

LA INDUSTRIA DEL ALCOHOL EN AMÉRICA LATINA

Una mirada desde la Salud Pública a los Programas de Responsabilidad Social Empresarial



La manera en la que las personas consumen alcohol está cambiando en América Latina...

...y las consecuencias derivadas del consumo son más graves que en otras partes del mundo



El marketing influye el consumo de alcohol, especialmente entre los adolescentes

Bajo el lema de reducir los efectos nocivos del consumo de alcohol, las productoras de alcohol realizan acciones de responsabilidad social empresarial*

Se sospecha que estas acciones ocultan estrategias de promoción de las empresas

* Contribución voluntaria de las empresas al bienestar social, económico y medio-ambiental

¿Cómo son las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la industria del alcohol en América Latina?



PAÍSES PARTICIPANTES: América Latina y el Caribe

CANTIDAD DE ACCIONES

150 Desde el año 2010 (en su mayoría de Brasil, México, Argentina y Chile) según la información de la Alianza para el Consumo Responsable, una organización que reúne a las principales productoras de alcohol

COLABORADORES

80% de las acciones se realizó con colaboradores y entre ellas...
43% tuvo alguna participación de agencias gubernamentales

EVALUACIÓN

110 Acciones tuvieron alguna clase de evaluación o seguimiento. En su mayoría no cumplían los requisitos mínimos para denominarse evaluación, o consistía, en informar resultados descriptivos del proceso (por ejemplo, cantidad de folletos distribuidos)

INEFECTIVAS

Según la evidencia disponible, la gran mayoría de las actividades fueron inefectivas, o no contaban con estudios sobre su posible efectividad para reducir los daños producidos por el consumo de alcohol

LOS TIPOS DE RSE MÁS UTILIZADOS POR LA INDUSTRIA DEL ALCOHOL PUEDEN CLASIFICARSE COMO:

GESTIÓN DE RIESGOS

Las acciones se realizaron para mitigar el riesgo o porque fueron ordenadas por ley. La empresa logra asimismo mejorar su imagen, demostrando preocupación por los perjuicios ocasionados

DAÑO : POSIBLE

No transmite un mensaje claro sobre las consecuencias de consumir alcohol

ESTRATÉGICO

Acciones que, pretendiendo promover el bienestar social, intentan también alcanzar metas empresariales, como la auto-regulación de sus actividades o la promoción de sus productos o marca

DAÑO : ALTO

Transmite un mensaje positivo sobre el alcohol

En todas estas acciones se encontró **algún tipo de publicidad o promoción** de una marca y cuanto mayor era la difusión, más probable era la inclusión de marketing

Las acciones de RSE parecerían orientarse principalmente a **promover productos**, sin tener en cuenta o presentar evidencias sobre su efectividad en la reducción de los problemas relacionados con el alcohol

Información de contacto:

investigacionalcohol@gmail.com
www.investigacionalcohol.org
www.facebook.com/investigacionalcohol

GRUPO DE SUSTANCIAS
PSICOACTIVAS Y LESIONES POR
CAUSA EXTERNA
IPSIBAT-UNMdP-CONICET

CONICET

U. N. M. d. P.
UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA