

Departamento de Documentación

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

[121/000050]



ESTUDIOS

Alventosa del Río, J. (2024). **Reconocimiento del derecho de los menores a la protección frente a adicciones en la Ley 26/2018, de 21 de diciembre, de Derechos y garantías de la infancia y la adolescencia de la Comunidad Valenciana**. *Revista española de drogodependencias*, 49(3), 177-191

La Ley 26/2018, de 21 de diciembre, de Derechos y garantías de la infancia y la adolescencia de la Comunidad Valenciana dedica un capítulo específico al Derecho a la salud de los menores de edad de dicha Comunidad. Entre las materias que aborda dicho capítulo se encuentra una referencia a las adicciones en un solo precepto, el art. 40, entre las que incluye el juego de azar y apuestas, el mal uso de las tecnologías de la comunicación e información y el consumo de bebidas alcohólicas, tabaco, drogas, sustancias estupefacentes y psicotrópicas, y otras conductas adictivas. En dicha regulación se establecen algunas directrices básicas, entre ellas, el principio de protección de dichos menores frente a conductas adictivas, la obligación de las administraciones públicas de promover y garantizar la adopción de medidas de promoción de la salud, prevención, diagnóstico precoz y tratamiento integral en relación al consumo infantil y adolescente de alcohol, tabaco, drogas y otras conductas adictivas, la obligación de dichas administraciones de que las acciones de prevención deben garantizar que las intervenciones terapéuticas se ajusten al perfil y características de los menores, y que las intervenciones terapéuticas se ajusten al perfil y características de dichos menores. Se realizan algunas precisiones en materia de juego y apuestas, pero no en relación a otras conductas adictivas. Por lo que ante esta parca regulación se hace necesario interrelacionar esta Ley con la legislación específica relativa a cada adicción y contemplar el tratamiento que dicha legislación dispensa a la infancia y adolescencia.

Amezcu, M., y otros (2020). **La educación ante el consumo de riesgo de bebidas alcohólicas: propuesta de actuación multidisciplinar desde el profesional de la salud**. *Nutrición hospitalaria*, 37(3), 609-615

Educar y sensibilizar al consumidor para moderar el consumo de alcohol es clave para potenciar un estilo de vida saludable. Los profesionales de la salud (PS) en general, y los farmacéuticos comunitarios o los médicos y enfermeros de Atención Primaria (AP) en particular, son influenciadores clave en la educación para prevenir conductas de riesgo. El desconocimiento por parte del consumidor de conceptos como la unidad de bebida estándar, las recomendaciones de consumo, o las equivalencias de alcohol en las bebidas consumidas, puede generar consumos de riesgo alto, dado que el alcohol es alcohol y no depende de la bebida que lo contiene. Asimismo, los PS no suelen estar familiarizados con estos conceptos y con el uso de herramientas para la detección precoz, como puede ser el cuestionario AUDIT (Alcohol Use Disorders Identification Test). Proponemos un abordaje multidisciplinar (médicos y enfermeros de AP, farmacia comunitaria, dietistas-nutricionistas) para educar al consumidor sobre el riesgo asociado al consumo de alcohol, sustentado en la elaboración de un protocolo de actuación consensuado entre las sociedades científicas de estos colectivos profesionales, cuyo objetivo fundamental es contribuir a la formación óptima y actualizada de los PS. Este protocolo de actuación pretende, por tanto, prevenir conductas de riesgo mediante la educación del consumidor y la detección de hábitos de consumo de alto riesgo. Asimismo, este abordaje multidisciplinar y coordinado debe servir para impulsar la comunicación entre los distintos colectivos a la hora de proporcionar información relevante para abordar el consumo de riesgo desde la AP de Salud.

