

Propuesta de documentación para la elaboración del plan estratégico de consumo responsable de alcohol en el restaurante Gastro -Bar PIURA de la ciudad de Neiva para el 2022



Paula Julieth Galvis Robles, septiembre, 2022

Universidad Antonio Nariño  
Facultad de ingeniería Industrial

Propuesta de documentación para la elaboración del plan estratégico de consumo responsable de alcohol en el restaurante Gastro -Bar PIURA de la ciudad de Neiva para el 2022

Paula Julieth Galvis Robles, septiembre, 2022

Universidad Antonio Nariño  
Huila

**Notas del autor**

Paula Julieth Galvis Robles, Facultad de Ingeniería Industrial,  
Universidad Antonio Nariño, Neiva.

## NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado  
\_\_\_\_\_, Cumple  
con los requisitos para optar  
Al título de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Firma del Tutor

\_\_\_\_\_  
Firma Jurado

\_\_\_\_\_  
Firma Jurado

Neiva, 13 de Mayo de 2022.

## Contenido

	Pág.
Lista de figuras.....	VI
Lista de tablas .....	VII
Introducción .....	4
Línea de Investigación .....	6
Planteamiento del problema.....	7
Antecedentes del problema.....	7
Descripción del problema .....	9
Formulación del problema .....	12
Justificación .....	13
Objetivos.....	16
General.....	16
Específicos .....	16
Marco Referencial.....	17
Antecedentes .....	17
Marco teórico .....	26
Marco conceptual.....	37
Marco geográfico .....	40
Marco legal .....	44
Diseño Metodológico.....	49
Tipo y enfoques de la investigación.....	49
Población y muestra.....	50
Recolección y análisis de datos.....	50
Fases y actividades metodológicas .....	52
Resultados .....	53
Diagnóstico de caracterización del restaurante Gastro Bar PIURA de acuerdo con los componentes de la guía para elaboración de planes estratégicos dada por el Ministerio de Salud.....	53
Evaluación inicial.....	53
Capacitaciones al personal del establecimiento.....	54
Mecanismos para evitar conducción de vehículos bajo efectos de alcohol.....	55
Estrategias para evitar el ingreso de menores de edad .....	56
Prevención, detección y manejo de incidentes relacionados con la intoxicación por consumo de alcohol.....	57
Definición de espacios y servicios de articulación con entidades o vecinos.....	58
Sistema de seguimiento y evaluación del plan estratégico de consumo responsable de alcohol.....	59
Análisis general.....	59
Diagnóstico de caracterización del restaurante Gastro Bar PIURA S.A.S. según componentes de la guía para elaboración de planes estratégicos dada por el Ministerio de Salud.....	60
Numeral - 4.2. Acciones para la promoción del consumo responsable de alcohol en el restaurante Gastro Bar PIURA.....	66

Conocimiento del negocio .....	67
Materialización de las estrategias .....	68
Numeral - 4.2.1. Capacitaciones dirigidas al personal del Gastro – Bar PIURA. ....	70
Numeral - 4.2.2. Mecanismos para evitar conducción de vehículos bajo efectos de alcohol. ....	72
Numeral - 4.2.3. Estrategias para evitar el ingreso de menores de edad a los establecimientos y el suministro o venta de bebidas alcohólicas. ....	75
Espacios de articulación y rutas de servicios con los entes municipales de apoyo. ....	76
Sistema de seguimiento y evaluación del Plan. ....	75
Conclusiones .....	76
Recomendaciones .....	78
Bibliografía .....	79
Anexos .....	84

## Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Muertes por consumo de alcohol.....	11
Figura 2. Mapa Administrativo de Neiva .....	43
Figura 3. Logo PIURA SAS. ....	44
Figura 4. Componente 1 de cumplimiento.....	53
Figura 5. Evaluación capacitación al personal.....	54
Figura 6. Mecanismos de prevención conducción.....	55
Figura 7. Puntuación sobre estrategias ingreso menores de edad. ....	56
Figura 8. Puntuación de prevención y manejo incidentes por intoxicación. ....	57
Figura 9. Puntuación sobre espacios y articulación con entidades .....	58
Figura 10.Puntuación total Diagnóstico inicial Plan de consumo responsable. ....	60
Figura 11 . Restaurante PIURA Gastro Bar.....	61
Figura 12. Celebración eventos y hora feliz .....	63
Figura 13. Evento Casual amigas.....	65
Figura 14. Pasquín números de apoyo .....	74
Figura 15 . Ruta apoyo.....	74

## Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Fases del estudio .....	52
Tabla 2. Cumplimiento sistema de seguimiento .....	59
Tabla 3. Nivel de cumplimiento sobre consumo responsable.....	66
Tabla 4. Acciones para conocimiento del negocio. ....	67
Tabla 5. Ficha Caracterización .....	68
Tabla 6. Acciones de capacitación necesarias para el negocio. ....	70
Tabla 7. Maestra formación con enfoque preventivo y correctivo .....	71
Tabla 8. Acciones de capacitación necesarias para el negocio. ....	72
Tabla 9. Acciones para evitar el ingreso de menores de edad. ....	75
Tabla 10. Cuadro de control plan.....	75

*(Dedicatoria)*

*A Dios, a mis padres, hermanos y abuelos,  
que con esfuerzo me acompañaron en este  
proceso con amor, fe siempre creyendo en mí.*

## **Agradecimientos**

Como primera medida, agradezco a mi tutora la Ing. **Mg. Doly Mildred Plazas Quintero**, por acompañarme, guiarme y aconsejarme durante todo este proceso, por entregarme todo su conocimiento, experiencia y competencia profesional.

A la Universidad Antonio Nariño por formarme y entregar lo mejor, para mi proceso de formación.

## **Resumen**

Este trabajo de grado se realizó con el objetivo de elaborar una propuesta de documentación para la elaboración del plan estratégico de consumo responsable de alcohol en el restaurante Gastro -Bar PIURA de la ciudad de Neiva para el 2022, el estudio es de tipo no experimental descriptivo, el cual trabaja sobre realidades de hechos asociados al nivel de cumplimiento que tienen frente a la política de prevención de consumo responsable de alcohol. Los resultados indicaron que, la empresa tan sólo cumple con un 30% de estos requisitos, por lo tanto, se hizo necesario elaborar una propuesta de plan basado en tres pilares compuestos por la definición de acciones de promoción, de espacios de articulación y rutas de servicios con los entes municipales de apoyo y el diseño de un sistema de seguimiento y evaluación del Plan; se concluye que para la implementación del plan es necesario dar cumplimiento a los componentes de la guía dados por el Ministerio de Salud.

***Palabras Clave:*** Ley 1503 de 2011, alcohol, plan, prevención.

### **Abstract**

This degree work was carried out with the objective of developing a proposal of documentation for the development of the strategic plan for responsible alcohol consumption in the restaurant Gastro-Bar PIURA in the city of Neiva for 2022, the study is a descriptive non-experimental type, which works on factual realities associated with the level of compliance they have against the policy of prevention of responsible alcohol consumption. The results indicated that the company only complies with 30% of these requirements, therefore, it was necessary to elaborate a plan proposal based on three pillars composed of the definition of promotion actions, articulation spaces and service routes with the municipal support entities and the design of a monitoring and evaluation system of the Plan; it is concluded that for the implementation of the plan it is necessary to comply with the components of the guide given by the Ministry of Health.

Key words: Law 1503 of 2011, alcohol, plan, prevention.

## **Introducción**

El consumo de bebidas alcohólicas tanto en jóvenes como en adultos constituye hoy en día un factor de gran interés a nivel mundial a consecuencia de los múltiples efectos que producen estas bebidas; a esto se suma que este tipo de productos son considerados como sustancias psicoactivas, ya que pueden generar dependencia. Como es sabido las bebidas alcohólicas se han consumido a lo largo de la historia por infinidad de culturas con enfoques espirituales, de celebración, como ofrenda entre otros; Colombia no es la excepción, ya que a través de su historia las bebidas alcohólicas forman parte de la identificación cultural (Hábitos y costumbres) de las diferentes regiones del país (Alcaldía de Cali, 2019).

Por otra parte, en la actualidad el consumo de alcohol en personas jóvenes se ha extendido al punto, que conlleva una pesada carga social y económica para la comunidad, además de afectar a las personas de diversas formas, incurre en diferentes riesgos determinados por el volumen de alcohol consumido, los hábitos de consumo y ocasionalmente, la calidad del alcohol; sin embargo, dicho crecimiento se ha dado no solo a nivel nacional, si no a nivel del departamento del Huila y específicamente en la ciudad de Neiva.

El presente trabajo refiere una propuesta de documentación para la elaboración del plan estratégico de consumo responsable de alcohol en el restaurante Gastro -Bar PIURA de la ciudad de Neiva para el 2022. Para su realización se han diseñado cuatro objetivos específicos los cuales serán ejecutados en fases de acuerdo con el siguiente

orden: la primera fase incluye la Elaboración de un diagnóstico de caracterización del restaurante Gastro Bar PIURA de acuerdo con los componentes de la guía para elaboración de planes estratégicos dada por el Ministerio de Salud; la segunda fase busca definir las acciones que promuevan el consumo responsable de alcohol en el restaurante Gastro Bar PIURA. La tercera fase busca establecer los espacios de articulación y rutas de servicios con los entes municipales de apoyo y la quinta fase tiene como fin diseñar el sistema de seguimiento y evaluación del Plan.

La conveniencia del proyecto radica en poder realizar un estudio para proponer de forma inicial la documentación para la elaboración del plan estratégico la cual es una normativa vigente, que establece que los establecimientos que se dedican a la venta de licor deben cumplir con la elaboración e implementación del plan estratégico para la promoción del consumo responsable de alcohol, cuyo objetivo pretende mitigar la accidentabilidad por efecto del consumo y que dicho consumo se haga de manera responsable; para lograr esto los establecimientos deberán dar a conocer a sus clientes sobre el contenido de este documento y hacerlo cumplir.

### **Línea de Investigación**

El programa de Ingeniería Industrial de la Universidad Antonio Nariño contempla dos líneas de investigación a los cuales deben alinearse todos los temas de investigación desarrollados dentro de la facultad, estas líneas son:

1. Línea de productividad, competitividad e innovación.
2. Línea de sistemas integrados de gestión en las organizaciones.

El tema de investigación objeto de este proyecto se encuentra ubicado en la línea de investigación productividad, competitividad e innovación, ya que, el diseño de la documentación para la elaboración del plan estratégico, promueve el consumo responsable de alcohol entre los usuarios del establecimiento, maximizando el goce y el disfrute al tiempo que se previenen situaciones problemáticas que alteren el ambiente del lugar, que pongan en riesgo a los demás usuarios y al personal del establecimiento.

## **Planteamiento del problema**

### **Antecedentes del problema**

De acuerdo con dos investigaciones encontradas y realizadas en Colombia, la primera por Tania Melo (2019) y el periódico el espectador en 2018, se obtuvieron datos a nivel Nacional sobre el comportamiento que adoptaron diferentes poblaciones etarias, así como las consecuencias y el comportamiento más evidente al consumir bebidas alcohólicas.

En la primera investigación realizada en el observatorio de drogas en Colombia revelo que Argentina y Colombia reporta un alto consume de bebidas alcohólicas en menores de edad, dato que resulta alarmante; de acuerdo con el informe, las mujeres entre 12 a 17 años son las de mayor consumo; en el caso de Colombia, el consumo inicia desde los 13 años, teniendo en cuenta que hay personas que inician mucho antes, lo cual depende del ambiente social y familiar en el que crece el menor; de acuerdo con lo anterior se evidencio que los niños que inician consumo desde los 7 años, en su mayoría alcohol, es inducido por las propias familias durante reuniones, que desencadenan en el menor una adicción posterior (Cortes, 2019)

El segundo estudio de consumo de alcohol en menores de 18 años en Colombia, desarrollado por la Corporación Nuevos Rumbos (Investigación y Prevención del Consumo de Drogas) y apoyado por Bavaria, resaltó la creciente problemática que vive Colombia frente a este tema, que evidencia que la edad en la que los jóvenes empiezan a ingerir alcohol es cada vez menor, lo que lleva a consecuencias negativas para la salud

física y mental, algunos resultados muestran que el 31% de los adolescentes encuestados reportó haberse embriagado alguna vez en la vida, el 66% de los jóvenes considera fácil o muy fácil conseguir alcohol, el 93% ha estado en fiestas en donde sirven bebidas alcohólicas a menores de edad. El resultado del estudio es impactante y deja en evidencia el poco cuidado que se le da al consumo de alcohol entre los menores de edad, debido a un tema muchas veces cultural. (El Espectador, 2018).

Ahora bien, en el caso del departamento del huila, estas tendencias siguen el mismo comportamiento de los datos anteriores; según estadísticas de la Cámara De Comercio, en la ciudad de Neiva los establecimientos que sus ingresos económicos son del 40% o más en bebidas alcohólicas corresponden al 16,4% de las empresas dedicadas o solo a la venta de licor como bares, restaurantes nocturnos, discotecas, tiendas, estancos, compras o lime entre otras (Camara de Comercio de Neiva, 2018).

Desde un enfoque técnico, cualquier consumo, por mínimo que sea, afecta al organismo, valores cuyo contenido de 0,15g/l de alcohol en sangre ya produce una pérdida de reflejos que incrementa el riesgo de sufrir un accidente, con un contenido de 0,5g/l de alcohol en sangre, se producen alteraciones leves en la conducta (euforia, reducción de reflejos, etc.), con una tasa de 0,8 g/l la persona se encontrará desorientada y no será capaz de coordinar sus movimientos correctamente. A partir de 4g/l puede producirse un coma etílico (Espirituosos, 2017).

La Encuesta Nacional de Salud Mental de 2015 guiado por personas del departamento de psiquiatría y salud mental y el departamento de epidemiología clínica y bioestadística de la Universidad Javeriana de Bogotá (Colombia) realizo un estudio

donde se evaluó la prevalencia del consumo de alcohol a la población colombiana mayor o igual a 12 años; el número de encuestados fue de 15.231 personas entre los 12 y 96 años; los resultados indicaron que las personas entre los 18 y 44 años de edad se consideran bebedores de alto riesgo y en su mayoría son personas del sexo masculino.

En materia de mortalidad, se ha registrado en Colombia, una reducción del 12%, pasando de 37 % en el 2018 a 33 % en el 2019; han resultado lesionadas 410 personas y se han presentado 331 accidentes de tránsito. Todos los indicadores mostraron una reducción importante frente al año anterior, según señaló el general Rodríguez (Herrera, 2019).

### **Descripción del problema**

El restaurante PIURA S.A.S, es una organización por acciones simplificada, con matrícula de inscripción ante Cámara de comercio # 301027 de agosto 3 de 2017; cuya actividad principal es según código CIIU 15611 “Expendio a la mesa de comidas preparadas (Restaurante); como actividad secundaria según código CIIU “Catering para eventos” y como otras actividades según código CIIU 15630 “expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento”.

La empresa tiene como consideraciones misionales el servicio de comida a la mesa, bajo altos estándares de calidad de comida peruana y nacional, ofreciendo a sus clientes las mejores alternativas de una alimentación nutritiva y una experiencia de gastronómica única en su sector; dentro de su visión la compañía tiene proyectado para el 2025, ser la primera empresa gastronómica en la opción de diferentes consumidores del índole local, nacional e internacional.

Muchos son los problemas que conlleva el consumo no responsable de bebidas alcohólicas, cerca de 7.000 son las personas que mueren cada año en Colombia por cuenta de los accidentes de tránsito y la mayoría de las víctimas son jóvenes en edad productiva (51%) (ANSV, 2021).

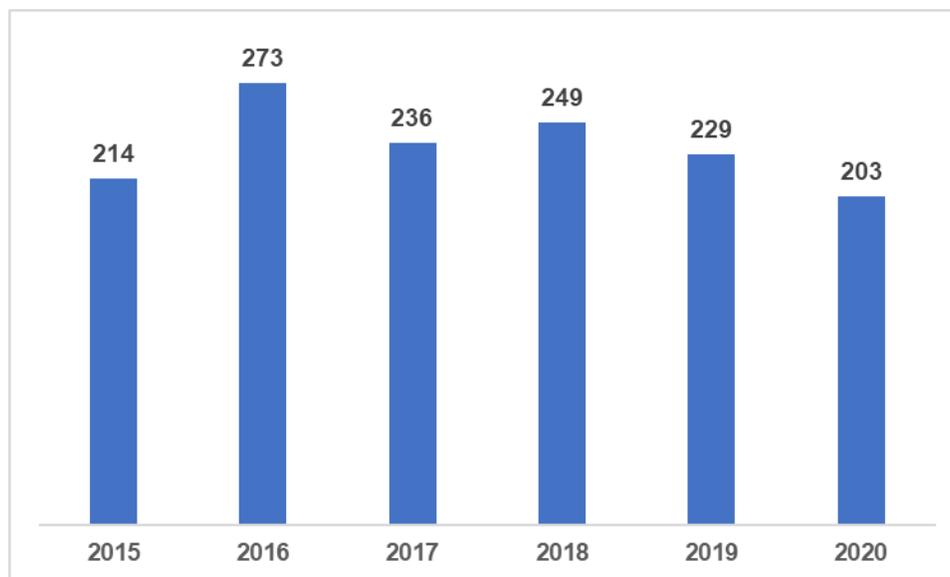
Todo un problema de salud pública que exige la atención del estado y de la sociedad, sobre todo porque la mayoría de estos accidentes se hubieran podido evitar si se cumplieran las normas de tránsito y se evitaran factores de riesgo como el consumo de alcohol, además de la imprudencia (El tiempo, 2019).

Una reducción de personas fallecidas y lesionadas como consecuencias de los accidentes de tránsito reportó el Ministerio de Salud al registrar 2.663 personas fallecidas y 7.804 personas lesionadas de acuerdo con la evaluación adelantada con corte al mes de julio (Cabrera, 2020).

Estadísticas internacionales revelan que el 30% de accidentes de tránsito del mundo incluye a por lo menos una persona en estado de alicoramiento. Más de 2.000 accidentes al año se producen en Colombia por conductores alicorados, según el estudio Forensis 2011, el cual también revela que el alicoramiento al volante es la tercera causa de muertes por accidentes de tránsito en Colombia (Melton, 2012).

Ahora bien, en el caso del departamento del huila las estadísticas indican que por concepto de mortalidad por consumo de alcohol el número de muertes durante los últimos 5 años es alto, pese a la pandemia como lo indica la Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV) a 2020 en la figura 1, cuya media es de 200 muertes.

Figura 1. Muertes por consumo de alcohol



Nota. Los datos de la figura 1, indican el número de muertes a causa de consumo de alcohol durante los últimos cinco años, (ANSV, 2021)

Dentro de los elementos normativos para prevenir y promover el consumo responsable, desde el 29 de diciembre del 2011 rige la ley 1503 de 2011 donde el Artículo 13, la cual se enfoca en que todos los establecimientos que devenguen un porcentaje mayor o igual al 40% de los ingresos por la venta de bebidas alcohólicas se comprometerán a desarrollar acciones orientadas al consumo responsable de alcohol, contenidas en un plan estratégico (Normativa, 2011); a esto se suma el decreto 2851 del 6 de diciembre de 2013, el cual en su capítulo III plantea la creación e implementación de Planes Estratégicos para la Promoción del Consumo Responsable de Alcohol en los establecimientos de comercio, los cuales tienen como objetivo reducir el consumo, el impacto social y de salud pública y fortalecer una respuesta frente al consumo.

Ahora bien, todas las empresas dedicadas al expendio de bebidas alcohólicas están obligadas a realizar actividades de prevención y promoción sobre el consumo de bebidas alcohólicas, como una forma de cumplir a nivel normativo, social y de visibilizar su responsabilidad frente a esta problemática que como se indicó anteriormente tiene consecuencias negativas altísimas no solo en la salud, si no a nivel social, laboral entre otros; de acuerdo con ello el restaurante gastro bar PIURA S.A.S pese a tener un sentido de responsabilidad en su proceso misional, no cuenta con un plan estratégico de consumo responsable que le permita evidenciar formalmente el cumplimiento normativo y su sentido de responsabilidad social que tiene frente a la ingesta de bebidas alcohólicas por parte de menores de edad, lo que puede a futuro a corto plazo traer sanciones y en su defecto el cierre del negocio.

