



Se vende alcohol a menores

Comprobado: en España los adolescentes pueden adquirir bebidas alcohólicas sin problemas, a pesar de que está prohibido vendérselas. Faltan medidas para frenar esas ventas.

La prohibición de vender alcohol se ha incumplido en el 81% de los establecimientos, en el caso de la cerveza

En España, las encuestas de los organismos públicos indican que la droga más consumida por los adolescentes es el alcohol. En ellas se señala, además, que se empieza a beber antes de los 14 años. ¿Más datos? Los jóvenes perciben que el alcohol es accesible y los que beben lo hacen en compañía de sus amigos. No es un hábito generalizado, aunque hay casos preocupantes, como los de los menores que en un corto periodo de tiempo, generalmente los fines de semana, durante unas horas, beben grandes cantidades y se emborriachan. Estos "atracones" ponen en grave riesgo su salud y algunos acaban en urgencias.

Los españoles ven bien la prohibición

El consumo de bebidas alcohólicas en España es una conducta acep-

tada socialmente, sobre todo entre personas adultas. Pero, según arrojan las encuestas de los organismos públicos, cada vez somos más conscientes de los riesgos y el consumo está disminuyendo. Además, la mayoría de los españoles está de acuerdo con que esté prohibida la venta de alcohol a menores.

Pero, ¿se cumple esa prohibición? La OCU, para averiguarlo, ha realizado un estudio. Los resultados son una "foto instantánea" de lo que está sucediendo en nuestro país: los menores pueden adquirir bebidas alcohólicas sin problemas.

¿Se vende o sirve cerveza a los menores? Sí

En el 81% de los establecimientos a los que se acudió en busca de cerveza, se sirvió esta bebida a nuestros colaboradores, todos menores de edad.



6 menores piden cerveza y whisky en 123 establecimientos

- Este estudio se realizó entre septiembre y octubre de 2008 en 6 ciudades españolas: Barcelona, Bilbao, Granada, Madrid, Valencia y Valladolid.
- Han colaborado 6 adolescentes, de entre 15 y 17 años, que llevaban instrucciones de comprar o pedir ("para su propio consumo", si les preguntaban) dos bebidas alcohólicas: cerveza y whisky. Asimismo, y si se lo solicitaban, debían decir su edad real o mostrar su DNI.
- A cada menor le siguió un adulto de lejos, para pasar desapercibido y servir de testigo.
- Para conseguir la cerveza acudieron a: supermercados, tiendas de 24 horas, pequeños comercios tipo bazar, establecimientos de

comida rápida y bares o cafeterías.

- Para comprar whisky entraron en supermercados, tiendas de 24 horas y bazares.

- Se visitaron en total 123 establecimientos ubicados en zonas de gran afluencia juvenil (zonas de marcha). A 100 de ellos se fue en 2 ocasiones: una a mediodía y otra por la tarde-noche (antes de las 22 horas).

- En nuestra investigación no se ha escogido una muestra estadísticamente representativa de los establecimientos. El número limitado de visitas a cada uno tampoco nos permite juzgar su actividad habitual.

Los bares o cafeterías visitados fueron los que menos dispensaron esta bebida: un 68%. Y donde menos problemas hubo para adquirirla fue en las tiendas que abren 24 horas o durante gran parte del día y de la noche (tipo OpenCor, VIPs, etc.): el 87% nos vendió lo que pedimos.

Los bazares fueron los segundos establecimientos que menos cerveza vendieron (un 79%). Pero los establecimientos de comida rápida (tipo Mc Donald's, Burger King, KFC, Pans & Company, Boccatta, etc.), que son lugares de reunión habitual de niños y adolescentes, no brillaron por poner trabas. El 83% sirvió la cerveza sin hacer preguntas.

Ahora bien, los resultados no fueron iguales en todas las ciudades. En Madrid, no tuvimos tantas facilidades para obtener la cerveza. Este municipio destaca por ser el más restrictivo (se consiguió cerveza en el 61% de las visitas) y, justo por lo contrario, sobresalen Granada y Barcelona (vea el gráfico *Frecuencia con la que se obtuvieron las bebidas alcohólicas por ciudad*, en la página 23). Merece también la pena resaltar algunos resultados obtenidos en Valladolid: en ninguno de los bares visitados nos sirvieron cerveza.