Brime, B. y Villalbí, J.R. (2023). **¿Está disminuyendo el consumo de tabaco, alcohol y cannabis por los adolescentes?**. *Adicciones*, 35(4), 383-386

Canga Sosa, M.A. y Morera Hernández, C. (2022). **Publicidad, alcohol y la lógica del placer: un estudio de caso**. *Aposta: Revista de ciencias sociales*, 93, 27-42

Este trabajo analiza los anuncios publicitarios de bebidas alcohólicas publicados en el dominical de El País, El País Semanal, entre noviembre de 2017 y diciembre de 2019. La publicidad de bebidas alcohólicas requiere, conforme a lo establecido en la legislación vigente, un tratamiento especial debido a su potencial peligrosidad para la salud pública, lo que obliga a enmarcar su publicidad desde unos parámetros concretos, y a través de plataformas determinadas. De ahí el interés por analizar un semanario dominical de gran difusión. A través de la semiótica y la teoría de la Gestalt, y desde una muestra amplia, el estudio ofrece un análisis con el propósito de destacar rasgos comunes, y averiguar cuáles son las líneas generales de su configuración discursiva y las operaciones de sentido. Su interés radica en conocer los discursos utilizados para publicitar un producto nocivo para la salud. Los resultados confirman, en líneas generales, que las piezas objeto de análisis mantienen una misma estructura discursiva centrada en el éxito, el reconocimiento y el placer.

Colom i Farran, J. (2020). **El alcohol, un problema de salud pública**. *Revista Información Científica*, 99(1 Sup.)

El título que me planteó la profesora Anselma para esta conferencia y que sugerimos dentro del ámbito global de drogas, es este título: El alcohol, un problema de salud pública. Permítanme explicarle un poco lo que voy a decirles durante esta conferencia: voy a dar unos datos sobre la importancia del alcohol, sobre la contextualización del mismo, algunas pinceladas sobre los programas e iniciativas para llevarlos a término y, finalmente, unas conclusiones.

Gamonal García, A y Mateo Pérez, C. (2024). **Manual para la elaboración de protocolos de detección precoz e intervención breve con menores en situación de vulnerabilidad**. Ministerio de Sanidad. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas

Uno de los problemas más importantes de salud pública en el mundo, y en particular en España, es el del consumo de sustancias adictivas en adolescentes. A este comportamiento se han unido, en las últimas décadas, el del juego con dinero, el uso problemático de internet y el uso compulsivo de videojuegos. Estas conductas tienen una mayor incidencia en las poblaciones más vulnerables, en las que su práctica genera mayores daños que en aquellos grupos de población con contextos personales y sociales más favorables.

Respecto al consumo de sustancias adictivas en España, la Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias (ESTUDES 2023) refiere una gran estabilidad en los últimos diez años en las edades de inicio de aquellas sustancias más consumidas: alcohol (13,9), tabaco (14,1) y cannabis (14,9), no observándose diferencias atendiendo al sexo. En el caso de sustancias con inicio en el consumo más tardío (a partir de los 15 años), las edades también se mantienen estables, por encima de los 15 años, en el consumo de éxtasis, alucinógenos y cocaína, aunque se observan descensos de prácticamente medio punto en las anfetaminas y en la cocaína en polvo y/o base.

La sustancia psicoactiva con mayor prevalencia de consumo entre los jóvenes españoles es el alcohol. El 34,6% de los estudiantes de 12 y 13 años reconoce haber consumido alcohol, al menos, una vez en su vida. Este consumo se incrementa con la edad, ya que entre 14 y 18 años el 75,9% lo ha consumido alguna vez y un 56,6% en el último mes. Si a estos datos les unimos los que arroja el consumo intensivo, la realidad nos muestra una situación preocupante a nivel de salud pública: un 5,8% de estudiantes entre 12 y 14 años se ha emborrachado en el último año, ascendiendo a un 42,1% en el grupo de 14 a 18 años; el consumo en atracón de alcohol (binge drinking) lo han realizado el 28,2% de los alumnos de 14 a 18 años en el último mes. Estas formas de consumo son algo superiores en chicos que en chicas.

Gargallo-Ibort , E., y otros (2025). **El rol mediador de la familia y los amigos en el consumo de tabaco, de alcohol y en la práctica de actividad física en adolescentes españoles.** *Revista española de salud pública*,99(1), 1-15

Fundamentos La adolescencia es un periodo crucial para establecer hábitos saludables, siendo esencial la influencia de la familia e iguales. Este estudio analizó la relación entre la familia e iguales respecto a varios hábitos de vida en adolescentes (tabaquismo, actividad física y consumo de alcohol).