### **Formulación del problema**

De acuerdo con el contexto anterior surge la siguiente pregunta de investigación

¿Cuáles son los requisitos documentales para la elaboración de plan estratégico de consumo responsable para el gastro Bar PIURA S.A.S.?

### **Justificación**

De acuerdo con el Ministerio de Salud, publicada en el documento denominado Estrategia nacional de respuesta integral frente al consumo de alcohol en Colombia, el primer contacto con el alcohol lo tienen los jóvenes aproximadamente a los 12 años, dando como resultado que nueve de cada diez menores de 17 años ya han consumido alguna vez alcohol en su vida.

El contexto de consumo, además de ofrecer altos riesgos frente a la aparición de enfermedades o daños para la salud resulta preocupante cuando se analizan las estadísticas del DANE al 2020 en Colombia, con respecto a los nuevos consumidores de alcohol, el 25,9% de los hombres iniciaron su consumo de alcohol en el último año de estudio secundario, frente al 19,0% de las mujeres; en cuanto a los rangos de edad, se encuentra que grupos de 12 a 17 y 18 a 24 años, los cuales representan más del 50% de los nuevos consumidores en los últimos 12 meses (año) con incidencias de 24,4% y 31,8% respectivamente;

Ahora bien para el 2020 según la ANSV se presentaron 5641 muertes por accidente vehicular clasificadas en infracciones tipo F, consumir en estado de embriaguez o bajo los efectos de sustancias psicoactivas; lo cual llevar a inferir que pese a la pandemia y a las restricciones, y pese a las normas y leyes establecidas para prevenir o reducir el consumo de alcohol, persisten desviaciones que impiden una efectividad en el entendimiento y aplicación de dichas orlas por parte de los actores de la cadena que van desde el fabricante, distribuidor y consumidor.

Estas regulaciones entre otras promueven la creación y adopción de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol son documentos elaborados de manera participativa por todas aquellas personas que conforman el equipo humano del establecimiento como: el propietario/a, administrador/a, meseros/as, bartenders o cantineros, personal de seguridad y aseo, entre otros, son elaborados a partir de un diagnóstico que permita conocer mejor el perfil del cliente que frecuenta el sitio, los riesgos y situaciones que se pueden llegar a presentar debido al consumo nocivo de alcohol en población adulta y lo más importante, permite identificar los recursos disponibles para enfrentar las situaciones problemáticas con el propósito de hacer del establecimiento un lugar más seguro para todos (Agudelo & Niño, 2013).

Realizar un diagnóstico para la elaboración de la documentación de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol ayudara a conocer si verdaderamente se están generando las condiciones dentro del establecimiento para prevenir, detectar y controlar adecuadamente las situaciones problemáticas derivadas del consumo nocivo de alcohol por parte de los clientes.

Las actividades de servicio del gastrobar PIURA SAS, indican que el 60 % de la facturación corresponden a la venta de bebidas alcohólicas, producto de la actividad nocturna del fin de semana, ahora bien, como el restaurante Gastro Bar no cuenta con un plan de consumo responsable que le permita dar cumplimiento a dicha condiciones, resulta de vital importancia que desde la gerencia se generen las sinergias y esfuerzos necesarios para su elaboración, razón por la cual esta propuesta se convierte en una gran oportunidad para su desarrollo.

Así como la de ofrecer alternativas para los usuarios que no consumen bebidas alcohólicas y para quienes van a conducir en el contexto de la seguridad y la educación vial. Entendiendo que se busca prevenir los accidentes de tránsito, anular o disminuir los efectos de los mismos con el objetivo de proteger a los usuarios de las vías, lo cual permite mitigar riesgos y conocer si es necesario e importante cuidar tanto a la persona que se excedió consumiendo alcohol como a las sociedades que se encuentra alrededor de esta persona y que otros beneficios tiene, haciendo énfasis en la zona rosa de la ciudad de Neiva que es donde más personas se reúnen y es el lugar donde más accidentes de cualquier tipo pueden presentarse.

## **Objetivos**

### **General**

Proponer la documentación para la elaboración del plan estratégico de consumo responsable de alcohol en el restaurante Gastro -Bar PIURA de la ciudad de Neiva para el 2022.

### **Específicos**

- Elaborar un diagnóstico de caracterización del restaurante Gastro Bar PIURA de acuerdo con los componentes de la guía para elaboración de planes estratégicos dada por el Ministerio de Salud.
- Definir las acciones que promuevan el consumo responsable de alcohol en el restaurante Gastro Bar PIURA.
- Establecer los espacios de articulación y rutas de servicios con los entes municipales de apoyo.
- Diseñar el sistema de seguimiento y evaluación del Plan.

## **Marco Referencial**

El marco de referencia contiene los antecedentes de la investigación, así como las bases teóricas del estudio empleadas para su desarrollo; así mismo se incluye en este marco, una descripción de conceptos aplicados y la descripción geográfica del estudio para determinar el entorno donde se desarrolla; el marco legal, el cual es un factor clave, ya que el objeto del estudio es el cumplimiento de la Ley 1503 De 2011 y el decreto 2851 De 2013; este marco se construyó a partir del análisis y descripción de fuentes documentales como artículos científicos, tesis de grado y las leyes objeto del estudio (Hernandez, 2015)

### **Antecedentes**

En este Yleana Ferrat Clark (2019) las bebidas alcohólicas han estado presentes en todas las civilizaciones del mundo. El consumo abusivo del alcohol representa hoy uno de los principales problemas de salud pública en toda América y Europa. Como objetivo se plantea caracterizar a las personas que consumen bebidas alcohólicas que pertenecen al Consultorio 13 del Policlínico “José Ramón León Acosta” de Santa Clara. Se realizó un estudio descriptivo transversal en el Consultorio 13 del Policlínico “José Ramón León Acosta” entre febrero de 2013 y mayo de 2015. El universo estuvo constituido por todas las personas con edad entre 20 y 70 años. Se seleccionó una muestra no probabilística. Para la obtención de la información se realizó la revisión de historias clínicas, se aplicaron cuestionarios que contemplaron las variables del estudio, de identificación de trastornos del consumo del alcohol e indicadores diagnóstico. Como resultado predominaron las personas con edad entre 20 y 30 años, del sexo masculino y,

en el femenino, entre 31 y 40 años. La escolaridad predominante fue la de preuniversitario sin terminar y las tres cuartas partes de la muestra eran no profesionales, el consumo de bebidas alcohólicas fue perjudicial o abusivo, con uso de bebidas alcohólicas y hábitos tóxicos asociados con el cigarro. La repercusión social fue la violencia familiar, el divorcio, la separación, etc. Finalmente se concluyó que la alta prevalencia de consumo de alcohol es una señal alarmante dentro de la situación de salud, a su deterioro contribuyen algunas razones psicosociales difundidas entre los consumidores, las que disminuyen la esperanza de vida de la población y aumentan las afectaciones en la esfera económica y social (Clark, 2019).

Ruth Esther Paucar, Patricia Tania Zambrano (2020), la investigación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la funcionalidad familiar y el consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes del quinto de secundaria de la institución educativa Mariscal Castilla, Huancayo - 2019. El estudio fue de tipo básica, con un nivel epidemiológico correlacional de diseño no experimental, analítico de corte transversal. La muestra está conformada por 228 estudiantes del quinto de secundaria, utilizando el muestreo no probabilístico intencional. Para la recolección de datos se utilizó; El test del AUDIT y El cuestionario de Funcionalidad Familiar (FF-SIL). En cuanto a la funcionalidad familiar el 1,75% de los estudiantes tienen una familia severamente disfuncional, el 14,47% viven en una familia disfuncional, el 50,44% tiene una familia moderadamente funcional, mientras que solo el 33,33% de los estudiantes vive en una familia funcional. Por otro lado, el 6.57% de los estudiantes tienen problemas psíquicos y físicos con la bebida, el 12.28% tiene riesgo

con la bebida, mientras que el 81% de los estudiantes no tienen problemas con la bebida. Los resultados fueron procesados en el paquete estadístico SPSS V-21, y la prueba chi cuadrado determinó que la funcionalidad familiar y el consumo de bebidas alcohólicas están relacionados, al igual que sus dimensiones a excepción de la dimensión de adaptabilidad que obtuvo un Chi cuadrado de 0,189. Se concluyó la relación entre funcionalidad familiar y consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes del quinto de secundaria de la institución educativa Mariscal Castilla es significativa (Paucar S & Zambrano E, 2020).

Joel Murillo, Joel Solis (2017) La violencia intrafamiliar y el alcoholismo son considerados problemas de salud pública, pero relativamente son pocos los estudios que se han llevado a cabo en países de Latinoamérica que han examinado directamente a la violencia intrafamiliar producida por personas bajo los efectos de bebidas alcohólicas, ya que en la actualidad el alcoholismo es uno de los mayores problemas que aquejan a la sociedad afectando principalmente al núcleo de la misma como es considerada la familia por lo cual este ensayo está enfocado en analizar los resultados de estudios ya realizados a nivel nacional e internacional acerca de las causas y consecuencias que producen la violencia intrafamiliar asociado con el consumo de bebidas alcohólica. El trabajo está realizado con un enfoque descriptivo y cuantitativo por lo que se interpretan resultados de investigaciones de hasta 5 años atrás que contienen nuestra temática utilizando la indagación de artículos o libros publicados para recabar toda la información necesaria para mostrar datos verídicos acerca de este tema, está conformado por marco teórico donde está reflejado

conceptos de nuestras variables y resultados de estudios realizados en países como: La Habana, Colombia y Ecuador, continuando con nuestro desarrollo en el cual interpretamos las ideas y resultados de los estudios analizados, llegando a la conclusión de que en Latinoamérica el índice de la violencia intrafamiliar en muchas ocasiones es causada por agresores que se encuentran en estado etílico, de las cuales los estudios indagados clasifican a los maltratos físicos, psicológicos y sexuales como los más frecuentes en estas situaciones. También se identificó que la mujer es la más afectada en la familia ante este tipo de abuso, aunque los hijos sufren daños que pueden ser permanentes como es la exclusión social o un deterioro en el rendimiento escolar (Murrillo, 2017)

Irza Cerquera, Sindy Córdoba, Ángela Garzón (2018), Los estudios desarrollados acerca del consumo de bebidas alcohólicas en los jóvenes, se fundamenta en que es en esta etapa, donde se da inicio y experimento del uso de diversas sustancias. Investigaciones han demostrado que la edad promedio de inicio es de 16 años, sin embargo, en los últimos años esta cifra se ha incrementado para edades más tempranas. El objetivo es determinar la prevalencia del consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes y los factores asociados. Como método se realizó revisión de literatura en bases de datos EBSCOhost, Elsevier, Jstor, Proquest, Sage Journals, Scopus, Taylor & Francis, Wiley online library, Scielo, a nivel mundial y limitada al período 2013 y 2018, Se obtuvo como resultado que la prevalencia actual del consumo de alcohol en adolescentes está entre el 30 y 40%. El promedio de edad para iniciar el consumo es de 13,41 años. El 79.3% de los adolescentes reporta haber tomado alguna bebida alcohólica.

El consumo de riesgo de alcohol es superior entre jóvenes del ámbito rural y los principales factores asociados son los consumos de figuras del entorno familiar y escolar. Uno de los principales motivos del consumo es: el entorno social, con el 50.4%. Se concluyó que la problemática de consumo de alcohol en adolescentes ha sido abordada a nivel investigativo y por políticas públicas a nivel mundial y nacional e incluso regional, sin embargo, el fenómeno se sigue presentando. Existen numerosos factores de riesgo y protectores para el consumo de alcohol mediados por la influencia familiar (Cerquera, Córdoba, & Garzón, 2019)

“Pactos por la Vida” hace referencia a realización de acuerdos entre instancias sociales de consumidores de bebidas alcohólicas, con el fin de que ese consumo no atente contra la vida de nadie, este programa se enfoca en la necesidad de mitigar y prevenir daños o consecuencias negativas a las que conlleva el uso irresponsable de bebidas alcohólicas que no solo afecta la salud y el bienestar del consumidor sino también de quien lo rodea, situación que sucede actualmente en Colombia.

Como programa de prevención y de mitigación de daños, PpV es una estrategia de educación para la salud que propende por la modificación de estilos de vida que incluyen hábitos de Consumo Problemático de Alcohol CPA por parte de personas que conforman conglomerados socio-culturales particulares, cuya motivación para el consumo alcohólico alcanza niveles elevados que llevan a que las acciones que les posibilitarían superar las problemáticas de su existencia, u obtener goce y disfrute en sus interacciones en su medio social, resulten anuladas por el CPA (Luis Florez, 2013).

### **Departamental**

En Neiva desde el año 2008 se desarrolla la estrategia “Embriágate de Vida” como adaptación propia del programa pactos por la vida (PpV). Esta estrategia busca influir directamente en la cultura ciudadana, para promover la protección y el cuidado de la vida, como valores asociados a la interacción social en contextos de consumo de alcohol y rumba.

En el marco interinstitucional el diseño e implementación de la normatividad que requiere la gestión del riesgo de pactos por la vida en la comunidad, mediante mesas de trabajo, Recopilación de normatividad asociada al expendio y consumo de alcohol se sabe de la normatividad con énfasis en el control de expendio y restricción en horarios en sitios públicos. Continuamente se realizó una evaluación y seguimiento caracterizando el consumo de alcohol en el territorio e identificando los sitios públicos para conocer un mapa geo referencial, se realizó capacitación sobre los principios del programa pactos por la vida dirigida a los integrantes de las mesas técnicas, a los docentes de las instituciones educativas saludables, a los funcionarios de la administración municipal y departamental, a los dueños, administradores y empleados de los bares y discotecas, y 50 jóvenes multiplicadores, finalmente evidenciar, para los habitantes de Neiva, los beneficios de un consumo (moderado) responsable del alcohol, mediante talleres de sensibilización, participación de eventos culturales y el desplazamiento de los jóvenes multiplicadores en zonas públicas (Luis Florez, 2013).

## **Nacional**

Desde el año 2008, se inició la estrategia “La Rumba segura te la gozas más” en Bucaramanga, con un fuerte énfasis en las estrategias comunicativas y de impacto, el objetivo de sensibilizar a la población acerca de las consecuencias asociadas al CPA.

Se diseñaron Protocolos “Saber Beber/ consumo seguro” de acuerdo a las condiciones socioculturales del Departamento, aplicación de 835 encuestas “que tipo de bebedor es usted”, diligenciada en el ámbito escolar universitario, ámbito comunitario y ámbito laboral, luego concientizar a la población acerca de los riesgos asociados al consumo de alcohol, mediante talleres y entrevistas promover la moderación en espacios de consumo en alianza con los establecimientos y el diseño del protocolo de intervención de riesgo (Luis Florez, 2013).

## **Ingles**

Rosalba Pérez (2016), In adolescence, one of the most worrying health risk behaviors is drug use, and specifically alcohol use. At present, the consumption of this substance constitutes a serious problem worldwide. A descriptive cross-sectional study was carried out in January 2014, with the aim of identifying some risk factors associated with alcohol consumption in adolescents from the “Jesús Menéndez Larrondo” Industrial Polytechnic, in the Manzanillo municipality. The universe was made up of 189 students, the sample was made up of 100, randomly selected. To collect the information, a questionnaire was used. Statistical processing was performed using absolute numbers, percentages and the Chi Square test ( $\chi^2$ ). The results are summarized in tables. 93% of those surveyed have consumed alcohol and 36% had a risky consumption. The

macrosocial level factors predominated: availability of the substance (88%) and difficulties in the use of free time (72%). The risk factors associated with the risky consumption of alcohol were: deformed or scarce information, difficulties in parent-child communication, family consumption of alcohol, friends who consume alcohol, and difficulty resisting group pressures (Pérez, 2016).

For Xu Et Al (2017), Over the past three decades, economists and others have devoted considerable effort to assessing the impact of alcoholic-beverage taxes and prices on alcohol consumption and its related adverse consequences. Federal and State excise taxes have increased only rarely and, when adjusted for inflation, have declined significantly over the years, as have overall prices for alcoholic beverages. Yet studies examining the effects of increases of monetary prices (e.g., through raising taxes) on alcohol consumption and a wide range of related behavioral and health problems have demonstrated that price increases for alcoholic beverages lead to reduced alcohol consumption, both in the general population and in certain high-risk populations, such as heavier drinkers or adolescents and young adults. These effects seem to be more pronounced in the long run than in the short run. Likewise, price increases can help reduce the risk for adverse consequences of alcohol consumption and abuse, including drinking and driving, alcohol-involved crimes, liver cirrhosis and other alcohol-related mortality, risky sexual behavior and its consequences, and poor school performance among youth. All of these findings indicate that increases in alcoholic-beverage taxes could be a highly effective option for reducing alcohol abuse and its consequences (Xu & Chaloupka, 2017).

Segundo Fabián Chacha (2018) This study analyzed the consumption of alcoholic beverages in public space and the right to citizen security, it was established in the Comprehensive Organic Criminal Code, no provisions have been established that sanction those who use public space for alcohol consumption. The problem currently determines that in the Ambato canton there is no Municipal ordinance that prohibits and regulates the subject evaluated, which does not help the police work properly, although in other cantons of Ecuador a series of ordinances have been established that establish the measures of the infractions that are framed between 50% of the unified basic salary according to the bibliographic legal review developed, the study is bibliographic, field, descriptive, a survey was applied on the need for a documentary legal analysis that details the need for the creation of a legal provision that allows regulation and prohibits the consumption of alcoholic beverages, the study sample was 96 lawyers in free professional practice and 10 officials of the GAD, who with their answers ratified what was expressed in the problem, also determining as a cause for most lack interest in controlling public space, there is also no adequate control of who eats Have the infraction in analysis, they have not attended related cases of this type, because the legal regulations hardly sanction them, leaving the Municipalities this power. The causes that are considered to be influential are the Disengagement between citizen security rights and the Comprehensive Organic Criminal Code, with a lack of interest on the part of the authorities to promote ordinances, therefore, a document of legal critical analysis was developed that evidences the need of the creation of a legal provision, where the characteristics and aspects that an ordinance should have were exemplified based on data

obtained from revised regulations of other cantons, which mention and support the obligation of adequate control of public space (Tubón, 2018).

### **Marco teórico**

Para ampliar la investigación a continuación se detallan temas relevantes con relación a los planes estratégicos de consumo responsable de alcohol.

En Colombia existe una estrategia nacional de respuesta integral al consumo de alcohol esta estrategia nacional se sustenta en las políticas y las acciones desplegadas previamente en Colombia, así como en los lineamientos de la Estrategia Mundial para la Reducción del Uso Nocivo de Alcohol (EMRUNA), adaptados a la realidad del país, definiendo su aplicación y su alcance en el marco de las exigencias y las posibilidades que se derivan de dicha realidad (MINSALUD, 2013).

#### **Estrategia mundial para la reducción del uso nocivo de alcohol.**

La Estrategia Mundial para la Reducción Mundial del Uso Nocivo de Alcohol (EMRUNA), comprende como objetivo:

- Concientización sobre la magnitud y la naturaleza de los problemas causados por el uso nocivo de alcohol
- Construcción de conocimientos sobre la problemática y las alternativas para superarla
- Fortalecimiento de la capacidad de respuesta para la prevención y la mitigación de los problemas asociados al consumo nocivo de alcohol

- Fortalecimiento de las alianzas, la coordinación y la movilización de recursos frente a la problemática; y seguimiento, difusión y uso de la información con fines de promoción, desarrollo de políticas y evaluación.

La implementación de la EMRUNA demanda un firme compromiso de cada uno de los Estados Miembros de la OMS, una estrecha colaboración entre estos y la Secretaría General de la OMS, y un involucramiento activo de asociados internacionales de desarrollo, organizaciones de la sociedad civil, el sector privado, el estamento académico y los centros de investigación social, además de las instituciones de salud pública en todos los niveles (nacional, regional y local) (Ministerio De Salud Y Proteccion Social, 2013).

