



SEGOVIA

FASE 1. DIMENSIONAR EL PROBLEMA LOCAL

Análisis y estudio cualitativo complementario a los datos estadísticos de la encuesta EDADES y basado en informantes clave y por el método de “bola de nieve” de:

- Características de consumo (cantidad, momentos y lugares)
- Vías de acceso de los menores al alcohol (suministro, compra directa...)

Los resultados de esta primera fase pronto revelan que en la ciudad de Segovia el acceso de los menores al alcohol se da mayoritariamente en tiendas y supermercados, y de manera muy escasa, eventual y localizada, en bares y pubs. Además, se concluye que muchos de estos menores acceden al alcohol a través de familiares cercanos habitualmente de edades cercanas a los 18 pero mayores de edad, como hermanos, vecinos o amigos.

FASE 2. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS Y POBLACIÓN DESTINATARIA

Se elabora adicionalmente un mapa de consumo de alcohol basado en el número de partes policiales, intervenciones, llamadas de vecinos por ruidos y molestias que posteriormente se confirma que se deben al consumo de alcohol en vía pública con presencia de menores. Se proponen de este modo las tiendas y supermercados concretos sobre los que de modo prioritario se debe intervenir. Igualmente, se consideran prioritarios los bares y pubs cercanos a los centros docentes o que de manera habitual solicitan permiso para el desarrollo de fiestas libres de alcohol dirigidas a menores. Con todos ellos se elabora un listado de establecimientos que configuran el primer “target” de la intervención.

Con esta información se concluye que si bien es preciso mantener la vigilancia sobre los negocios que se lucran con la venta de alcohol a menores, se debe buscar la modificación de la norma social entre ambos sectores comerciales, haciendo uso, de modo paralelo, de acciones de sensibilización y programas de prevención en los que los profesionales son intermediarios o mediadores.

FASE 3. ESTABLECIMIENTO DE ALIANZAS COMUNITARIAS

Basándonos en el conocimiento del contexto comunitario, y dadas las poblaciones destinatarias, se invita a participar en el proyecto a las organizaciones que aglutinan a los principales sectores implicados y que operan en la Ciudad de Segovia, a las que se expone



la problemática que se pretende atajar, así como el análisis hecho y a las que se trata de sensibilizar de cara a implicarse en la misma. Por otro lado, y una vez trabajado este primer aspecto, se recaba de los actores implicados información acerca del impacto de la problemática en sus negocios y objetivos así como potenciales beneficios de atajar el mismo a fin de incluirlos como mensajes en las campañas

Se contacta con la Asociación de Alcohólicos Rehabilitados de Segovia, la Federación Empresarial Segoviana, la Asociación de Industriales Hosteleros de Segovia y la Asociación de Comerciantes de Segovia a quienes se expone la problemática y se trata de sensibilizar sobre la necesidad de trabajar conjuntamente en su solución. Además, en dicha reunión se exponen otros elementos que pudieran resultar de interés para los colectivos afectados y que tienen relación con la imagen social de los establecimientos y la legislación vigente en materia de venta y suministro de alcohol a menores. En la vertiente positiva, una ciudadanía educada en el consumo responsable fomenta espacios de ocio de calidad, lo cual favorece el turismo

FASE 4. DEFINICIÓN DE LOS COMPROMISOS A ADQUIRIR POR LAS PARTES Y PUESTA EN MARCHA

Se plantea un trabajo previo para conocer qué alcance podría tener la implicación de cada uno de los actores implicados en la solución del problema, así como medidas concretas a poner en marcha por cada uno de ellos en el marco de una intervención más general. Finalmente se hace un acto público de gran difusión para dar a conocer el Acuerdo a la ciudadanía

