el consumo de bebidas alcohólicas o mayores de edad con trastorno por consumo de alcohol.

3. Las actuaciones preventivas en este ámbito se inspirarán en los principios de parentalidad positiva, refuerzo afectivo y entorno estructurado para las personas menores de edad, reconocimiento, capacitación, orientación, educación emocional y no violencia, así como en las perspectivas de género e intercultural.

Artículo 6. *Actuaciones en el ámbito educativo.*

1. El sistema educativo fomentará políticas que garanticen la presencia de factores de promoción y protección de la salud, fortalecerá la coordinación entre programas educativos y comunitarios para la efectiva disminución de los factores de riesgo para la salud y la creación de ambientes y hábitos de vida saludables, garantizará que las personas menores de edad desarrollen habilidades sociales, de toma de decisiones y de asertividad ante la influencia social y cultural en el consumo de bebidas alcohólicas y otras sustancias adictivas, y fomentará el establecimiento de redes de apoyo social entre las personas menores de edad como entornos de protección, propiciando especialmente la inclusión de las personas menores de edad más vulnerables y con mayor riesgo personal y social.

2. El sistema educativo, respetando en todo caso las competencias en materia de educación de las comunidades autónomas, deberá llevar a cabo, al menos, las siguientes actuaciones preventivas:

a) Promover el desarrollo de los contenidos curriculares de la educación primaria, educación secundaria obligatoria, formación profesional y bachillerato, relacionados con la prevención del consumo de bebidas alcohólicas en personas menores de edad en el marco de educación para la salud, que podrán basarse en un enfoque unitario del alcohol y otras sustancias adictivas, y que buscarán la transversalidad.

b) Promover la inclusión en los planes de estudios universitarios y de enseñanza superior de las áreas educativa, sanitaria, social, deportiva, y de comunicación, de los contenidos necesarios que aseguren una formación estructurada y adecuada en la promoción, prevención, detección precoz e intervención sobre el consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad.

c) Promover la presencia de contenidos en materia de prevención del consumo de bebidas alcohólicas en personas menores de edad en los planes de formación permanente del profesorado, que podrán basarse en un enfoque unitario del alcohol y otras sustancias adictivas.

d) Fomentar acciones preventivas del inicio precoz del consumo de bebidas alcohólicas, como las actividades de detección precoz y de intervención ante problemas específicos del alumnado o de las familias que planteen mayor riesgo.

e) Fomentar desde los centros educativos las actividades conjuntas con el alumnado, profesorado, las familias y las entidades socio-sanitarias de la población, en las que se reflexione, debata, cuestione, informe sobre el consumo de bebidas alcohólicas en personas menores de edad y en la población en general, abordando aspectos sociales, culturales, de salud, conductas de riesgo, normalización del consumo, promoción de conductas saludables, con énfasis en la participación del alumnado y las familias.

f) Fomentar que los programas de prevención estén orientados a la promoción de recursos personales para el aprendizaje y mejora de las habilidades sociales y emocionales en diversos contextos del ámbito preventivo, como el familiar, educativo, social y personal, a fin de que actúen como factores protectores del consumo de bebidas alcohólicas en personas menores de edad, permitiendo el crecimiento en seguridad y estabilidad emocional.

3. Se promoverá la inclusión en los planes anuales de actividades extraescolares y complementarias de actuaciones específicas destinadas a concienciar y proporcionar herramientas a toda la comunidad educativa con el objetivo de ayudar a desarrollar estilos de vida saludables y retrasar el inicio del consumo de bebidas alcohólicas alertando de las consecuencias del consumo de bebidas alcohólicas y otras sustancias adictivas. Se implicará en estas acciones al profesorado, representantes de las asociaciones de familias y asociaciones del alumnado, buscando propuestas de efectividad demostrada, vetando en todo caso la participación de entidades directa o indirectamente relacionadas con sectores vinculados a la producción y comercialización de bebidas alcohólicas, por su conflicto de interés.

Artículo 7. Actuaciones en el ámbito socio sanitario.

1. Las Administraciones públicas competentes en los ámbitos sanitario y de intervención social, dentro de sus respectivos ámbitos de competencia deberán proporcionar de forma prioritaria a las personas menores de edad y consumidoras de bebidas alcohólicas, con indicios de sufrir daños relacionados con el consumo de alcohol, atención sanitaria y social adecuada de acuerdo con sus necesidades específicas en el marco de las prestaciones existentes en la red o cartera de servicios sanitarios y sociales.

2. Las Administraciones públicas competentes en el ámbito de la atención primaria social o de salud, y de salud pública, desarrollarán actividades en materia de prevención y promoción de la salud dirigidas a personas menores de edad y sus familias, así como a la comunidad en general, en relación con los riesgos y daños generados por el consumo de bebidas alcohólicas.

3. En especial las administraciones señaladas en el apartado anterior desarrollarán en coordinación con otras estructuras asistenciales las siguientes actuaciones:

a) Elaborarán protocolos de actuación homogénea y coordinada, para uso en atención primaria y de urgencias, que faciliten la detección de consumo de alcohol en personas menores de edad, mujeres en estado de gestación, o que dan lactancia materna y contextos familiares en los que se esté planificando la gestación. Dichos protocolos incluirán la información a facilitar a dichas personas y, la derivación, cuando proceda, de las personas atendidas para intervención específica a los servicios correspondientes.

b) Fomentarán la inclusión de los registros relativos al consumo de bebidas alcohólicas en la historia clínica.

c) Tendrán en consideración el contexto familiar en personas menores de edad que sean integrantes de familias en las que exista un problema de adicciones.

d) Promoverán actividades de educación para la salud para las personas menores de edad en centros sanitarios, educativos, de atención e intervención con la infancia y la adolescencia, y de reeducación y reinserción de personas menores infractoras. Estos programas buscarán basarse en la ciencia y el conocimiento, vetando en todo caso la participación de entidades directa o indirectamente relacionadas con sectores vinculados a la producción y comercialización de bebidas alcohólicas, por su conflicto de interés.

4. Las Administraciones públicas sanitarias y de intervención social, dentro de sus competencias y ámbito territorial, facilitarán el acceso de las personas menores de edad

con consumo problemático o adicción, a servicios de prevención basados en la orientación e intervención breve, o de tratamiento si fuera preciso.

5. Las personas menores de edad atendidas por una intoxicación etílica en los servicios de urgencias deberán ser objeto de una evaluación integral. Ésta implicará a sus padres, madres, personas tutoras o guardadoras cuando sean menores de 16 años, y en cualquier caso si se tratara de una intoxicación etílica con consecuencias graves para su salud, salvo si estuvieran legalmente emancipadas o emancipados. Esta valoración podrá alargarse después del alta, garantizando la continuidad asistencial. Las Administraciones sanitarias velarán porque los servicios de urgencia cuenten con protocolos de actuación con este fin.

6. El ministerio competente en materia de sanidad, a través del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, definirá y desarrollará un sistema coordinado y cooperativo de indicadores que pueda aportar información útil, válida y significativa sobre la evolución del consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad, de manera desagregada por sexo.

Artículo 8. Actuaciones en los ámbitos cultural, deportivo, del ocio y otros ámbitos comunitarios.

1. Las Administraciones públicas competentes en los ámbitos cultural, deportivo, del ocio o tiempo libre y otros ámbitos comunitarios de acuerdo con sus respectivas competencias, especialmente las autonómicas y locales, deberán llevar a cabo, al menos, las siguientes actuaciones preventivas:

a) Promocionarán, impulsarán y desarrollarán servicios y actividades culturales, deportivos y de ocio o tiempo libre para promover el ocio sin alcohol destinados específicamente a personas menores de edad, facilitando la utilización de centros públicos comunitarios de tipo deportivo, cultural o lúdico, como los polideportivos, los museos, los archivos, las bibliotecas, los centros culturales y los centros de juventud.

b) Regularán los aspectos relativos a los espacios comunitarios de ocio, cuando estos sean utilizados por personas menores de edad, para promover el ocio sin alcohol.

2. De acuerdo con sus respectivas competencias en los ámbitos del deporte, los espectáculos públicos y las actividades recreativas públicas, se promoverá por las Administraciones públicas la participación y colaboración de las federaciones deportivas, así como de las organizaciones empresariales y sindicales del sector de los espectáculos públicos y de las actividades recreativas y deportivas para mejorar la formación del personal, a fin de dar respuestas adecuadas a los problemas de consumos de alcohol y otras sustancias adictivas, que permitan aplicar medidas de detección y prevención en personas menores de edad.

Artículo 9. Actuaciones en los ámbitos de la formación e investigación.

Las Administraciones públicas competentes llevarán a cabo, al menos, las siguientes actuaciones:

a) Fomentarán la ejecución de programas de formación interdisciplinar sobre la prevención del consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad en el personal sanitario, personal de los servicios sociales, personal docente y educadores, miembros de los cuerpos y fuerzas de seguridad, mediadores sociales, y en cualquier otro colectivo profesional en cuya actividad puedan encontrar situaciones en las que haya un consumo de bebidas alcohólicas por parte de personas menores de edad.

b) Promoverán la realización de estudios y proyectos de investigación, epidemiológicos y de otra naturaleza, para conocer los diversos aspectos relacionados con el consumo de bebidas alcohólicas por parte de personas menores de edad, sobre todo los que permitan conocer la evolución temporal de indicadores relevantes sobre

dicho consumo y sus problemas asociados, y los que proporcionen resultados desagregados por lugar de residencia, edad, sexo y variables socioeconómicas, especialmente para los grupos más vulnerables.