### **Estrategia nacional**

El compromiso de reducir el consumo nocivo del alcohol en Colombia constituye una oportunidad para mejorar la salud y el bienestar social de toda la población y mitigar las cargas de morbilidad y mortalidad asociadas al alcohol. Sin embargo, el logro de estos propósitos está mediado por grandes desafíos que se deben tener en cuenta en la formulación e implementación de las iniciativas o programas nacionales que se deriven del compromiso planteado. Consistentemente con los lineamientos expuestos en la Estrategia Mundial para Reducir el Uso Nocivo de Alcohol (OMS, 2010) y en consonancia con la realidad nacional, se trata de:

- Reforzar las acciones nacionales y la cooperación internacional.
- Fortalecer la cooperación y la coordinación intersectorial.
- Asignar la prioridad necesaria.

- Conciliar distintos intereses.
- Centrarse en la equidad.
- Tener en cuenta los contextos específicos.
- Mejorar la información.

### ***Política De Alcohol***

Según un informe de la OMS sobre la situación mundial en materia de alcohol y salud, la política de alcohol se define como “un conjunto articulado de valores, principios y objetivos para reducir la carga de efectos negativos atribuibles al alcohol en la población”.

Las políticas sobre alcohol comúnmente se clasifican en dos categorías: distributivas y regulatorias. Las políticas distributivas están hechas con la intención de proporcionar o movilizar recursos financieros o de otro tipo para poder lograr un objetivo público. Los recursos asignados para educación preventiva sobre alcohol en los colegios, la capacitación al personal de establecimientos de esparcimiento sobre dispensación responsable de bebidas alcohólicas y la provisión de tratamiento para las personas con problemas de abuso/ dependencia de alcohol, son ejemplos de políticas que buscan reducir el daño causado por el alcohol o aumentar el acceso a los servicios para ciertos grupos de la población.

En contraste a las políticas distributivas, las políticas regulatorias buscan influir en las acciones, conductas y decisiones de otros a través del control directo de personas u organizaciones. La regulación económica mediante el control de precios y los impuestos a menudo se aplica a las bebidas alcohólicas para reducir la demanda y generar ingresos

tributarios. Las leyes que fijan una edad mínima para la compra y un límite de horas para el expendio se han usado desde hace mucho tiempo para restringir el acceso al alcohol por motivos de salud y seguridad (social, 2013)

### **Normativa aplicable a los planes estratégicos sobre el consumo responsable de alcohol**

Es importante que los establecimientos que expenden bebidas alcohólicas en Colombia asuman de manera responsable la elaboración de su Plan Estratégico de Consumo Responsable de Alcohol. Además de cumplir con lo contemplado en la Ley 1503 de 2011 y el decreto reglamentario 2851 de 2013, está es una oportunidad para mejorar los contextos de la rumba, generar las condiciones para tener una rumba donde la música, la alegría, el baile sean los protagonistas y transformar la imagen que en algunos casos tienen los ciudadanos de los empresarios de la rumba y de quienes trabajan allí, pues piensan que solo los mueve el interés económico y no contribuyen a generar mejores entornos para un disfrute seguro y responsable.

### **Beneficios alcanzados por los establecimientos, a partir de la elaboración e implementación de un plan estratégico sobre el consumo responsable de alcohol**

- Disminuyen los conflictos con la comunidad y mejoran la imagen ante las autoridades.
- Se evitan riñas y peleas dentro del establecimiento y lugares aledaños, impidiendo daños materiales y situaciones de emergencia.
- Mejor manejo de las situaciones problemáticas se evita que las situaciones se compliquen o escalen.

- Contar un personal más preparado con conocimientos claros sobre las bebidas alcohólicas, sus efectos y manejo, lo cual evitará casos de intoxicación por el consumo excesivo de alcohol y en caso de presentarse, el personal estará mejor preparado para manejar esas situaciones evitando su empeoramiento.
- Los establecimientos ganarán respeto al ser reconocidos como lugares donde se preocupan por la seguridad y bienestar de sus clientes y el personal que trabaja en ellos, lo que puede representar un aumento en la fidelidad de los clientes y consecuentemente un incremento en los ingresos.
- Aumenta la fidelidad de los clientes. A la gente le gusta ir a sitios donde se pueda pasar bien hasta el final.
- La imagen del sector mejora si disminuyen las tasas de accidentalidad o violencia relacionadas con el consumo de alcohol.

### **Consideraciones para la realización un plan estratégico sobre consumo responsable de alcohol**

Es importante caracterizar el establecimiento, es decir, conocer el tipo o perfil del usuario, riesgos y situaciones que suelen presentarse o que se puedan presentar debido al consumo nocivo del alcohol en población adulta, así como identificar los recursos disponibles para enfrentar estas situaciones. A continuación, se presenta un ejemplo que orienta cómo puede realizar su diagnóstico.

¿Qué tipo de establecimiento es?

Se realiza la descripción del establecimiento como qué tipo de clientes lo frecuenta el tamaño del establecimiento el número de personas que trabajan allí, si es un bar de jóvenes o gente más adulta, o si es un bar donde se realizan show frecuentemente.

Características comerciales del establecimiento.

Qué porcentaje de las ventas de alcohol se hace en botella, tragos, jirafas, etc. Se realiza algún tipo de promoción tipo hora feliz (happy hour), noche de mujeres (ladys night) u otros.

Características del consumo de alcohol en el establecimiento.

Qué tipo de consumo tienen normalmente los clientes: moderado, excesivo, algunos clientes consumen bebidas sin alcohol, etc.

Comportamientos y situaciones frecuentes asociadas al consumo nocivo de alcohol:

¿Qué tipo de situaciones asociadas al consumo nocivo de alcohol son más frecuentes? (Riñas, peleas, negativa para pagar la cuenta, falta de respeto hacia los empleados, daños en el establecimiento, clientes intoxicados, etc.)

Frecuencia en que se presentan situaciones problemáticas

¿Cuándo se presentan más estos problemas? Un día específico de la semana; fechas especiales como: amor y amistad, Halloween, año nuevo, etc.

Recursos y oportunidades con que cuenta el establecimiento para prevenir y resolver situaciones derivadas del consumo nocivo de alcohol.

Se identifican todas las opciones que tiene el establecimiento para organizar una respuesta efectiva frente a los efectos del consumo inmoderado de alcohol, por ejemplo,

personal con conocimiento sobre primeros auxilios y manejo de intoxicaciones, empresas de taxis o chofer elegido, incluir en el menú bebidas sin alcohol y comidas, actividades extras a la venta de licor (música en vivo, cuenteros, espectáculo de bartenders, show de magia, etc.).

### **Identificación de acciones para la promoción del consumo responsable de alcohol en el establecimiento**

Este es el punto central de este proceso de elaboración del Plan Estratégico, definir acciones que promuevan el consumo responsable de alcohol, establecer quiénes serán los responsables de estas acciones y los plazos para su desarrollo, las cuales deberán tener en cuenta como mínimo lo siguiente:

#### **Capacitaciones dirigidas al personal de los establecimientos de expendio y/o consumo de bebidas.**

Dado que el alcohol es una sustancia que afecta el comportamiento de las personas, es importante que quienes trabajan en establecimientos donde se vende y/o consumen bebidas alcohólicas, tengan un adecuado conocimiento sobre el alcohol; las cantidades de este presente en los diferentes tragos; sus efectos en el cuerpo; los problemas que pueden ocurrir derivados de su consumo, entre otras temáticas.

Así mismo, el personal debe desarrollar habilidades para manejar clientes bajo el efecto del alcohol de manera amable y respetuosa. El personal de seguridad cumple un papel muy importante en la identificación temprana de riesgos para evitar que escalen a situaciones conflictivas, debe contar con las competencias necesarias para controlar

situaciones conflictivas como riñas y peleas y aplicar medidas sin alterar el ambiente del lugar.

Se recomienda entonces identificar qué procesos formativos (charlas, capacitaciones, cursos, etc.) son ofrecidos por las diferentes instituciones públicas y privadas en su territorio. Entidades como las alcaldías, hospitales, centros reguladores de urgencias, cuerpos de bomberos, agremiaciones, el SENA, organizaciones de la sociedad civil, entre otros pueden apoyar la implementación de un plan de capacitaciones.

**Estrategias para evitar el ingreso de menores de edad a los establecimientos y el suministro o venta de bebidas alcohólicas.**

Está demostrado que el uso del alcohol a una temprana edad aumenta el riesgo del uso de otras drogas más adelante; afecta las funciones cognitivas y el desarrollo del cerebro, además los adolescentes que consumen alcohol se exponen a riesgos como tener mayores probabilidades de ser sexualmente activos a temprana edad, tener relaciones sexuales con mayor frecuencia y tener sexo sin protección, en comparación con aquellos adolescentes que no consumen alcohol; también aumenta la probabilidad de ser víctimas de violación de abusos sexuales, agresión y robo.

Como es conocido por el gremio del entretenimiento, según la Ley 1098 de 2006 de Infancia y Adolescencia en el artículo 20, los niños, niñas y adolescentes serán protegidos del consumo de sustancias alcohólicas y en la Ley 124 de 1994 se prohíbe el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad. También en el artículo 1 de la Ley 124 de 1994 ley se contempla que la persona mayor que facilite las bebidas embriagantes

o su adquisición a menores de edad será sancionada de conformidad con las normas establecidas para los expendedores en los Códigos Nacional o Departamental de Policía.

En procura del cumplimiento de la norma y la efectiva protección de los menores, a continuación, se presentan algunas ideas que pueden ser adoptadas por los establecimientos para evitar que los menores de edad ingresen a los establecimientos en los que se expende licor:

Verificar la mayoría de edad de los clientes: Solicitar de manera obligatoria la cedula de ciudadanía como único documento que garantiza ciento por ciento que una persona es mayor de edad.

Protocolo para evitar el ingreso de menores de edad: resulta absolutamente necesario contar con un protocolo establecido previamente en el que estén definidos los mecanismos que se llevarán a cabo para evitar el ingreso de menores de edad al establecimiento, los responsables de esta actividad, así como procedimiento a seguir en caso de encontrar menores que de alguna manera lograron ingresar y se encuentran consumiendo licor.

Verificar la mayoría de edad es responsabilidad de todo el personal: Si algún mesero o cualquier integrante del personal tienen dudas sobre la mayoría de edad de alguien dentro del establecimiento debe estar entrenado para preguntar de manera asertiva y solicitar la cédula para verificar su edad sin generar malestar o conflicto.

Contactar a los padres del menor de edad: Si se confirma que hay menores de edad dentro del establecimiento se debe primero verificar si han consumido bebidas

alcohólicas, su estado y si se encuentran en condiciones para abandonar el establecimiento sin exponerse a riesgos mayores.

**Prevención, detección y manejo de incidentes relacionados con la intoxicación como resultado del consumo excesivo de alcohol.**

El personal debe estar en capacidad de rechazar, a través del diálogo y el trato respetuoso, el ingreso de personas que muestren signos claros de embriaguez debe estar atento a aquellos signos que indican que un cliente puede empezar a estar embriagado para ofrecer alternativas al consumo de alcohol y prevenir que se presenten intoxicaciones. Estos signos están asociados al deterioro de la coordinación, cambios en el volumen de la voz, cambios en los ritmos del habla, habla poco clara, ojos rojos, entre otros, también deben estar preparados para rechazar un pedido de clientes que presenten signos de alicoramiento y manejar las reacciones que ello ocasione, en los casos en que la intoxicación por consumo excesivo de alcohol ya ha sucedido, es necesario proteger a esas personas para evitar que se hagan daño a sí mismos o a otras personas.

**Espacios de articulación y rutas de servicios con las entidades distritales, municipales, locales y organizaciones gremiales, grupos de vecinos y usuarios.**

El papel de los establecimientos de la rumba es fundamental para promover un consumo de menor riesgo de alcohol, evitar intoxicaciones y conductas de riesgo como la conducción bajo efecto del alcohol, sin embargo, es claro que no son los únicos actores que intervienen para mejorar el contexto de la noche. Es por esto que dentro de los Planes Estratégicos para la Promoción de Consumo Responsable de Alcohol cada

establecimiento debe incluir una línea de acción que facilite el trabajo articulado con otros actores.

Es necesario definir estrategias que faciliten la coordinación y el trabajo con entidades distritales, municipales o locales y con organizaciones gremiales, grupos de vecinos y usuarios, que hayan sido identificados en el diagnóstico como parte de la red de instituciones y organizaciones con quienes es necesario trabajar para mejorar el contexto de la rumba, maximizando el goce y el disfrute y disminuyendo la posibilidad de situaciones de riesgo para los clientes y el equipo humano del establecimiento y conflictos con vecinos.

### **Diseño del sistema de seguimiento y evaluación del plan**

Luego de definir las acciones que serán desarrolladas durante la vigencia del plan para promover el consumo responsable de alcohol en su establecimiento, es importante desarrollar un esquema de seguimiento y evaluación que le permita conocer si se cumplió lo planeado, los avances obtenidos y replantear acciones para un nuevo plan.

Qué se puede hacer para realizar seguimiento y evaluación al plan:

Una manera de hacer seguimiento es realizar encuestas periódicas con sus clientes, las cuales permitirán conocer la manera en que está siendo percibido el establecimiento y al comparar unas con otras podrán observar si ha mejorado la opinión y en general, si las condiciones del establecimiento favorecen o no el consumo responsable de alcohol.

Frente al monitoreo, seguimiento y evaluación del plan, se recomienda:

-Programar el seguimiento conforme a plazos definidos y contar con la participación de los encargados de cada acción.

-Compartir en equipo el análisis de la información resultante del seguimiento y la evaluación.

-Destinar recursos específicos a las actividades y su seguimiento.

(Diana Agudelo, 2013).

### **Marco conceptual**

Definición Continuamente se presenta el marco conceptual donde se presentan conceptos importantes para la investigación que deben quedar claramente plasmados en este documento.

#### **Bebidas alcohólicas**

Es aquella bebida en cuya composición está presente el etanol en forma natural o adquirida, y cuya concentración sea igual o superior al 1 por ciento de su volumen y que tiene diferente concentración dependiendo de su proceso de elaboración (Infodrogas, 2020).

Las bebidas alcohólicas son fabricadas por diferentes empresas con un porcentaje (%) de alcohol variado dependiendo el tipo de bebida que sea.

#### **Control de planes estratégicos**

Para Henry Fayol el control consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con el Plan adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos.

Tiene como fin señalar las debilidades y errores a fin de rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente (Zapata, 2012).

Y para George R. Terry el proceso para determinar lo que se está llevando a cabo, evaluando y, si es necesario, aplicando medidas correctivas, de manera que la ejecución se desarrolle de acuerdo con lo planeado. (Zapata, 2012).

El control se puede definir como la acción de eliminar o limitar el desarrollo de un evento para minimizar sus consecuencias.

### **Consecuencias del no cumplimiento del plan**

Puede decirse que casi todas las acciones del ser humano tienen algún tipo de consecuencia, ya que son seguidas por algo que recibió la influencia del acto original. Si una persona almuerza cinco hamburguesas y luego sufre una indigestión, dicho malestar es una consecuencia de la comida ingerida. (Julian Perez, 2018).

Consecuencia es aquello que supone el resultado o el efecto de algo previo. Existe una correspondencia entre la consecuencia y el hecho que la genera, puede decirse que casi todas las acciones del ser humano tienen algún tipo de consecuencia, ya que son seguidas por algo que recibió la influencia del acto original (Julian Perez, 2018).

Se puede decir que consecuencia es el resultado de la exposición al factor de riesgo y sus efectos a nivel de locales se matiza en el cierre o en la fiscalización de bienes.

## **Emergencia**

Una emergencia es una atención de forma urgente y totalmente imprevista, ya sea por causa de accidente o suceso inesperado. Depende el ámbito en el que se use, esta palabra podrá tener distintos significados.

El termino emergencia suele ser utilizado por la mayoría de las personas para conjeturar una situación que se salió de control y como consecuencia, provocó un desastre (Raffino, 2020).

## **Plan estratégico**

En su forma más simple un plan estratégico es una herramienta que recoge lo que la organización quiere conseguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión. Entonces ofrece el diseño y la construcción del futuro para una organización, aunque este futuro sea imprevisible. El plan estratégico también define las acciones necesarias para lograr ese futuro (Marciniak, 2014).

## **Plan estratégico de consumo responsable de alcohol**

Los Planes Estratégicos de Consumo Responsable de Alcohol son documentos elaborados de manera participativa por todas aquellas personas que conforman el equipo humano del establecimiento como: el propietario/a, administrador/ra, meseros/ras, bartenders o cantineros, personal de seguridad y aseo, entre otros. Estos Planes son elaborados a partir de un diagnóstico que permita conocer mejor el perfil del cliente que frecuenta el sitio, los riesgos y situaciones que se pueden llegar a presentar debido al consumo nocivo de alcohol en población adulta y lo más importante, permite identificar

los recursos disponibles para enfrentar las situaciones problemáticas con el propósito de hacer del establecimiento un lugar más seguro para todos, que promueve el consumo responsable de alcohol y minimiza los riesgos asociados al consumo (Diana Agudelo, 2013).

### **Monitoreo del plan estratégico**

Las actividades de monitoreo se realizan durante todo el periodo de ejecución del plan, sirven para identificar a tiempo los logros, oportunidades, debilidades y amenazas que se están presentando de manera que se faciliten los ajustes al proyecto y se direccionen algunas labores.

### **Evaluación del plan estratégico**

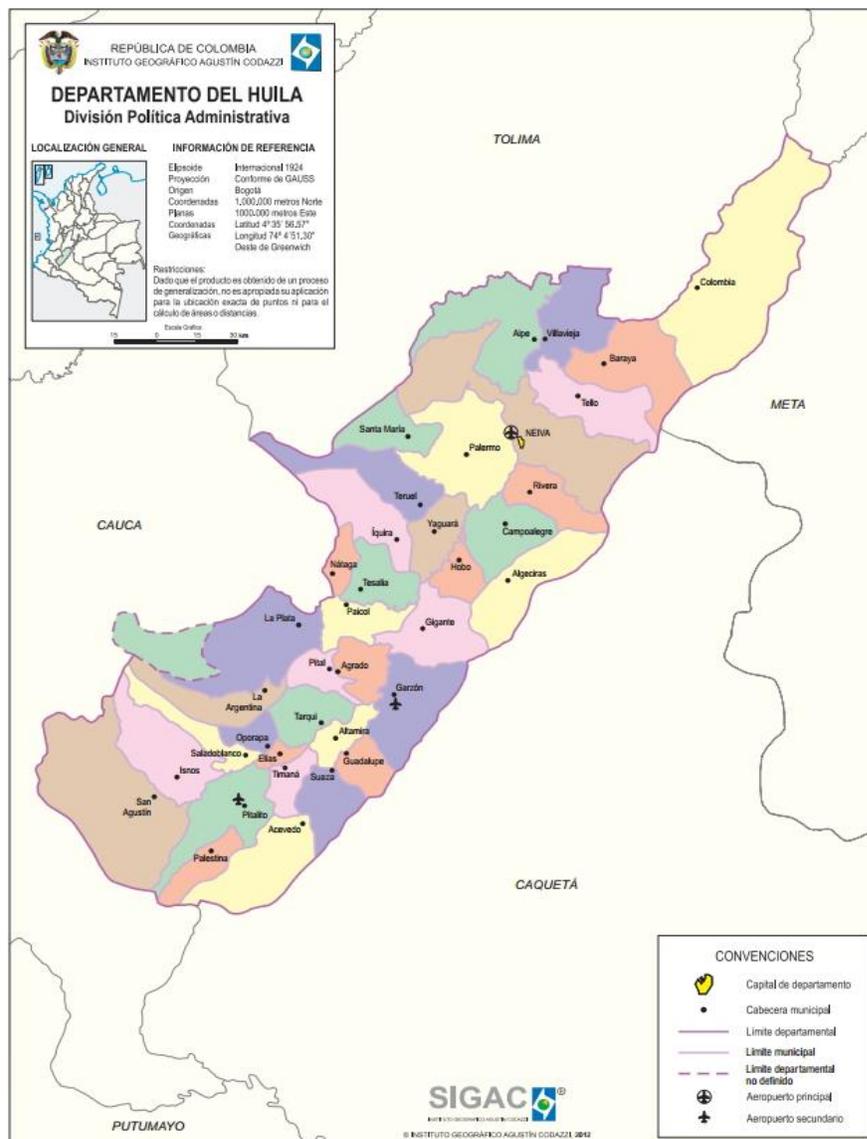
La evaluación es una observación más integral y sirve para entender si el plan cumplió con las metas planteadas. Sin embargo, a pesar de las diferencias, se trata de dos caras de la misma moneda. Ambas actividades están orientadas a aprender de la experiencia pasada, mejorar la formulación y la ejecución de nuevas acciones y reorientar las programaciones futuras.

