

## 1<sup>er</sup> EVENTO DEL PROGRAMA

# CONSUMO RESPONSABLE

## “TU DECIDES CUANTO TOMAS”

Se otorgará públicamente un reconocimiento a todos los Centros de Consumo o comercialización, sean establecimientos, tiendas de autoservicio o de conveniencia, hoteles, etcétera, que se inscriban, unan y participen activamente en la campaña, que a partir del 2009, FISAC celebrará mediante el evento de Consumo Responsable, con el cual los Centros de Consumo y establecimientos puntos de venta (como tiendas de autoservicio, de conveniencia, etc.) en México contarán con un programa de apoyo a la educación, promover la salud y el cuidado del medio ambiente así como el cuidado de sus consumidores y demás participantes.

### **OBJETIVOS**

Promover una cultura de responsabilidad y moderación ante el consumo de bebidas con alcohol con el apoyo de acciones que hagan un programa autofinanciable, y sumar esfuerzos para reducir el índice de accidentes de tránsito.

Motivar y estimular a los dueños y/o responsables de lo

s establecimientos mediante esta iniciativa que contribuya a la formación ciudadana de los jóvenes y adultos, a través de este Programa de gran interés social. Así mismo, se buscará mediante acciones de comunicación, exhortar a la sociedad a informarse, conocer y aprender sobre la importancia de la responsabilidad y moderación en el consumo, acción trascendental para la salud y el bienestar de los jóvenes y adultos para lograr una mejor convivencia social.

### **TEMA Y CARACTERÍSTICAS:**

#### **CONSUMO RESPONSABLE**

#### **“TU DECIDES CUANTO TOMAS”**

#### ***¿Cómo despertar la conciencia y fomentar la autorresponsabilidad?***

Actualmente, los menores de edad pueden tener acceso a algunos centros de consumo y entretenimiento e ingerir bebidas de dudosa procedencia y ser víctimas de actos de violencia, también, en los centros de consumo, los jóvenes y clientes corren el mismo riesgo por pleitos que tienen como consecuencia lesiones graves, en algunos casos mortales accidentes de tránsito consecuencia del consumo de alcohol

Sabemos que la comunidad en general, los padres de familia y jóvenes, expresan su preocupación por los acontecimientos que suceden dentro y fuera de los “Centros de Consumo” y los accidentes de tránsito que ocurren cuando los jóvenes salen y conducen en estado inconveniente, sin el mínimo respeto de las normas y medidas de protección de seguridad vial, como son las de velocidad y el uso del cinturón de seguridad, por ejemplo.



Es por eso que FISAC hace un llamado a las autoridades competentes y a todos los involucrados en los negocios de Restaurantes, Bares, Antros y Discotecas a formar parte del programa “Consumo Responsable” FISAC, que contempla los siguientes puntos para lograr un México más seguro y ciudadanos más responsables hacia sus actos y las consecuencias de los mismos.

#### **ANTECEDENTES:**

La Fundación de Investigaciones Sociales, A.C. (FISAC), a través de 28 años de trayectoria ha realizado y apoyado programas dirigidos a la comunidad para promover una cultura de responsabilidad frente al consumo de bebidas con alcohol, junto con el Gobierno Federal e Instituciones interesadas en el tema. De esta manera FISAC se ha sumado a importantes labores ciudadanas y de prevención de abuso de alcohol y alcoholismo.

FISAC entre otros espacios, busca lugares de diversión y/o centros de consumo para atraer la visión y atención de los jóvenes sobre el índice de accidentes viales, exhortándolos a despertar conciencia entre sus iguales; fomentar la autorresponsabilidad; y desalentar todo tipo de conducta negativa.

El 1<sup>er</sup>. Evento de Consumo Responsable “Tu decides cuanto tomas” es un gran reto y oportunidad para contribuir con las instancias gubernamentales y de la sociedad civil que trabajan para abatir los riesgos derivados del abuso en el consumo de bebidas con alcohol con el fin de fomentar la autorresponsabilidad y el derecho a la abstinencia.

#### **BASES**

##### **CONSUMO RESPONSABLE**

##### **CAPACITACION**

##### **Personal del Lugar de diversión:**

Programar capacitación al Personal en General con el Taller Interactivo Para la Promoción de la Salud (TIPPS), impartido con la modalidad de cuatro horas por profesionales de la Fundación de Investigaciones Sociales, A.C. con el fin de que el prestador de servicio tenga conocimiento de cómo cuidar a su cliente por medio del consumo responsable

##### **Valet Parking:**



Programar capacitación al Personal con el Taller Interactivo Para la Promoción de la Salud, (TIPPS), impartido con la modalidad de cuatro horas por profesionales de la Fundación de Investigaciones Sociales, A.C., con el fin de que obtengan la información necesaria para persuadir y convencer con bases a los conductores que han bebido y quieren conducir.