Artículo 10. *Actuaciones en el ámbito de la seguridad vial.*

1. En el marco de la legislación sobre seguridad vial, la Administración General del Estado ampliará y desarrollará los contenidos ya previstos relativos a los riesgos y daños relacionados con el consumo de bebidas alcohólicas y la conducción de vehículos a motor en los materiales y el currículo educativo obligatorio de las autoescuelas, destinados a la obtención de autorizaciones administrativas para la conducción de vehículos a motor de las que puedan ser titulares personas menores de edad.

2. Se promoverá asimismo el desarrollo de programas o actividades de formación y sensibilización específicas sobre la materia destinados al profesorado de autoescuelas y de otros centros de formación vial.

3. Asimismo, la Administración General del Estado, las Comunidades Autónomas y ciudades de Ceuta y Melilla, y los Ayuntamientos, deberán promover y llevar a cabo, dentro de sus respectivos ámbitos de competencia, y territorio, acciones formativas del profesorado y de sensibilización y de concienciación del alumnado, especialmente en los centros educativos de enseñanzas obligatorias, formación profesional, de enseñanzas de régimen especial y bachillerato, dirigidas específicamente a la prevención de los riesgos y daños asociados a la conducción de vehículos y al consumo de bebidas alcohólicas en personas menores de edad.

Artículo 11. *Actuaciones en el ámbito laboral.*

Las Administraciones públicas laborales, de acuerdo con sus respectivas competencias, y sin perjuicio de las obligaciones y medidas previstas en materia preventiva en la legislación sobre prevención de riesgos laborales, llevarán a cabo, al menos, las siguientes actuaciones:

a) Promoverán el establecimiento, por las empresas con un porcentaje de personas trabajadoras menores de edad igual o superior al veinte por ciento del total de su plantilla, y siempre que éstos puedan estar expuestos a un riesgo real determinado en la evaluación de riesgos laborales, de consumo de alcohol como consecuencia de la actividad de la empresa, de planes específicos de actuación para la prevención del consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad, con participación de los representantes legales de las personas trabajadoras, cuando existan.

b) Promoverán acuerdos de colaboración con los agentes sociales para la prevención del consumo de bebidas alcohólicas por las personas trabajadoras menores de edad, especialmente en los sectores de actividad de la producción, la distribución, el envasado o la comercialización de dichas bebidas.

Artículo 12. *Actuaciones en el ámbito de la comunicación comercial.*

1. Las Administraciones públicas, dentro de sus respectivos ámbitos territoriales y de acuerdo con sus respectivas competencias:

a) Promoverán entre las empresas anunciantes, entre los medios, entre las agencias de publicidad y entre las personas generadoras de contenidos, así como entre sus organizaciones representativas, la adopción de medidas preventivas frente a los potenciales efectos negativos que pudiera tener la comunicación comercial de bebidas alcohólicas en personas menores de edad; y en mujeres en estado de gestación, o que han planificado la gestación, o que dan lactancia materna, así como en su entorno familiar.

b) Impulsarán entre los agentes mencionados en la letra a) la adopción de sistemas de corregulación que incluyan códigos de conducta sobre la comunicación comercial de bebidas alcohólicas para personas menores de edad. Estos sistemas contarán con la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios, que coadyuvarán al cumplimiento de sus fines. Los representantes de estas organizaciones, en el número que reglamentariamente se establezca, serán propuestos por el Consejo de Consumidores y Usuarios cuando se trate de sistemas de ámbito nacional.

c) Fomentarán la corregulación mediante acuerdos entre los responsables de los sistemas de autorregulación y las autoridades competentes en materia de consumo, sanidad, y protección de personas menores de edad, así como de política económica y comercial.

2. Los códigos de conducta mencionados en el apartado 1 deberán cumplir los siguientes requisitos:

a) Incluir entre su ámbito material y subjetivo de aplicación el de la prevención de los efectos negativos de la comunicación comercial de bebidas alcohólicas, especialmente en las personas menores de edad. Además, podrá comprender también la prevención de los efectos negativos de la comunicación comercial de otras bebidas distintas a las alcohólicas, o de otros productos de consumo que, por sus características o su presentación, imiten o simulen, o puedan hacerlo, a las bebidas alcohólicas, o puedan inducir a su consumo o adquisición.

b) Haberse elaborado con la participación de las entidades más representativas, en el correspondiente ámbito territorial, de la infancia y la juventud y de protección de la infancia y juventud, así como de las personas consumidoras y usuarias, y del sector del comercio minorista de bebidas alcohólicas.

c) Ser aceptados expresamente por los principales oferentes de bienes y servicios en el sector de actividad al que se refiere el código y/o por sus organizaciones más representativas en el correspondiente ámbito territorial.

d) Incluir la relación de objetivos preventivos, así como las obligaciones y prohibiciones o limitaciones que se establezcan para el cumplimiento de aquéllos.

e) Establecer mecanismos de consulta previa de las comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas sobre su adecuación o no a esta ley, así como a otras leyes estatales y autonómicas que regulen dichas comunicaciones en su correspondiente ámbito de aplicación.

f) Prever un seguimiento y una evaluación periódica y transparente de su funcionamiento y del grado de consecución de sus objetivos, por entidades o personas expertas, que serán independientes de los firmantes de los códigos.

g) Prever mecanismos accesibles de alerta o reclamación.

h) Establecer un órgano independiente de control para asegurar el cumplimiento eficaz de los compromisos asumidos.

3. En el ámbito concreto de las comunicaciones comerciales audiovisuales, los sistemas de corregulación y autorregulación, así como sus códigos de conducta específicos, mencionados en los apartados 1 a 2 de este artículo estarán sometidos al régimen común establecido en dichos apartados y en su normativa de desarrollo, así como al régimen previsto en los artículos 12, 14, 15 y 101 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, y en su normativa de desarrollo.

Artículo 13. *Actuaciones en el ámbito urbanístico.*

1. Las Administraciones públicas competentes en materia de ordenación o planificación urbanística, dentro de sus respectivos ámbitos territoriales y de acuerdo con sus competencias, en el desarrollo de sus actividades regulatorias o de planificación que afecten, directa o indirectamente, al emplazamiento o la distribución espacial de las actividades o establecimientos públicos de comercio minorista de alimentos o bebidas,

de espacios o establecimientos destinados a espectáculos públicos, a actividades recreativas y al ocio público, tendrán en cuenta la necesidad de prevención del consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad.

2. A los efectos del apartado anterior, para valorar la adopción de limitaciones a la apertura o instalación de establecimientos, las Administraciones públicas, a partir de la entrada en vigor de la presente ley, podrán tener en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos: la densidad o concentración de puntos de venta minorista de bebidas; la existencia y proximidad a los puntos de comercialización minorista de bebidas alcohólicas de centros educativos, de centros de protección social de personas menores de edad o establecimientos en los que se desarrollen espectáculos o actividades recreativas públicos y a los que puedan acceder personas menores de edad; así como los principios de necesidad y proporcionalidad.

Artículo 14. Actuaciones en los ámbitos de la comunicación pública y los medios de comunicación.

Las Administraciones públicas competentes promoverán el desarrollo a través de los medios de comunicación social de los que sean titulares de programas informativos específicos dirigidos a la población general y, en especial, a padres y madres, personas tutoras y guardadoras sobre los riesgos y daños del consumo de bebidas alcohólicas, con especial énfasis en los daños que produce en el desarrollo físico, psicológico y social de las personas menores de edad, así como en el feto y en la persona lactante.

Artículo 15. Actuaciones de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad en el consumo de bebidas alcohólicas.

1. El personal funcionario de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad en sus respectivos ámbitos y competencias, podrán llevar a cabo pruebas destinadas a la detección en el organismo de la presencia de alcohol y de su concentración en situaciones de sospecha o de presencia de indicios de consumo en los lugares y circunstancias indicados en el artículo 18 así como en los lugares y circunstancias indicados en preceptos de otras leyes estatales o autonómicas, o de ordenanzas municipales en las que también se prohíba el consumo de bebidas alcohólicas. Se considerarán elementos indicativos de sospecha de consumo las observaciones específicas y concretas relativas al aspecto, conducta, habla, u olores corporales, así como la presencia de recipientes o envases de bebidas alcohólicas.

2. Las pruebas consistirán en la verificación del aire espirado mediante el uso de etilómetros autorizados que cumplan los requisitos exigidos en la normativa estatal sobre instrumentos destinados a medir la concentración de alcohol.

3. Las personas sometidas a las pruebas, y sus padres, madres, personas tutoras o guardadoras si fuesen personas menores de edad no emancipadas legalmente, podrán solicitar, a su cargo, la repetición de la prueba, por una sola vez. Ésta deberá realizarse a la mayor brevedad posible, y en todo caso dentro de las dos horas, como máximo, inmediatamente posteriores a la hora de finalización de la primera prueba.

Artículo 16. Obligaciones especiales de auxilio de los centros y servicios sanitarios y su personal.

1. Los centros y los servicios sanitarios públicos y privados, tendrán la obligación de prestar la atención que precisen las personas menores de edad como consecuencia del consumo de bebidas alcohólicas, especialmente cuando se aprecie una intoxicación etílica.

2. Los centros y servicios sanitarios, públicos y privados, velarán por disponer de protocolos específicos de actuación con el fin de facilitar, de la forma más rápida y eficaz posible, la atención que necesita la persona menor de edad cuando se aprecia una intoxicación etílica como consecuencia del consumo de bebidas alcohólicas, así como la

puesta en conocimiento de los padres, madres, personas tutoras o guardadoras de las personas menores de edad asistidas cuando sean menores de 16 años, y en cualquier caso si se tratara de una intoxicación etílica con consecuencias graves para su salud, salvo si estuvieran legalmente emancipadas.