### **Marco geográfico**

El departamento del huila se encuentra ubicado en la parte sur de la región andina; localizado entre los 01°33'08'' y 03°47'32'' de latitud norte y los 74°28'34'' y 76°36'47'' de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 19.890 km<sup>2</sup> lo que representa el 1.75 % del territorio nacional. Limita por el Norte con los departamentos del Tolima y

Cundinamarca, por el Este con Meta y Caquetá, por el Sur con Caquetá y Cauca, y por el Oeste con Cauca y Tolima (Terridata, 2022) como se indica en la figura 1.

Figura 1. Distribución política del departamento del Huila.



Nota. El mapa presentado muestra la división político administrativo del departamento del huila según IGAC (2020).

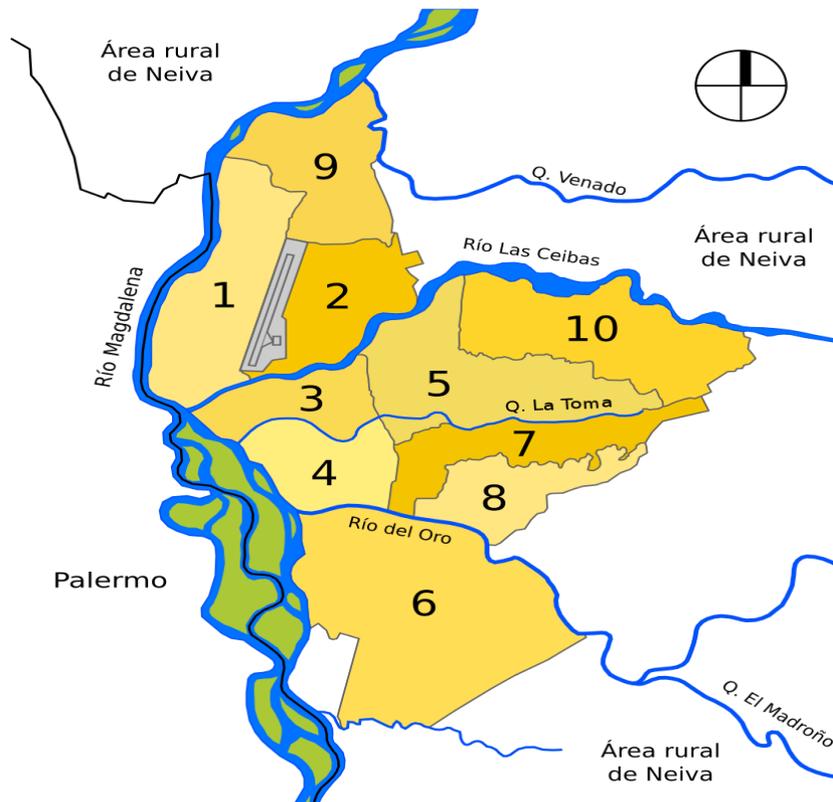
Política y administrativamente se compone de 37 municipios y tiene una población de 1.154.577 habitantes de los cuales el 49,9 % son hombres y el 50.1 % mujeres, posee un área de 19890 km<sup>2</sup>, con una densidad de 56,44 Hab / Km<sup>2</sup>; sus principales sectores económicos son el agropecuario, minero, petrolero y agroturismo (DNP, 2020).

Ahora bien, el estudio se ubica en su ciudad capital Neiva la cual está ubicada entre la cordillera Central y Oriental, en una planicie sobre la margen oriental del río Magdalena, en el valle del mismo nombre, cruzada por los Ríos Las Ceibas y el Río del Oro. Se compone de un área urbana y rural el cual se posiciona sobre un extenso territorio que va desde la Cordillera Central hasta la Cordillera Oriental. Dentro de sus límites hay otros centros poblados de primer Nivel (Urbanos): Fortalecillas, Caguán, San Luís, Guacirco, Vega larga y San Antonio de Anaconia; y de segundo Nivel (Rurales): Piedra Marcada, El Cedral, El Colegio, San Francisco, El Triunfo, Peñas Blancas, La Mata, El Venado, Cedralito, Palacios, Pradera, Aipecito, Chapinero y Órganos (Alcaldía de Neiva, 2022).

Su división política y administrativa se ha estructurado a partir de 10 comunas con 117 barrios y 377 sectores en la zona urbana y 8 corregimientos con 61 veredas y 21 sectores en la zona rural, con un área estimada de 4.594 y 150.706 Hectáreas respectivamente. Cada corregimiento está asociado a un centro poblado rural que se constituye en el epicentro de las actividades económicas, culturales, sociales y políticas de la población circundante; el censo poblacional es de 357.392 habitantes de los cuales el 48,2 % son hombres y el 51,8 % mujeres (Alcaldía de Neiva, 2022).

Con respecto a los límites de este, al norte con los municipios tolimenses de Ataco, Natagaima y Alpujarra y el municipio huilense de Colombia; al Sur con los municipios huilenses de Santa María, Teruel, Yaguará, Hobo y Algeciras; al Oriente con el municipio metense de La Uribe y el municipio caqueteño de San Vicente del Caguán; al Occidente con los municipios tolimenses de Planadas y Ataco.

Figura 2. Mapa Administrativo de Neiva



Nota. La figura 2 muestra la división político-administrativa por comunas del municipio de Neiva según IGAC, 2020

El restaurante Gastro bar PIURA S.A.S. se encuentra ubicado en el barrio altico calle 6 # 14-10; se caracteriza por ser una zona comercial influenciada por la actividad de

restaurantes, gastro bares con variedad de comidas internacionales y nacionales; su logo como se indica en la figura 3.

Figura 3. Logo PIURA SAS.



Nota. Se presenta en la figura 3 el logo del restaurante Gastro-Bar PIURA S.A.S

El restaurante cuenta con 8 trabajadores incluido el administrador, atiende viernes sábados y domingos, operando a partir de las 8 de la noche con música en vivo.

### **Marco legal**

Constitución política de Colombia

ARTÍCULO 27. DERECHO A LA SALUD. Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a la salud integral. La salud es un estado de bienestar físico, psíquico y fisiológico y no solo la ausencia de enfermedad. Ningún Hospital, Clínica, Centro de Salud y demás entidades dedicadas a la prestación del servicio de salud, sean públicas o privadas, podrán abstenerse de atender a un niño, niña que requiera atención en salud.

Artículo 49. La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud.

Se Artículo 13 Ley 1503 De 2011

Artículo 13. Establecimientos de expendio y/o consumo de bebidas alcohólicas. Todos los establecimientos que devenguen el cuarenta por ciento (40%) o más de sus ingresos por la venta de bebidas alcohólicas contribuirán al objeto de la presente ley. Para tal efecto, se comprometerán a desarrollar acciones orientadas al consumo responsable de alcohol, contenidas en un plan estratégico.

El Gobierno Nacional definirá los objetivos y contenidos que deben comprender tales planes, en un período no superior a un (1) año a partir de la entrada en vigor de la presente ley (Normativa, 2011)

Decreto 2851 De 2013

### CAPÍTULO III

Planes Estratégicos de Consumo Responsable de Alcohol y su adopción por parte de los Establecimientos de Comercio

Artículo 6°. Objetivos de los planes estratégicos de consumo responsable de alcohol. Los siguientes serán los objetivos de los Planes Estratégicos a adoptar por parte de los establecimientos de expendio y/o consumo de bebidas alcohólicas:

a) Ofrecer alternativas para los usuarios de los establecimientos de expendio y/o consumo de bebidas alcohólicas que no consumen bebidas alcohólicas y para quienes van a conducir, en el contexto de seguridad y educación vial;

b) Promover el consumo responsable de alcohol entre los usuarios del establecimiento de expendio y/o consumo de bebidas alcohólicas con el fin de prevenir situaciones problemáticas que alteren el ambiente del lugar o que pongan en riesgo a los demás usuarios del establecimiento y al personal de este;

c) Generar las condiciones dentro del establecimiento de expendio y/o consumo de bebidas alcohólicas para responder efectivamente a situaciones problemáticas derivadas del consumo inmoderado de alcohol.

**Artículo 7°. Contenido de los planes estratégicos del consumo responsable de alcohol.** Los Planes Estratégicos deberán contener como mínimo los siguientes aspectos:

a. Diagnóstico. Caracterización del establecimiento y del perfil del usuario, en los casos que se pueda establecer, así como identificar los riesgos y situaciones problemáticas que se presentan y/o se puedan presentar debido al consumo problemático de alcohol en la población adulta. Adicionalmente, establecer los recursos disponibles para enfrentar las situaciones identificadas.

b. Líneas de acción. Hacen referencia a los componentes estructurales a incorporar en los planes estratégicos de consumo responsable de alcohol los cuales deberán tener en cuenta como mínimo las siguientes líneas de acción:

I. Capacitaciones dirigidas al personal de los establecimientos de expendio y/o consumo de bebidas.

II. Mecanismos dirigidos a prevenir la conducción bajo efecto del alcohol.

III. Estrategias para evitar el ingreso de menores de edad a los establecimientos y el suministro o venta de bebidas alcohólicas a estos.

IV. Prevención, detección y manejo de situaciones problemáticas del consumo nocivo de alcohol por parte de los clientes.

c. Trabajo interinstitucional. Definición de espacios de articulación y rutas de servicios con las entidades distritales, municipales, locales y organizaciones gremiales, grupos de vecinos y usuarios.

d. Seguimiento y Evaluación. Desarrollo de mecanismos para la evaluación y monitoreo de las acciones propuestas.

**Parágrafo.** Los establecimientos de expendio y/o consumo de bebidas alcohólicas deberán incluir dentro de los planes estratégicos, el personal responsable al interior del establecimiento de expendio y/o consumo de bebidas alcohólicas que deberá implementar cada uno de los contenidos definidos en el presente artículo.

**Artículo 8°. Principios de los planes estratégicos de consumo responsable de alcohol.** Los establecimientos de expendio y/o consumo de bebidas alcohólicas deberán elaborar y ejecutar los planes estratégicos con fundamento en el principio “Saber beber-saber vivir”, contenido en las definiciones de que trata el artículo 2° del Decreto número 120 de 2010, el cual orienta entre otros el consumo responsable de alcohol.

**Parágrafo.** El Ministerio de la Salud y Protección Social expedirá la guía “Para la elaboración de planes estratégicos del consumo responsable de alcohol” y el “documento técnico sobre los principios saber beber-saber vivir” y “momentos del saber beber, el antes, el durante y el después”, los cuales serán publicados en la página web del Ministerio de la Salud y Protección Social, para efectos de su divulgación.

**Artículo 9°. Adopción y cumplimiento por parte de los establecimientos de comercio de expendio y/o consumo de bebidas alcohólicas de los planes estratégicos.** Los planes estratégicos para el consumo responsable de alcohol de que trata el artículo 13 de la Ley 1503 de 2011 y su respectiva adopción y cumplimiento, serán objeto de vigilancia y control por parte de las Secretarías Distritales, Departamentales y Municipales de Salud, las cuales verificarán la ejecución de los mencionados planes a través de visitas que serán efectuadas a cada establecimiento por lo menos una vez al año y de lo cual dejarán constancia en un acta.

Para efectos de la adopción de los planes estratégicos para el consumo responsable de alcohol los establecimientos de comercio de expendio y/o consumo de bebidas alcohólicas tendrán un plazo de seis (6) meses contados a partir de la publicación del presente decreto para comunicar por escrito a la Secretaría Distrital o Territorial de Salud según corresponda, el plan estratégico elaborado, el cual deberá contener los aspectos y principios señalados en los artículos 7° y 8° del presente decreto reglamentario (Normativa, 2011).

## **Diseño Metodológico**

Tamayo, M Et at (2001), definen el marco metodológico como “un proceso que, mediante el método científico, procura obtener información relevante para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento”, dicho conocimiento se adquiere para relacionarlo con las hipótesis presentadas ante los problemas planteados (unesur, 2016).

### **Tipo y enfoques de la investigación**

#### **Tipo de investigación**

La investigación de tipo no experimental descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos (Roberto & Baptista, 2000).

La investigación transversal en ocasiones se da a conocer como una experiencia instantánea, y que capta los detalles de un momento determinado, que no se va a repetir y es única; lo cual se valida en el hecho de que el estudio se realizara en el primer semestre del 2022 (Rocha, 2016)

Este proyecto es de carácter descriptivo y contempla los concepto de Carlos Sabino, el cual se enfoca en investigar realidades de hechos, para de esta manera realizar una interpretación correcta sobre la documentación necesaria para el diseño del plan estratégico de consumo responsable de alcohol del restaurante Gastro Bar PIURA S.A.S. en la ciudad de Neiva; de acuerdo con lo anterior esta investigación se desarrollara de forma sistemática, siguiendo los lineamientos de la guía para la elaboración del plan

estratégico de consumo responsable de alcohol del año 2013 propuesta por el Ministerio de Salud y Protección Social.

### **Población y muestra**

Restaurante Gastro Bar PIURA de la ciudad de Neiva, cuenta con una planta de personal integrada por un administrador, dos cocineros, tres meseros y un vigilante.

### **Recolección y análisis de datos**

Para la recolección de datos en este documento se hará por medio de una entrevista que se realizará al administrador del restaurante Gastro Bar PIURA; así como una lista de chequeo de verificación de cumplimientos de ítems contemplados en la guía.

Esta información será registrada en una hoja de Excel, con el fin de establecer de forma cualitativa y cuantitativa el nivel de cumplimiento.

Las herramientas de análisis son:

Observación: La técnica de observación es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación; dentro de sus principales características se tiene que s intencionada ya que define metas y objetivos con los hechos con miras a establecer una perspectiva teleológica; es ilustrada y selectiva y descriptiva, ya que trata de describir y explicar el hecho observado (Castelanos, 2017)

Entrevista: una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una

muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características; La entrevista es muy ventajosa principalmente en los estudios descriptivos y en las fases de exploración, tiene como propósito obtener información en relación con un tema determinado; se busca que la información recabada sea lo más precisa posible; se pretende conseguir los significados que los informantes atribuyen a los temas en cuestión; el entrevistador debe mantener una actitud activa durante el desarrollo de la entrevista, en la que la interpretación sea continua con la finalidad de obtener una comprensión profunda del discurso del entrevistado (Díaz B, Torruco G, Martínez H, & Mildred, 2013)

## Fases y actividades metodológicas

Las fases y actividades que componen la metodología de desarrollo son:

Tabla 1. Fases del estudio

Fases	Objetivo	Que se va a hacer	Actividades	Como se va a hacer	Con que herramienta
Fase 1- Diagnostico	Elabora un diagnóstico de caracterización del restaurante Gastro Bar PIURA de acuerdo con los componentes de la guía para elaboración de planes estratégicos dada por el Ministerio de Salud.	Realizar una caracterización del restaurante Gastro Bar PIURA	1-Definir el tipo de establecimiento 2-determinar las características comerciales del establecimiento 3- Características del consumo de alcohol en el establecimiento 4-Comportamientos y situaciones frecuentes asociadas al consumo nocivo de alcohol: 5-Frecuencia en que se presentan situaciones problemáticas: 6-Recursos y oportunidades con que cuenta el establecimiento para prevenir y resolver situaciones derivadas del consumo nocivo de alcohol.	Lista de chequeo con los ítems que integran las actividades que se presentan en la guía	formato impreso
Fase 2- Acciones	Definir las acciones que promuevan el consumo responsable de alcohol en el restaurante Gastro Bar PIURA.	Diseñar estrategias de acuerdo con el diagnóstico	Capacitaciones dirigidas al personal de los establecimientos de expendio y/o consumo de bebidas. Mecanismos dirigidos a evitar la conducción bajo efecto del alcohol Estrategias para evitar el ingreso de menores de edad a los establecimientos y el suministro o venta de bebidas alcohólicas. Prevención, detección y manejo de incidentes relacionados con la intoxicación como resultado del consumo excesivo de alcohol.	DOFA-FODA	Matriz de análisis DOFA-FODA
Fase 3- Articulacion publica	Establecer los espacios de articulación y rutas de servicios con los entes municipales de apoyo.	diseñar una ruta de articulación con entes municipales, privados para fortalecer y visibilizar el plan	Identificación de organismos de apoyo, públicos y privados, asociaciones	ficha técnica de organismos de apoyo	Excel
Fase 4- Mejoramiento continuo	Diseñar el sistema de seguimiento y evaluación del Plan.	diseñar KPI de control y seguimiento para el plan	definición de indicadores según puntos de la guía	Cuadro de mando	Hoja de Excel

Nota se muestra en la tabla 1, las fases que componen el desarrollo del estudio en función de los objetivos propuestos.

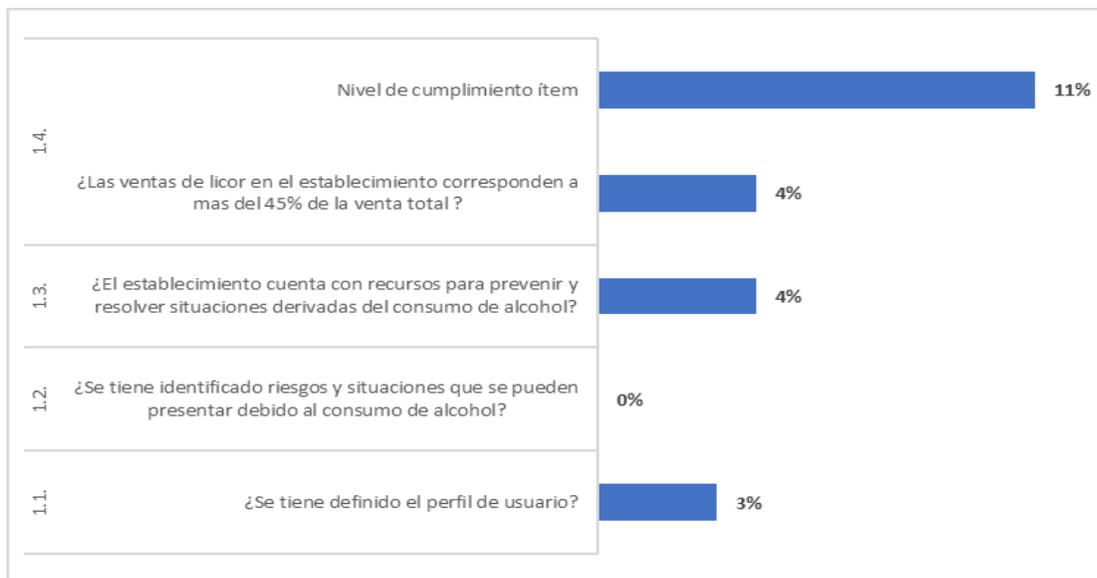
## Resultados

### Diagnóstico de caracterización del restaurante Gastro Bar PIURA de acuerdo con los componentes de la guía para elaboración de planes estratégicos dada por el Ministerio de Salud.

Para efectos de realizar el diagnóstico inicial, se realizó una lista de chequeo para verificar el cumplimiento del gastro bar con respecto a la guía para preparación de planes estratégicos de consumo responsable de alcohol, propuesta por el ministerio de Salud, la cual arrojo los siguientes resultados por ítems; la evaluación general aparece en el anexo 3.