Métodos El estudio se llevó a cabo sobre una muestra de 173 adolescentes de Educación Secundaria Obligatoria durante el curso 2018-2019. Se empleó el método de estimación de máxima verosimilitud. Además, se analizó la estructura del modelo mediante ecuaciones estructurales multigrupo y análisis de trayectoria para analizar la influencia de la familia e iguales en las conductas de los adolescentes. Se verificó el ajuste del modelo: índice de ajuste comparativo (CFI); índice normalizado de ajuste (NFI); y el error cuadrático medio de aproximación (REMSEA). Los datos fueron analizados con el programa Amos 24. Además, se calculó el coeficiente de generalizabilidad (G) mediante un plan de optimización con tres proyecciones (SAGT v1.0).

Resultados Los iguales ejercieron la mayor influencia en los hábitos de vida saludable y en las conductas de riesgo. El apoyo de los amigos fue la dimensión que más repercutía en la práctica de conductas saludables, especialmente en la realización de actividad física (0,630), mientras que la percepción de satisfacción con los pares fue la que menos. En lo relativo a la familia, la dimensión que menos dominancia tenía en la conducta adolescente fue el diálogo, y la que más, la satisfacción con las relaciones familiares. Además, durante la adolescencia temprana el contexto familiar presentó mayor influencia sobre la adquisición de hábitos de vida, a diferencia de la adolescencia media, donde la influencia de los iguales tomaba mayor relevancia.

Conclusiones Las actuaciones orientadas a fomentar los hábitos saludables en la población infantojuvenil deben considerar a la familia y a los amigos como elementos clave en el desarrollo de estrategias de intervención y prevención de la salud

Llamosas Falcón, L., Manthey, J. y Rehm, J. (2022). **Cambios en el consumo de alcohol en España de 1990 a 2019.** *Adicciones*, 34(1), 61-71

España es uno de los países de la Unión Europea donde el consumo de alcohol disminuyó en las últimas décadas. Este estudio tuvo como objetivo identificar las diferentes fases de consumo de alcohol desde 1990. Los datos de consumo de alcohol per cápita en adultos entre 1990 y 2019 se analizaron para determinar las tendencias temporales utilizando el modelo de regresión

Joinpoint. Se realizó un análisis adicional utilizando series temporales interrumpidas entre 1962 y 2016 con datos del Sistema de Información Global sobre Alcohol y Salud. Además, se recopilaron datos de la encuesta sobre el alcohol y otras drogas en España y se realizó una revisión narrativa para identificar las posibles razones que expliquen los cambios de tendencia encontrados. Cinco puntos de cambio fueron identificados: disminución del 3,2% por año de 1990 a 1995, aumento del 1,1% por año de 1995 a 2000, período de estabilidad de 2000 a 2006, disminución del 4,5% por año de 2006 a 2011 y período de estabilidad a partir del 2011. Este cambio en la tendencia puede explicarse por las diferentes medidas en políticas de salud pública implementadas por el gobierno español, así como por el cambio en el patrón de consumo que presentó la sociedad, cambiando las preferencias de las bebidas alcohólicas del vino a la cerveza y aumentando el binge drinking. Futuros estudios deberían analizar si las medidas de salud pública han sido efectivas; esto permitiría trabajar con ellas en España y en otros países.

Molina-Fernández, A.J., Feo-Serrato, M.L. y Serradilla-Sánchez, P. (2023). **Evaluación del impacto de la estrategia europea de adicciones en el Plan Nacional Sobre Drogas español según la sociedad civil.** *Adicciones*, 35(1), 85-86

El Plan de Acción Nacional de Drogas en España 2017-2020 se enmarca en la Estrategia Nacional sobre Adicciones de España 2017-2024 y está influenciado por el Plan Estratégico Europeo, basado en el respeto de la dignidad humana, libertad, democracia, igualdad, solidaridad, Estado de Derecho y derechos humanos. El objetivo de este estudio es analizar el impacto de la Estrategia Europea sobre drogas 2013-2020 en el Plan de Acción Español sobre drogas, especialmente el papel de las organizaciones de las Organizaciones de Sociedad Civil en dicho impacto, contemplando las fortalezas percibidas y las propuestas de mejora. El estudio se ha realizado con metodología cualitativa. Se utilizó la técnica del grupo focal, formado por un panel de siete expertos trabajadores de organizaciones de la Sociedad Civil. Para ello se llevó a cabo un análisis fundamentado cuyos principales resultados giran en torno a un esquema de seis temas, formados por subtemas y códigos. Los temas seleccionados fueron, en primer lugar, un enfoque general; disponibilidad, accesibilidad y calidad de las intervenciones; reducción de daños; sanciones alternativas; investigación y evaluación y, por último; participación de la sociedad civil. Los participantes refirieron un adecuado diseño del Plan Nacional de Drogas, sin embargo, detectan una desconexión con la práctica en las distintas temáticas. Entre los puntos señalados, la falta de recursos económicos se percibe como el principal escollo en la implementación. En conclusión, la participación de la sociedad civil resulta necesaria para la adecuación e implementación de las políticas públicas.