3. Los servicios de urgencias velarán por disponer de protocolos de coordinación de asistencia sanitaria para la atención de personas menores de edad con intoxicación etílica en orden a preservar su salud y prever posibles trastornos adictivos, y su consecuente derivación a programas de intervención.

4. Las administraciones sanitarias competentes adoptarán las medidas necesarias para la aplicación de protocolos actualizados de atención de las intoxicaciones agudas por alcohol u otras sustancias. Además de facilitar la asistencia sanitaria correspondiente por parte de los profesionales sanitarios, éstos permitirán la valoración de las personas menores de edad, sus familias y su entorno, por otros profesionales del ámbito educativo y socio-sanitario, en los términos contemplados en los artículos 6 y 7, para la atención o derivación a recursos comunitarios de las personas menores de edad y de sus familias o representantes legales.

CAPÍTULO II

Actuaciones del sector privado y de los actores sociales

Sección 1.ª Prevención en establecimientos, recintos, espectáculos y otros lugares frecuentados por personas menores de edad

Artículo 17. *Prevención en establecimientos, recintos, y en la organización de espectáculos y actividades recreativas.*

Los establecimientos u otros recintos públicos, así como quienes organicen y promuevan espectáculos públicos, actividades recreativas u otras reuniones públicas, incluyendo los eventos deportivos, a los que puedan acceder personas menores de edad y en los que se puedan vender, suministrar o consumir bebidas alcohólicas, deberán adoptar medidas para impedir la venta el suministro y el consumo de estas bebidas a personas menores de edad.

Artículo 18. *Prohibiciones del consumo de alcohol.*

1. Se prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas por parte de personas menores de edad. Se exceptúa de esta prohibición el consumo esporádico de pequeñas cantidades de bebidas fermentadas de baja graduación en el ámbito del culto o los servicios religiosos.

2. Se prohíbe el consumo por personas de cualquier edad, además de en los lugares y circunstancias establecidos en otra norma estatal o autonómica, o en una ordenanza municipal, en los lugares siguientes:

a) En centros educativos que impartan enseñanzas de educación infantil, educación básica, educación secundaria postobligatoria y enseñanzas elementales artísticas.

b) En centros de protección de personas menores, y en residencias de estudiantes en las que residan personas menores de edad.

c) En otros centros de personas menores y cualesquiera otros específicamente destinados a su uso por personas menores de edad.

d) En centros deportivos, de ocio o espacios dedicados a espectáculos públicos cuando haya sesiones que se hayan concebido específicamente para personas menores de edad.

*Sección 2.ª Prevención en la comercialización y dispensación de bebidas alcohólicas**Artículo 19. Prohibiciones de venta, dispensación y suministro.*

1. Se prohíbe cualquier forma de venta, dispensación o suministro de bebidas alcohólicas a personas menores de edad.

2. Se prohíbe la venta, dispensación o suministro de bebidas alcohólicas de forma ambulante y sin licencia administrativa en la vía pública y en los demás lugares y circunstancias establecidos en otra norma estatal o autonómica, o en una ordenanza municipal.

3. La venta, la dispensación o el suministro automáticos de bebidas alcohólicas se podrá realizar en lugares cerrados, siempre que su situación permita el control por las personas responsables del establecimiento, sus representantes o trabajadores, de forma que se impida el acceso a las personas menores de edad. También podrá hacerse incorporando mecanismos técnicos eficaces, con vigilancia y custodia directa, que permitan impedir su adquisición por personas menores de edad, debiendo ser objeto de homologación o autorización previa por la correspondiente comunidad autónoma o las ciudades de Ceuta y Melilla en sus respectivos ámbitos. No podrá hacerse en la vía pública, ni en lugares o establecimientos donde esté prohibida la venta o consumo de bebidas alcohólicas. La misma obligación será exigible a los establecimientos públicos automatizados.

4. Las Administraciones públicas de las comunidades autónomas o las ciudades de Ceuta y Melilla, así como las Administraciones locales cuando la legislación autonómica no lo impida, podrán establecer, en sus respectivos ámbitos territoriales, restricciones horarias en la venta de bebidas alcohólicas con aplicación exclusiva a los días, lugares, establecimientos y/o circunstancias en los que, de acuerdo con la legislación autonómica, éstas se puedan comercializar al por menor, pero no se puedan consumir en el punto de venta. Preferentemente, estas restricciones tendrán efectos desde las veintidós horas hasta las ocho horas del día siguiente.

Artículo 20. Limitaciones sobre exposición de bebidas alcohólicas en establecimientos comerciales y hostelería.

La venta al por menor de bebidas alcohólicas en establecimientos o recintos públicos comerciales y de hostelería se somete, a las siguientes restricciones:

a) La exposición y acceso a las bebidas alcohólicas en el interior de los establecimientos de venta en régimen de autoservicio deberá limitarse a espacios concretos dentro del propio local que estén separados de los espacios con productos específicamente destinados a las personas menores de edad.

b) En los establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos para personas menores de edad, no podrán venderse bebidas alcohólicas ni otros productos que los imiten, ni exhibirse en los escaparates o en el interior, aunque estén vacíos.

Artículo 21. Acreditación de la edad de las personas adquirentes.

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

Sección 3.ª Actividades de información y formación y sensibilización en los establecimientos de venta y las empresas

Artículo 22. *Información sobre la prohibición de venta de bebidas alcohólicas a personas menores de edad.*

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

Artículo 23. *Actividades de formación, información y sensibilización en las empresas.*

Las empresas de comercio minorista de bebidas alcohólicas, las de hostelería, las de promoción u organización de espectáculos públicos o de actividades recreativas públicas, y las de seguridad privada que presten sus servicios en los establecimientos o recintos públicos en los que se desarrollen las actividades anteriores, valorarán incluir, en las acciones formativas para el personal en contacto con el público que ya se realicen, contenido específico acerca de la información y sensibilización en materia de prevención del consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad, de las obligaciones y prohibiciones que comporta esta ley, así como de las consecuencias derivadas de su incumplimiento, y de los riesgos y los daños que el consumo de alcohol comporta para la salud y la seguridad de las personas menores de edad.

TÍTULO III

Información al público y limitaciones a la publicidad, patrocinio y promoción de bebidas alcohólicas

CAPÍTULO I

Información al público y limitaciones en publicidad y comunicación comercial

Artículo 24. *Información al público.*

1. En todas las actividades de comunicación comercial de bebidas alcohólicas se deberá informar expresamente de la prohibición del consumo de dichas bebidas por personas menores de edad mediante mensajes, escritos u orales, o mediante imágenes o pictogramas.

2. Quedan exceptuados de esta obligación los elementos meramente identificativos propios de las sedes institucionales o corporativas, los centros o lugares de producción, almacenamiento, distribución, importación, exportación o comercialización de bebidas alcohólicas y de los medios de transporte utilizados profesionalmente para el desarrollo de estas actividades, que no se consideran elementos de comunicación comercial.

3. Los códigos de conducta mencionados en el artículo 12.1.b) podrán concretar el lugar, la forma o las características de los mensajes, de las imágenes o de los pictogramas a los que se refiere el apartado 1 de este artículo.

4. Las comunicaciones comerciales audiovisuales sobre bebidas alcohólicas se regirán por lo dispuesto en la Ley 13/2022, de 7 de julio, lo establecido en este título y en su normativa de desarrollo.

Artículo 25. Limitaciones en publicidad y comunicación comercial.

1. Se prohíbe cualquier forma directa, indirecta o encubierta de publicidad o comunicación comercial de bebidas alcohólicas o productos que imiten o simulen ser una bebida alcohólica incluyendo el nombre comercial, la denominación social, símbolos o marcas comerciales de las personas o empresas productoras de dichas bebidas, dirigida a personas menores de edad.

2. En particular, no se podrá en la publicidad o comunicaciones comerciales:

a) Utilizar la imagen, la voz o la referencia de personas menores de edad, o de personas mayores de edad cuando se presenten caracterizadas o disfrazadas de personas menores de edad; personas o personajes, reales o de ficción, cuya relevancia pública o su popularidad estén vinculadas con la población menor de edad, mujeres en estado de gestación, aunque hayan prestado su consentimiento, o la imagen de un feto.

b) Utilizar argumentos, estilos, tipografía o diseños propios de otros productos dirigidos o asociados a las personas menores de edad.

c) Vincular las bebidas alcohólicas con el desarrollo de actividades educativas, deportivas o sanitarias de personas menores de edad.

d) Vincular el consumo de bebidas alcohólicas con: la mejora del rendimiento físico o la conducción de vehículos; la contribución al éxito social o sexual; ideas o comportamientos que expresen éxito personal, familiar, social, deportivo o profesional; propiedades terapéuticas, o un efecto estimulante o sedante, o beneficios para la salud; la resolución de conflictos; una imagen negativa de la abstinencia o la sobriedad; una cualidad positiva derivada de su contenido alcohólico.

e) Utilizar términos equívocos o ambiguos, que puedan confundir fácilmente a las personas menores de edad, infraestimando los riesgos para la salud del consumo de bebidas alcohólicas.

3. En la publicidad de bebidas alcohólicas deberá constar:

a) El contenido de alcohol, expresado como porcentaje con respecto al volumen total; en el etiquetado, el contenido de alcohol será conforme a lo previsto en el Reglamento (UE) n.º 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. Si la publicidad abarca diversos productos con distinto contenido, éste se podrá expresar mediante un rango de valores.

b) La advertencia expresa de que están prohibida la venta a personas menores de edad y el consumo por éstas, pudiéndose utilizar para ello mensajes escritos u orales claros, inteligibles y precisos, o, en su lugar, imágenes o pictogramas inequívocamente significativos de estas prohibiciones.

c) La advertencia expresa de que el consumo por mujeres durante su gestación genera riesgos efectivos y daños graves para la salud del feto, pudiéndose utilizar para ello mensajes escritos u orales claros, inteligibles y precisos, o, en su lugar, imágenes o pictogramas inequívocamente significativos de esta información.

