



 <p><b>CERVECERIA NACIONAL</b></p>	<p><b>Empresa:</b> Cervecería Nacional, S. de R.L</p> <p><b>Práctica / Programa:</b> Programa ResponsableMente, por una cultura de prevención y moderación en el consumo de alcohol</p>
---	---



## **Objetivo principal de la práctica/programa:**

Promover por medio de talleres y sesiones educativas, las prácticas de consumo responsable de alcohol y la prevención del mismo en menores de edad, brindando las herramientas, mensajes clave y fortaleciendo habilidades para que los diferentes grupos de beneficiados tomen decisiones positivas.

## **Lugar de desarrollo e impacto geográfico de la práctica/programa en Panamá:**

El programa se ha implementado a nivel nacional (Panamá).

## **Descripción de la práctica/programa:**

Este programa se ha implementado por más de 6 años y a la fecha se ha capacitado a más de 10mil personas entre ellas estudiantes, padres de familia, docentes, líderes comunitarios, policías y colaboradores de empresas privadas. En dichas sesiones se brinda a los participantes, a través de la metodología activa-participativa, conocimientos sobre: estrategias sobre cómo pueden decir que NO AL CONSUMO DE ALCOHOL a través de la comunicación no violenta (menores de edad), estrategias de cómo ellos pueden consumir alcohol de manera responsable (solo a mayores de edad) cómo ser asertivos y manejar conflictos y finalmente se les brindó diferentes alternativas para desarrollar sus destrezas para vivir una vida sana y positiva. Una de las claves del éxito y alcance del programa ha sido la gestión de alianzas con más de 25 instituciones entre las cuales están empresas privadas, universidades y diferentes actores clave (policía, municipio y autoridades de operaciones de tránsito entre otros).

## Impacto de la práctica/programa (indicadores cualitativos):

Nombre del indicador	Breve descripción	Mes	Año	Resultado
Porcentaje de jóvenes que demuestran haber reforzado de valores positivos en menores de edad.	Acciones para desarrollar valores positivos que apoyen a los jóvenes en sus decisiones sobre NO consumo de alcohol antes de alcanzar la edad adulta.	Julio a Octubre	2019	El 87% los jóvenes demuestra haber fortalecido sus valores, aumentando o la probabilidad de que tomen decisiones basados en estos valores.

<p>Porcentaje de menores de edad que fortalecen competencias sociales para la prevención de consumo temprano.</p>	<p>habilidades de resistencia que apoyen a los jóvenes a resistir la presión negativa de sus iguales en situaciones de riesgo.</p>	<p>Julio a Octubre</p>	<p>2019</p>	<p>Al final del programa 83% los jóvenes demostró tener fortalecidas sus competencias sociales.</p>
<p>Porcentaje de jóvenes que mejora conocimientos en temas relacionados a las consecuencias y riesgos del consumo no responsable de alcohol.</p>	<p>Se realizaron preguntas generales a jóvenes mayores de edad relacionadas a las consecuencias del consumo no responsable de alcohol y se compararon.</p>	<p>Marzo a diciembre</p>	<p>2019</p>	<p>En general se demostró que las capacitaciones mejoraron el conocimiento de los participantes en consumo irresponsable de alcohol.</p>

<p>Propensión al consumo responsable de alcohol en menores de edad.</p>	<p>Se mide a través de la escala de actitudes hacia el alcohol, dividido en los tres componentes actitudinales, comparando el antes y después.</p>	<p>Julio a Octubre</p>	<p>2019</p>	<p>El 84% los jóvenes, al final del programa, demostró tener una baja disposición de uso y consumo de alcohol.</p>
---	--	------------------------	-------------	--

**Impacto de la práctica/programa (indicadores cuantitativos):**

Nombre del indicador	Breve descripción	Mes	Año	Resultado
----------------------	-------------------	-----	-----	-----------

<p>Cantidad de personas capacitadas en temas de consumo responsable de alcohol.</p>	<p>Cantidad de participantes de talleres impartidos con el tema de consumo responsable de alcohol y toma de decisiones positivas.</p>	<p>Enero-Diciembre</p>	<p>2014-2019</p>	<p>9055</p>
<p>Cantidad de jóvenes menores de edad participantes en el programa.</p>	<p>Menores de edad que participaron en talleres</p>	<p>Enero-Diciembre</p>	<p>2014-2019</p>	<p>4555</p>

<p>Cantidad de jóvenes participantes en programa de 12 sesiones enfocado en Prevención de Consumo de Alcohol en Menores de edad.</p>	<p>Cantidad de jóvenes mayores que participaron en iniciativa Retomemos. La cual es una estrategia que busca promover el bienestar nuestros consumidores</p>	<p>Julio a Octubre</p>	<p>2019</p>	<p>113</p>
<p>Cantidad de alianzas interesadas en promover un consumo responsable de alcohol y toma de decisiones positivas.</p>	<p>Acercamiento a instituciones para lograr alianzas efectivas y promover así el consumo responsable de alcohol.</p>	<p>Marzo a diciembre</p>	<p>2017</p>	<p>22 instituciones aliadas</p>

<p>Cantidad de alianzas interesadas en promover un consumo responsable de alcohol y toma de decisiones positivas.</p>	<p>Acercamiento a instituciones para lograr alianzas efectivas y promover así el consumo responsable de alcohol.</p>	<p>Marzo a diciembre</p>	<p>2018</p>	<p>43 instituciones aliadas</p>
<p>Cantidad de alianzas interesadas en promover un consumo responsable de alcohol y toma de decisiones positivas.</p>	<p>Acercamiento a instituciones para lograr alianzas efectivas y promover así el consumo responsable de alcohol.</p>	<p>Marzo a diciembre</p>	<p>2019</p>	<p>15 instituciones aliadas</p>





**Describa las alianzas multisectoriales (ONG, Instituciones gubernamentales, gremios, academia, organismos internacionales y otras empresas) involucradas en la práctica/programa y su nivel de participación.**

Sí, a lo largo de los años nos hemos asociado con organizaciones expertas en el trabajo comunitario y en el fortalecimiento de habilidades blandas en jóvenes y adultos. Las principales alianzas han sido con Glasswing International, Gabinete Psicopedagógico del Ministerio de Educación, Policía Nacional (a través de la Fundación), Autoridad de Tránsito y Transporte, Terrestre, Universidades (Americana y Latina), ONG's (Movimiento Nueva Generación, Hogar Creo en Ti), Colegios privados y líderes comunitarios. El compromiso de los aliados es clave para el éxito de este programa, ya que se sostienen reuniones iniciales con ellos para que describan los grupos meta y adecuar adaptar el contenido que se brindará en cada taller. Además, los aliados brindan soporte con la convocatoria y los espacios de capacitación, y apoyan en el proceso de sensibilizar a la audiencia en el tema que se impartirá. Es muy importante resaltar, que los informes de resultados se hacen por audiencia atendida y se presentan a cada uno de los aliados para así mantener el proceso de retroalimentación constante y en ambas vías.