



**CERVECERÍA
Y MALTERÍA
QUILMES**



CONECTANDO EMPRESAS CON ODS



PONELO EN PALABRAS



Objetivo

Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades



ODS Conexos:

- ODS 11** Ciudades y comunidades sostenibles
- ODS 12** Producción y consumo responsable
- ODS 17** Alianzas para lograr los objetivos



Tipo de Iniciativa

Política empresarial



Localización:

- Provincia: Buenos Aires, Santa Fe, Corrientes, Tucumán, Mendoza, Río Negro

METAS QUE ABORDA LA INICIATIVA

Meta 3.5 Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol.

Meta 3.6 Para 2020, reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico en el mundo.

Palabras Clave:

"Cero en Menores, "Ponelo en palabras", "Consumo Responsable de bebidas con alcohol", "Cero al volante", "Si tomo, no manejo", "Concientizar", "Cero excesos"



RESUMEN EJECUTIVO

Somos una compañía de bebidas y en el corazón de nuestro negocio está la cerveza. Nuestro deseo es brindar a las personas momentos de encuentro, acompañarlas en situaciones memorables y de disfrute. Y, ante todo, queremos que todas las experiencias con nuestros productos sean positivas y que los menores de 18 años no consuman bebidas con alcohol.

Este año encontramos en el aislamiento una oportunidad para profundizar el abordaje de nuestro pilar de Consumo Responsable #CeroenMenores e invitar a los adultos a poner en palabras conversaciones difíciles. Ponelo en Palabras es nuestra plataforma colaborativa que impulsa las conversaciones y brinda herramientas para evitar el consumo de bebidas con alcohol en menores de 18 años.



CERVECERÍA
Y MALTERÍA
QUILMES



DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

Somos una compañía de bebidas y en el corazón de nuestro negocio está la cerveza. Nuestro deseo es brindar a las personas momentos de encuentro, acompañarlas en situaciones memorables y de disfrute. Y, ante todo, queremos que todas las experiencias con nuestros productos sean positivas y que los menores de 18 años no consuman bebidas con alcohol.

Nuestro sueño es Unir a la Gente por un Mundo Mejor y esto es posible cuando hacemos negocios de una manera sustentable, pensando en el futuro, y en este camino la responsabilidad sobre lo que hacemos es fundamental. Por eso trabajamos en el consumo responsable como un pilar fundamental de nuestra plataforma de sustentabilidad: buscamos contribuir con las comunidades trabajando en conjunto para generar hábitos saludables en nuestros consumidores y para seguir produciendo bebidas de una

manera responsable por los próximos 100 años.

Uno de los pilares de nuestra plataforma 100+ Sustentabilidad está relacionado con el Consumo Responsable desde el que trabajamos con foco en tres ejes: #CeroenMenores, #CeroExcesos y #CeroalVolante, con la convicción de que es responsabilidad de todos generar y fomentar cambios de hábito en la sociedad.

Desde hace más de 15 años llevamos adelante programas y actividades en ese sentido. Este año, debido al confinamiento y a que las familias comparten mayor tiempo en sus hogares, encontramos una oportunidad para profundizar el abordaje #CeroenMenores e invitar a los adultos a poner en palabras conversaciones difíciles.

Nos juntamos con expertos en la temática y lanzamos Ponelo en palabras, nuestra plataforma colaborativa que impulsa las

conversaciones y brinda herramientas para evitar el consumo de bebidas con alcohol en menores de 18 años.

Entre las distintas herramientas que ofrece la plataforma virtual, se encuentra la edición ajustada y digital de la Guía para padres, editada y creada por la organización no gubernamental quebecense Educ'alcool, y titulada en un inicio en francés "Parlerd'alcoolavecseesenfantssansêtredépassé". Se adaptó al castellano, con el apoyo del CISA y de los Cerveceros Latinoamericanos.

En Ponelo en palabras se proponen ideas y enfoques, se señalan escenarios y situaciones, a la vez que se ensayan respuestas y se ofrecen opiniones, en forma de diálogo con los adultos, que estimulados de esa manera van generando sus propias respuestas y actitudes, con el tono que les es propio, no meramente repitiendo algo que les es ajeno.



CERVECERÍA
Y MALTERÍA
QUILMES





Barreras encontradas para el desarrollo de las acciones

ESPACIO TEMPORALES

SOCIO CULTURALES

- Dispersión poblacional/zona geográfica.

El consumo de bebidas con alcohol por parte de menores es un asunto de vital importancia para toda la sociedad. En los últimos 7 años aumentó en un 50% el consumo de bebidas con alcohol en menores entre los 12 y los 17 años. Según datos del Sedronar, el 77% de las personas ya había consumido alcohol antes de los 18 y para el informe Mundial sobre Alcohol y Salud de la OMS, quienes más consumen tienen entre 15 y 19 años.

Como compañía de bebidas queremos construir hábitos saludables de consumo y para ello, entendemos que el consumo de bebidas con alcohol en menores es un problema que requiere del trabajo en conjunto con todos los sectores: familia, empresas, Estado, escuelas, organizaciones del tercer sector, etc.

Es importante comprender que los adultos tienen diferentes opiniones sobre estos temas y les corresponde decidir lo que consideran mejor para los menores de la familia. No obstante, sostenemos que los y las jóvenes no deben consumir bebidas con alcohol antes de los 18 años, en ninguna circunstancia, ya que esto puede afectar su desarrollo físico y emocional.



Contribución de la iniciativa al ODS correspondiente

Contribuimos al ODS 3, principalmente a su meta de fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol.

Alianzas Estratégicas

- *Sector Académico*
- *Organizaciones de la sociedad civil*

Para lanzar nuestra plataforma Ponelo en Palabras, nos aliamos a referentes y distintas organizaciones que contribuyeron a generar su contenido y propuesta:

- *Luciano Lutereau, psicoanalista, filósofo, docente e investigador, que aborda la temática*

desde el rol de los adultos.

- *FudarTox, que busca brindar orientación, asesoramiento y asistencia sobre el uso inadecuado de sustancias tóxicas.*
- *Fundación Padres, que tiene como misión generar conciencia en nuestra sociedad acerca de la importancia del rol del Padre y de la Madre en el vínculo con sus Hijos.*
- *Eidos, que empodera a jóvenes a través de experiencias educativas innovadoras.*

Cadena de Valor

La campaña de Consumo Responsable se relaciona con la cadena de valor de la compañía al vincular a los colaboradores voluntarios a participar cada año en las jornadas de concientización. El objetivo es que las personas que conforman la compañía sean los transmisores de los mensajes de Consumo Responsable y los lleven a todos sus ámbitos. Todos participan de la acción, recibiendo capacitaciones y luego trabajando en las campañas para transmitir el mensaje.



Esta iniciativa se presentó en el marco del programa
"Conectando Empresas con ODS" desarrollado por
CEADS en alianza con EY Argentina.

COPYRIGHT 2020