Artículo 26. Limitaciones de emplazamiento, difusión y distribución de la publicidad de bebidas alcohólicas y de la de sus personas o empresas productoras.

1. Se prohíbe cualquier forma directa, indirecta o encubierta de comunicación comercial de bebidas alcohólicas, o de productos que imiten o simulen ser una bebida alcohólica, o de bebidas sin alcohol que compartan su marca y rasgos diferenciales con los de bebidas alcohólicas, incluyendo el propio nombre comercial, la denominación social, símbolos o marcas comerciales de las personas o empresas productoras de dichas bebidas, así como de sus distribuidoras cuando se asocian de forma exclusiva a bebidas alcohólicas en la vía pública, o lugares visibles desde la misma. No obstante, podrá permitirse la publicidad limitada al nombre comercial, denominación social y marcas o

símbolos identificativos de las empresas productoras en un perímetro que diste más de 150 metros lineales de los accesos a centros educativos que impartan enseñanzas de educación infantil, educación básica, educación secundaria postobligatoria y enseñanzas elementales artísticas, centros sanitarios, de servicios sociales y sociosanitarios, parques y lugares de ocio infantil.

2. Se prohíbe también dicha publicidad en los lugares donde está prohibida la venta y el consumo de bebidas alcohólicas según lo dispuesto en el artículo 18.2, incluyendo:

- a) Transportes públicos terrestres y suburbanos, así como en sus terminales, estaciones y en las marquesinas o soportes materiales similares de las paradas.
- b) Centros, servicios y establecimientos sanitarios, educativos, de servicios sociales y socio-sanitarios.
- c) En las sedes de los órganos de las Administraciones públicas y de los organismos y entidades dependientes de ellas.

Artículo 27. Consulta previa de las comunicaciones comerciales en el ámbito de los sistemas de autorregulación y correulación.

1. Las empresas anunciantes de bebidas alcohólicas, y, en su defecto, las personas titulares de los medios de comunicación o de los soportes materiales en los que se vayan a realizar o difundir comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas, que formen parte integrante de un sistema de autorregulación y de un acuerdo de correulación, con un código de conducta en los términos contemplados en el artículo 12.2 letras b) y c) podrán someter a consulta previa dichas comunicaciones antes de efectuar su difusión por cualquier medio o soporte.

2. Las personas referidas en el apartado 1 no podrán difundir comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas sin haber efectuado antes la consulta previa al órgano independiente que se indica en el artículo 12.2.h) y haber obtenido del mismo un informe favorable.

3. En el ámbito de las comunicaciones comerciales audiovisuales, se estará a lo dispuesto en la Ley 13/2022, de 7 de julio.

CAPÍTULO II

Limitaciones a los servicios de comunicación audiovisual y otros servicios.

Artículo 28. Limitaciones a los servicios de comunicación audiovisual y servicios de intercambio de videos a través de plataforma.

La publicidad, y las demás formas de comunicaciones comerciales audiovisuales de bebidas alcohólicas, así como la publicidad del nombre comercial, de la denominación social y de los símbolos o marcas comerciales identificativos de las personas o empresas productoras de dichas bebidas, en cualquier de las modalidades de servicio de comunicación audiovisual, o en un servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, estarán sometidos a las prohibiciones o restricciones previstas en la Ley 13/2022, de 7 de julio, y su normativa de desarrollo. Estas prohibiciones o restricciones incluyen a los mensajes difundidos por los usuarios creadores de contenido de especial relevancia, de acuerdo con dicha Ley y su normativa de desarrollo.

Artículo 29. Limitaciones específicas en servicios de la sociedad de la información y otros servicios de comunicaciones electrónicas.

1. La publicidad de bebidas alcohólicas y otras formas similares de comunicación comercial de las mismas, así como la publicidad del nombre, de la denominación social y de los símbolos o marcas comerciales identificativos de las personas o empresas productoras de dichas bebidas, por medio de los servicios de la sociedad de la

información o de telecomunicación estarán sometidas a las prohibiciones y otras restricciones reguladas en el artículo 25. Quedarán exceptuadas de las prohibiciones y restricciones reguladas en el artículo 25 aquellas bebidas fermentadas que contentan alcohol en el 0,5 % de su volumen o menos.

2. Se prohíben la publicidad de bebidas alcohólicas y otras formas similares de comunicación comercial de las mismas, así como la publicidad del nombre comercial, de la denominación social y de los símbolos o marcas comerciales identificativos de las personas o empresas productoras de dichas bebidas en: entornos digitales como páginas o sitios web o junto a los enlaces de acceso a los mismos, aplicaciones, redes sociales, servicios de mensajería instantánea y otros objetivamente dirigidos principal o mayoritariamente a personas menores de edad; y entornos digitales asociados a descargas de videojuegos, música, películas y cualquier otros contenidos digitales, objetivamente dirigidos principal o mayoritariamente a personas menores de edad.

3. La publicidad de bebidas alcohólicas así como del nombre comercial, de la denominación social y de los símbolos o marcas comerciales identificativos de las personas o empresas productoras de dichas bebidas y otras formas similares de comunicación comercial de las mismas realizadas por medio del correo electrónico, de servicios de mensajería instantánea, del teléfono o de otros medios de comunicaciones electrónicas sólo podrán dirigirse a direcciones, números u otros elementos identificativos de los que sólo sean titulares personas físicas mayores de edad o personas jurídicas.

La funcionalidad de control parental que incorporan los dispositivos digitales deberá incluir estos contenidos entre los que deben ser restringidos.

CAPÍTULO III

Limitaciones en otras formas de comunicación comercial

Artículo 30. *Limitaciones del patrocinio de actividades, bienes, servicios, y espacios públicos.*

1. Se prohíbe el patrocinio por parte de personas o empresas productoras o distribuidoras de bebidas alcohólicas cuando las actividades, bienes, servicios y espacios públicos:

- a) Sean objetivamente destinados principal o mayoritariamente a personas menores de edad o a familias y públicos familiares.
- b) Se realicen en lugares donde esté prohibido el consumo de bebidas alcohólicas según lo dispuesto en el artículo 18.2.
- c) Se realicen en lugares donde esté prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas según lo dispuesto en el artículo 26.
- d) Se trate de congresos o eventos similares y acciones formativas destinados a profesionales de la sanidad, la enseñanza, la intervención social, el deporte y los servicios a la infancia y juventud.
- e) Se trate de páginas web, aplicaciones y redes sociales destinadas específicamente o mayoritariamente a personas menores de edad; y publicaciones en cualquier formato y soporte destinadas específicamente o mayoritariamente a personas menores de edad.
- f) Se trate de artículos, ropa y calzado sean o no deportivos destinados a personas menores de edad; vestuario escolar exigido para uso en centros educativos; y materiales utilizados con fines didácticos en centros educativos.

2. El patrocinio de bebidas alcohólicas en el ámbito audiovisual se regirá por lo dispuesto en la Ley 13/2022, de 7 de julio, y en su normativa de desarrollo.

Artículo 31. *Limitaciones aplicables a las ferias y otras actividades de comunicación comercial.*

1. Las ferias, exposiciones, y degustaciones de bebidas alcohólicas, así como otras actividades similares a las anteriores de comunicación comercial de bebidas alcohólicas, estarán prohibidas en cualquiera de los siguientes casos:

- a) Si están destinadas a personas menores de edad.
- b) En los lugares y circunstancias en los que está prohibido el consumo de bebidas alcohólicas de acuerdo con el artículo 18.2.
- c) En los lugares y circunstancias en los que está prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas de acuerdo con el artículo 26.

2. Se prohíbe acompañar el patrocinio de bebidas alcohólicas con materiales o productos que sean de uso principal o mayoritariamente por personas menores de edad.

3. Se prohíbe la entrega a una persona menor de edad de cualquier clase de material o producto destinado al patrocinio de bebidas alcohólicas, sea cual sea su naturaleza.

Artículo 32. *Limitaciones a la publicidad impresa.*

La publicidad de bebidas alcohólicas y otras formas similares de comunicación comercial de las mismas, así como la publicidad del nombre comercial, de la denominación social y de los símbolos o marcas comerciales identificativos de las personas o empresas productoras de dichas bebidas, en cualquiera de los soportes y formatos impresos tales como carteles, folletos, libros y materiales didácticos, estarán sometidas a las prohibiciones y otras restricciones reguladas en los artículos 25 y 28.

TÍTULO IV

Régimen sancionador

CAPÍTULO I

Régimen jurídico

Artículo 33. *Régimen jurídico aplicable.*

El ejercicio de la potestad sancionadora en el ámbito de esta ley se llevará a cabo conforme a los principios recogidos en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público y con sujeción a las reglas de procedimiento previstas en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Artículo 34. *Autoridad sancionadora.*

1. El ejercicio de la potestad sancionadora prevista en esta ley corresponde a la administración competente conforme al ámbito competencial sobre el que incida la infracción.

2. Los órganos competentes de las comunidades autónomas lo serán exclusivamente respecto de las infracciones cometidas en su ámbito territorial respectivo, y respecto de las actividades privadas realizadas únicamente en dicho territorio.

Artículo 35. *Sujetos responsables.*

1. Estarán sujetos al régimen sancionador establecido en esta ley las personas físicas y jurídicas que realicen cualquiera de las actuaciones descritas como infracciones en los artículos 36, 37 y 38.