También se vende whisky, aunque menos

Los menores compraron una botella de whisky casi en 7 de cada 10 establecimientos visitados (en el 67% de los casos). Hubo más facilidades para obtenerlo en los bazares (75%) y menos en las tiendas de 24 horas (57%). En los supermercados de Barcelona, Valencia y Granada no hubo prácticamente ningún impedimento. Por el contrario, en Madrid y Valladolid los supermercados que no dispensaron whisky duplican a los que sí lo hicieron. En Bilbao, hubo casi empate entre los supermercados que sí y que no vendieron.

En los menores, cualquier ingesta de alcohol se considera un consumo de riesgo



Entre las 6 ciudades, Madrid vuelve a sobresalir por ser la que menos whisky ha vendido a nuestros jóvenes (vea el gráfico de la página 23). Si comparamos los resultados del whisky con los de la cerveza, se observa que:

- En general, la cerveza está más disponible que el whisky para los adolescentes.

- En Madrid y, después en Valladolid y Bilbao, se expende mucho menos alcohol a los jóvenes que en las otras tres ciudades de este estudio: Granada, Valencia y Barcelona.

ALCOHOL Y SALUD

TODO CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS MENORES ES UN RIESGO

Problemas de salud y otros

Éstos son algunos de los efectos negativos del alcohol en los menores que se recogen en el *Informe sobre Alcohol*, publicado en 2007 por el Ministerio de Sanidad y Consumo:

- ◆ Daños y alteraciones en numerosas partes del organismo: sistema nervioso central, cardiovascular y endocrino, aparato digestivo, hígado y metabolismo óseo (vea el cuadro de abajo).
- ◆ Deterioro de las relaciones con la familia, los compañeros o los maestros.
- ◆ Bajo rendimiento escolar.
- ◆ Agresiones, comportamientos violentos y alteraciones del orden público.
- ◆ Conductas de alto riesgo, como actividades sexuales de riesgo que conllevan embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual (hepatitis B o C y sida).

PROBLEMAS DE SALUD POR EL ALCOHOL EN NIÑOS Y ADOLESCENTES

Trastornos en el sistema nervioso central	Alteraciones de comportamiento, aprendizaje y memoria.
	Daños neuronales.
Trastornos digestivos	Gastritis alcohólica, tras la ingesta aguda y crónica de alcohol.
	Síndrome de Mallory-Weiss o desgarro de la mucosa esofágica.
Trastornos hepáticos	Alteraciones del funcionamiento del hígado.
	Hepatitis alcohólica aguda.
Trastornos cardiovasculares	Arritmias cardíacas: fibrilación auricular, fibrilación ventricular y muerte súbita.
	Miocardiopatía dilatada por consumo crónico.
Trastornos cerebrovasculares	Infartos cerebrales.
	Hemorragias cerebrales tras una ingesta aguda.
Trastornos endocrinos	Disminución de la hormona del crecimiento.
	Descenso de testosterona en varones.
	Aumento de testosterona en mujeres.
Metabolismo óseo	Alteraciones de la densidad de los huesos.

Vigile y busque soluciones

Los niños y adolescentes deben conocer los efectos del alcohol tanto a corto como a largo plazo. Por eso es importante dedicar más esfuerzos a la educación y prevención. Además, los adultos que conviven con los menores, y la sociedad en general, deben extremar la vigilancia y contribuir para buscar soluciones.

Casi la mitad de los locales no tenía el cartel obligatorio de 'prohibida la venta de alcohol a menores'

El cartel obligatorio de prohibido no aparece

En los locales donde se comercia con bebidas alcohólicas es obligatorio que exista un cartel que advierta de que está prohibida su venta o su dispensación a los menores de edad.

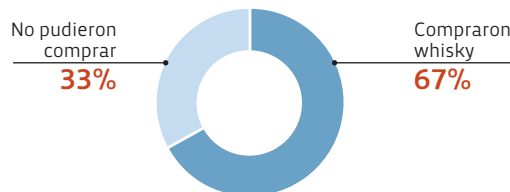
¿Qué nos hemos encontrado? Que casi la mitad de los locales visitados (un 48%) no exhiben ese cartel. En donde brilla más por su ausencia es en los comercios tipo bazar: faltaba en el 80% de los visitados.

Otra obligación que deben asumir las tiendas de comestibles en muchas comunidades autónomas es la de separar y diferenciar las bebidas alcohólicas del resto de bebidas. Es algo que nos hemos molestado en comprobar en el caso de las cervezas. Más de un tercio de los comercios (el 36%) no las separan de los refrescos (el 64%).