### Evaluación inicial

Figura 4. Componente 1 de cumplimiento

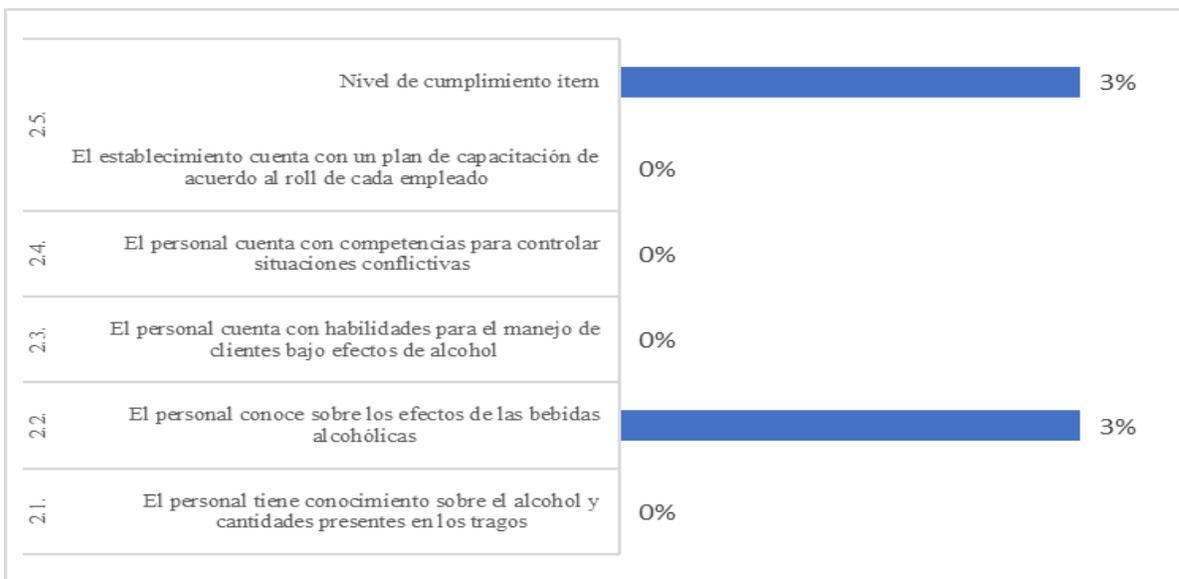


Nota. La figura 4 muestra los porcentajes de cumplimiento del numeral 1 de la guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol.

En la figura 4 se observa el registro de la evaluación inicial con respecto al grado de cumplimiento que tiene el gastro bar PIURA S.A.S. frente a los requerimientos de planes estratégicos; de lo anterior se establece que de un total de 4 ítem evaluados se cumple con 4 ítems que indica el gastrobar si tiene definido el perfil del usuario que frecuenta el negocio, al igual cuenta con recursos para prevenir situaciones derivadas del alcohol, al igual que sus ventas representan más del 45 % de total; no presenta cumplimiento en la identificación de riesgos, por lo que la evaluación final indica un porcentaje de cumplimiento del 11 % sobre 15%.

### Capacitaciones al personal del establecimiento

Figura 5. Evaluación capacitación al personal

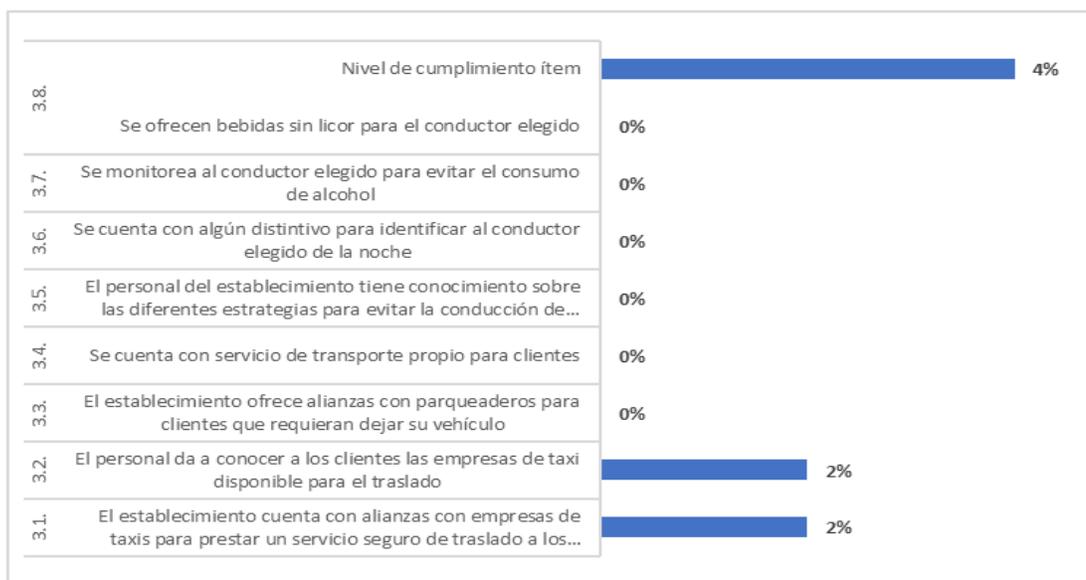


Nota. La figura 5 muestra los porcentajes de cumplimiento del numeral 2 de la guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol.

En la figura 5 se observa un muy bajo nivel de cumplimiento frente a los ítems que componen esta dimensión; ya que no se han realizado acciones de capacitación ni se evidencian mecanismos dirigidos a validar el mismo, por ende, su desempeño es del 3 %.

### **Mecanismos para evitar conducción de vehículos bajo efectos de alcohol.**

Figura 6. Mecanismos de prevención conducción.

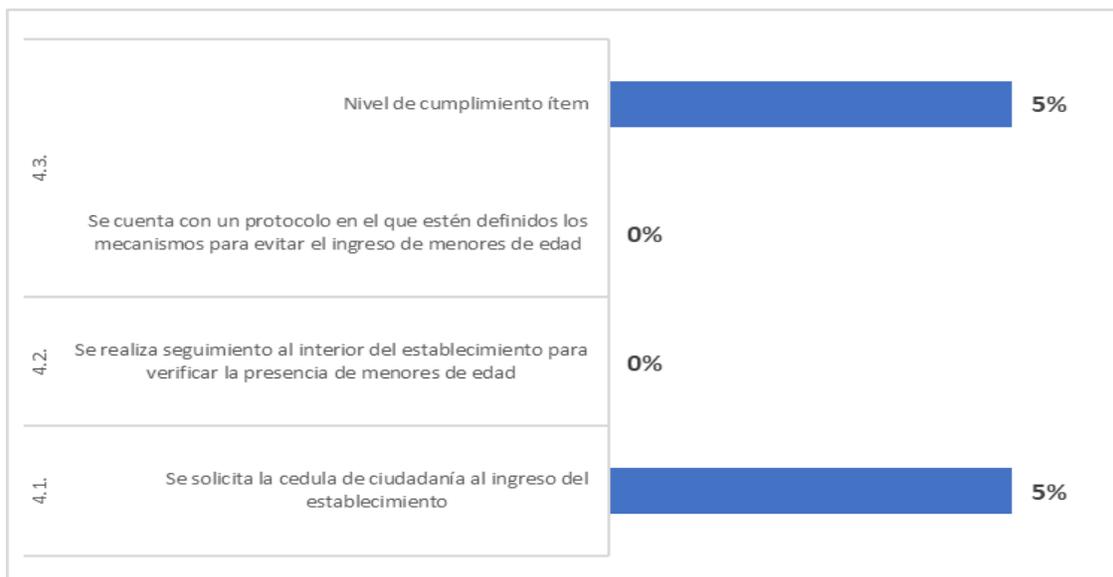


Nota. La figura 6 muestra los porcentajes de cumplimiento del numeral 3 de la guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol.

En la figura 6 se observa un muy bajo nivel de cumplimiento frente a los ítems que componen esta dimensión; ya que no se cuenta con alianzas o convenios para parqueaderos, ni flota propia para el traslado de clientes en estado de embriaguez, a lo que se suma que no existe un protocolo de monitoreo o identificación del conductor elegido para la prevención de consumo de alcohol; por ende, la puntuación total es del 4 % frente a un total de 14 %.

## Estrategias para evitar el ingreso de menores de edad

Figura 7. Puntuación sobre estrategias ingreso menores de edad.

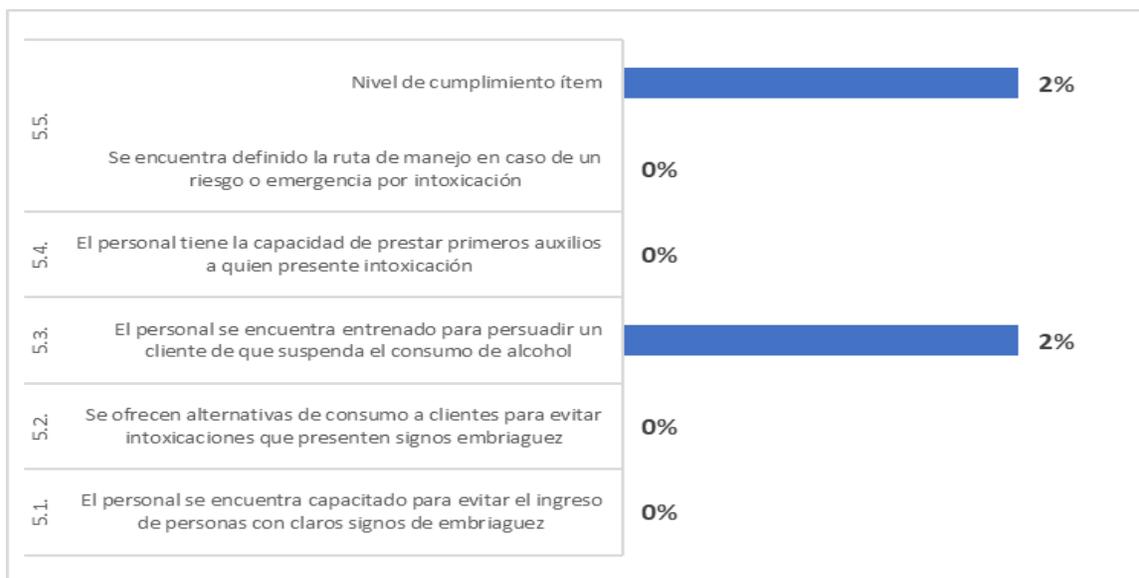


Nota. La figura 7 muestra los porcentajes de cumplimiento del numeral 4 de la guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol.

Se observa el no cumplimiento de los ítems asociados a la verificación sobre presencia de menores edad al interior del establecimiento y sus mecanismos de prevención, por lo que la puntuación total asignada a esta dimensión es de 5 % de cumplimiento.

## Prevención, detección y manejo de incidentes relacionados con la intoxicación por consumo de alcohol.

Figura 8. Puntuación de prevención y manejo incidentes por intoxicación.

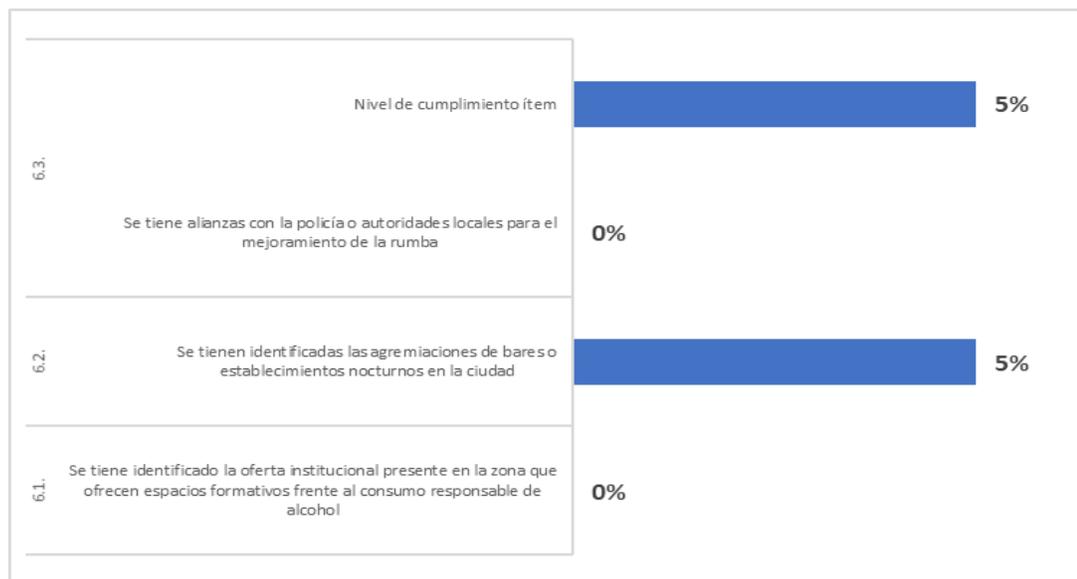


Nota. La figura 8 muestra los porcentajes de cumplimiento del numeral 5 de la guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol.

Se observa un bajo nivel de cumplimiento frente a este ítem, el cual se concentra en que no se cuenta con planes o proceso de formación sobre manejo y persuasión de clientes, a lo que se suma no contar con los primeros auxilios ni la ruta de manejo sobre el riesgo, por lo que la puntuación total es del 2 % lo que indica un bajo nivel de cumplimiento frente a este ítem.

## Definición de espacios y servicios de articulación con entidades o vecinos.

Figura 9. Puntuación sobre espacios y articulación con entidades



Nota. La figura 9 muestra los porcentajes de cumplimiento del numeral 6 de la guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol.

Con respecto a la puntuación sobre espacios y articulación con entidades, se identifica un nivel de cumplimiento del 5 %, esto debido a que no se cumple con los ítems de oferta institucional para espacios formativos y alianzas locales para el mejoramiento de la rumba.

## Sistema de seguimiento y evaluación del plan estratégico de consumo responsable de alcohol.

Tabla 2. Cumplimiento sistema de seguimiento

7	Sistema de seguimiento y evaluación del plan estratégico de consumo responsable de alcohol.		14%	Cumple	No cumplen	Calificación otorgada	Observaciones
7.1.	Se realizan encuestas periódicas a los clientes para verificar la percepción de las estrategias de consumo responsable de alcohol	Encuestas de servicio	3%		0	0%	No hay encuesta de servicio
7.2.	Se realizan reuniones con los empleados para retroalimentar avances del plan	registro de socialización	3%		0	0%	no hay registro
7.3.	Se tienen planteados indicadores a partir de las acciones definida en el plan	Documento KPI	2%		0	0%	no existe plan
7.4.	Se realiza seguimiento conforme a los plazos definidos para el desarrollo de las acciones del plan	Sistema de gestión de calidad	2%		0	0%	no existe plan
7.5.	Se socializan los resultados del seguimiento y evaluación del plan	Registro socialización	2%		0	0%	no hay registro socialización
7.6.	Se asignan recursos para el desarrollo de las actividades del plan y seguimiento	Plan de consumo responsable	2%		0	0%	no se evidencia asignación de recursos
<b>Nivel de cumplimiento ítem</b>			<b>14%</b>			<b>0%</b>	

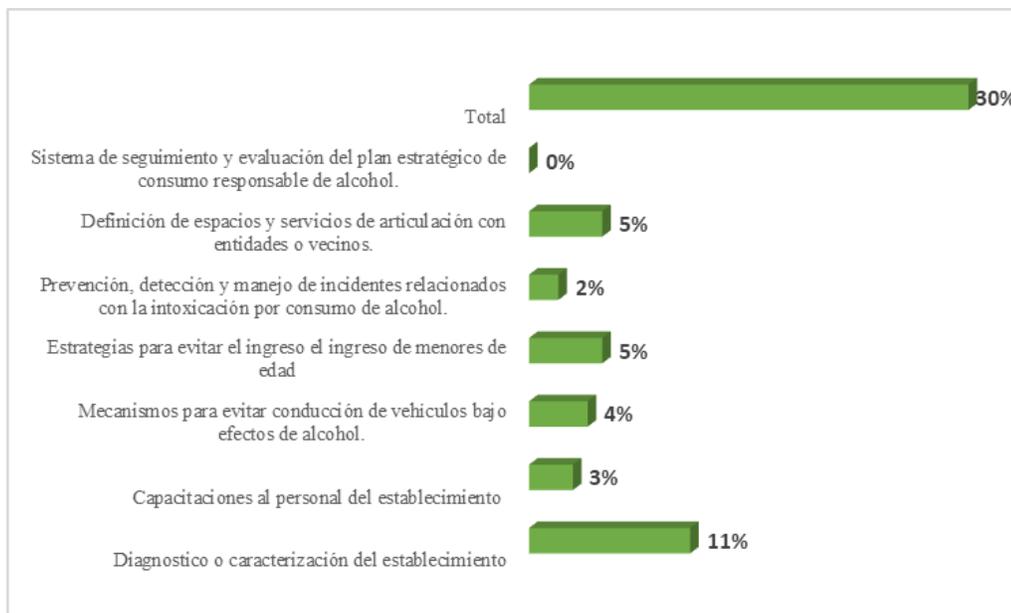
Nota. La tabla 2, muestra el nivel de cumplimiento de los ítems que componen el numeral 7 de la guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol.

Con respecto a esta dimensión se identifica el no cumplimiento de las actividades que componen este ítem, por ende, su puntuación total es cero.

### Análisis general

De acuerdo con los resultados generales, el nivel de cumplimiento evaluado es del 30 % frente a la temática de consumo responsable, lo que es muy bajo frente a los requisitos que demandan el plan de consumo responsable; frente a esto los resultados analizados por dimensión indican lo siguiente de acuerdo con la figura 10.

Figura 10. Puntuación total Diagnóstico inicial Plan de consumo responsable.



Nota. Se muestra en la figura 10 los resultados porcentuales de los numerales recomendados por la guía para el cumplimiento del plan estratégico para la promoción del consumo responsable de alcohol en el Gastro-Bar PIURA.

En la figura 10 se indica el bajo nivel de cumplimiento marcado por una puntuación total de 30 % de cumplimiento; los aspectos de menor evaluación fueron los ítems de seguimiento y evaluación con un 0 %.

### **Diagnóstico de caracterización del restaurante Gastro Bar PIURA S.A.S. según componentes de la guía para elaboración de planes estratégicos dada por el Ministerio de Salud.**

Para elaborar el diagnóstico del restaurante debemos tomar el contexto en cual se realiza; de acuerdo con lo anterior se tiene:

Restaurante PIURA

El restaurante PIURA S.A.S, es una organización por acciones simplificada, con matrícula de inscripción ante Cámara de comercio # 301027 de agosto 3 de 2017; cuya actividad principal es según código CIIU 15611 “Expendio a la mesa de comidas preparadas (Restaurante); como actividad secundaria según código CIIU “Catering para eventos” y como otras actividades según código CIIU 15630 “expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento”.

La empresa tiene como consideraciones misionales el servicio de comida a la mesa, bajo altos estándares de calidad de comida peruana y nacional, ofreciendo a sus clientes las mejores alternativas de una alimentación nutritiva y una experiencia de gastronómica única en su sector; dentro de su visión la compañía tiene proyectado para el 2025, ser la primera empresa gastronómica en la opción de diferentes consumidores del índole local, nacional e internacional.

Figura 11 . Restaurante PIURA Gastro Bar



Nota. Se indica en la figura 11 la presentación física del Gastro Bar PIURA.

En horario nocturno el restaurante presenta show en vivo de música de cuerda, cubana, son, bolero entre otros, así como martitas del ámbito nacional, regional y local.

Para la elaboración del diagnóstico, este se desarrolló en función de los siguientes lineamientos:

Pregunta 1 – ¿Qué tipo de establecimiento es según sus clientes?

Es un establecimiento dirigido a todo tipo de clientes incluyendo a menores de edad acompañados de sus padres. En el día es restaurante y lugar de tertulia de grupos sociales; en la noche el Gastro Bar tiene una area para conversar y beber a mediana escala, un area para escuchar música en vivo.

El 60 % de los clientes son fijos, y tienen una frecuencia de visita de 2 veces por semana, en especial viernes, sábado.

Con respecto al tamaño del restaurante Bar, tiene 40 mesas de 4 puestos o sillas, con una capacidad máxima de aforo de hasta 200 personas. Posee una barra de consumo de uso nocturno; tiene 13 personas distribuidas en 1 gerente general, 1 administrador, 2 de staff de seguridad, 5 de cocina y 4 meseros.