2. La exigencia de responsabilidades derivada de las infracciones tipificadas en esta ley se extenderá a las personas responsables incluso aunque haya desaparecido su relación o cesado en su actividad en o con la entidad responsable.

3. Asimismo, en función de las distintas infracciones, también serán responsables de las mismas las personas titulares de las entidades, centros, locales o establecimientos en los que se cometa la infracción o, en su defecto, las personas empleadas que estuvieran a su cargo; la persona o empresa explotadora de la máquina expendedora; y la persona beneficiaria de la publicidad o promoción, entendiéndose por tal tanto al titular de la marca o producto anunciado como al titular del establecimiento o espacio en el que se exhibiese la publicidad, así como, en su caso, la empresa publicitaria y la patrocinadora.

4. Cuando la responsabilidad de los hechos cometidos correspondiese a personas menores de edad, responderán subsidiariamente las madres y padres, personas tutoras o guardadoras, en razón del incumplimiento de la obligación impuesta a los mismos de prevenir la comisión de infracciones administrativas que se imputasen a las personas menores de edad. La responsabilidad subsidiaria consiste en sufragar la cuantía pecuniaria de la multa impuesta.

CAPÍTULO II

Infracciones

Artículo 36. *Infracciones leves.*

1. Constituyen infracciones leves:

a) El consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad, con la excepción prevista en el artículo 18.1.

b) El consumo de bebidas alcohólicas en los lugares en los que esté prohibido según lo dispuesto en el artículo 18.2.

c) El incumplimiento de la obligación de información al público regulada en el artículo 22.

d) La negativa o resistencia al sometimiento a los controles de consumo de bebidas alcohólicas regulados en el artículo 15.

2. Las infracciones tipificadas como graves o muy graves que se cometan por negligencia y no conlleven un perjuicio directo para la salud individual o colectiva se sancionarán como infracciones leves.

Artículo 37. *Infracciones graves.*

1. Constituyen infracciones graves:

a) El incumplimiento en las medidas de prevención en establecimientos, recintos y organizadores de espectáculos y actividades recreativas contempladas en el artículo 17.

b) El incumplimiento de las limitaciones a la venta, dispensación y suministro contempladas en el artículo 19.

c) La compra por personas adultas de bebidas alcohólicas para su suministro a personas menores de edad.

d) La inducción a beber de una persona adulta sobre una persona menor de edad.

e) El incumplimiento de las limitaciones sobre exposición de bebidas alcohólicas contemplados en el artículo 20.

f) El incumplimiento de identificar a las personas adquirentes en caso de duda sobre su edad conforme al artículo 21.

g) El incumplimiento de las limitaciones contempladas en los apartados 2 y 3 del artículo 25 y en el artículo 26 de la presente ley, referentes a la limitación de la publicidad, y comunicación comercial de bebidas alcohólicas.

h) El incumplimiento de la obtención de informe favorable en la comunicación previa que debe realizar la empresa anunciante de bebidas alcohólicas, o en su defecto, las personas titulares de los medios de comunicación o de los soportes materiales en los que se vayan a realizar o difundir comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas conforme a lo dispuesto en el artículo 27.

i) El incumplimiento de las limitaciones contempladas en el artículo 29.1 de la presente ley, referentes a los servicios de la sociedad de la información y otros servicios de telecomunicación.

j) El incumplimiento de las limitaciones contempladas en las letras b) a f) del artículo 30.1, en las letras b) y c) del artículo 31.1 y en el artículo 32 de la presente ley, referentes a las limitaciones en «otras formas de comunicación comercial» del capítulo III del título III.

k) El incumplimiento de requerimientos específicos y de las medidas preventivas o definitivas que formulen las autoridades, siempre que se produzcan por primera vez y no concurra daño grave para la salud de las personas.

l) La negativa a suministrar datos, facilitar información o prestar colaboración a las autoridades o a sus agentes en el desarrollo de las labores de inspección o control.

m) Las acciones u omisiones que perturben, obstruyan o impidan el desempeño de la actividad inspectora o de control de la Administración, así como las ofensas graves a la autoridad o agente encargado de la misma.

2. Se considera infracción grave la comisión de una segunda infracción leve que suponga reincidencia con otra sanción firme en vía administrativa impuesta en el plazo de un año desde la fecha de la comisión de la segunda infracción.

3. Las infracciones tipificadas como leves, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 36 de la presente ley, se considerarán graves si se cometen con dolo y comportan un riesgo o perjuicio para la salud individual o colectiva, salvo que constituyan infracciones muy graves a tenor del artículo 38 de la presente norma.

4. En el ámbito de las comunicaciones comerciales audiovisuales, se estará a lo dispuesto en el Título X de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

Artículo 38. *Infracciones muy graves.*

1. Constituyen infracciones muy graves:

a) El incumplimiento de medidas preventivas o definitivas que se adopten por las autoridades competentes cuando se produzca de manera reiterada o concurra daño grave para la salud de las personas.

b) La resistencia, coacción, amenaza, represalia, desobediencia o cualquier forma de presión grave ejercida sobre las autoridades o sus agentes en el ejercicio de su actividad.

c) El incumplimiento doloso de las prohibiciones y limitaciones sobre publicidad, patrocinio y promoción de bebidas alcohólicas, cuando inciten al consumo generalizado o abusivo en personas menores o cuando causen riesgo o perjuicio muy grave para la salud.

d) El incumplimiento de las limitaciones en publicidad y comunicación comercial recogidas en el apartado 1 del artículo 25.

e) El incumplimiento de las limitaciones contempladas en el artículo 29.2 y 29.3 referentes a servicios de la sociedad de la información y otros servicios de comunicaciones electrónicas.

f) La publicidad en medios impresos de carácter didáctico tales como libros, folletos, entre otros destinados a personas menores de edad.

g) El incumplimiento de las limitaciones contempladas en la letra a) del artículo 30.1 relativa a las limitaciones en el patrocinio de actividades, bienes, servicios y espacios públicos cuando sean principalmente destinados a personas menores de edad o a familias y públicos familiares.

h) El incumplimiento de las limitaciones contempladas en el artículo 31.1.a) referentes a las limitaciones aplicables a las ferias, exposiciones, y degustaciones de bebidas alcohólicas, así como otras actividades similares a las anteriores de comunicación comercial de bebidas alcohólicas.

2. Se considera infracción muy grave la comisión de una segunda infracción grave que suponga reincidencia con otra sanción firme en vía administrativa impuesta en un plazo de un año desde la fecha de la comisión de la segunda infracción.

3. Las infracciones tipificadas en los artículos 36 y 37 de la presente ley se considerarán muy graves si son dolosas y comportan un grave riesgo para la salud individual o colectiva.

4. En el ámbito de las comunicaciones comerciales audiovisuales, se estará a lo dispuesto en el Título X de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

Artículo 39. *Prescripción de las infracciones.*

1. Las infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las graves a los dos años y las leves al año.

2. El plazo de prescripción de las infracciones comenzará a contarse desde el día en que la infracción hubiera sido cometida. En el supuesto de infracción continuada, la fecha inicial del cómputo será la de finalización de la actividad o la del último acto con el que la infracción se consume.

3. La prescripción se interrumpirá por la iniciación, con notificación a la persona interesada, del procedimiento sancionador, reanudándose el plazo de prescripción si el expediente sancionador permaneciera paralizado durante más de un mes por causa no imputable a aquellas personas contra quienes se dirija.

4. En el ámbito de las comunicaciones comerciales audiovisuales, la prescripción de las infracciones será la establecida en el artículo 161 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

CAPÍTULO III

Sanciones

Artículo 40. *Sustitución de multas impuestas a personas menores de edad por infracciones relacionadas con el consumo.*

1. La multa impuesta a personas menores de edad por infringir el artículo 18.1 podrá ser sustituida por las medidas reeducadoras o rehabilitadoras alternativas al pago de dicha multa que se determinen, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 44.

2. La sustitución de la multa deberá solicitarla previamente la persona menor de edad infractora o sus padres, madres, personas tutoras o guardadoras, dentro del plazo máximo para el pago de dicha multa, y estará condicionada a la aceptación expresa y escrita por la persona menor, y por sus padres, madres, personas tutoras o guardadoras, de las medidas reeducadoras o rehabilitadoras alternativas al pago de dicha multa que se determinen por el órgano administrativo que la hubiera impuesto.

3. El órgano administrativo sancionador acordará la sustitución total de la multa impuesta una vez finalizada la medida o medidas siempre que la persona menor no la haya abandonado voluntariamente.

En caso de abandono voluntario de la medida o medidas, el órgano administrativo sancionador acordará la ejecución de la multa. También se acordará dicha ejecución si la

persona menor reincide en la comisión de la misma infracción durante el periodo de desarrollo de la medida o medidas.

Artículo 41. *Sanciones.*

1. Las infracciones leves serán sancionadas con apercibimiento o con multa de 100 hasta 600 euros.

2. Las infracciones graves serán sancionadas con multas de 601 euros hasta 30.000 euros y/o suspensión temporal de la actividad y/o con cierre temporal, total o parcial, del establecimiento, centro, local o empresa, por un periodo de hasta tres años. La autoridad competente podrá acordar como medida accesoria la prohibición de acceder a cualquier tipo de ayuda pública por un periodo de hasta tres años.

3. Las infracciones muy graves serán sancionadas con multa de 30.001 euros hasta 600.000 euros y/o cierre temporal, total o parcial, del establecimiento, centro, local o empresa, por un periodo de hasta cinco años. La autoridad competente podrá acordar como medida accesoria la prohibición de acceder a cualquier tipo de ayuda pública o de seguridad social por un periodo de hasta cinco años.