O'Ferrall-González, C y otros (2024). **Patrones de consumo de alcohol en estudiantes universitarios mediante el análisis de clases latentes. Una revisión necesaria.** *Health and addictions = Salud y drogas*, 24(1), 44-57

Introducción: los estudios sobre patrones de consumo de alcohol en estudiantes universitarios suelen utilizar un solo instrumento para clasificarlos, lo que condiciona las prácticas preventivas y las intervenciones breves. El objetivo de esta investigación es identificar los patrones de consumo de alcohol integrando la información proporcionada simultáneamente por varios instrumentos de detección precoz.

Método: AUDIT y Diario de consumo semanal, recomendados por la OMS para el cribado de problemas por consumo de alcohol, y el cuestionario DAST-10 para drogas, se aplicaron a una muestra representativa de 1309 universitarios; la estadística aplicada fue el análisis de clases latentes, que identifica subgrupos de individuos dentro de poblaciones heterogéneas a partir de datos multivariados.

Resultados: se identificaron tres clases latentes o patrones de consumo de alcohol: bajo (75,2%); de fin de semana (18%); y elevado con probable dependencia (6,7%). El principal hallazgo es que el consumo de drogas y los episodios de “binge drinking” aparecen en todas las categorías de bebedores, incluso en la tradicionalmente considerada como de bajo riesgo o no problemático.

Conclusiones: los patrones encontrados con el análisis de clases latentes evidencian la necesidad de adaptar los programas de prevención, y de manera especial en los consumos bajos.

Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones. **Monografía alcohol 2024. Consumo y consecuencias.** (2024). Ministerio de Sanidad. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas

Las bebidas alcohólicas están presentes en nuestra sociedad desde hace siglos y su consumo es habitual por gran parte de la población. Muchas de las personas que consumen no parecen sufrir efectos negativos, pero muchas otras los sufren tanto a corto como a largo plazo. El alcohol es uno de los principales factores de riesgo de carga de enfermedad en España y, además de ser una sustancia adictiva que puede ocasionar dependencia, contribuye al desarrollo de múltiples problemas de salud y lesiones, incluyendo enfermedades cardiovasculares, hepáticas, neuropsiquiátricas y enfermedades transmisibles, entre otras. También existe una sólida evidencia de la asociación del consumo de alcohol y ciertos tipos de cáncer, con una relación dosis-respuesta demostrada, lo que implica que cualquier nivel de consumo aumenta el riesgo de cáncer. Además, el impacto de su consumo va más allá de la salud de la persona que lo hace, ya que también puede producir daños a terceras personas como lesiones por tráfico, violencia o Trastornos del Espectro Alcohólico Fetal (TEAF). Más allá de la salud, tiene efectos también en la economía y la sociedad en su conjunto. Es un hecho que la distribución del consumo y sus consecuencias no son homogéneas en la sociedad, afectando principalmente a los grupos más desfavorecidos y contribuyendo a incrementar desigualdades.

Para poder reducir los daños producidos por el consumo de alcohol es necesario un abordaje intersectorial y construirlo requiere analizar y utilizar los datos y el conocimiento disponibles. Para contribuir a este proceso, con voluntad de agrupar en un documento integral mucha de la información ya existente que se encuentra dispersa en diferentes fuentes, el OEDA elaboró una primera monografía sobre alcohol, publicada por la DGPNSD en 2021. La nueva monografía que ahora presentamos actualiza la información sobre alcohol, incorporando nuevos datos procedentes de los sistemas de información del Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (OEDA) junto con información de otras fuentes fiables relevantes. Así, estas monografías aspiran a ser un documento útil para todos los actores implicados, con una vocación de actualización periódica que permita disponer de información sobre alcohol reciente en cada momento.