Pregunta 2 ¿Características comerciales del establecimiento?

De acuerdo con el administrador Cristian Alexis Rodríguez González, el 68 % de las ventas corresponden a bebidas alcohólicas; las cuales se distribuyen en 55 % en botella, 10 % en copas y 3% en probeta; de acuerdo con su planificación de eventos se celebran fechas especiales como día de la madre, del padre, san pedro entre otras; ofrece show en Vivo después de las 10 de la noche los fines de semana.

Figura 12. Celebración eventos y hora feliz



Nota. Se muestra en la figura 12 una noche de celebración en el Restaurante Gastro Bar PIURA, en la modalidad de servicio “celebración cumpleaños”

### **Pregunta 3- ¿Características del consumo de alcohol en el establecimiento?**

La mayoría de los clientes consumen de forma moderada, se estima que el promedio de consumo por persona en una noche de fin de semana hasta las 2 am, es de 3,5 cerveza en botella, 1.3 botella de aguardiente, 1 botella de vino o campaña entre otras.

Solo un 5% de los clientes consumen bebidas sin alcohol.

¿Pregunta 4- Comportamientos y situaciones frecuentes asociadas al consumo nocivo de alcohol?

A la fecha no se han presentado antecedentes con no querer pagar la cuenta, peleas, irrespeto al mesero entre otros, daños al establecimiento entre otros.

De acuerdo con lo anterior no se tiene evidencia de problemas en ninguna fecha de celebración sea para adultos o jóvenes.

**¿Recursos y oportunidades con que cuenta el establecimiento para prevenir y resolver situaciones derivadas del consumo nocivo de alcohol?**

Recursos y oportunidades con que cuenta el establecimiento para prevenir y resolver situaciones derivadas del consumo nocivo de alcohol.

Identifique todas las opciones que tiene para organizar una respuesta efectiva frente a los siguientes elementos:

¿efectos del consumo inmoderado de alcohol, por ejemplo?

- Personas líderes dentro del establecimiento con motivación para diseñar y coordinar acciones Rta- Administrador y jefe de cocina,
- Personal con conocimiento sobre primeros auxilios y manejo de intoxicaciones., No tienen personal con este perfil.
- Alianzas con otros establecimientos, empresas de taxis, parqueaderos y otros actores de la rumba; actualmente se tiene alianza con la empresa Taxis rojos.
- Oferta de formación proveniente de entidades públicas y privadas en temas como: manejo de emergencias, primeros auxilios, sustancias psicoactivas, entre otros. Se han dado capacitaciones sobre sustancias psicoactivas, consumo responsable a personas base de la institución.
- Posibilidad de ampliar la oferta del lugar a otras actividades además de la venta de licor (música en vivo, cuenteros, espectáculo de bartenders, show de magia, etc.).

Actualmente en el horario nocturno, se presenta show en vivo.

- Incluir dentro de la carta opciones de bebidas sin licor y comidas, si no la tienen. Ya se encuentran incluidos

Figura 13. Evento Casual amigas



Nota. Se muestra en la figura 13 una noche de celebración en el Restaurante Gastro Bar PIURA, en la modalidad de servicio “Entre amigas”

### **Numeral - 4.2. Acciones para la promoción del consumo responsable de alcohol en el restaurante Gastro Bar PIURA.**

En este capítulo se desarrollarán las dimensiones identificadas en el diagnóstico como lo son conocimiento del negocio, (4.2.1.) capacitaciones dirigidas al personal de los establecimientos de expendio y/o consumo de bebidas. 4.2.2 Mecanismos dirigidos a evitar la conducción bajo efecto del alcohol, (4.2.3) estrategias para evitar el ingreso de menores de edad a los establecimientos y el suministro o venta de bebidas alcohólicas; (4.2.4) prevención, detección y manejo de incidentes relacionados con la intoxicación como resultado del consumo excesivo de alcohol.

Tabla 3. Nivel de cumplimiento sobre consumo responsable.

<b>Dimensión</b>	<b>Puntuación</b>	<b>META</b>
Diagnostico o caracterización del establecimiento	11%	100%
Capacitaciones al personal del establecimiento	3%	100%
Mecanismos para evitar conducción de vehículos bajo efectos de alcohol.	4%	100%
Estrategias para evitar el ingreso el ingreso de menores de edad	5%	100%
Prevención, detección y manejo de incidentes relacionados con la intoxicación por consumo de alcohol.	2%	100%
Definición de espacios y servicios de articulación con entidades o vecinos.	5%	100%
Sistema de seguimiento y evaluación del plan estratégico de consumo responsable de alcohol.	0%	100%

Nota. En la tabla 3 se analiza en grado de puntuación obtenida en los numerales o dimensiones del diagnóstico para el desarrollo de acciones o estrategias de promoción y prevención del consumo responsable de alcohol.

Según lo anterior, los bajos porcentajes de cumplimientos evidenciados en la evaluación inicial conllevan a la generación de acciones para cada dimensión como se describe a continuación:

### Conocimiento del negocio

Las acciones propuestas en este factor se describen en la tabla 3 presentada a continuación:

Tabla 4. Acciones para conocimiento del negocio.

Factor para intervenir	Estrategia	Objetivo	Responsable	Tiempo ejecución (Día)	Recursos necesarios	Presupuesto estimado	KPI	Meta	Resultado
Perfil del usuario	Documentación y caracterización del perfil de los usuarios	Identificar de acuerdo con el contexto actual de flujo de clientes al negocio, el perfil de este	Administrador	3	Resma papel- Equipo computo- Impresora- Administrador		NA		
Identificación de riesgos	Descripción de riesgos derivados del consumo de alcohol	Elaborar la matriz de riesgos en función de los riesgos que se desprenden de la ingesta de alcohol en el negocio por parte de los clientes, estos riesgos comprenden los causados por los clientes	Administrador	4	Técnico Hseq	\$ 300.000,00	% Avance matriz/ Matriz Total	100 %	1- Documento caracterización Negocio. 2- Matriz de riesgos.
Prevención y recursos	Presupuesto de intervención	Definir un presupuesto estimado para la realización del plan de consumo de responsable por parte de los dueños del negocio con el fin de evidenciar la asignación de recursos.	Accionista	NA	NA				

Nota: se presenta la estructura de las acciones correspondientes al conocimiento del negocio.

En la tabla 4 se observa el cuadro de acciones diseñado para mejorar el nivel de cumplimiento frente al conocimiento del negocio y el cliente que deben tener sus propietarios y administradores; esto implica un trabajo de descripción y caracterización por parte del adiestrador, sobre el cual recae la responsabilidad de las acciones a realizar y de la gestión de recursos para su ejecución; las acciones más relevantes comprenden la caracterización del cliente y la elaboración de la matriz de riesgos que se pueden generar por parte de los clientes a causa del consumo de alcohol en el Gastro Bar.

### Materialización de las estrategias

Elaboradas las estrategias es necesario para su aplicación elaborar o desarrollar las diferentes acciones propuestas como se indica a continuación:

- **Ficha de perfil del usuario:** Comprende una caracterización precisa del cliente que frecuenta el Gastrobar en aras de poder desarrollar las estrategias dirigidas a los mismos como parte de la política de prevención; esta ficha debe diligenciarse por el administrador y presenta la siguiente estructura:

Tabla 5. Ficha Caracterización

	Sistema de gestión de calidad		Código	SGC-PR-01								
	Protocolo para control y seguimiento del conductor elegido		Versión	1								
	NIT: 901103260-1		Fecha	Día-Mes-Año								
Nombre del cliente	_____											
Teléfono	_____											
Ocupación	_____											
1- ¿Qué tipo de vehículo usa para llegar al Gastro Bar?	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 25%; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td>Carro propio</td> <td>Taxi</td> <td>Ruta</td> <td>Moto</td> </tr> </table>								Carro propio	Taxi	Ruta	Moto
Carro propio	Taxi	Ruta	Moto									

2- ¿Qué tipo de reuniones realiza en el Gastro Bar?	<input type="text"/>					
	<b>Familia</b>	<b>Pareja</b>	<b>Amigos</b>	<b>Empresa</b>	<b>Negocios</b>	
3- ¿Qué tipo de bebidas consume?	<input type="text"/>					
	<b>Cerveza</b>	<b>Whisky</b>	<b>Tequila</b>	<b>Vodka</b>	<b>Aguardiente</b>	<b>Jugos Gaseosas</b>
4- ¿Qué tipo de platos consume?	<input type="text"/>					
	<b>Carnes res</b>	<b>pescado</b>	<b>pollo</b>	<b>barbecue</b>	<b>Comidas rápidas</b>	

Nota: se presenta la estructura de la ficha técnica para establecer el perfil del cliente.

- **Descripción de riesgos:** De acuerdo con la entrevista realizada los riesgos que se desprenden a partir de la ingesta de alcohol en el Gastro bar son

**Riesgo de riñas:** Riesgo que resultan de la ingesta en exceso de alcohol que potencia comportamientos antisociales de los clientes por múltiples causas dentro del establecimiento; estos pueden ser agresiones verbales, físicas o mixtas.

**Riesgo de intoxicación:** El consumo en exceso puede provocar reacciones a nivel funcional del cuerpo que se traducen en patologías como intoxicación, alergia entre otras.

**Riesgo de accidente de tránsito:** La ingesta de alcohol genera cambios en el estado racional y funcional en los que se encuentra sueño, pérdida del equilibrio, decisiones equivocadas, esta situación se puede presentar si un cliente opera un vehículo en estado de alicoramiento lo cual es un riesgo de alto impacto cuyos efectos van desde daños a infraestructura, lesiones, invalidez o la muerte en el peor escenario.

### Numeral - 4.2.1. Capacitaciones dirigidas al personal del Gastro – Bar PIURA.

Las acciones propuestas en este factor se describen en la tabla 4 presentada a continuación:

Tabla 6. Acciones de capacitación necesarias para el negocio.

Factor por intervenir	Estrategia	Objetivo	Responsable	Tiempo ejecución (Día)	Recursos necesarios	Presupuesto estimado	KPI	Meta	Resultado
Conocimientos sobre alcohol y aspectos técnicos de las bebidas	Plan integral de formación sobre prevención de consumo de bebidas alcohólicas	Elaborar un plan documentado de capacitación y entrenamiento en temáticas como que es alcohol, grados de alcohol, efectos del alcohol a nivel fisiológico y psicológico.							Documento plan integral de capacitación y entrenamiento sobre alcohol, efectos, manejo de clientes bajo efectos del alcohol
Efectos del alcohol							% Avance elaboración del plan/ plan total de capacitación y entrenamiento		
Persuasión y manejo de clientes bajo el consumo de alcohol	Habilidades y competencias para el manejo de conflictos	Establecer una capacitación sobre habilidades y técnicas de persuasión necesarias para el manejo de clientes bajo efectos del consumo de alcohol	Administrador, gerente negocio y accionistas	4	Resma papel- Equipo computo- Impresora- Administrador	\$ 100.000,00		100%	
Habilidades y competencias									
manejo de conflictos	Plan de capacitación y entrenamiento sobre manejo de conflictos	Proveer de conocimientos, habilidades y competencias para la toma de decisiones asociadas con eventos que implican manejo de lecciones, heridas o eventos que comprometan la salud de los clientes bajo efectos del consumo de bebidas alcohólicas							Plan de formación y entrenamiento sobre primeros auxilios y manejo de lesiones y protocolo de manejo lesiones
Primeros auxilios	Plan de formación y capacitación sobre primeros auxilios, manejo de incendios, técnicas de inmovilización, tipos de heridas y manejo inicial						# horas tomadas de capacitación/total de horas del programa		

Nota: se presenta la estructura de las acciones correspondientes a capacitaciones necesarias para el negocio.

De acuerdo con la tabla 6, para dar cumplimiento con este factor, se propone elaborar un plan integral de formación y capacitación que contempla conceptos sobre alcohol, grados de concentración de bebidas que se expenden en el gastrobar, así como

efectos a nivel fisiológico y psicológico a partir de la ingesta; el plan de manejo integral para primeros auxilios y manejo de lesiones mediante protocolo el cual debe incluir la ruta y los entes de apoyo; en esta acción la responsabilidad es del administrador quien debe a su vez en el caso del plan de primeros auxilios y de manejo y persuasión del cliente coordinar las actividades para certificar los cursos ya sea en convenio con El SENA , Bomberos oficiales y la oficina y de gestión de desastres de la alcaldía municipal de Neiva.

### Materialización de las acciones

Según las estrategias de este ítem se presentan las siguientes herramientas para su aplicación:

- Plan integral de formación

Tabla 7. Maestra formación con enfoque preventivo y correctivo

Plan integral de formación sobre prevención de consumo de bebidas alcohólicas							Hrs total del plan = 25	
Plan	Dimensión del plan	Programa de formación	# Horas	Materiales requeridos	Objetivo	Requiere convenio	A cargo de	Dirigido A
1		El alcohol y sus efectos.	4		Proporcionar elementos conceptuales y técnicos sobre las características del alcohol, con mecánicos de tener la realidad del contexto.	Si-SENA	Gerencia Gastrobar	Trabajadores del Gastrobar PIURA-clientes-bares y comunidades de la zona
2		Ley 1696 de 2013	1		Dar a conocer las escalas de alcohol que son sancionatorias a conductores bajo efecto de consumo de alcohol y las sanciones de tipo penal y administrativas a las que se enfrentan en caso de un incidente o accidente	Si-SENA	Gerencia Gastrobar- proveedores	Trabajadores del Gastrobar PIURA-clientes-bares y comunidades de la zona
3	<b>Prevención</b>	Clasificación de las bebidas	2	Video Beam-resma papel-tablero acrílico-Formato de asistencia-sala de formación - Área de maniobras	Establecer de forma conceptual la categorización de bebidas en función del grado de alcohol, así como sus posibles efectos en conducir bajo efectos del alcohol	Si-SENA	Gerencia Gastrobar-proveedores	Trabajadores del Gastrobar PIURA-clientes-bares y comunidades de la zona
4		Mitos y realidades en torno al alcohol	2		Dar a conocer las creencias actuales que giran en torno al consumo de alcohol y su realidad con miras a desmentir mitos de estas	Si-Bomberos oficiales-oficina de gestión del riesgo	Alcaldía Neiva-Oficina atención ciudadana	Trabajadores del Gastrobar PIURA-clientes-bares y comunidades de la zona
5		Manejo de emergencias y primeros auxilios	4		Temática orientada a proveer de conceptos básico y fundamentales sobre primeros auxilios	Si-Bomberos oficiales-oficina de gestión del riesgo	Bomberos oficiales	Trabajadores del Gastrobar PIURA-clientes-bares y comunidades de la zona

6		Mediación de conflictos.	4	programa de formación diseñado para entender y adoptar técnicas de persuasión y manejo de clientes bajo efecto del alcohol.	Si-SENA	Alcaldía Neiva-Oficina atención ciudadana			Trabajadores del Gastrobar PIURA-clientes-bares y comunidades de la zona
7		Manejo de incendios	3	Proporcionar los conocimientos básicos para el manejo de incendios presentados durante la apertura del gastro bar a clientes	Si-Bomberos oficiales-oficina de gestión del riesgo	Bomberos oficiales			Trabajadores del Gastrobar PIURA-clientes-bares y comunidades de la zona
8	<b>Correctivo</b>	Manejo de lesiones	3	Proporcionar los conocimientos básicos para el manejo de lesiones presentadas durante la apertura del gastro bar a clientes	Si-Bomberos oficiales-oficina de gestión del riesgo	Bomberos oficiales			Trabajadores del Gastrobar PIURA-clientes-bares y comunidades de la zona
9		Técnicas de inmovilización	2	Proporcionar los conocimientos básicos para el manejo de incendios presentados durante la apertura del gastro bar a clientes	Si-Bomberos oficiales-oficina de gestión del riesgo	Bomberos oficiales			Trabajadores del Gastrobar PIURA-clientes-bares y comunidades de la zona

Nota: Se presenta la estructura de las acciones correspondientes al plan integral de formación.

La tabla 7 describe de forma específica el plan de formación según las necesidades de prevención y corrección de situaciones asociadas a conceptos técnicos sobre las bebidas, manejo de conflictos, primeros auxilios entre otros, lo cuales se amparan en la ley 1503 de 2011.

#### **Numeral - 4.2.2. Mecanismos para evitar conducción de vehículos bajo efectos de alcohol.**

Las acciones propuestas en este factor se describen en la tabla 5 presentada a continuación:

Tabla 8. Acciones de capacitación necesarias para el negocio.

Factor por intervenir	Estrategia	Objetivo	Responsable	Tiempo ejecución (Día)	Recursos necesarios	Presupuesto estimado	KPI	Meta	Resultado
Monitoreo del consumo	Desarrollar un plan de control y seguimiento para el conductor elegido	Elaborar un protocolo de monitoreo y el mecanismo de identificación para prevenir el consumo de alcohol por parte del conductor elegido.							Protocolo de monitoreo- implementación manilla para conductor elegido-
Prevención de conducción	Elaborar un protocolo de apoyo a clientes bajo efectos del alcohol a través de redes de apoyo para	Elaborar la ruta que debe seguir el personal que labora en el gastro bar, mediante secuencia de pasos para dar apoyo en la consecución de transporte para el traslado de clientes bajo efectos del	Administrador	15	Resma papel- Equipo computo- Impresora- Administrador	\$ 250.000,00	% cumplimiento de actividades/total actividades programadas	100%	protocolo de red de apoyo empresas y organismos para acompañamiento conductor elegido o

	transporte y seguridad	consumo de alcohol en el gastrobar.	requerimientos de transporte de clientes bajo estado de consumo de alcohol
Organismos de articulación	Elaboración y socialización de pasquín sobre organismos de apoyo como taxis, parqueaderos y seguridad de clientes	Elaborar un pasquín informativo para entrega a clientes sobre números telefónicos de apoyo para traslado, seguridad, parqueaderos y policía para traslado de conductores.	

Nota: Se presenta la estructura de las acciones correspondientes a capacitación.

Según la tabla 8, las acciones propuestas como mecanismos para evitar la conducción bajo efectos de consumo de bebidas alcohólicas, las cuales parten de la elaboración de protocolos o rutas que incluyen pasos para actuar y monitorear conductores elegidos, así como las redes de apoyo para la consecución de conductores elegidos, parqueaderos y taxis que garanticen transporte y seguridad para los clientes del gastrobar.

### **Materialización de las acciones**

Para el desarrollo de las estrategias diseñadas se plantea:

- Plan de control y seguimiento para el conductor elegido.

Se elaboro el siguiente protocolo para seguimiento y control conductor elegido  
(Ver anexo 4)

- Elaborar un protocolo de apoyo a clientes bajo efectos del alcohol a través de redes de apoyo para transporte y seguridad.

De acuerdo con la estrategia planteada el protocolo a seguir contempla las indicaciones presentadas en el anexo 5.

- Elaboración de pasquín sobre organismos de apoyo como taxis, parqueaderos y seguridad de clientes

El pasquín diseñado para tal fin comprende los siguientes organismos de apoyo:

Figura 14. Pasquín números de apoyo

<b>Números que te salvan</b>		
<b>119</b>	Bomberos	
<b>123</b>	Emergencias Neiva	
<b>126</b>	Policia carreteras	
<b>132</b>	Cruz Roja Colombiana axi	
<b>144</b>	Defensa Cívil	
<b>8759378</b>	Tránsito y accidentes	
<b>125</b>	Servicio ambulancias	
<b>111</b>	Atención de desastres.	
<b>6766666</b>	Taxis	

Nota. En la figura 14 se relaciona los principales números de contacto tanto privados como públicos para atención de acuerdo con la rutas o espacios de articulación necesarios para la atención.

### Numeral - 4.2.3. Estrategias para evitar el ingreso de menores de edad a los establecimientos y el suministro o venta de bebidas alcohólicas.

La acción propuesta en este factor se describe en la tabla 6 presentada a continuación:

Tabla 9. Acciones para evitar el ingreso de menores de edad.