4. La imposición de las anteriores sanciones podrá conllevar la incautación de las mercancías u objetos directamente relacionados con los hechos constitutivos de la infracción y, en su caso, su destrucción siempre que se trate de una sanción firme con consentimiento previo de la persona propietaria o imperen razones de salud o imposibilidad de conservación.

5. No tendrá carácter de sanción la resolución que establezca el cierre de los establecimientos o la suspensión de su actividad o funcionamiento que no cuenten con la autorización exigida, hasta que no se subsanen los defectos apreciados o se cumplan los requisitos exigidos para su funcionamiento. Independientemente de la resolución de cierre o suspensión, podrá iniciarse un procedimiento sancionador.

6. Cuando las acciones y omisiones tipificadas como infracción administrativa en esta ley estén tipificadas también como infracción administrativa en otra ley distinta, estatal o autonómica, y ésta regule sanciones de multa con límites mínimos o máximos inferiores a los regulados en este artículo, serán de aplicación los límites mínimos y máximos superiores regulados en este artículo.

7. En el ámbito de las comunicaciones comerciales audiovisuales, se estará a lo dispuesto en el artículo 162 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

Artículo 42. *Graduación.*

1. Para la determinación del alcance de las sanciones contempladas en la presente ley se tendrán en consideración el principio de proporcionalidad establecido en el artículo 29 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, y los siguientes criterios de graduación:

- a) El riesgo o perjuicio generado para la salud.
- b) El grado de culpabilidad o intencionalidad.
- c) Que la infracción perjudique a personas menores de edad.
- d) La transcendencia de la infracción, que las personas menores de edad tengan menos de 14 años, o que se trate de personas menores de edad con discapacidad.
- e) El volumen de negocio y los beneficios obtenidos por la conducta.
- f) La reincidencia y reiteración.
- g) El grado de difusión de la publicidad.
- h) El grado de colaboración con la Administración.

2. Para graduar la sanción se podrán valorar como atenuantes muy cualificadas:

- a) Que, requerido la presunta persona infractora para que realice las actuaciones oportunas que den lugar al cese de la infracción, sea atendido dicho requerimiento.

b) Que la persona infractora acredite, por cualquiera de los medios válidos en derecho, con anterioridad a recaer la resolución del expediente sancionador, que ha mitigado o subsanado total o parcialmente las consecuencias que resultaron de la conducta que dio lugar a la iniciación del procedimiento.

3. En todo caso, cuando la cuantía de la multa resulte inferior al beneficio obtenido por la comisión de la infracción de acuerdo con lo previsto en la letra e) del apartado 1 de este artículo, la sanción será aumentada hasta la cuantía del importe en que se haya beneficiado la persona infractora.

4. Si un mismo hecho u omisión fuera constitutivo de dos o más infracciones tipificadas en esta ley, solo se sancionará, en los casos en que sea posible, la infracción que prevea mayor sanción.

5. En el ámbito de las comunicaciones comerciales audiovisuales, se estará a lo dispuesto en el Título X de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

Artículo 43. *Concurrencia.*

El ejercicio de la potestad sancionadora previsto en este título es autónomo y podrá concurrir con el régimen disciplinario del personal funcionario, estatutario o laboral que resulte de aplicación en cada caso.

Artículo 44. *Medidas reeducadoras y rehabilitadoras.*

1. Las actividades en que, a los efectos previstos en el artículo 40, podrán participar las personas menores de edad y en su caso sus padres, madres, personas tutoras o guardadoras, serán una o más de las siguientes:

a) Programas de prevención indicada basados en la orientación e intervención breve, de sensibilización y concienciación sobre el consumo de alcohol, los riesgos y efectos perjudiciales para la salud, la sociedad y la seguridad de las personas relacionados con su consumo.

b) Programas de tratamiento o rehabilitadores, en centros sanitarios o sociosanitarios, cuando a juicio del órgano sancionador, basado en informes técnicos, se aprecien indicios de trastorno patológico relacionado con el consumo de alcohol.

2. Las actividades y los centros en que se desarrollen deberán haber sido previamente autorizadas por las Administraciones públicas de las comunidades autónomas y de las ciudades de Ceuta y Melilla, de acuerdo con la legislación vigente en sus respectivos territorios, y evitando la participación de entidades vinculadas a sectores económicos con potenciales conflictos de interés.

Artículo 45. *Prescripción de las sanciones.*

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

2. El plazo de prescripción de las sanciones comenzará a contarse desde el día siguiente a aquel en que sea ejecutable la resolución por la que se impone la sanción, o haya transcurrido el plazo para recurrirla.

3. Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento de la persona interesada, del procedimiento de ejecución, volviendo a transcurrir el plazo si aquel está paralizado durante más de un mes por causa no imputable a la persona infractora.

4. En el caso de desestimación presunta del recurso de alzada interpuesto contra la resolución por la que se impone la sanción, el plazo de prescripción de la sanción comenzará a contarse desde el día siguiente a aquel en que finalice el plazo legalmente previsto para la resolución de dicho recurso.

Disposición adicional primera. *Planes o programas específicos de inspección.*

1. Las Administraciones públicas, en su respectivo ámbito competencial y territorial, podrán diseñar, aprobar y ejecutar planes o programas específicos de prevención del consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad en establecimientos o recintos públicos y de actividades que están sometidos en esta ley al cumplimiento de obligaciones o al respeto de limitaciones o prohibiciones.

2. Dichos planes o programas serán objeto de evaluación con la periodicidad que se determine por la Administración que los elabore.

Disposición adicional segunda. *Encuestas y estadísticas estatales.*

1. El Plan Estadístico Nacional contendrá una estadística de ámbito nacional que cubrirá el consumo de bebidas alcohólicas en el ámbito de las personas menores de edad.

2. Las encuestas y estadísticas estarán sometidas al régimen jurídico general establecido en la legislación estatal sobre función pública estadística y sobre protección de datos de carácter personal.

Disposición adicional tercera. *Destino del producto de multas y de bienes incautados.*

1. Las Administraciones públicas, dentro de sus respectivos ámbitos, podrán destinar total o parcialmente el producto líquido de las multas impuestas por las mismas de acuerdo con esta ley al desarrollo de actividades o programas públicos de prevención del consumo de bebidas alcohólicas por personas menores de edad, en las condiciones y con el procedimiento que se establezcan reglamentariamente, en sus respectivos ámbitos, por dichas Administraciones.

2. Los bienes muebles incautados por resolución sancionadora firme de acuerdo con esta ley podrán ser enajenados sólo a personas físicas o jurídicas que no hayan sido declaradas responsables de las infracciones.

El producto líquido obtenido con dicha enajenación podrá ser destinado total o parcialmente al cumplimiento de los fines indicados en el apartado 1, en la forma, en las condiciones y por el procedimiento que se regulen en norma reglamentaria aprobada por la correspondiente Administración pública, o en su defecto de acuerdo con su legislación patrimonial.

Disposición adicional cuarta. *No incremento del gasto público.*

1. La aplicación de esta ley se hará sin aumento del coste de funcionamiento de los servicios y no supondrá incremento del gasto público.

2. Las medidas incluidas en esta norma se atenderán con las dotaciones presupuestarias ordinarias y no podrán suponer incremento de dotaciones ni de retribuciones ni de otros gastos de personal.

Disposición adicional quinta. *Protección de datos.*

1. Todos los tratamientos de datos de carácter personal de las personas físicas derivados de la aplicación de esta ley se realizarán con estricta sujeción a lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y el Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales y a la libre circulación de estos datos y en el resto de la normativa sobre protección de datos personales.

2. En el ámbito de sus competencias, los responsables de los tratamientos de datos de carácter personal de los menores de edad deberán garantizar el debido respeto y garantía del derecho fundamental a la protección de los datos de los afectados, recayendo dicha responsabilidad en los órganos o Administraciones públicas que, en

cada caso, decidan sobre los fines y medios utilizados para dichos tratamientos. En todo caso, sin perjuicio de las previsiones contenidas en la normativa de las comunidades autónomas o las ciudades de Ceuta y Melilla, y en la sectorial que sea de aplicación, los órganos y Administraciones responsables de los tratamientos realizados al amparo de esta ley, responderán directamente ante los afectados por dichos tratamientos de datos en consideración a su condición de responsables o, en su caso, corresponsables de dichos tratamientos, atendiendo a lo dispuesto, respectivamente en los artículos 24 y 26 del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y el Consejo, de 27 de abril de 2016.

3. Los datos de carácter personal que se recaben directamente de los menores afectados serán tratados de forma confidencial y serán conservados el tiempo necesario para cumplir con la finalidad para la que se obtienen y para determinar las posibles responsabilidades que se pudieran derivar de la finalidad, además de los períodos establecidos en la normativa de archivos y registros.

4. Los derechos de acceso, rectificación, supresión y portabilidad de los datos, de limitación y oposición a su tratamiento, así como a no ser objeto de decisiones basadas únicamente en el tratamiento automatizado de sus datos, se podrán ejercitar cuando proceda ante el órgano o Administración pública que, en cada caso, actúe como responsable del tratamiento. En su caso, también se podrá presentar una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos.

Disposición adicional sexta. *Productos que imiten o simulen bebidas alcohólicas.*

A los efectos de esta ley, las bebidas fermentadas que contengan alcohol en el 0,5 % de su volumen o menos, no se consideran productos que imiten o simulen las bebidas alcohólicas, ni estarán sometidas a la limitación en publicidad y comunicación comercial, o a las limitaciones de emplazamiento, difusión y distribución de la publicidad de bebidas alcohólicas.

