



Los productores de cerveza, vino y bebidas alcohólicas se comprometen a reducir el consumo nocivo de alcohol

Los productores de cerveza, vino y bebidas alcohólicas se comprometen a un progreso de dos años para reducir el consumo nocivo de alcohol

Washington, D.C., U.S. – September 15 2015 – Los consejeros delegados de los principales productores mundiales de cerveza, vino y bebidas alcohólicas han publicado hoy un informe en el que se destaca el progreso en una iniciativa sin precedentes acerca de la reducción del consumo nocivo de alcohol. Con una fecha de dos años dentro del programa de cinco años, los Beer, Wine and Spirits Producers' Commitments to Reduce Harmful Drinking (<http://www.producerscommitments.org>) han demostrado un progreso en las principales áreas, incluyendo la ayuda para reducir el consumo de alcohol en menores, prevenir el consumo de alcohol al conducir y fortalecer y ampliar los códigos de marketing de cara a las prácticas para promover un consumo responsable.

(Foto: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20150909/265153>)

Es notable indicar en el informe el progreso de los productores en el apoyo a la reducción del consumo de alcohol en menores. Las compañías firmantes se han introducido en 180 programas de formación a la prevención de la bebida en menores en todo el mundo. Los productores cerveza, vino y bebidas alcohólicas han ayudado a impulsar el desarrollo de la política de edad de compra legal en Vietnam en 2014.

"Creemos que hacer frente al consumo nocivo de alcohol debe implicar a todos los sectores de la sociedad y los gobiernos, sociedad civil y sector privado, y por ello nos complace que los consejeros delegados de las principales compañías productoras de alcohol hayan acordado establecer cinco compromisos para hacer frente al consumo nocivo de alcohol en un programa de trabajo de cinco años", afirmó Ann Keeling, directora general/consejera delegada de la International Alliance for Responsible Drinking (IARD), que sirve como secretariado de los compromisos. "La IARD da la bienvenida a otras compañías productoras de bebidas alcohólicas y distribuidores para que se unan en este esfuerzo, invitando a socios del gobierno, sociedad civil y organizaciones internacionales a leer este informe y ver cómo podemos colaborar a descubrir soluciones".

"Nuestras compañías están representadas en más de 100 países, y estamos comprometidos a llevar a cabo una contribución positiva y duradera por medio de nuestros esfuerzos conjuntos en todos los mercados en los que llevamos a cabo operaciones", comentó Carlos Brito,

consejero delegado y presidente del grupo de compromisos y consejero delegado de Anheuser-Busch InBev. "Nuestros compromisos son un buen punto de partida para ayudar a reducir el consumo nocivo de alcohol en todo el mundo; pero para llevar el impacto de nuestro trabajo hasta el próximo nivel, necesitamos ampliar esta aproximación colectiva para incluir además a otras compañías de cerveza, vino y bebidas alcohólicas, además de distribuidores, gobiernos, organizaciones internacionales y grupos comunitarios locales. Estamos trabajando duro para unir estas asociaciones y poder conseguir un impacto superior en nuestros esfuerzos de reducción el consumo nocivo de alcohol".

Los compromisos representan la mayor iniciativa a nivel de la industria para hacer frente al consumo nocivo de alcohol. El [2014 Progress Report](#), basado en los principales indicadores de rendimiento desarrollados por Accenture Sustainability Services, fue asegurado por KPMG Sustainability. El informe examina las ganancias llevadas a cabo en múltiples áreas de acción identificadas. Entre las áreas del progreso se incluyen las siguientes:

- **Llegar a más personas en todo el mundo de más formas que nunca antes con la formación y herramientas para reducir el consumo nocivo.** De forma colectiva, los programas de formación resultantes del trabajo de los firmantes con las ONGs, organizaciones inter-gubernamentales y otros accionistas interesados han llegado directamente a más de 2,58 millones de personas menores de edad. Los esfuerzos de alcance de influencias de adultos han pasado de apenas medio millón hasta los 3,26 millones. Las nuevas herramientas incluyeron un desarrollo destacado a la construcción de una página web de consumidores, <http://www.responsibledrinking.org>, proporcionando información sencilla de usar y con datos acerca de un beber responsable.
- **Crear un impacto global en marcha por medio de los esfuerzos de prevención a la conducción tras consumo de alcohol.** A través del trabajo individual y colectivo, los productores de cerveza, vino y bebidas alcohólicas han lanzado 375 esfuerzos únicos para no beber y conducir en 146 países. En asociación con la IARD, los productores han lanzado programas piloto de éxito destinados a reducir el conducir bebido en China, Colombia, México, Nigeria, Rusia y Vietnam. Creados en asociación con los gobiernos, organizaciones de sociedad civil y ONGs, estos programas específicos culturales están centrados en aumentar la concienciación de las personas, construir relaciones más fuertes con las fuerzas de la ley y dirigidos a los grupos específicos de conductores con riesgo elevado de conducir bebidos.
- **Lanzamiento de un set de Digital Guiding Principles** en septiembre de 2014. Los principios han marcado el primer set de guía mundial que los productores de bebidas alcohólicas necesitan en el marketing online y medios sociales para cumplir con los mismos estándares elevados que se aplican a las actividades de marketing tradicionales. Estos estándares incluyen la adherencia de la norma 70/30, que establece que la

publicidad en los medios impresos, de emisión y digitales debe tener al menos un mínimo de un 70% de audiencia adulta.

- **Lanzamiento de la Alcohol Education Guide** en octubre de 2014. Creada bajo la dirección de un panel de expertos que se basaba en el trabajo de las mejores prácticas de todo el mundo, la *guía* apoyaba el desarrollo paso a paso en los programas de formación de alcohol con recursos interactivos, completos y sencillos de usar. La *guía* proporciona a los usuarios ejemplos de programas de buenas prácticas que se pueden replicar o adaptar para diferentes audiencias.

El Progress Report además destaca el trabajo que reside en la duración de la iniciativa, incluyendo la ampliación de los esfuerzos colectivos del alcohol en la conducción en otros países; trabajo continuado en los países destinados que no disponen de una edad de compra legal y la continuidad de la colaboración con los principales distribuidores internacionales para definir mejor su papel en el apoyo del objetivo de reducción del consumo nocivo. En 66 de los 117 países en los que los firmantes de los compromisos son activos, al menos uno de estos firmantes está trabajando para avanzar las iniciativas al por menor de cara a la reducción del consumo nocivo.

Los productores firmaron inicialmente los compromisos en octubre de 2012, cuando acordaron llevar a cabo una serie de acciones de cinco años (comenzando en 2013) con el objetivo de fortalecer y ampliar los esfuerzos existentes de cara a la reducción del uso nocivo del alcohol. Los cinco comentarios a los que se ha hecho frente son:

- Reducción de los bebedores menores de edad
- Fortalecimiento y ampliación de los códigos de práctica de marketing
- Suministro de la información de consumo y la innovación de producto responsable
- Reducción de la conducción bebido
- Listado del apoyo a los minoristas para reducir el consumo nocivo

La IARD y los productores apoyan además la Global Strategy to Reduce Harmful Use of Alcohol de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y dan la bienvenida al papel positivo que identifica para los productores, distribuidores, comerciantes y vendedores de cerveza, vino y bebidas alcohólicas.

Vea el fragmento del panel de debate de los consejeros delegados acerca de sus logros:

[Producers' Commitments](#)

###

For editors:
What is IARD?

IARD is a not-for-profit organization, dedicated to addressing the global public health issue of harmful drinking and promoting responsible drinking. As a contributing risk factor for three major non-communicable diseases (NCDs), reducing harmful drinking is a priority for the world's governments, as set out in the WHO Global Action Plan on NCDs and the UN Political Declaration on the Prevention and Control of NCDs. IARD supports implementation of the WHO Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol and the constructive role Member States have identified for producers.

As a global public health NGO, we partner with public, civil society, and private stakeholders to advance our mission of contributing to the reduction of harmful drinking and promoting responsible drinking worldwide. IARD supports implementation of the global target set by the world's governments of "at least 10% relative reduction in the harmful use of alcohol" by 2025. IARD is supported by its Member Companies from all sectors of the alcohol industry – beer, wine, and spirits – in their common purpose of being part of the solution to the harmful use of alcohol.

The 12 signatories of the Commitments are: Anheuser-Busch InBev; Asahi Group Holdings; Bacardi; Beam Suntory; Brown-Forman Corporation; Carlsberg; Diageo; Heineken; Kirin Holdings Company; Molson Coors; Pernod Ricard; and SABMiller.

1225 19th Street NW, Suite 500 • Washington, D.C. 20036 USA
Tel: +1.202.986.1159 • Fax: +1.202.986.2080 • www.iard.org

For inquiries about IARD, please contact:

Isabella Platon, Senior Vice President of Strategy and Communications
IPlaton@IARD.org / +32 471 611 373 (Europe) / +1 202 556 6970 (USA)