Ojuelos Gómez, F. J. (2020). **Publicidad ilícita y salud: cerrar el círculo**. *Revista de bioética y derecho*, 50, 439-452

La regulación de la publicidad en algunos ámbitos de lo sanitario proporciona, más allá del nivel concreto de eficacia en su aplicación, naturalmente mutable y coyuntural, un marco coherente de protección que no se constata en otros campos. Este trabajo analiza la aplicabilidad de los criterios legales y jurisprudenciales de uno de ellos (el de publicidad de medicamentos) como complemento para la actuación frente a prácticas gravemente dañosas del interés público y de los derechos de los consumidores en otros como el de la publicidad de bebidas alcohólicas o de alimentos malsanos, muy necesitados de criterios jurídicos fundados con los que actuar para atajar la desprotección del consumidor y defender la salud pública.

Palomar Olmeda, A. (2020). **Las condiciones de la emisión de la publicidad a la luz de la doctrina de la STS de 29 de mayo de 2020**. *Diario la ley*, 9695, 1-11

Se analiza en el presente trabajo si la realización de unos anuncios publicitarios relativos a bebidas alcohólicas supone una infracción a la Ley General de Comunicación Audiovisual y, específicamente, si la responsabilidad puede ser atribuida a quien tiene la condición de titular de un servicio de comunicación electrónica. La STS analiza las diferencias entre esta condición y la de prestador del servicio de comunicación audiovisual. La línea diferencial entre ambas figuras pasa por la capacidad de decidir la línea editorial y, en consecuencia, ordenar la capacidad de exhibición y publicación de los spots.

Roca-Correa, D., Lázaro-Pernias, P., y González-Quesada, A. (2024). **Efectos del nombre de la marca sobre el comportamiento: el caso de la contrapublicidad del alcohol**. *Revista mediterránea de comunicación*, 15(2)

La inversión mundial en publicidad de bebidas alcohólicas es elevada. En cambio, son escasas las campañas para reducir el consumo de alcohol entre los jóvenes. En este contexto, se ha decidido explorar el papel de distintos tipos de marcas, entendidas como señales, para prevenir el consumo de alcohol en anuncios de servicio público o contrapublicidad. Este estudio se ha enmarcado en dos teorías: la teoría de la señalización y la teoría de la sensibilización a los incentivos. Su objetivo fue conocer los efectos de tres marcas diferentes sobre el comportamiento real en el consumo de alcohol entre jóvenes. Las marcas correspondieron a: un grupo de acción comunitaria, una cerveza ficticia y una agencia gubernamental. Se llevó a cabo un experimento en dos etapas: 1) 106 universitarios escucharon un anuncio sonoro respaldado por cada marca, cuyo objetivo era prevenir el consumo de alcohol alertando sobre sus consecuencias negativas y; 2) se observó el consumo real de alcohol en las 24 horas siguientes a la audición del anuncio. En su conjunto, los resultados no confirmaron la teoría de la señalización de la contrapublicidad, aunque mostraron un comportamiento diferente según el sexo (los hombres beben más que las mujeres). Sin embargo, se avaló la teoría de la sensibilización a los incentivos, ya que se hallaron diferencias en función de los hábitos de consumo. El artículo concluye con la discusión de los resultados y apunta como una futura línea de investigación el papel central de la creatividad en los mensajes de contrapublicidad.

Rondón Carrasco, J., Morales Vázquez, C. L., y Rondón Carrasco, R. Y. (2023). **Factores psicosociales que influyen en el consumo de alcohol en los adolescentes**. *Revista médica Sinergia*, 8(11)

