

Una cerveza con Paula Pacheco y Augusto Pérez para hablar de #MenoresSinAlcohol

Isis Durán: ¡Hola! Bienvenidos a nuestro podcast Una cerveza con. Yo soy Isis Durán, directora de Comunicaciones de Bavaria, y los estaré acompañando en este espacio en el que les contaremos cómo innovamos en Bavaria, cuáles son nuestras más recientes innovaciones y cuál es el impacto social que generamos en el país.

En este cuarto episodio nos vamos a tomar una cerveza con Paula Pacheco, gerente de Asuntos Corporativos de Bavaria, y con Augusto Pérez, director de la Corporación Nuevos Rumbos.

Hoy vamos a hablar de prevención de consumo de alcohol en menores de edad y principalmente del rol que tenemos los adultos para evitar el consumo de los jóvenes antes de los 18 años.

Augusto ,Paula ¡que bueno tenerlos aquí!

Augusto Pérez: Isis, mucho gusto de estar con ustedes hoy.

Paula Pacheco: Isis, muchísimas gracias por esta invitación.

Isis Durán: Bueno, quiero comenzar esta charla con Augusto, director de la Corporación Nuevos Rumbos, quien es un referente en materia de investigación y prevención del consumo de drogas y alcohol en Colombia. Desde hace varios años adelanta importantes estudios e investigaciones alrededor del tema y ya tiene los resultados de este año, que se realizó, además en pandemia ¿qué datos interesantes Augusto en materia de consumo de alcohol en menores arrojó esta investigación?

Augusto Pérez: Bueno, pues muchas gracias. Yo creo que este estudio tiene varias cosas que son muy particulares. Primero que todo, es probablemente el único estudio, hasta donde hemos podido saber, realizado en menores de edad durante la pandemia en toda América Latina. Y es posible que en el mundo, y esto ya lo hace muy significativo porque tenemos datos muy particulares de un momento muy especial de la evolución de las cosas.

Tenemos datos positivos y datos menos positivos. De entre los datos positivos está, por ejemplo, el que la edad de inicio del consumo de alcohol se ha aumentado, ha ido aumentando en cada uno de los estudios aproximadamente un año y eso es muy bueno, porque disminuye los riesgos de esos jóvenes.

El segundo, la segunda buena noticia es que cada vez es más difícil para los menores comprar alcohol, sin restricciones, antes era 75 por ciento, decían que era muy fácil. Hoy en día ese número se ha reducido a un poco más del 55 por ciento. Pero hay noticias menos buenas. Por ejemplo, a los jóvenes, están comprando mucho por internet.

Se ha incrementado el número de niñas adolescentes de sexo femenino que están tomando alcohol y lo toman con frecuencia, aunque toman en menor cantidad que los varones y la otra cosa que es problemática, de cuidado y que vale la pena mencionar acá, es que en este último estudio se ha evidenciado que el número de adolescentes que está tomando alcohol en su casa ha aumentado de una manera importante en su casa y delante de sus padres.

Isis Durán: Augusto, recientemente Bavaria realizó un gran pacto por la prevención del consumo de alcohol en menores de edad. Paula, cuéntanos ¿de qué se trató este evento y cuáles fueron esos compromisos?

Augusto Pérez: Bueno, el evento que realizamos tenía tres propósitos. El primero era presentar los resultados del estudio consumo, alcohol en menores de edad, que lo acababa de mencionar Augusto, esos resultados supremamente relevantes, interesantes. Lo segundo fue presentar la estrategia Juego limpio, que es cómo podemos nosotros hacer prevención a través del deporte y el programa, digamos que hemos escaldado ya en cuatro ciudades del país impactando a más de 24000 estudiantes. Y el tercero era hacer esta gran firma del pacto para prevenir el consumo de alcohol y menores de edad.

Y básicamente ¿por qué? Porque a medida que han avanzado los años y a medida que hemos hecho este tipo de implementaciones y de intervenciones, nos hemos dado cuenta de que no lo podemos hacer solos. Necesitamos de grandes aliados y de más organizaciones de diferentes sectores que se unan, sectores como el público, el privado, organizaciones de la sociedad civil, empresas que se quieran unir en ese propósito y sobre todo, que le quieran apostar y a trabajar de manera articulada en esta cruzada para prevenir el consumo alcohol en menores de edad.