Factor por intervenir	Estrategia	Objetivo	Responsable	Tiempo ejecución (Día)	Recursos necesarios	Presupuesto estimado	KPI	Meta	Resultado
Control y prevención de ingreso y consumo de menores de edad al gastrobar	Protocolo de ingreso y manejo de menores de edad en gastro bar	Documentar las actividades requeridas para el control en el ingreso de menores de edad, así como la prevención en el consumo de bebidas alcohólicas de menores de edad	rodo el personal	4	Resma papel- Equipo computo- Impresora- Todo el personal	\$ 150.000,00	NA	NA	Documento protocolo de ingreso a menores d edad

Nota. En la tabla 9 se presenta la estructura de las acciones enfocada a evitar el ingreso de menores de edad.

En la tabla 9 se propone como acción la elaboración del protocolo para ingreso y monitoreo de consumo por parte de menores de edad, este documento contiene los requerimientos necesarios a nivel de documentos del menor y socialización sobre el consumo responsable a clientes, así como información visual sobre consumo (ver anexo 6).

### **Espacios de articulación y rutas de servicios con los entes municipales de apoyo.**

El consumo nocivo de alcohol trae consecuencias a la salud de la persona que consume, asociados a enfermedades no transmisibles, lo cual contribuye a la carga de enfermedad del país, pero también daños y consecuencias sociales devastadoras en familias y comunidades, principalmente asociadas a pérdidas económicas, violencia intrafamiliar y otros tipos de violencia como lesiones personales, riñas y homicidios y siniestralidad vial por conducción bajo los efectos del alcohol; según lo anterior para lograr un manejo integral en pro de la prevención por parte del Gastro Bar PIURA, se deben articular los entes gubernamentales, sociales y comunidades frente a esta temática. Así mismo estos espacios y puntos de articulación comprenden la siguiente ruta de apoyo la cual adicionalmente se apoya en el Pasquín números de apoyo “Números que te salvan”:

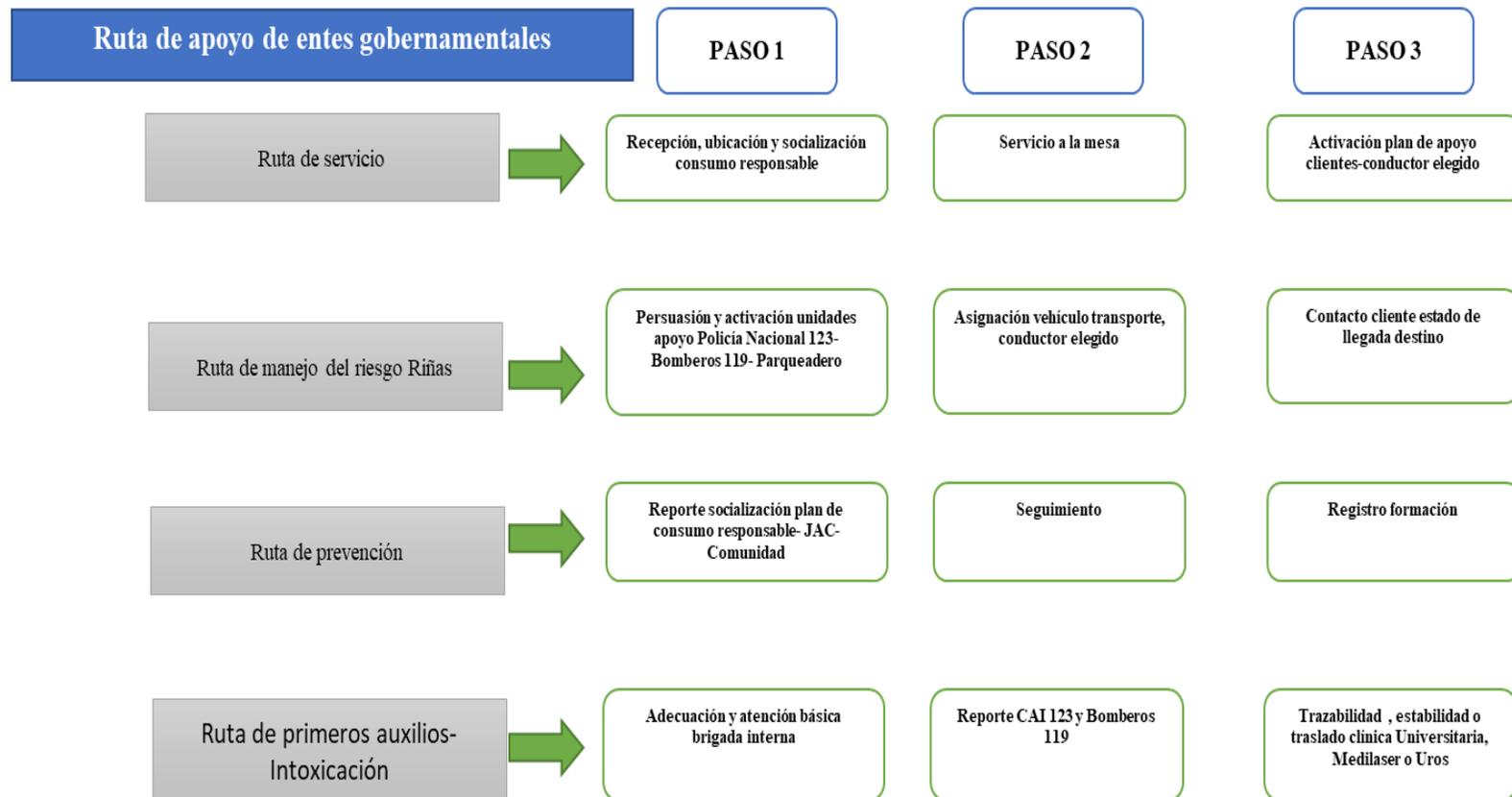
Ruta-servicio: Esta ruta comprende el primer paso que debe tener el gastro bar para el conocimiento de sus clientes, y parte de la recepción de estos al momento de ingresar al Gastro Bar, la previa socialización por parte del mesero sobre la importancia del consumo responsable, apoyados en señalización sobre las mesas de servicio y el pasquín de números de apoyo entregado al mismo ingreso; en este punto el restaurante activa el plan de apoyo a clientes y conductor elegido; en este proceso intervienen parqueaderos, personal de seguridad y reporte operacional del gastro bar a CAI o ruta de control policial con firma de visita en acta del grupo policial del cuadrante.

Ruta de manejo de riesgos-Riñas: previo a la apertura el cuadrante es informado de los horarios de apertura y cierre del negocio para que se activen las unidades de apoyo que son informadas vía WhatsApp mediante reporte de novedades del Gastro Bar a la unidad de apoyo motorizada o CAI, así como el mismo mecanismo con bomberos, unidad de ambulancia, administrador de parqueadero; una vez ingresa el cliente se aplica protocolo de conductor elegido y se activa punto de trazabilidad con cliente para seguimiento post consumo al salir del Gastro Bar mediante un lenguaje confirmar llegada a casa.

Ruta de prevención: En este punto se articulan los procesos de formación y capacitación sobre consumo responsable, así como la información técnica; este proceso se amplía a las comunidades, el sector comercial del área de influencia apoyados con Bomberos, Policía Nacional, Ambulancia entre otros.

Ruta de primeros auxilios: En esta ruta el proceso de soporte inicia con la prestación de primeros auxilios por parte del o los brigadistas que tiene el Gastro Bar; de forma paralela el Gastro Bar emite las alertas a Bomberos, Ambulancia y Policía Nacional con el fin de reportar la novedad. Este proceso se extiende al seguimiento del cliente encaso de que la situación genere traslado a centro asistencial como el Hospital Hernando Moncaleano Perdomo, Clínica Medilaser, Clínica Uros, Clínica de fracturas entre otras.

Figura 15 . Ruta apoyo



Nota. Se presenta las rutas o espacios de acción de apoyo al Gastro Bar por parte de los entes públicos o privados para el cumplimiento del plan.

### Sistema de seguimiento y evaluación del Plan.

Para el proceso de seguimiento y evaluación del plan se plantea un cuadro de indicadores o KPI para su control y monitoreo como se indica a continuación:

Tabla 10. Cuadro de control plan

Ítem	Nombre del Indicador	Descripción	Modo de cálculo	Responsable	Frecuencia de medición	Meta
1	Cumplimiento plan de capacitación	Mide el nivel de cobertura del plan propuesto y su efectividad en su ejecución	# Hrs enseñadas /Total Hrs programa	Administrador	Mensual	100%
2	Protocolo de manejo apoyo clientes y conductor elegido	Mide el cumplimiento sobre las recomendaciones en el manejo de clientes	Casos de apoyo con novedades/Casos de apoyo realizados	meseros	Mensual	0
3	Perfil caracterización clientes	Recoge la información básica sobre tendencias de consumo de los clientes en el Gastrobar	# fichas realizadas	Administrador	Mensual	NA
4	Incidente desviaciones clientes	Describe las desviaciones presentadas por riñas en el Gastro Bar	# riñas en gastrobar	Administrador	Mensual	0
5	Cumplimiento política consumo responsable	# desviaciones por consumo de adolescentes registradas	# desviaciones	Administrador	Mensual	0
6	Efectividad del plan	Mide las desviaciones presentadas en el Gastro Bar sobre aspectos relacionados a riñas, consumo de menores entre otros	# ítems con desviaciones chek lista/ total ítems	Gerente	Mensual	100%

Nota. La tabla 10 presenta los indicadores y su estructura de cálculo y frecuencia para su aplicación y seguimiento al cumplimiento al plan.

## Conclusiones

Realizado el diagnóstico se identificó un grado de cumplimiento del 30 % frente a los requisitos planteados en la guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol del Ministerio de Salud; los aspectos de menor evaluación fueron los ítems de seguimiento y evaluación con un 0 %, prevención y detección y manejo de incidentes relacionados con la intoxicación por consumo de alcohol (2 %), capacitación al personal del establecimiento (3 %), mecanismos para evitar la conducción de vehículos bajo efecto del alcohol, diseño de estrategias y espacios y rutas de articulación con entidades con un 5 %.

En cuanto a las acciones para la promoción del consumo responsable, estas se diseñaron a partir del diagnóstico resultante del cumplimiento de la guía; acciones enfocadas al conocimiento del negocio específicamente en el perfil del usuario que frecuenta el Gastro Bar, la identificación de riesgos, capacitación y entrenamiento y protocolos para monitoreo del consumo, la Prevención de conducción y la identificación e integración de organismos de apoyo conforman la columna vertebral para el diseño del plan.

Se estableció las rutas y espacios de articulación sobre 4 ejes principales, el servicio a los clientes como base de la activación de canales de comunicación, colaboración y asistencia con organismos como la Policía Nacional, Bomberos, parqueaderos entre otros; la identificación de riesgos las cuales integran a partir

de estos posibles incidentes potenciales la comunicación al sistema de apoyo con Bomberos, Policía Nacional, Red de ambulancias, partiendo de la base del brigadista como unidad de apoyo en primeros auxilios, esta ruta se articula con la de primeros auxilios y la ruta de prevención basada en proceso de formación y entrenamiento.

Se diseñó una tabla de KPI enfocados en el monitoreo y trazabilidad de para establecer el nivel de cumplimiento del plan de capacitación, el protocolo de manejo apoyo clientes y conductor elegido, la identificación del perfil y caracterización clientes, la identificación de incidente desviaciones clientes, el cumplimiento política consumo responsable y la efectividad del plan.

### **Recomendaciones**

Socializar el alcance legal normativo según lo contemplado en el Artículo 13 de la Ley 1503 de 2011 y en el Decreto 2851 de 2013.

Crear una red de apoyo con otros locales del sector para integrar iniciativas y estandarizar buenas prácticas de aplicación y efectividad de planes de consumo responsable.

Garantizar la asignación de recursos para afianzar el plan de formación y capacitación, así como de recursos para el cumplimiento del plan.

Promover a través de las redes las políticas y normas de consumo responsable en el Gastro Bar.

Elaborar un plan de auditoria interno que permita evidenciar el cumplimiento del sistema de mejoramiento en el Gastro Bar.

### Bibliografía

- Agudelo, D., & Niño, O. M. (2 de Diciembre de 2013). *Guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/>
- Alcaldía de Cali. (2 de 10 de 2019). Obtenido de [https://www.cali.gov.co/salud/publicaciones/36433/rumbate\\_a\\_cali\\_sin\\_derrumbarte/](https://www.cali.gov.co/salud/publicaciones/36433/rumbate_a_cali_sin_derrumbarte/)
- ANSV. (3 de Septiembre de 2021). Obtenido de <https://ansv.gov.co/es/observatorio/estad%C3%ADsticas/historico-victimas>
- Cabrera, D. (6 de Septiembre de 2020). *RCN Radio*. Obtenido de <https://www.rcnradio.com>
- Cámara de Comercio de Neiva. (junio de 2018). *actualización del estatuto tributario de la ciudad de Neiva*. Obtenido de <https://ccneiva.org>
- Cerquera, o., Córdoba, S., & Garzón, Á. (5 de Septiembre de 2019). *Fundación Universitaria Navarra*. Obtenido de <https://revistas.uninavarra.edu.co>
- Clark, Y. F. (04 de Octubre de 2019). *Caracterización De Las Personas Consumidoras De Bebidas Alcohólicas*. Obtenido de <https://www.medigraphic.com>
- Cortes, T. M. (12 de Julio de 2019). *RCN radio*. Obtenido de <https://www.rcnradio.com/>
- Diana Agudelo, O. N. (Diciembre de 2013). *Guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co>

El Espectador. (8 de Julio de 2018). *El espectador*. Obtenido de

<https://www.elespectador.com>

El tiempo. (15 de Enero de 2019). *Las 763 vidas que se hubieran podido salvar en las*

*carreteras del país*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com>

Espirituosos. (10 de Febrero de 2017). *Espirituosos España*. Obtenido de

<https://www.disfrutadeunconsumoresponsable.com/>

Hernández, G. A. (8 de Marzo de 2015). *Blog spot*. Obtenido de

<http://gerardoahernandezm.blogspot.com>

Herrera, M. F. (24 de Junio de 2019). *RCN radio*. Obtenido de

<https://www.rcnradio.com/>

Infodrogas. (2020). *Información y prevención sobre drogas*. Obtenido de

<https://www.infodrogas.org/>

Julián Pérez, M. M. (2018). *Definición de*. Obtenido de <https://definicion.de>

Luis Flores, H. V. (Septiembre de 2013). *Ministerio de salud y protección social*.

Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co>

Marciniak, R. (2016 de Marzo de 2014). *Gestión empresarial*. Obtenido de

<https://renatamarciniak.wordpress.com/>

Melton, D. (26 de Diciembre de 2012). *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co>

metodológico, M. (22 de Enero de 2013). *Metodología de la investigación*. Obtenido de

<https://bianneygiraldo77.wordpress.com>

Ministerio De Salud Y Protección Social, U. N. (2013). *Estrategia nacional de alcohol*

*en Colombia* . Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/>

- MINSALUD. (2013). *Estrategia nacional de alcohol en Colombia*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/>
- Murillo, J. S. (Septiembre de 2017). *Universidad Estatal De Milagro UNEMI*. Obtenido de <http://www.repositorio.unemi.edu.e>
- Normativa, S. U. (30 de Diciembre de 2011). *SUIN juriscol*. Obtenido de <http://www.suin-juriscol.gov.co>
- Paucar S, R. E., & Zambrano E, P. T. (Noviembre de 2020). *Universidad Nacional Del Centro Del Perú*. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/5992>
- Pérez, R. (30 de Marzo de 2016). *Revista Médica Multimed*. Obtenido de <http://www.revmultimed.sld.cu>
- Raffino, M. E. (3 de Junio de 2020). *Concepto de*. Obtenido de <https://concepto.de>
- social, M. D. (Febrero de 2013). *Estrategia Nacional De Alcohol En Colombia*. Obtenido de [www.minsalud.gov.co](http://www.minsalud.gov.co)
- Tubón, S. F. (Marzo de 2018). *Repositorio Institucional Uniandes*. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec>
- unesur, E. (22 de Agosto de 2016). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://estudiantesunesur.wordpress.com>
- Xu, X., & Chaloupka, F. J. (2017). *The Effects of Prices on Alcohol Use and its Consequences*. Chicago (EEUU): University of Illinoi.
- Zapata, R. I. (2012). *Biblioteca virtual*. Obtenido de <https://www.eumed.net>

**Para referenciar libro**

Hernández Sampieri, R. Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGrawHill Education.

Panza, M. (2019). *Números: elementos de matemáticas para filósofos*. Editorial Universidad Del Valle. <https://www.reddebibliotecas.org.co/>.

**Para referenciar artículo de investigación**

Orue Carrasco, F. Martínez Flores, J. Mayett Moreno, Y. y López Nava, G. (2014). Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México. *Contaduría y Administración*, 60 (1), 181-203. <https://doi.org/10.19052/ap.vol1.iss75.12>

Castañeda Naranjo, L. A. y Palacios Neri, J. (2015). Nanotecnología: fuente de nuevos paradigmas. Mundo Nano. *Revista Interdisciplinaria en Nanociencias y Nanotecnología*, 7(12), 45-49. <https://doi.org/10.22201/ceiich.24485691e.2014.12.49710>

**Tesis**

Camino Jaramillo, P. (2015). *Modelo de Gestión Logística en Medianas Industrias para Distribución de Balanceado y su Efecto en la Calidad del Servicio*. [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica de Ecuador]. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1469/1/75955.pdf>

Varga Pérez, J. A. (2018) *Detección y prevención de virus respiratorios aplicado a plásticos burbujas*. [Tesis de doctorado no publicada, Universidad Católica].

**Página web**

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1 de octubre de 2018). *Nuevos datos revelan que en el mundo uno de cada tres 50 adolescentes sufre acoso escolar*. <https://es.unesco.org/news/nuevos-datosrevelan-que-mundo-cada-tres-adolescentes-sufre-acoso-escolar>.