Disposición adicional séptima. *Campañas publicitarias.*

La prohibición del uso de términos ambiguos en las campañas publicitarias incluida en el artículo 25 se entiende con independencia de lo previsto en el artículo 4 de la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino, publicada el 11 de julio de 2003, para las campañas financiadas con fondos públicos estatales.

Disposición adicional octava. *Espacios comerciales en los aeropuertos.*

Las limitaciones fijadas en el artículo 20.a) no serán de aplicación a los espacios comerciales en los aeropuertos.

Disposición transitoria primera. *Procedimientos sancionadores en tramitación.*

Los procedimientos sancionadores iniciados a la entrada en vigor de esta ley se registrarán por la legislación anterior, salvo que esta ley contenga disposiciones más favorables para las personas interesadas.

Disposición transitoria segunda. *Regulación de las limitaciones en publicidad y comunicación comercial.*

La regulación contenida en los artículos 25 y 26 referida a las limitaciones en publicidad y comercial, así como a las limitaciones de emplazamiento, difusión y distribución de la publicidad, será de aplicación a partir de la entrada en vigor de la presente ley, sin que afecte a situaciones existentes a la entrada en vigor de la misma.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

1. Quedan derogadas todas las normas, con igual o inferior rango, que se opongan al régimen establecido en esta ley.

2. Queda específicamente derogado el apartado 2 del artículo 60 del Real Decreto 2816/1982, de 27 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento General de Policía de Espectáculos públicos y actividades recreativas.

Disposición final primera. *Modificación de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.*

Se añade al final del apartado 5 del artículo 5 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, el siguiente párrafo:

«Se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas en los supuestos en los que está prohibida en la Ley .../..., de prevención del consumo de bebidas alcohólicas y de sus efectos en las personas menores de edad».

Disposición final segunda. *Modificación de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.*

El apartado 3 del artículo 123 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, queda redactado como sigue:

«3. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas y de productos que imiten o simulen ser una bebida alcohólica, así como la publicidad del nombre comercial, de la denominación social y de los símbolos o marcas comerciales identificativos de las personas o empresas productoras de dichas bebidas, en cualquier de las modalidades de servicio de comunicación audiovisual, o en un servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, que cumpla alguno de los siguientes requisitos:

a) Se dirija específicamente a personas menores de edad, o presente a personas menores de edad consumiendo dichas bebidas.

b) Utilice la imagen o la voz o la referencia de personas menores de edad, o de personas mayores de edad cuando se presenten caracterizadas o disfrazadas de personas menores de edad; personas o personajes, reales o de ficción, cuya relevancia pública o su popularidad estén vinculadas con la población menor de edad, mujeres en estado de gestación, aunque hayan prestado su consentimiento, o la imagen de un feto.

c) Asocie el consumo a la mejora del rendimiento físico o a la conducción de vehículos.

d) Dé la impresión de que su consumo contribuye al éxito social o sexual, o lo asocie, vincule o relacione con ideas o comportamientos que expresen éxito personal, familiar, social, deportivo o profesional.

e) Sugiera que las bebidas alcohólicas tienen propiedades terapéuticas, o un efecto estimulante o sedante, o que constituyen un medio para resolver conflictos, o que tiene beneficios para la salud.

f) Fomente el consumo de riesgo, u ofrezca una imagen negativa de la abstinencia o la sobriedad.

g) Subraye como cualidad positiva de las bebidas su contenido alcohólico.

h) Se incluya en los programas o bloques de programas, así como en sus respectivas interrupciones, que estén objetivamente destinados de forma principal o mayoritaria a personas menores de edad.»

Disposición final tercera. *Título competencial.*

1. La presente ley se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.1.^a y 16.^a de la Constitución, que atribuyen al Estado las competencias para la regulación de las condiciones básicas que garanticen la igualdad de todos los españoles en el ejercicio de los derechos y en el cumplimiento de los deberes constitucionales y sobre las bases y coordinación general de la sanidad.

2. Las previsiones de actuación de las diversas administraciones públicas contempladas en la presente ley se llevarán a cabo en el marco de la consideración de las competencias de las comunidades autónomas y de las ciudades de Ceuta y Melilla en los diversos ámbitos concernidos y de las disposiciones adoptadas por estas en su desarrollo.

Disposición final cuarta. *Habilitación reglamentaria.*

Sin perjuicio de las competencias normativas de las comunidades autónomas y de las ciudades de Ceuta y Melilla, se habilita al Gobierno, a propuesta de las personas titulares de los ministerios competentes por razón de la materia, a dictar las disposiciones reglamentarias necesarias para el desarrollo de lo establecido en la presente ley.

Disposición final quinta. *Entrada en vigor.*

La presente ley entrará en vigor a los seis meses de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado», con las siguientes excepciones:

- a) Los artículos 5 a 14, ambos inclusive, que entrarán en vigor a los dieciocho meses de la referida publicación, y la obligación derivada del artículo 19.3, que será exigible a los dieciocho meses de la referida publicación.
- b) El título III, que entrará en vigor transcurrido un año desde la referida publicación.



LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Real Decreto 678/2016, de 16 de diciembre, por el que se aprueba la norma de calidad de la cerveza y de las bebidas de malta.

Ministerio de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales
«BOE» núm. 304, de 17 de diciembre de 2016
Referencia: BOE-A-2016-11952

TEXTO CONSOLIDADO

Última modificación: sin modificaciones

Hasta el momento actual, desde el punto de vista de la calidad alimentaria, la elaboración y comercialización de cervezas y bebidas de malta en España han estado reguladas por la normativa horizontal de la Unión Europea en materia alimentaria, por el Real Decreto 53/1995, de 20 de enero, por el que se aprueba la Reglamentación técnico- sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de la cerveza y de la malta líquida, y por la Orden de 15 de octubre de 1985, por la que se aprueban los métodos oficiales de análisis de cerveza.

Ante el desarrollo de innovaciones tecnológicas, la evolución de los mercados y la modificación de las expectativas de los consumidores, resulta necesario actualizar la normativa nacional sobre elaboración y comercialización de cervezas y bebidas de malta.

Por otra parte, el Real Decreto 176/2013, de 8 de marzo, por el que se derogan total o parcialmente determinadas reglamentaciones técnico-sanitarias y normas de calidad referidas a productos alimenticios, ha realizado una derogación parcial de la normativa nacional sobre elaboración y comercialización de cervezas y bebidas de malta, anulando la mayor parte de los requisitos higiénico-sanitarios que figuraban en la misma.

La disposición final cuarta de la Ley 28/2015, de 30 de julio, para la defensa de la calidad alimentaria, habilita al Gobierno para aprobar normas de calidad de productos alimenticios, con el objeto, entre otros, de

adaptarse a la reglamentación de la Unión Europea, y de simplificar, modernizar y valorizar las normas existentes así como de mejorar la competitividad del sector, incluyendo los adelantos producidos por la innovación tecnológica. En este contexto, se estima necesario aprobar una nueva norma de calidad para la cerveza y las bebidas de malta, actualizando su contenido a la realidad actual del mercado y derogando el Real Decreto 53/1995, de 20 de enero, y la Orden de 15 de octubre de 1985, con el fin de mejorar la seguridad jurídica, garantizar la leal competencia entre las industrias, dotar de las mismas condiciones a todos los productores, mejorar la competitividad del sector y proporcionar una información adecuada al consumidor que facilite su derecho a la elección de compra.

La adopción mediante real decreto de la presente regulación como normativa básica toma su asiento en la habilitación contenida en el artículo 149.1, regla 13.^a, de la Constitución Española. De conformidad con la doctrina del Tribunal Constitucional, se fundamenta en el carácter marcadamente técnico del objeto de la regulación y en la necesidad de establecer un marco normativo unitario, que sea de aplicación a todo el territorio nacional y asegure un tratamiento uniforme a todos los productores.

Este real decreto se ha sometido al procedimiento previsto en la Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información, así como a lo dispuesto en el Real Decreto 1337/1999, de 31 de julio, por el que se regula la remisión de información en materia de normas y reglamentaciones técnicas y reglamentos relativos a los servicios de la sociedad de la información.

Asimismo, se ha sometido al procedimiento previsto en el Reglamento (UE) n.º 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y por el que se modifican los Reglamentos (CE) n.º 1924/2006 y (CE) n.º 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, y por el que se derogan la Directiva 87/250/CEE de la Comisión, la Directiva 90/496/CEE del Consejo, la Directiva 1999/10/CE de la Comisión, la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 2002/67/CE, y 2008/5/CE de la Comisión, y el Reglamento (CE) n.º 608/2004 de la Comisión.

En el proceso de tramitación de este real decreto se ha consultado a las comunidades autónomas, las ciudades de Ceuta y Melilla y las entidades representativas de los sectores afectados, habiendo emitido informe favorable la Comisión Interministerial para la Ordenación Alimentaria.

En su virtud, a propuesta de la Ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente y de la Ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 16 de diciembre de 2016,

DISPONGO:

Artículo 1. *Objeto.*

El objeto de este real decreto es establecer la normativa básica de calidad para la elaboración y comercialización de la cerveza y de las bebidas de malta.

Artículo 2. *Definiciones relativas a las materias primas.*

A los efectos de este real decreto, se establecen las siguientes

definiciones relativas a las materias primas:

1. Malta: Producto final obtenido de los granos de cebada o de otros cereales una vez sometidos al proceso de malteo: Remojo, germinación y ulterior desecación y tostados en condiciones tecnológicamente adecuadas. Se designará con la denominación del cereal de procedencia.

2. Mosto de malta: Líquido obtenido por tratamiento de malta con agua potable para extraer los principios solubles en condiciones tecnológicamente apropiadas.