## **MEDIDAS PARA UN CONSUMO RESPONSABLE**

1. Mostrar ID, requisito para entrar al antro, “No venta de alcohol a menores”: verificar documentación dudosa, la falsificación es un delito grave
2. Control en calidad de bebidas, vender bebidas de la Industria de Vinos y Licores del mercado formal.
3. Aplicar y supervisar las normas que existan como la destrucción de etiquetas o botellas para evitar que sean adulteradas o reutilizadas, (programa de recolección de envases con Vitro).
4. No barra libre.
5. Incentivar al conductor responsable para no beber (antro invita el siguiente cover al conductor de esa ocasión en caso de no haber ingerido bebidas con alcohol)
6. Capacitación a Personal en general Taller Interactivo (TIPPS), 4 hrs. “Taller especializado para personal de centros de consumo”.( Canirac-Croc)
7. Contar con alcoholímetro, con el fin de invitar a que sus clientes se auto apliquen el test antes de salir del centro de consumo.
8. No permitir la entrada a personas en estado de ebriedad
9. Cuidar al cliente con acciones como interrumpir el servicio a personas en estado de ebriedad o con actitudes agresivas.
  - a. El cliente que cometa actos vandálicos deberá ser denunciado a las autoridades competentes.
  - b. A la persona que se encuentre en estado de ebriedad y que lleve su auto, sugerirle un TAXI (convenio con sitio) o que alguien más que esté en buen estado se haga cargo de llevarlo.
10. No promover la caminera (entregar botella de agua a la salida)
11. Fomentar la cultura de la no violencia, permitiendo campañas en material POP como posters, calcos, pines, o propaganda impresa en lugares visibles para promover la moderación del consumo de alcohol.



12. Acompaña tu bebida con alimentos y no abuses.

13. Sumarse a las medidas de prevención que impulsen las autoridades.

Cada Centro de Consumo recibirá los Materiales Promocionales.

## **MEDIDAS DE SEGURIDAD**

1. Seguridad:

a. Capacitar a guardias de seguridad, no guardaespaldas adentro del antro, ni en la puerta del lugar.

b. Sistema de Cámaras de video

- Extinguidores
- Salidas de emergencia
- Ventilación
- Respetar su capacidad de cupo
- Guardias de Seguridad
- Capacitar al Valet parking para persuadir al conductor, a no conducir si ha tomado (Valet responsable) firma de responsiva del conductor en caso que se entregue el coche con ID credencial Elector.

2.-Revisión minuciosa, evitar el paso de cualquier sustancia que no haya sido comprada en el antro.

3.- Cumplir con los horarios establecidos por la ley de cada entidad o municipio.

- a. Cierre de Barra
- b. Cierre del lugar

Es importante que los centros de consumo y establecimientos puntos de venta se adhieran a este programa de Consumo Responsable FISAC, y cumplan con todos los reglamentos y disposiciones de la ley para establecimientos mercantiles destacando los relacionados con Protección Civil.

La formal invitación a la reflexión, la toma de medidas, la aplicación y el correcto ejercicio de la ley para este contexto, son el común denominador de nuestra organización

### **EVALUACION**

Informar los nombres de los Distribuidores de Bebidas con Alcohol.

Mensualmente, se evaluará el desempeño de cada Centro de Consumo de acuerdo a los puntos establecidos en Capacitación, Consumo Responsable, Medidas de Seguridad y Restricciones. Por medio de brigadas nocturnas de padres de familia y adultos jóvenes, ciudadanos voluntarios ( CENAPRA- CSV)

Consejo Ciudadano integrado por gente con solvencia moral ( TBD)

### **RESTRICCIONES**

Los participantes **No** podrán:

Modificar las imágenes y/o simbología utilizada en los materiales promocionales ni utilizar simbología y colores representativos de ningún partido político o cambiarlos de lugar.

Promover actos violentos, u ofensivos hacia ningún sector de la industria de vinos y licores.

Se sugiere incluir la siguiente:

En los Centros de Consumo participantes NO podrán colocar las imágenes, medios impresos y/o simbología utilizada en los materiales promocionales de la campaña en lugares donde los clientes no puedan verlos.

### **DURACION DEL PROGRAMA**



PERMANENTE

De Octubre de 2009 Lanzamiento con Rueda de Prensa  
a Octubre 2010 entrega Reconocimientos Consumo Responsable

## **INSCRIPCION**

Octubre de 2009. Prueba Piloto en Distrito Federal

Donativo de inscripción para establecimientos puntos de venta y  
Centros de consumo : \$ 10,000.00 (diez mil pesos)

\*Paquete de beneficios para participantes anexo presentación

Llenar Ficha de Inscripción con datos generales del establecimiento.

## **RECONOCIMIENTOS AL CONSUMO RESPONSABLE**

**El reconocimiento** consiste en:

- 1er. Lugar simbólico  
Diploma y Escultura.
- 2do. Lugar simbólico  
Diploma y Escultura.
- 3er. Lugar simbólico.  
Diploma y Escultura

Demás participantes:

Diploma y Escultura

## **ENTREGA DE RECONOCIMIENTOS**

La ceremonia de entrega de reconocimientos se llevará a cabo en Octubre del 2010 con la presencia de Autoridades, Directivos de la Industria Formal de Vinos y Licores y Celebrities en el tema e invitados especiales

**Hacer deposito referenciado ( solicitar número de referencia bancaria)**

A nombre de la Fundación de Investigaciones Sociales, A.C.

Bancomer, cuenta: **044356896-2**



Cuenta CLABE: **012180004435689625**

## **CONTACTOS**

Alma Alanís

[aaalanis@fisac.org.mx](mailto:aaalanis@fisac.org.mx)

Marisela Prado

[mprado@fisac.org.mx](mailto:mprado@fisac.org.mx)