- 1. Ayuntamiento de Segovia: financiación de los programas acreditados de entrenamiento de hosteleros y comerciantes (Talleres de Dispensación Responsable de Alcohol acreditados por la Junta de Castilla y León) y difusión de la campaña “Todos sumamos”*
- 2. Federación Empresarial Segoviana, Asociación de Industriales Hosteleros de Segovia y Asociación de Comerciantes de Segovia: difusión entre los establecimientos asociados de la problemática y búsqueda del apoyo a la lucha contra el consumo de alcohol en menores. Organización de talleres de habilidades para hosteleros y comerciantes*
- 3. Asociación de Alcohólicos Rehabilitados de Segovia: sensibilización “a puerta fría” entre los establecimientos considerados como “target” y elaboración de los materiales de difusión de la campaña para prevenir el suministro por parte de la población general*



FASE 5. EVALUACIÓN DE LAS INTERVENCIONES REALIZADAS

En base a los objetivos previstos, se realiza una evaluación en la que se constata el alcance de las intervenciones realizadas. Concretamente:

- Número de establecimientos que se suman a la campaña
- Número de profesionales que participan en el Taller de Dispensación Responsable de Alcohol
- Número de incidencias/ sanciones, relacionadas con el consumo de alcohol de menores (identificación de consumo, intervenciones en intoxicaciones etílicas, denuncias por venta, denuncias por suministro u otras)

En Segovia se constata una drástica reducción en la venta de alcohol en menores, provocándose una migración de las ventas de un modo masivo y ostensiblemente visible a algunos establecimientos a los que dada la visibilidad se puede sancionar, incluso, con el cierre, lo cual viene a sumar argumentos para que otros establecimientos se sumen a la campaña. Se producen avisos a Policía Local por parte de los establecimientos comerciales de personas que entran a comprar para suministrar a menores que les esperan fuera y disminuyen las concentraciones de menores para consumir y consecuentemente las identificaciones e intervenciones por intoxicación etílica. Si bien no se tiene capacidad para considerar como significativa o no significativa la diferencia, si hay al menos un efecto perceptivo que se da en las personas a las que se entrevista

FASE 6. NUEVOS AGENTES

Se propone que dentro de la campaña se sumen nuevos agentes los cuales deben comprometerse al menos a llevar a cabo una acción contra el consumo de alcohol y menores. La incorporación se está llevando a cabo en este momento con la siguiente secuencia

- Otros Departamentos y Concejalías Municipales que incorporan en sus actividades la difusión de la campaña o premian en sus convocatorias de ayudas a Entidades el compromiso contra el consumo de alcohol en menores
- Entidades y asociaciones ciudadanas del ámbito del deporte, colectivos vecinales, culturales...que mediante escrito solicitan sumarse a la campaña y se comprometen a su difusión en sus actividades y a llevar a cabo al menos una acción de prevención (programas de prevención familiar universal, estimular a profesionales de hostelería



o comercio para que participen en los programas acreditados

ALGUNOS APRENDIZAJES QUE PUEDEN SER DE UTILIDAD

1. Si bien es cierto que cabe la posibilidad de actuar en aplicación de la normativa y con medidas sancionadoras ejemplares parece más efectivo tratar el asunto desde una perspectiva positiva a fin de lograr la implicación de un mayor número de ciudadanos y empresas. No obstante, es necesario mantener la aplicación de la legislación tratando además de hacerlo de un modo ejemplar y visible
2. Entre los colectivos implicados están las agencias de publicidad, distribuidoras de bebidas alcohólicas y otros sectores empresariales que proveen a los establecimientos y que en ocasiones lanzan campañas promocionales o publicitarias que deben restringirse a la población adulta. Parece de interés contar con ellos desde el inicio
3. En todo el proceso es importante tener en cuenta a Policía Local así como a las estructuras encargadas de la gestión de los expedientes sancionadores y dado que durante unos meses deberán dedicar un amplio número de recursos personales a este fin. Con carácter previo al inicio del proyecto es necesario hacer una revisión normativa de las ordenanzas para consensuar las interpretaciones de su articulado