3. Extracto de malta: producto de consistencia siruposa o en polvo, obtenido por concentración del mosto de malta.

4. Mosto cervecero: Producto obtenido a partir de malta molida o sus extractos, mediante un proceso de extracción acuosa por sacarificación enzimática. A continuación se clarificará, se agregará el lúpulo o sus derivados en este punto o también en etapas posteriores y se seguirá con un proceso de cocción. Podrán utilizarse otros productos amiláceos o también azúcares siempre y cuando la malta represente, al menos, el 50 % en masa del total de la materia prima empleada.

Artículo 3. *Definiciones relativas a los productos y a los métodos de fabricación.*

A los efectos de este real decreto, se establecen las siguientes definiciones relativas a los productos y a sus métodos de fabricación:

1. Bebida de malta: Bebida no fermentada obtenida a partir de malta, sola o mezclada con otros productos amiláceos, sometida a un proceso de cocción, con o sin lúpulo o sus derivados. En todos los casos la malta representará, al menos, el 50 % del total de los productos amiláceos utilizados. Su graduación alcohólica será menor al 1 por 100 en volumen.

2. Cerveza: Alimento resultante de la fermentación, mediante levaduras seleccionadas, de un mosto cervecero elaborado a partir de materias primas naturales.

Según sus características, se distinguen los siguientes tipos de cerveza:

a) Cerveza de cereales: Cuando en el mosto cervecero la presencia de malta de cebada sea inferior al 50 % respecto al total de la malta llevará la denominación de «Cerveza de» seguida del nombre del cereal con mayor contenido en peso.

b) Cerveza extra: Cerveza con un extracto seco primitivo superior o igual al 15 por 100 en masa.

c) Cerveza especial: Cerveza con un extracto seco primitivo superior o igual al 13 por 100 en masa e inferior al 15 por 100 en masa.

d) Cerveza negra: Cerveza que supere las 50 unidades de color, conforme al método analítico de la European Brewery Convention (EBC).

e) Cerveza de bajo contenido en alcohol: Cerveza cuya graduación alcohólica esté comprendida entre el 1 y el 3 por 100 en volumen.

f) Cerveza sin alcohol: Cerveza cuya graduación alcohólica sea menor al 1 por 100 en volumen.

3. Clara: Mezcla de cualquier tipo de cerveza con gaseosa, o con bebida refrescante aromatizada o bebida refrescante de zumos de frutas con carácter organoléptico exclusivamente de cítricos, en la que el porcentaje de cerveza sea superior al 50 por 100 o su graduación alcohólica sea superior a 0,5 por 100 en volumen.

4. Fabricación artesana: Elaboración conforme a lo establecido en la presente norma de calidad, mediante un proceso que se desarrolle de forma completa en la misma instalación y en el que la intervención personal constituye el factor predominante, bajo la dirección de un maestro cervecero o artesano con experiencia demostrable y primando en su fabricación el factor humano sobre el mecánico, obteniéndose un resultado final individualizado, que no se produzca en grandes series, siempre y cuando se cumpla la legislación que le sea aplicable en materia de artesanía.

Artículo 4. *Prácticas prohibidas.*

En la elaboración, manipulación y venta al consumidor final de la cerveza y de las bebidas de malta, se prohíben las siguientes prácticas:

1. La transformación del almidón en azúcares, mediante hidrólisis exclusivamente ácida.
2. Cualquier manipulación o trasvase fuera de las instalaciones productivas, salvo que se realice con autorización de la empresa cervecera elaboradora.
3. La adición de alcohol, excepto el procedente del propio proceso de fermentación y elaboración de la cerveza.
4. La sustitución del lúpulo o sus derivados por otros principios amargos.
5. La neutralización después del proceso de fermentación.

Artículo 5. *Otros ingredientes.*

En la elaboración de los productos comprendidos en el ámbito de esta norma de calidad podrá utilizarse, de conformidad con las buenas prácticas de elaboración, cualquier otro ingrediente utilizado en alimentación humana o, en su caso, autorizado de conformidad con la normativa relativa a nuevos alimentos, distinto de los propios de cerveza o de su proceso de elaboración, siempre que no exceda el 2 por 100 en peso del producto final.

El límite del 2 por 100 establecido en el párrafo anterior no incluye los aditivos, aromas, enzimas o coadyuvantes empleados en el proceso de fabricación.

Artículo 6. *Características de los productos terminados.*

Desde el punto de vista de la calidad alimentaria, además de los requisitos establecidos en sus respectivas definiciones, la cerveza y las bebidas de malta deberán presentar las siguientes características:

1. Un pH inferior o igual a 5,5.
2. Un amargor superior a 5 mg/l (1 mg/l de α isoácidos en cervezas equivale a una unidad de amargor IBU), excepto en el caso de las bebidas de malta.

Artículo 7. *Información alimentaria facilitada al consumidor.*

1. La información alimentaria facilitada al consumidor sobre los productos objeto de este real decreto se regirá por lo dispuesto en las normas de ámbito comunitario y nacional aplicables en la materia.

2. La denominación legal será la establecida en el artículo 3 de esta norma, con las siguientes particularidades:

a) Los productos que satisfagan una de las definiciones establecidas en los apartados a) a f), ambos inclusive, del artículo 3.2, deberán emplear la denominación legal que les corresponda.

En caso contrario, deberán emplear la denominación legal «cerveza».

b) Los productos que satisfagan más de una de las definiciones establecidas en los apartados a) a f), ambos inclusive, del artículo 3.2, deberán emplear una denominación legal en la que se combinen las correspondientes denominaciones.

3. Las cervezas que se elaboren conforme al método de fabricación artesana podrán incluir la expresión «de fabricación artesana», como información alimentaria voluntaria.

4. En la información alimentaria facilitada al consumidor sobre los productos objeto de este real decreto, podrá incluirse otra información alimentaria voluntaria, siempre y cuando ésta sea conforme con las normas de la Unión Europea y nacionales aplicables en la materia.

En particular, se podrá indicar la variedad o estilo de cerveza, siempre y cuando éstos sean compatibles con la legislación en materia de regímenes de calidad, propiedad intelectual, incluidas marcas, y cualquier otra que pueda resultar aplicable.

Artículo 8. *Venta y despacho de cerveza de barril o de otros grandes formatos.*

1. En los dispositivos para el despacho de cerveza de barril o de otros grandes formatos, habrá de constar la marca o nombre comercial de la cerveza expedida mediante dicho

dispositivo.

2. Cuando el gas propulsor que se utilice entre en contacto con la cerveza, sólo podrá utilizarse anhídrido carbónico u otro gas o mezcla de gases aptos para uso alimentario, de conformidad a los criterios de identidad y pureza legalmente aprobados. Los recipientes a presión que contengan dichos gases sólo podrán rellenarse en aquellas instalaciones que se adecuen a las condiciones previstas por la normativa aplicable a los equipos a presión y sus instrucciones técnicas complementarias.

Artículo 9. Métodos analíticos.

Los métodos de análisis utilizados en los controles oficiales conformes con esta normativa son los recomendados por la European Brewery Convention (EBC) o, en su defecto, aquellos métodos de organismos nacionales e internacionales de reconocida solvencia.

1. Grado alcohólico. Se pueden utilizar los siguientes métodos alternativos:

- a) Destilación y densimetría.
- b) Espectroscopia de Infrarrojo Cercano (NIR).
- c) Cromatografía de gases (bajo contenido en alcohol y sin alcohol).
- d) Enzimático (bajo contenido en alcohol y sin alcohol).

2. pH: Potenciometría.

3. Densidad y masa volúmica: Densimetría.

4. Extracto real: Densimetría y cálculos.

5. Extracto seco primitivo: Cálculo (mediante fórmula de Balling).

6. Color: Espectrofotometría a 430 nm.

7. Amargor. Se pueden utilizar los siguientes métodos alternativos:

- a) Espectrofotometría a 275 nm (unidades IBU, International Bitterness Unit).
- b) Iso α ácidos del lúpulo: HPLC.

En la determinación del extracto seco primitivo se admitirá una tolerancia de 0,3 unidades en el porcentaje calculado para la cerveza extra y de 0,2 unidades para las demás.

Artículo 10. Régimen sancionador.

El incumplimiento de lo establecido en esta norma de calidad se sancionará de acuerdo con la Ley 28/2015, de 30 de julio, para la defensa de la calidad alimentaria, y con la normativa que regule las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor.

Disposición adicional primera. Cláusula de reconocimiento mutuo.

Los requisitos de la presente reglamentación no serán de aplicación a los productos legalmente fabricados o comercializados en los otros Estados miembros de la Unión Europea, ni a los productores originarios de los países de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC), partes contratantes en el Acuerdo del Espacio Económico Europeo (EEE), ni a los Estados que tengan un acuerdo de Asociación Aduanera con la Unión Europea.

Disposición adicional segunda. Control del gasto público.

Las medidas incluidas en esta norma no podrán suponer incremento de dotaciones ni de retribuciones ni de otros gastos de personal.

Disposición transitoria única. Comercialización de existencias de productos.

Los productos fabricados y las etiquetas y envases rotulados adquiridos antes de la entrada en vigor de este real decreto que cumplan las disposiciones aplicables en ese momento, podrán comercializarse hasta que

se agoten las existencias.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Quedan derogados el Real Decreto 53/1995, de 20 de enero, por el que se aprueba la Reglamentación técnico-sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de la cerveza y de la malta líquida, y la Orden de 15 de octubre de 1985, por la que se aprueban los métodos oficiales de análisis de cerveza.

Disposición final primera. *Título competencial.*

Este real decreto se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.13.^a de la Constitución Española, que atribuye al Estado la competencia exclusiva sobre bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrara en vigor el día siguiente al de su publicación en el

«Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid, el 16 de diciembre de 2016.