Isis Durán: Esto es algo que viene trabajando Paula desde hace muchos años Bavaria. Cuéntanos ¿cuáles han sido esas iniciativas y en este momento, en qué está trabajando la compañía para atacar esta problemática?

Paula Pacheco: Nosotros tenemos dos pilares en la compañía que trabajamos muy fuerte. El primero es la promoción del consumo responsable en adultos y la segunda y nuestra gran bandera es todo lo que tiene que ver con prevenir el consumo de alcohol y menores de edad. Y ahí somos tajantes.

Nuestra posición es radical. Nosotros somos cero tolerantes frente al consumo de alcohol y menores de edad. Y en ese sentido desarrollamos tres grandes acciones. Lo primero es que financiamos estudios, como por ejemplo, el que realizó la Corporación Nuevos Rumbos, que nos permiten tener una visión mucho más clara de la problemática y a partir de data, poder hacer implementación de estrategias.

Acá, por supuesto, cabe aclarar que este es un estudio que es únicamente financiado por nosotros, pero el estudio es completamente independiente. Nosotros recibimos realmente los resultados y a partir de ahí creamos las iniciativas y las estrategias.

Lo segundo es que efectivamente creamos programas basados en la evidencia, como lo puede ser Juego limpio, y esa es una estrategia de prevención que tenemos con comunidad escolar para poder llegar a miles de estudiantes y digamos que empezar a implementar o a

darles herramientas para prevenir el consumo, alcohol en menores, lo que hacemos ahí es aumentar la percepción del riesgo.

Y por último, desarrollamos además campañas desde nuestra marca corporativa que ayudan a sensibilizar frente a esa problemática, sobre todo a los adultos, contarles las consecuencias que tiene consumir alcohol a temprana edad y lo hacemos a través de campañas completamente disruptivas.

Isis Durán: Antes de avanzar en ese punto, Paula, quiero preguntarte, Augusto ¿Cuáles son esas consecuencias reales del consumo de alcohol en menores de edad y cómo convencer a los padres, a los tíos, a los primos, a esos adultos de que no deben compartir alcohol con menores de edad?

Augusto Pérez: Mira, esa pregunta es muy importante porque en este momento hay pruebas fehacientes desde la ciencia que muestran que el consumo de alcohol en los menores de edad afecta múltiples sistemas en el organismo, pero sobre todo el desarrollo del sistema nervioso central. No hay que olvidar que estamos hablando de personas que están en pleno proceso de maduración, que está incompleto su desarrollo, de manera que los padres, tíos y abuelos, cualquier persona que crea que está congraciarse con el menor de edad al cual le da alcohol, en realidad le está haciendo un perjuicio. Y la verdad es que estamos seguros que nadie tiene esa intención.

Nadie tiene la intención de hacerle daño a un menor dándole alcohol. Pero el hecho es que los están metiendo en un camino y del que saldrán consecuencias, a veces muy problemáticas. Por ejemplo, se ha podido comprobar que los jóvenes que comienzan a consumir alcohol alrededor de los 14 años tienen cuatro veces más probabilidades de tener problemas con alcohol a los 25 años y diez veces más probabilidades de enredarse con otras sustancias ilegales que los que comienzan a tomar después de los 18 años. Entonces, aquí el problema tiene que focalizarse en las personas que son, el problema no son los adolescentes.

El problema son los adultos que les dan alcohol. Los padres que son tolerantes, el tío que es invitador, el abuelo que sugiere que tomarse una cerveza no tiene nada. A los quince años, el policía que ve a los jóvenes tomando trago en la calle no dice absolutamente nada. Y por supuesto en este momento tenemos claramente identificadas que las dos fuentes principales de que para conseguir alcohol son las licorerías y las tiendas de bar. Y eso complementado con un incremento muy sustancial en la compra de alcohol por internet.

Isis Durán: Precisamente en línea con ese comentario, como compañía tenemos un rol fundamental y una labor fundamental de poder comunicarlo de una manera acertada. Esas cifras, esos datos y sobre todo en formatos que lleguen a las audiencias para que puedan entender cuáles son esas consecuencias del consumo de alcohol en menores.

Y precisamente este año, Paula, lanzamos una campaña espectacular, un compromiso de compañía para que ningún menor de la Liga Profesional de fútbol colombiano tenga un logo de una de nuestras cervezas. Cuéntanos ¿de qué se trata esta espectacular campaña?

