

redacción médica

La CNMC recomienda mejoras en la futura ley de prevención del consumo de alcohol en los menores de edad



<https://www.redaccionmedica.com/ultimas-noticias-sanidad/la-cnmc-recomienda-mejoras-en-la-futura-ley-de-p...>

Redacción Médica

Lunes, 28 octubre 2024

MADRID, 28 (EUROPA PRESS)

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha publicado una serie de recomendaciones para mejorar el anteproyecto de ley de prevención del consumo de alcohol y de sus efectos en las personas menores de edad, como aclarar algunas de las obligaciones que crea la ley y su forma de financiación, particularmente en el ámbito sanitario.

La CNMC señala que la futura norma establece diversas medidas y fija limitaciones a la publicidad, patrocinio y promoción de bebidas alcohólicas para disminuir el consumo entre los menores de edad y otros colectivos de riesgo, como las mujeres lactantes. Asimismo, establece un régimen sancionador para garantizar su cumplimiento.

Así, considera que el anteproyecto se adecua a los principios de buena regulación sin que se aprecien restricciones injustificadas a la competencia. Pese a ello, recomienda desarrollar la composición, la naturaleza y las funciones del nuevo órgano que analizará las comunicaciones comerciales. Para la CNMC, las formas de correulación y autorregulación "no pueden ser un medio para intercambiar información comercialmente sensible por parte de empresas competidoras".

La CNMC ofrece su colaboración para evaluar los modelos de códigos de conducta que se proponen. También recomienda una mayor justificación de las limitaciones a la publicidad en la vía pública en cuanto al radio de distancia de los centros frecuentados por menores (colegios, centros educativos, etc.).

Asimismo, la CNMC cree que se debe adecuar, salvo que se acrediten razones de interés público, el régimen temporal de las prohibiciones de contratar al establecido por la normativa de contratación del sector público. Así como realizar ajustes en la normativa de regulación audiovisual y de telecomunicaciones -en lo relativo a la prohibición de publicitar bebidas alcohólicas a menores por parte de los prestadores de servicios audiovisuales, plataformas de intercambio de vídeos y redes sociales- para que sean coherentes con la nueva norma.

También aconseja incluir el control parental para impedir la difusión de publicidad de bebidas alcohólicas y tipificar el incumplimiento de la publicidad a través de servicios de comunicaciones electrónicas.

Por último, la CNMC recuerda que puede actuar de oficio (de acuerdo con el artículo 5.1.h de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) o a petición de las Cámaras Legislativas, el Gobierno, los departamentos ministeriales, las Comunidades

Autónomas, las Corporaciones locales, los Colegios Profesionales, las Cámaras de Comercio y las Organizaciones Empresariales y de Consumidores y Usuarios (de acuerdo con su artículo 5.2).