Desde el surgimiento del alcohol, los hombres se dividieron en dos grupos: los que lo beben y los que no lo hacen. En ello influyen patrones culturales, sociales, religiosos, tabúes, etc. Objetivo: Caracterizar los factores psicosociales que influyen en el consumo de alcohol en los adolescentes. Métodos: Se realizó una revisión bibliográfica sistemática sobre los factores que influyen en el consumo de alcohol en los adolescentes. La búsqueda se realizó a través de plataformas virtuales: Scielo, Lilacs, Medline y el motor de búsqueda Google Académico en marzo de 2023. Se consultaron 66 referencias, de las cuales se seleccionaron 19, teniendo en cuenta su pertinencia y actualización según objetivo del trabajo. Se emplearon los métodos histórico-lógico y de análisis-síntesis para desarrollar una valoración crítico reflexiva del contenido de los documentos publicados. Desarrollo: El abuso de alcohol es un trastorno desadaptativo asociado a múltiples factores. Las alteraciones de la salud de los adolescentes también producen alteraciones en las relaciones entre los miembros de las familias con repercusiones sociales, económicas sobre sus miembros y en el funcionamiento integral de la familia. Conclusiones: El alcohol es una droga portera, por su acción facilitadora del consumo de otras sustancias. La identificación del problema en el análisis de la situación de salud es el primer paso en la erradicación de esta problemática. La tendencia actual es al incremento del consumo por los adolescentes cada vez a edades más tempranas.

Sánchez Aragón, A.M. y otros (2024). **Motivaciones para el consumo de alcohol en adolescentes escolarizados: análisis de grupos de discusión**. *Atención primaria*, 56(8), 1-8

Objetivo: Conocer las motivaciones de los adolescentes para el consumo de alcohol.

Diseño: Metodología cualitativa con grupos de discusión.

Participantes y contexto: Participaron 131 adolescentes (15-17 años) escolarizados en nueve institutos de Tarragona (España).

Método: Estrategia de codificación sistemática, adaptada a los grupos de discusión. Se seleccionaron centros educativos a través de un muestreo intencional estratificado por niveles educativos (criterio de segmentación) y titularidad del centro (pública o privada). Los participantes de los grupos fueron seleccionados aleatoriamente dentro de los niveles educativos. El análisis de contenido se realizó siguiendo una estrategia de codificación abierta y flexible.

Resultados: Se identifican motivaciones para consumir alcohol que giran en torno a seis dimensiones fundamentales: a) búsqueda de diversión y nuevas sensaciones, b) reducción del malestar, c) consumo por contagio social y presión de grupo, c) consumo como rito de iniciación en la vida adulta, d) disponibilidad ambiental del alcohol, y e) baja percepción de riesgo. Estos motivos variaron según el sexo del adolescente. En las chicas, la conducta de beber apareció relacionada con la superación de estados emocionales negativos, mientras que para los chicos primó la pertenencia al grupo de iguales: beber refuerza la masculinidad hegemónica y garantiza la complicidad entre pares. Los adolescentes consideraron que la información que reciben desde los centros educativos es suficiente, pero no motiva al cambio.

Conclusiones: Las estrategias de salud pública focalizadas en la prevención de consumo de alcohol en adolescentes deben incorporar sus motivaciones para lograr una mayor eficiencia, prestando debida atención a las variables sexo/género.

Teixidó Compañó, E. y otros (2023). **Influencia del entorno en el consumo de alcohol en jóvenes: un estudio utilizando concept mapping con estudiantes universitarios**. *Adicciones*, 35(4), 469-482

El objetivo del estudio fue identificar los factores del entorno que influyen en el consumo de alcohol según la perspectiva de estudiantes universitarios, y evaluar la importancia y la frecuencia atribuida a cada factor. Se utilizó la metodología del Concept Mapping con una muestra de estudiantes de enfermería, que participaron en dos sesiones de recogida de datos. En la sesión 1, se obtuvo un consenso sobre los aspectos del entorno que influyen en su consumo de alcohol. En la sesión 2, los ítems obtenidos se clasificaron en función de la importancia y la frecuencia de estos factores en el consumo de alcohol (1 = mínimo; 5 = máximo). Todos los datos se analizaron con el RCMAP del paquete estadístico R 3.6.1. Alrededor de 60 estudiantes participaron en cada sesión. La mayoría eran mujeres de 20 a 24 años. En la sesión 1, se obtuvieron un total de 55 ítems que fueron clasificados en 7 grupos: Publicidad (9 ítems); Ambiente familiar (4 ítems); Presión social (12 ítems); Responsabilidades/normas (4 ítems); Vacaciones y tiempo libre (7 ítems); Situaciones emocionales (8 ítems); Accesibilidad (11 ítems). Los factores relacionados con la presión social, las vacaciones y el tiempo libre y la accesibilidad del alcohol, fueron considerados los más importantes y frecuentes en el consumo de alcohol. Contrariamente, la publicidad del alcohol fue considerada el factor menos importante (media 2,6 sobre 5) y frecuente (media 2,1 sobre 5). En conclusión, los factores considerados más relevantes entre los estudiantes coinciden con los que se destinan más recursos para la prevención y la promoción de la salud, a excepción de la publicidad del alcohol, que se percibió como menos importante y frecuente comparado con los otros factores.

