

DATOS BÁSICOS

ANÁLISIS DEL ENTORNO

DESCRIPCIÓN GENERAL DE UN ANÁLISIS DEL ENTORNO

Realizar una evaluación de su comunidad es un paso fundamental para identificar los posibles problemas que contribuyen al consumo de alcohol de menores. Para llevar a cabo una evaluación completa se deben utilizar muchas herramientas y métodos. El análisis del entorno permite observar la presencia del alcohol en la comunidad y la forma en que éste es promocionado. Estas observaciones se llevan a cabo tanto en establecimientos que venden alcohol como en los que no lo hacen. Los establecimientos minoristas que venden alcohol son bares y restaurantes donde se consume alcohol. Los establecimientos minoristas donde no se consume alcohol incluyen licorerías, supermercados, estaciones de servicio y almacenes. Es importante hacer observaciones a fondo sobre el consumo y la publicidad de alcohol en toda la comunidad y documentar estas observaciones a través de formularios e imágenes, lugares donde se ubican las vallas publicitarias de alcohol, dónde y qué cantidad de anuncios de alcohol se colocan en las vitrinas, y otras observaciones, como anuncios de alcohol en los autobuses.

OBJETIVOS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO

El objetivo del análisis del entorno es identificar los factores de riesgo de la comunidad que pueden contribuir al consumo excesivo de alcohol en los menores de edad. Este análisis permite observar y documentar las 4 P: Precio, Producto, Promoción y Posición. Documentar estas observaciones y combinar esa información con otros datos obtenidos en las evaluaciones, como los de las encuestas juveniles, permite obtener una imagen clara del consumo de alcohol en la comunidad. A partir de esa información, se pueden definir estrategias para reducir el consumo excesivo de alcohol entre menores.

POR QUÉ ES IMPORTANTE REALIZAR UN ANÁLISIS DEL ENTORNO EN LA COMUNIDAD

El análisis del entorno es un paso vital para evaluar la situación del consumo de alcohol en la comunidad, y lo que es más importante, cómo están expuestos los jóvenes al alcohol. Un estudio publicado en la edición de mayo de 2016 del "Journal of Studies on Alcohol and Drugs" determinó que los niños de 11 a 14 años generalmente estaban expuestos entre dos y cuatro anuncios de bebidas alcohólicas por día. Aunque la televisión era a menudo la fuente, los anuncios en espacios exteriores, como vallas publicitarias y carteles en comercios y restaurantes, ocupaban un lugar aún más destacado en la vida de los niños. En otro estudio, "los investigadores hicieron un seguimiento de 3,111 estudiantes de Dakota del Sur desde séptimo a noveno curso, y descubrieron que la exposición a anuncios de cerveza en comercios durante el séptimo curso anticipaba el inicio del consumo de alcohol en noveno curso, y que la exposición a anuncios de alcohol en revistas y a puestos de cerveza en eventos deportivos o musicales anticipaban la frecuencia de consumo en noveno curso".

Según la Encuesta Juvenil de Illinois de 2018, el 19% de los estudiantes de 12º grado que

consumen alcohol lo obtuvieron de una tienda minorista. Además, el 5% de esos mismos estudiantes de 12º grado y el 6% de los alumnos de 10º grado lo consiguieron o lo robaron de una fuente minorista. El análisis permite tener un diálogo abierto con los comercios en relación a las 4 P del alcohol. Es posible que los dueños de las tiendas no se den cuenta de que al tener anuncios en ciertos lugares, el alcohol podría robarse más fácilmente.

CONSIDERACIONES PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO

Las 4 P son los factores que guían el análisis del entorno. Para cada una de las 4 P hay preguntas que responder. A continuación se presentan algunas preguntas, aunque no todas, que podrían formularse al utilizar las 4 P.

Precio:

- ¿El precio cambia según la hora del día?
- ¿Es el alcohol más barato que bebidas no alcohólicas (agua/refrescos)?
- ¿Cuánto se recauda de impuestos?
- ¿Es más barato comprar grandes cantidades de alcohol que cantidades más pequeñas?

Producto:

- ¿Se venden unidades individuales?
- ¿Hay alguna marca más popular entre los jóvenes que tenga rebaja?
- ¿Se venden productos con alto contenido de alcohol?
- ¿Se venden productos alcohólicos con cafeína?

Promoción:

- ¿Se anuncian ofertas especiales de bebidas?
- ¿Hay anuncios sobre días festivos o celebraciones?
- ¿Hay anuncios en zonas de la tienda no relacionadas con alcohol?
- ¿Se ofrecen regalos por la compra de alcohol?

Puesto:

- ¿Hay alcohol en una nevera junto al agua o los refrescos?
- ¿Está el alcohol cerca de una entrada/salida?
- ¿Está el alcohol junto a los dulces?
- ¿Hay alcohol disponible junto a la caja registradora?

La seguridad también se debe considerar al realizar un análisis del entorno.

- Ir siempre en parejas o en grupos.
- Solicite hablar con el gerente de negocio para compartir el propósito del análisis.
- Si considera que la situación no es segura, retírese del lugar.

SUGERENCIAS Y CONSEJOS ÚTILES

Un buen primer paso antes del análisis es localizar a los titulares de licencias de bebidas alcohólicas de la zona. Puede buscar titulares de licencias en el sitio web de la Comisión de Control de Licores de Illinois por condado. Una vez que haya creado un mapa o una lista de establecimientos, podrá decidir la porcentaje de titulares de licencias que examinará. Proporcione al equipo un mapa o una lista de los establecimientos que dedea analizar donde se consume y se vende alcohol, así como aquellos que solamente lo venden. Es importante tomar fotos del exterior/del frente del local antes de tomar fotos del interior. Al hacerlo, puede catalogar sus imágenes por ubicación y hacer coincidir los datos digitales con su documentación escrita.

Una vez que se haya completado el análisis, deberá compilar todos los datos obtenidos. Esté preparado para compartir los resultados con las partes interesadas de la comunidad y su coalición. Estos datos ayudarán a orientar su estrategia.

A continuación, debe enviar un mensaje a los comercios visitados. Infórmeles de lo que ha detectado el análisis y de cómo pueden introducir cambios para impedir que los menores accedan al alcohol.

RECURSOS Y HERRAMIENTAS

[Kit de herramientas de auditoría de alcohol y tabaco del Consejo Asesor Juvenil del Estado de Iowa](#)

[CADCA](#)

[Comisión de Control de Bebidas Alcohólicas de Illinois: búsqueda de licencias](#)

REFERENCIAS

1. Revista de Estudios sobre Alcohol y Drogas. "Los niños de secundaria ven varios anuncios de bebidas alcohólicas al día". ScienceDaily, 17 de mayo de 2016.
2. PL Ellickson, R.L.Collins, K.Hambarsoomians y D.R. McCaffrey, "¿La publicidad de alcohol promueve el consumo de alcohol por parte de los adolescentes? Resultados de una evaluación longitudinal", *Addiction* 100 (2005): 235-46.
3. Centro de Investigación y Desarrollo de la Prevención. (2019). Encuesta de jóvenes de Illinois 2018 Informe de frecuencia: Estado de Illinois. Champaign, IL: CPRD, Escuela de Trabajo Social, Universidad de Illinois.



SPRINGFIELD

2800 Montvale Drive
Springfield, Illinois 62704

prevention.org
p: 217.793.7353 / 800.252.8951
f: 217.793.7354

CHICAGO

33 W. Grand Avenue, Suite 300
Chicago Illinois 60654

prevention.org
p: 312.988.4646 / 800.252.8951
f: 312.988.7096