



Fundación de Investigaciones Sociales A.C.

**Alcohol-Infórmate**

[www.alcoholinformate.org.mx](http://www.alcoholinformate.org.mx)

## La prevención del acceso al alcohol: Resultados de un estudio multicomunitario

Alexander C. Wagenaar, Traci L. Toomey & Darin J. Erickson

### ESTADOS UNIDOS

**Objetivo e intervención.** Para cumplimiento del proyecto "Edad mínima para beber alcohol" (CMD, por sus siglas en inglés). Se realizó un estudio comunitario para poner a prueba los efectos de dos intervenciones diseñadas para reducir la cantidad de ventas de bebidas alcohólicas a menores: (1) capacitación para los administradores de establecimientos de venta al menudo, y (2) implantación y supervisión de verificaciones a los establecimientos que venden alcohol.

**Diseño.** CMD es un estudio multicomunitario por etapas de tiempo casi experimental con un diseño de cohorte en nido.

**Ubicación y participantes.** El CMDA se implantó en 20 ciudades en cuatro áreas geográficas de oeste medio de Estados Unidos.

**Mediciones.** El resultado central, la propensión a vender alcohol a menores, se puso a prueba directamente con personal de la investigación que intentó comprar la sustancia sin mostrar una identificación en la que se estableciera su edad, utilizando el protocolo estandarizado 602 en establecimientos expendedores dentro de la localidad, y el 340 fuera de la localidad. Se recabó información cada dos semanas en todas las comunidades, durante un periodo de cuatro años. Se realizaron análisis de tiempo, a fin de evaluar los efectos de las dos intervenciones a corto y largo plazos por establecimiento particular y por comunidad en general.

**Descubrimientos.** Los efectos de la intervención para la capacitación fueron variados. Los efectos disuasorios se observaron en las verificaciones, con una reducción inmediata del 17% en las ventas a menores. Estos efectos decayeron por completo a los tres meses en los establecimientos fuera de la localidad y llegaron al 8.2 % en los establecimientos dentro de la localidad.

**Conclusiones.** Las visitas de verificación previenen la venta de alcohol a menores. En los niveles de la intensidad de la puesta a prueba, la verificación y el seguimiento afectaron principalmente a establecimientos específicos, con una difusión limitada respecto del resto de la comunidad. Por último, la mayor parte del efecto de verificación decayó a los tres meses, lo que sugiere que es necesaria una supervisión sistematizada para mantener el efecto disuasorio.

Título original (en inglés): Preventing youth access to alcohol: outcomes from a multi-community time-series trial

**FUENTE:** Revista Addiction, Marzo 2005/ Versión Impresa