Paula Pacheco: Bueno, como tú lo mencionas por tercer año, nosotros lanzamos esta campaña siempre enfocándonos en iniciar conciencia y en ese proceso de sensibilizar a la gente frente a no darle alcohol a menores de edad. Y como lo mencionaba hace un momento, pues nuestra posición es completamente radical en ese sentido, y a medida que han evolucionado, digamos que hemos avanzado los años, nos hemos dado cuenta que también tenemos que mirar nuestro negocio. Nosotros somos patrocinadores del fútbol colombiano, pero también hemos visto que hay muchos menores de edad que juegan y que salen a las canchas con las camisetas que tienen el logo, por supuesto, de nuestro patrocinador, que en este caso es Águila.

La decisión la tomamos, fue la decisión que tomamos fue justamente poder eliminar el logo del patrocinador, que en este caso es Águila, para mandar un statement muy claro y muy poderoso. Los menores de edad no pueden consumir alcohol y lo reemplazamos por un logo que es #MenoresSinAlcohol. Justamente porque en ese espacio, porque en la camiseta, porque necesitamos hacerlo visible y el fútbol colombiano los ven todos los colombianos.

Entonces, en ese orden de ideas quisimos hacerlo de una manera muy táctica, pero a la vez muy visible para la ciudadanía y que vean realmente el compromiso y esa evolución que nosotros hemos tenido con, con compañía y son puntos y son momentos de comunicación que nos permiten demostrar esa coherencia que también nosotros tenemos con OK hacia fuera lo comunicamos, pero también hacia adentro estamos desarrollando acciones que visibilizan justamente ese compromiso que tenemos.

Isis Durán: Y para cerrar, démosle un mensaje a los colombianos, sobre todo para esta Navidad, Augusto.

Augusto Pérez: Pues yo creo que el mensaje es: existen muchas formas de pasarla bien con la familia y pasarla bien con los hijos, de divertirse. Y en todos esos casos el alcohol es completamente innecesario cuando se trata de menores de edad.

Isis Durán: Paula.

Paula Pacheco: Pues el mensaje final. Y si, sería más que todo enfocándonos en no ser permisivos, la permisividad no nos lleva a nada a ese cuentico de que es que venga y toma conmigo. Venga, yo le enseño, es que estamos en Navidad y uno no le hace daño, eso es falso. Tenemos y Augusto nos acaba de decir todas las consecuencias, la evidencia y las consecuencias negativas que tiene consumir alcohol a temprana edad y eso no lo podemos permitir.

Y este definitivamente no es una estrategia, únicamente que tiene que venir desde la industria, es de nosotros como Bavaria o es una Corporación Nuevos Rumbos que siempre y toda la vida se ha enfocado en trabajar temas de prevención. Este es un trabajo de todos y además la importancia también de ser coherentes y consistentes frente a las acciones, porque esto no es solo un tema de un año, eso es un tema realmente de trabajarlo, de una apuesta a largo plazo.

Y por eso nosotros hemos decidido como compañía siempre tener esto como bandera, porque no es algo con lo que podamos hacer una intervención de una sola vez e irnos. Esto

es un tema de largo plazo y por eso la importancia también, como lo mencionado anteriormente, de la firma de estos compromisos, donde la idea es que más actores se unen, que más seamos los que estemos vigilando esos espacios donde no podemos permitir el acceso a alcohol y en este caso menores de edad. Entonces el mensaje al final del día es no seamos permisivos, celebremos de una manera responsable como adultos. Demos ejemplo, acá no se trata de satanizar a la cerveza o el alcohol, acá se trata de tener una celebración consciente y responsable y dar ejemplo.

Isis Durán: Augusto Paula, muchas gracias por acompañarnos y definitivamente queda claro. Cero tolerancia al consumo de alcohol en menores de edad.

Paula Pacheco: Muchísimas gracias por la invitación.

Augusto Pérez: Fue un placer estar aquí con ustedes y yo quiero decirle a todos los padres y familiares. Recuerden siempre, el problema del consumo de alcohol en menores es un problema creado por los adultos.

Isis Durán: Y a ustedes por acompañarnos, muchísimas gracias, los esperamos en el próximo capítulo de Una cerveza con.