

Prevención del consumo de alcohol en las personas menores de edad

Buenas prácticas para entidades locales

1 Normativa sobre disponibilidad y accesibilidad

- Garantizar el cumplimiento de la ley que prohíbe la venta, facilitando denuncias y controles.
- Prohibir publicidad y promociones dirigidas a personas menores.
- Exigir identificación, formar al personal y evitar ventas indirectas.
- Limitar la venta y consumo en espacios públicos, así como los horarios mediante ordenanzas (actualizar normativa).
- Mayor control en tiendas de barrio con horarios extensos de mercancía variada.

2 Políticas de prevención libres de conflictos de interés

- Promover entornos y actividades saludables, y alternativas de ocio sin alcohol.
- Evitar cualquier colaboración o financiación de la industria del alcohol o entidades afines.
- Integrar la prevención en los planes locales de salud, educación y juventud.
- Incluir cláusulas preventivas en contratos municipales para limitar la oferta de alcohol en eventos.

3 Promover actuaciones integrales e intersectoriales

- Coordinar la acción entre diferentes sectores: salud, educación, juventud, fuerzas y cuerpos de seguridad, ocio, comercio, organizaciones sociales, etc.
- Movilizar a la comunidad para implementar programas preventivos y de tratamiento basados en la evidencia.
- Impulsar acuerdos institucionales para prevenir el consumo de alcohol en menores.

4 Evaluar y adaptar intervenciones

- Identificar y supervisar momentos y lugares de mayor riesgo (fiestas, eventos locales).
- Recoger datos sobre lugares, momentos y formas de consumo.
- Supervisar eventos para evitar el consumo de alcohol por personas menores de edad.
- Realizar estudios sobre la venta y dispensación de alcohol a menores para medir el cumplimiento de la ley y detectar barreras.

Datos de interés

Consideran fácil acceso al alcohol

52%

12-13 años

93%

14-18 años

Lugares donde se consigue

12-13 años

- 1º Tiendas de barrio, quioscos, bodegas
- 2º Casas de otras personas
- 3º Su propia casa



14-18 años

- 1º Bares/Pubs
- 2º Supermercados
- 3º Tiendas de barrio, quioscos, bodegas



Ideas clave



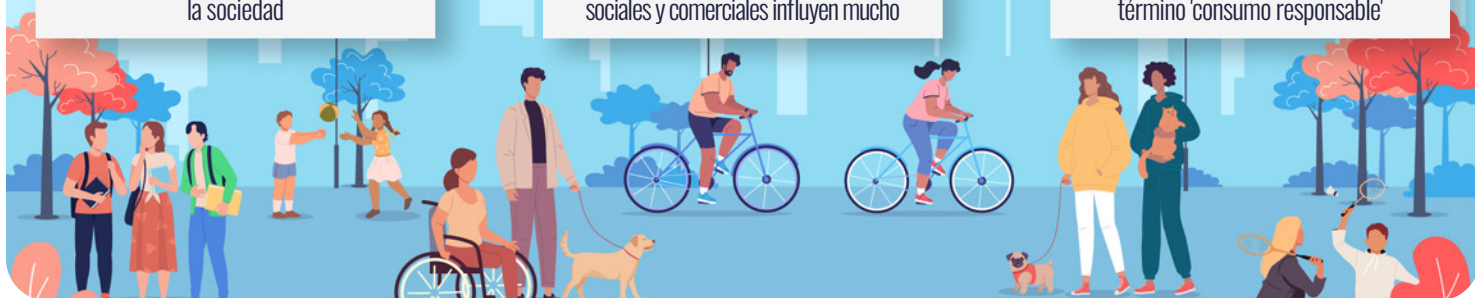
Es evitable y responsabilidad de toda la sociedad



No es solo una decisión individual. Los factores sociales y comerciales influyen mucho



Evitar lenguaje estigmatizante y el término 'consumo responsable'



MINISTERIO
DE SANIDAD



ESTRATEGIA
PROMOCIÓN DE LA SALUD
Y PREVENCIÓN EN EL SNS

Para más información,
consulta nuestra web:

