



un mundo sociable

Sólo + 18

Perú



EL PROGRAMA

Sólo +18 es un programa que busca generar conciencia sobre la necesidad de prevenir el consumo de bebidas alcohólicas en menores de edad y posicionar a Backus como una compañía líder en este campo, a partir de un trabajo con los puntos de venta, talleres con padres y maestros, y una estrategia de comunicación.

EN CONTEXTO

En Perú, la edad de inicio de consumo de bebidas alcohólicas es 13 años y el principal entorno en el que empieza dicho consumo es la familia, según estudios realizados por DEVIDA. Si bien la ley prohíbe la venta de bebidas alcohólicas a menores, los detallistas no siempre cumplen con la norma. Frente a esto, una de las estrategias de las autoridades para prevenir el problema es la aplicación de restricciones. Este tipo de medidas son un riesgo para el negocio, ya que pueden afectar las ventas y nuestra licencia para operar.

LA ESTRATEGIA

A través de una campaña de comunicaciones, del trabajo con los puntos de venta y de talleres para padres y maestros se sensibiliza a públicos clave sobre el rol que cada uno de ellos juega en la prevención de la compra y consumo de bebidas alcohólicas por parte de menores de edad.

LA SOLUCIÓN / LA EJECUCIÓN

El programa tiene 3 componentes que son implementados de manera paralela.

1. Trabajo con los puntos de venta: Busca promover la comercialización responsable de bebidas alcohólicas a través de talleres de “Negocios Responsables” y del proyecto “Cliente Incógnito”.
2. Talleres con padres y maestros: Talleres sobre prevención de conductas de riesgo.
3. Campaña de comunicación: Busca sensibilizar a líderes de opinión, autoridades y otros stakeholders, sobre la importancia



de prevenir el consumo de bebidas alcohólicas en menores de edad, a través de alianzas con medios de comunicación, firma de compromisos con líderes de opinión y uso de la plataforma digital.

EQUIPO DE TRABAJO

Backus, Embajadores Sólo + 18, Consultoras Videnza y Marka.

Líderes de Opinión y autoridades, Medios de Comunicación

ONG ACEPTA y ONG Creser

RESULTADOS

33,917 padres y maestros capacitados.

144 compromisos firmados por KOL.

58,726 adultos alcanzados con el programa.

8,369 puntos de venta capacitados.

Free press:

1.087
impactos
valorados

en

USD 520,866
desde el 2011



LECCIONES APRENDIDAS

La prevención del consumo de bebidas alcohólicas en menores de edad implica trabajar en diferentes líneas de acción con diferentes grupos promoviendo que tomen un rol activo en el tema. En esta línea, contar con un programa que involucre a puntos de venta, padres y maestros, líderes de opinión y autoridades es esencial.

Asimismo, un hallazgo importante es que la capacitación y los incentivos positivos para los puntos de venta son factores clave para lograr cambios de comportamiento e incrementar el número de puntos de venta que solicitan DNI al vender bebidas alcohólicas.

PRÓXIMOS PASOS

1. Campaña de comunicación en plataformas digitales.
2. Capacitación a puntos de venta en negocios responsables.
3. Continuar replicando el proyecto Cliente Incógnito.
4. Compromisos con líderes de opinión.
5. Talleres con padres y maestros.

SITIOS WEB RELACIONADOS

 [Súmate Más 18](#)

*Quando ellos prosperan,
nosotros también.*