Trapero-Bertran, M., Gil-Doménech, D. y Vargas-Martínez, A. M. (2024). **Evaluaciones económicas de intervenciones dirigidas a la prevención, tratamiento y/o rehabilitación de trastornos por consumo de alcohol: Una revisión sistemática**. *Adicciones*, 35(3), 325-347

El objetivo de esta revisión sistemática de la literatura es identificar evaluaciones económicas de programas o intervenciones dirigidas a la prevención, tratamiento y rehabilitación de trastornos por consumo de alcohol, así como determinar aquellos tipos de programas, tratamientos o intervenciones que son eficientes. Se realizó una revisión sistemática de la literatura mediante la búsqueda en las siguientes bases de datos: National Health Service Economic Evaluation Database (NHS EED), Health Technology Assessment (HTA), MEDLINE Ovid and PubMed. Los términos de búsqueda utilizados fueron en inglés. No se aplicó ninguna restricción de tiempo. Se utilizó un formulario de extracción de datos para resumir la información. La revisión sistemática siguió las recomendaciones (PRISMA-P) sobre la presentación de informes de revisiones sistemáticas. Las intervenciones fueron clasificadas en tres categorías: «A» tratamientos para personas con trastornos por consumo de alcohol (prevención terciaria); «B» tratamientos para personas en riesgo de problemas relacionados con el alcohol (prevención secundaria); «C» legislación sobre políticas e intervenciones de aplicación (prevención terciaria). Además, las intervenciones «A» fueron subclasificadas en intervenciones psicológicas, farmacológicas y combinadas. Se incluyeron 63 documentos. En términos de tratamientos para personas con trastornos por uso de alcohol,

cualquier intervención psicosocial en comparación con ninguna intervención parece ser una estrategia dominante. En términos de tratamientos para personas en riesgo de problemas relacionados con el alcohol, la intervención breve parece ser dominante o rentable en comparación con no hacer nada. Los controles publicitarios, las subidas de impuestos, las licencias, la edad legal para consumir alcohol y las campañas en los medios de comunicación parecen ser una estrategia dominante o rentable en comparación con ninguna intervención o prueba aleatoria de alcoholemia. Se han ampliado las revisiones anteriores al mostrar los programas de alcohol según criterios de eficiencia. A pesar de ello, los estudios disponibles al respecto tienen enfoques heterogéneos y la mayoría no define adecuadamente los costes incluidos en su análisis. Por tanto, es necesario continuar evaluando en términos de eficiencia este tipo de intervenciones para informar mejor la toma de decisiones en salud pública.

Villalbí, J. R., y Bosque-Prous, M. (2020). **Políticas para prevenir los daños causados por el alcohol: prioridades para España.** *Revista española de salud pública*, 94, 1-5

Este trabajo presenta un análisis estratégico de la prevención de los daños causados por el alcohol en España. El plan de acción sobre el alcohol de la Oficina Europea de la OMS ofrece una guía para el desarrollo de las políticas más efectivas de control.

Siguiendo su esquema, se revisan la situación y las políticas de prevención con los datos disponibles en el año 2020. Se proponen unas estrategias y acciones clave para el futuro, considerando como grandes objetivos evitar el abuso precoz del alcohol en adolescentes y reducir el consumo de riesgo en el conjunto de la población. Además de ayudar a las personas con criterios de abuso desde los servicios sanitarios, destacan como acciones clave de prevención políticas públicas como la fiscal, la regulación de la publicidad y otras formas de promoción, la regulación de la disponibilidad de bebidas, y las medidas sobre alcohol y conducción. Algunas han seguido una evolución favorable en España, pero en otras hay amplio margen de mejora.