En cuanto al whisky, hemos registrado algunos casos en los que tenía que intervenir la cajera del supermercado para tener acceso a él. Sin embargo, eso no ha sido ninguna barrera para comprar esta bebida alcohólica.



Frecuencia con la que se obtuvo whisky



OTRAS INFORMACIONES

<http://www.msc.es/alcohollovenes/home.htm>
Sitio del Ministerio de Sanidad y Consumo con información sobre alcohol y jóvenes dirigida a los menores y a sus padres



Apenas piden el DNI

La mejor forma de saber la edad de los menores es pedirles su documento nacional de identidad (DNI). Esta solicitud fue escasísima cuando los menores salieron en busca de cerveza: sólo se produjo en el 13% de los establecimientos visitados. En el caso del whisky, esa cifra se duplica (26%).

Esto demuestra que la vigilancia es mínima.

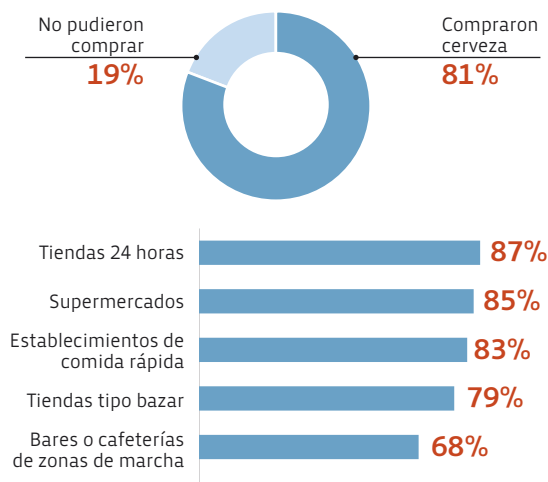
Lo más grave es que nunca exigieron el DNI en los locales de Barcelona y Valencia (y eso que los adolescentes sólo tenían 15 y 16 años). Y tampoco en Granada cuando se intentó comprar cerveza. Además, en algunos locales, la exhibición del DNI por parte del menor no frenó la venta.

A precios muy accesibles

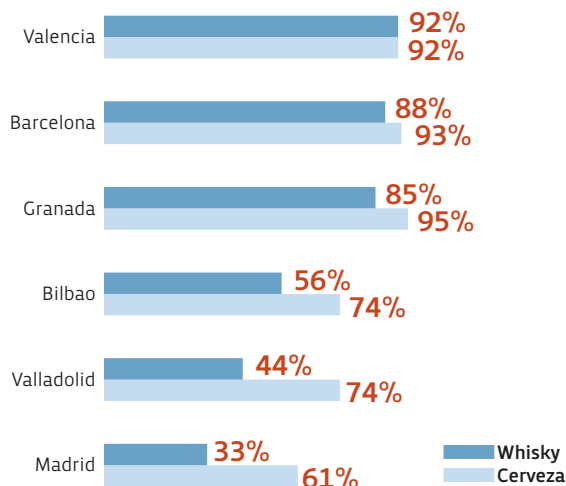
Recoger los precios de las bebidas alcohólicas nos ha permitido apreciar lo baratas que pueden resultar. Una botella de whisky cuesta 5,50 euros de media, algo que está al alcance de muchos jóvenes. Si el precio del alcohol fuera más alto, seguro que bajaba su consumo.



Frecuencia con la que se obtuvo cerveza



Frecuencia con la que se obtuvieron las bebidas alcohólicas por ciudad



En Barcelona y Valencia nunca pidieron el DNI a nuestros colaboradores (tenían 15 y 16 años)

LA VOZ DE LA OCU

Corten con esta venta a los menores de edad

Vender o servir alcohol a menores está prohibido. Pero eso no ha impedido que unos adolescentes compren cerveza y whisky en la mayoría de los establecimientos visitados. Hace falta:

- Que los establecimientos donde se vende o dispensa alcohol cumplan la ley.
- Que haya más control e inspecciones en los locales donde se venden o consumen bebidas alcohólicas.
- Para desincentivar su consumo: más inversión en educación y prevención, más restricciones para la publicidad y promoción de bebidas alcohólicas, un incremento en sus precios.
- Una ley estatal para prevenir el consumo de alcohol en los menores.