Moret, D. (7 de octubre de 2019). *7 consejos para pedir una hipoteca*. Rastreator. <https://www.rastreator.com/hipotecas/consejos/pedir-una-hipoteca.aspx>

## Anexos

## Anexo 1. Registro matricula restaurante

	CAMARA DE COMERCIO DE NEIVA PIURA GASTRO-BAR S.A.S Fecha expedición: 2019/10/29 - 14:55:59 **** Recibo No. S000662791 **** Num. Operación. 01-CAJA3-20191029-0056
	CODIGO DE VERIFICACION rJNQ2MEb15
<b>CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL O DE INSCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS.</b>	
Con fundamento en las matriculas e inscripciones del Registro Mercantil,	
<b>CERTIFICA</b>	
<b>NOMBRE, SIGLA, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO</b>	
NOMBRE o RAZÓN SOCIAL: PIURA GASTRO- BAR S.A.S ORGANIZACIÓN JURÍDICA: SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA CATEGORÍA : PERSONA JURÍDICA PRINCIPAL NIT : 901103260-1 ADMINISTRACIÓN DIAN : NEIVA DOMICILIO : NEIVA	
<b>MATRÍCULA - INSCRIPCIÓN</b>	
MATRÍCULA NO : 301027 FECHA DE MATRÍCULA : AGOSTO 03 DE 2017 ULTIMO AÑO RENOVADO : 2019 FECHA DE RENOVACION DE LA MATRÍCULA : ABRIL 01 DE 2019 ACTIVO TOTAL : 356,395,029.00 GRUPO NIIF : GRUPO III MICROEMPRESAS	
<b>UBICACIÓN Y DATOS GENERALES</b>	
DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL : CALLE 6 NO. 14A-10 BARRIO : ALTICO MUNICIPIO / DOMICILIO: 41001 - NEIVA TELÉFONO COMERCIAL 1 : 0998722885 TELÉFONO COMERCIAL 2 : 0998719741 TELÉFONO COMERCIAL 3 : NO REPORTO CORREO ELECTRÓNICO No. 1 : piuragastrobar@outlook.es	
DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL : CALLE 6 NO. 14A-10 MUNICIPIO : 41001 - NEIVA BARRIO : ALTICO TELÉFONO 1 : 0998722885 TELÉFONO 2 : 0998719741 CORREO ELECTRÓNICO : nozcoezpress@hotmail.com	
<b>NOTIFICACIONES A TRAVÉS DE CORREO ELECTRÓNICO</b>	
De acuerdo con lo establecido en el artículo 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, <b>NO AUTORIZO</b> para que me notifiquen personalmente a través del correo electrónico de notificación.	
<b>CERTIFICA - ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>	
ACTIVIDAD PRINCIPAL : 15611 - EXPEDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS ACTIVIDAD SECUNDARIA : 15621 - CATERING PARA EVENTOS OTRAS ACTIVIDADES : 15630 - EXPEDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS PARA EL CONSUMO DENTRO DEL ESTABLECIMIENTO OTRAS ACTIVIDADES : 88240 - ORGANIZACION DE CONVENCIONES Y EVENTOS COMERCIALES	

Anexo 2. Registro único tributario

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				<b>001</b>	
2. Concepto <input type="text" value="02"/> Actualización Espacio reservado para la DIAN				4. Número de formulario <b>14490789816</b>			
				(415)7707212489984(S020) 0000014490789816			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): <b>9 0 1 1 0 3 2 6 0</b>		6. DV: <b>- 1</b>		12. Dirección seccional Impuestos y Aduanas de Neiva		14. Buzón electrónico	
<b>IDENTIFICACION</b>							
24. Tipo de contribuyente: Persona jurídica		25. Tipo de documento: <input type="text" value="1"/>		26. Número de identificación: <input type="text" value="1"/>		27. Fecha expedición: <input type="text"/>	
Lugar de expedición		28. País: <input type="text"/>		29. Departamento: <input type="text"/>		30. Ciudad/Municipio: <input type="text"/>	
31. Primer apellido		32. Segundo apellido		33. Primer nombre		34. Otros nombres	
35. Razón social: PIURA GASTRO-BAR S.A.S							
36. Nombre comercial: PIURA GASTRO-BAR							
37. Sigla: UBICACION							
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: <input type="text" value="169"/> Huila		40. Ciudad/Municipio: <input type="text" value="41"/> Neiva		<input type="text" value="001"/>	
41. Dirección principal: CL 6 14 A 10							
42. Correo electrónico: zervil@hotmail.com		43. Código postal: <input type="text"/>		44. Teléfono 1: <input type="text"/>		45. Teléfono 2: <input type="text"/>	
<b>CLASIFICACION</b>							
Actividad económica principal 46. Código: <input type="text" value="5611"/>		Actividad económica secundaria 48. Código: <input type="text" value="5621"/>		Otras actividades 50. Código: <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/>		Ocupación 51. Código: <input type="text"/>	
47. Fecha inicio actividad: <input type="text" value="20170728"/>		49. Fecha inicio actividad: <input type="text" value="20170728"/>		52. Número establecimientos: <input type="text" value="1"/>			
<b>Responsabilidades, Calidades y Atributos</b>							
53. Código: <input type="text" value="571433"/>							
05- Impto. renta y compl. régimen prestatario 07- Retención en la fuente a título de renta 14- Informante de exogena 33- Impuesto nacional al consumo							
<b>Obligados aduaneros</b>				<b>Exportadores</b>			
54. Código: <input type="text"/>				55. Forma: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
<input type="text"/>				56. Tipo: <input type="checkbox"/>			
<input type="text"/>				Servicio: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
<input type="text"/>				57. Modo: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
<input type="text"/>				58. CPC: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
<b>IMPORTANTE:</b> Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación							
<b>Para uso exclusivo de la DIAN</b>							
59. Anexo: SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		60. No. de Folios: <input type="text" value="3"/>		61. Fecha: <input type="text" value="20181109"/>			
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz. En caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Párrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016. Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 584. Nombre: <b>GASTAÑEDA MUÑOZ ROSAURA</b> 585. Cargo: <b>Gestor III</b>			

## Anexo 3.Evaluación de check list

Lista de chequeo de cumplimiento lineamientos para plan estratégico							
Nombre establecimiento: PIURA S.A.S. Gastro-Bar					Fecha: 12/03/2022		
Nombre quien realiza la lista de chequeo: Paula Galvis					Por favor marcar Cumple=1 No cumple= 0, en caso de cumplir asigne la máxima calificación		
No. ítem	Ítem	Modo de verificación	Peso	Cumple	No cumplen	Calificación otorgada	Observaciones
1	Diagnóstico o caracterización del establecimiento		15%	Cumple	No cumplen	Calificación otorgada	Observaciones
1.1.	¿Se tiene definido el perfil de usuario?	misión, visión	3,0%	1		3%	
1.2.	¿Se tiene identificado riesgos y situaciones que se pueden presentar debido al consumo de alcohol?		4,0%		0	0%	No hay estudio de riesgos
1.3.	¿El establecimiento cuenta con recursos para prevenir y resolver situaciones derivadas del consumo de alcohol?		4,0%	1		4%	Cuenta con equipo de seguridad
1.4.	¿Las ventas de licor en el establecimiento corresponden a más del 45% de la venta total ?	Informe de contable ventas	4,0%	1		4%	Informe contable y declaración renta
Nivel de cumplimiento ítem			15%			11%	
2	Capacitaciones al personal del establecimiento		15%	Cumple	No cumplen	Calificación otorgada	Observaciones
2.1.	El personal tiene conocimiento sobre el alcohol y cantidades presentes en los tragos	Documentación	3%		0	0%	No se evidencia capacitación o tabla de porcentajes de alcohol
2.2.	El personal conoce sobre los efectos de las bebidas alcohólicas	Documentación	3%	1		3%	No esta documentado, sin embargo saben sobre los efectos
2.3.	El personal cuenta con habilidades para el manejo de clientes bajo efectos de alcohol	Análisis perfil recurso humanos	3%		0	0%	antecedente de capacitación, sobre resolución de conflictos o persuasión
2.4.	El personal cuenta con competencias para controlar situaciones conflictivas		3%		0	0%	No se pueden identificar las competencias o habilidades
2.5.	El establecimiento cuenta con un plan de capacitación de acuerdo al rol de cada empleado	Plan de formación	3%		0	0%	no se evidencia plan de capacitación
Nivel de cumplimiento ítem			15%			3%	
3	Mecanismos para evitar conducción de vehículos bajo efectos de alcohol.		14%	Cumple	No cumplen	Calificación otorgada	Observaciones
3.1.	El establecimiento cuenta con alianzas con empresas de taxis para prestar un servicio seguro de traslado a los clientes	Convenio	2%	1		2%	Se tiene un convenio verbal con empresa taxis
3.2.	El personal da a conocer a los clientes las empresas de taxi disponible para el traslado		2%	1		2%	Se realiza la mesa entrega indicaciones para solicitar servicio taxi
3.3.	El establecimiento ofrece alianzas con parqueaderos para clientes que requieran dejar su vehículo	Convenio	2%		0	0%	No se evidencia alianza
3.4.	Se cuenta con servicio de transporte propio para clientes		2%		0	0%	
3.5.	El personal del establecimiento tiene conocimiento sobre las diferentes estrategias para evitar la conducción de vehículos bajo efectos de alcohol	plan de prevención	2%		0	0%	No se tiene plan o evidencia de capacitación
3.6.	Se cuenta con algún distintivo para identificar al conductor elegido de la noche	protocolo	2%		0	0%	No se evidencia
3.7.	Se monitorea al conductor elegido para evitar el consumo de alcohol	protocolo	1%		0	0%	No se evidencia
3.8.	Se ofrecen bebidas sin licor para el conductor elegido	protocolo	1%		0	0%	No se evidencia - Personal toma y algunos clientes se niegan
Nivel de cumplimiento ítem			14%			4%	
4	Estrategias para evitar el ingreso de menores de edad		14%	Cumple	No cumplen	Calificación otorgada	Observaciones
4.1.	Se solicita la cedula de ciudadanía al ingreso del establecimiento	protocolo	5%	1		5%	
4.2.	Se realiza seguimiento al interior del establecimiento para verificar la presencia de menores de edad	protocolo	5%		0	0%	No se realiza control, el filtro se realiza al acceso
4.3.	Se cuenta con un protocolo en el que estén definidos los mecanismos para evitar el ingreso de menores de edad	protocolo	4%		0	0%	No se evidencia protocolo
Nivel de cumplimiento ítem			14%			5%	
5	Prevención, detección y manejo de incidentes relacionados con la intoxicación por consumo de alcohol.		14%	Cumple	No cumplen	Calificación otorgada	Observaciones
5.1.	El personal se encuentra capacitado para evitar el ingreso de personas con claros signos de embriaguez	Plan de formación y registro capacitación	3%		0	0%	No se evidencia registros ni documentación soporte
5.2.	Se ofrecen alternativas de consumo a clientes para evitar intoxicaciones que presenten signos embriaguez		3%		0	0%	
5.3.	El personal se encuentra entrenado para persuadir un cliente de que suspenda el consumo de alcohol	protocolo	2%	1		2%	No hay plan de formación
5.4.	El personal tiene la capacidad de prestar primeros auxilios a quien presente intoxicación	curso de formación	3%		0	0%	No hay registro ni en las hojas de vida se solicita, ni se tiene plan de formación
5.5.	Se encuentra definido la ruta de manejo en caso de un riesgo o emergencia por intoxicación	protocolo	3%		0	0%	no hay ruta
Nivel de cumplimiento ítem			14%			2%	
6	Definición de espacios y servicios de articulación con entidades o vecinos.		14%	Cumple	No cumplen	Calificación otorgada	Observaciones
6.1.	Se tiene identificado la oferta institucional presente en la zona que ofrecen espacios formativos frente al consumo responsable de alcohol	protocolo	4%		0	0%	No hay protocolo sobre formación a nivel institucional
6.2.	Se tienen identificadas las agrupaciones de bares o establecimientos nocturnos en la ciudad	Convenio	5%	1		5%	asociados a bares y cámara de comercio
6.3.	Se tiene alianzas con la policía o autoridades locales para el mejoramiento de la rumba	Plan de emergencia	5%		0	0%	numero del cai como red de apoyo.
Nivel de cumplimiento ítem			14%			5%	
7	Sistema de seguimiento y evaluación del plan estratégico de consumo responsable de alcohol.		14%	Cumple	No cumplen	Calificación otorgada	Observaciones
7.1.	Se realizan encuestas periódicas a los clientes para verificar la percepción de las estrategias de consumo responsable de alcohol	Encuestas de servicio	3%		0	0%	No hay encuesta de servicio
7.2.	Se realizan reuniones con los empleados para retroalimentar avances del plan	registro de socialización	3%		0	0%	no hay registro
7.3.	Se tienen planteados indicadores a partir de las acciones definida en el plan	Documento KPI	2%		0	0%	no existe plan
7.4.	Se realiza seguimiento conforme a los plazos definidos para el desarrollo de las acciones del plan	Sistema de gestión de calidad	2%		0	0%	no existe plan
7.5.	Se socializan los resultados del seguimiento y evaluación del plan	Registro socialización	2%		0	0%	no hay registro socialización
7.6.	Se asignan recursos para el desarrollo de las actividades del plan y seguimiento	Plan de consumo responsable	2%		0	0%	no se evidencia asignación de recursos
Nivel de cumplimiento ítem			14%			0%	
Total			100%		30%		

## Anexo 4. Protocolo seguimiento conductor elegido.

	<b>Sistema de gestión de calidad</b>		<b>Código</b>	<b>SGC-PR-01</b>
	<b>Protocolo para control y seguimiento del conductor elegido</b>		<b>Versión</b>	<b>1</b>
	<b>NIT: 901103260-1</b>		<b>Fecha</b>	<b>Día-Mes-Año</b>
<b>1. OBJETIVO</b>				
El protocolo de control y seguimiento del conductor elegido tiene como fin establecer la identificación operativa a nivel de servicio del mismo, con miras a controlar y prevenir la ingesta de alcohol al interior del establecimiento; para ello se deben ejecutar una secuencia de actividades que permitirán que este pueda realizar la actividad de conducción sin comprometer su salud y la seguridad de sus acompañantes.				
<b>2. ALCANCE</b>				
Este protocolo aplica al conductor elegido de cualquier sexo, creencia y/o grupo social que ingresa al Gastro Bar PYURA para desarrollar actividades de esparcimiento social.				
<b>3. DEFINICIONES</b>				
Conductor elegido	Persona elegida por el o los acompañantes para que conduzca el vehículo, sin haber consumido alcohol con el fin de prevenir accidente o daños potenciales			
Mesero	Encargados de preparar, asignar las mesas, así como tomar los pedidos, servir a la mesa la comida y bebidas, supervisar conductores elegidos y persuasión de situaciones producto del consumo excesivo de alcohol por parte de los clientes.			
Parqueadero	Área de custodia o de guarda temporal de un vehículo			
Vigilante	Persona que presta servicio de seguridad física preventiva y de control de ingreso al Gastro Bar			
Administrador	Encargado de gestionar los objetivos misionales, operativos y técnicos de la organización.			
<b>4. AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD</b>				
Gerente General: Autoridad para la aprobación de todos los documentos del SGC de la organización.				
Administrador: encargado de hacer seguimiento y actualizar la documentación, así como de las acciones orientadas a la prevención del consumo del alcohol				
Meseros: Responsables de la ejecución operacional de las actividades misionales y definidas en los planes y programas de la organización.				
Personal de seguridad: Responsable de la elaboración de la documentación, control y seguimiento del funcionamiento del sistema de calidad.				
<b>6. CONDICIONES GENERALES</b>				
Está <b>PROHIBIDO</b> que los empleados se presenten a laborar en estado de embriaguez o bajo la influencia de sustancias alcohólicas, psicoactivas o alucinógenas.				
Para la selección del conductor elegido es indispensable la identificación al ingreso del establecimiento; esto implica conductores de vehículos y motos				
El personal debe tener claro los roles y las rutas de intervención para los eventos producto del consumo excesivo de alcohol				
El ingreso de menores debe darse en compañías de los padres y los bebidas ofrecidas para su ingesta comprenden jugos o colas refrescantes, por ningún motivo se debe permitir , ofrecer bebidas alcohólicas, así se cuete con el permiso de sus progenitores.				
<b>7. SECUENCIA DE INTERVENCIÓN</b>				
ítem	Actividad	Responsable	Verificación	Observación
1	Recepción ingreso Gastro Bar	Mesero	Asignación mesa	
2	Socialización bienvenida e identificación conductor elegido	Mesero	Cintilla color Verde En muñeca	
3	Oferta de jugos y bebidas gaseosas con cero alcohol	Mesero	Pedido	
4	Verificación de mesas	Mesero	Reporte verbal	
5	Control preventivo alcoholemia	Personal seguridad	Tirilla didáctica	
6	Acompañamiento parqueadero salida vehículo	Personal seguridad	factura pago	
7	Mansaje WhatsApp confirmación salida y llegada	Personal seguridad-Cliente	Mensaje	
8	Fin	administrador	cero incidente	
<b>Elaboró</b>	<b>Revisó:</b>		<b>Aprobó:</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>NOMBRE</b>		<b>NOMBRE</b>	
<b>Firma</b>				
Administrador	Líder hseq		Representante Legal	

## Anexo 5. Protocolo apoyo clientes.

	<b>Sistema de gestión de calidad</b>	<b>Código</b>	<b>SGC-PR-02</b>
	<b>Protocolo para apoyo a clientes bajo efectos del alcohol</b>	<b>Versión</b>	<b>1</b>
	<b>NIT: 901103260-1</b>	<b>Fecha</b>	Día-Mes-Año
Medidas Generales	Las medidas generales se estructuran a partir de los aspectos asociados en la ley 1503 de 2011 y en el Decreto 2851 de 2013 que se encuentran estipulados en la Guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol.		
Medidas de adecuación	<p>El restaurante Gastro Bar debe contar con áreas debidamente señalizadas según su flujo de operación indicando baños, lavamanos, zona de fumadores, zona de consumo conductor elegido, señalar la distribución de las mesas, sillas, barras, etc.</p> <p>El restaurante debe garantizar áreas de parqueo adecuadas y estipuladas cerca al gastrobar</p> <p>Contar con un encargado del establecimiento que ubique a los clientes.</p>		
Medidas de Servicio	El restaurante Gastro Bar debe disponer de meseros de apoyo encargados de orientar al cliente en tipo de vehículo a usar cuando este se encuentre el alto grado de alicoramiento.		
Medidas de intervención	<ol style="list-style-type: none"> <li>1- Identificar el cliente en estado de ebriedad</li> <li>2- Socializar con sus acompañantes, familiares, amigos u otros la instrucción de uso de taxi o vehículo alternativo para sea conducido a su lugar de destino en condiciones ideales en su integridad física</li> <li>3- Registra los números de contacto de sus familiares, amigos, u otros para realizar el seguimiento a su destino.</li> <li>4- Acompañar el inicio del proceso de salida y evacuación del cliente hasta su ubicación en el servicio de transporte habilitado por el Gastro Bar</li> </ol>		
Medidas de seguimiento y control	1- Realizar la llamada de contacto para evidenciar el fin del proceso de apoyo		
<b>Observaciones</b>			

## Anexo 6. Protocolo ingreso menores edad

	<b>Sistema de gestión de calidad</b>			<b>Código</b>	<b>SGC-PR-02</b>			
	<b>Protocolo para apoyo a clientes bajo efectos del alcohol</b>			<b>Versión</b>	<b>1</b>			
	<b>NIT: 901103260-1</b>			<b>Fecha</b>	Día-Mes-Año			
<b>Medidas Generales</b> <p>Las medidas generales se estructuran a partir de los aspectos asociados en la ley 1503 de 2011 y en el Decreto 2851 de 2013 que se encuentran estipulados en la Guía para la elaboración de planes estratégicos para la promoción del consumo responsable de alcohol.</p>								
<b>Medidas de adecuación</b> <p>El restaurante Gastro Bar debe contar con áreas debidamente señalizadas según su flujo de operación indicando baños, lavamanos, zona de fumadores, zona de consumo conductor elegido, señalizar la distribución de las mesas, sillas, barras, etc.</p> <p>El restaurante debe garantizar áreas de parqueo adecuadas y estipuladas cerca al gastrobar</p> <p>Contar con un encargado del establecimiento que ubique a los clientes.</p>								
<b>Medidas de Servicio</b> <p>El restaurante Gastro Bar debe disponer de meseros de apoyo encargados de orientar al cliente en tipo de vehículo a usar cuando este se encuentre el alto grado de alicoramiento.</p>								
<b>Medidas de Control</b> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <b>Ingreso</b>   Solicitar documentos como tarjeta identidad o cedula   Requisita de menores de edad   Registras los números de contacto de sus familiares, amigos, u otros para realizar el seguimiento a su destino.   Socializar al cliente y su núcleo las recomendaciones sobre consumo responsable. </td> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <b>Durante</b>   Ofrecer jugos, bebidas gaseosas o agua durante el servicio </td> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <b>Después</b>   Asegurar mediante red de apoyo de transporte el acompañamiento al momento de salir del restaurante Gastrobar </td> </tr> </table>						<b>Ingreso</b>  Solicitar documentos como tarjeta identidad o cedula  Requisita de menores de edad  Registras los números de contacto de sus familiares, amigos, u otros para realizar el seguimiento a su destino.  Socializar al cliente y su núcleo las recomendaciones sobre consumo responsable.	<b>Durante</b>  Ofrecer jugos, bebidas gaseosas o agua durante el servicio	<b>Después</b>  Asegurar mediante red de apoyo de transporte el acompañamiento al momento de salir del restaurante Gastrobar
<b>Ingreso</b>  Solicitar documentos como tarjeta identidad o cedula  Requisita de menores de edad  Registras los números de contacto de sus familiares, amigos, u otros para realizar el seguimiento a su destino.  Socializar al cliente y su núcleo las recomendaciones sobre consumo responsable.	<b>Durante</b>  Ofrecer jugos, bebidas gaseosas o agua durante el servicio	<b>Después</b>  Asegurar mediante red de apoyo de transporte el acompañamiento al momento de salir del restaurante Gastrobar						
<b>Medidas de apoyo</b> <p>Informar al CAI mas cercano o línea 123 sobre la presencia de menores de edad en caso de presentarse una situación de riesgo</p>								
<b>Observaciones</b>								