

INFORME SOBRE LA DENSIDAD DE VENTA DE ALCOHOL

Las Cruces,
Nuevo México
2020



La Coalición de Prevención Unificada (UP!) del condado de Doña Ana es un intento de colaboración colectivo enfocado en la prevención del uso y abuso de sustancias entre los jóvenes en el Condado de Doña Ana.

La Coalición de UP! Para el condado de Doña Ana es una iniciativa del Centro para la Innovación de la Salud, que actúa como el patrocinador fiscal que brinda supervisión fiscal y programática. Los miembros y socios de la Coalición de UP! representan a doce sectores diferentes: jóvenes, padres, empresas, medios de comunicación, escuelas, organizaciones que prestan servicios a los jóvenes, organismos encargados de hacer cumplir la ley, grupos cívicos o de voluntarios, organizaciones religiosas o fraternales, profesionales de la salud, gobiernos estatales, locales o tribales y otras organizaciones que participan en la reducción del abuso de sustancias.

MISIÓN

Fomentar la colaboración de la comunidad enfocados a reducir y/o prevenir el uso y el abuso de drogas y alcohol entre de los jóvenes, y reducir los factores que aumentan el riesgo.

VISIÓN

Que cada miembro de la comunidad en el condado de Doña Ana tenga la oportunidad de vivir una vida libre de alcohol, tabaco, otras drogas y conductas de salud adversas.



PASO DEL NORTE
HEALTH FOUNDATION
SHIFT POSITIVE



TABLA DE CONTENIDOS



Resumen ejecutivo	2
Descripción del proyecto	4
Estadísticas sobre consumo excesivo de alcohol	6
Densidad de venta de alcohol	8
Proceso de estudio	10
Identificación de “zonas críticas”	12
Análisis de entorno	14
Entrevistas a la comunidad	16
Recomendaciones	18
Apéndices	21
Agradecimientos	Contraportada

La Coalición de Prevención Unificada del condado de Doña Ana (Coalición de UPI) llevó a cabo un estudio sobre los puntos de venta de alcohol en la ciudad de Las Cruces, Nuevo México, entre enero de 2018 y marzo de 2019. Este trabajo se completó a través del Proyecto Shift+ UPI Las Cruces, patrocinado por la Iniciativa Shift+ de la Fundación de Salud Paso del Norte. Este proyecto consistió en la elaboración de un mapa de los establecimientos con licencias de bebidas alcohólicas activos entre enero de 2017 y mayo de 2018, y también las llamadas de asistencia de siete organizaciones policíacas registrados por la *Mesilla Valley Regional Dispatch Authority* [Autoridad Regional de Envío del Valle de la Mesilla] (MVRDA). El estudio también incluyó el análisis del entorno de los puntos de venta de alcohol dentro de las zonas críticas [*hotspots*] identificadas para ayudar a comprender las prácticas de promoción venta. Se entrevistó a los residentes de la comunidad y a los propietarios de los comercios dentro de las zonas críticas sobre temas seleccionados para estudiar los impactos de los puntos de venta de alcohol cerca de los establecimientos. El Proyecto Shift+ UPI Las Cruces dio como resultado tres conclusiones y dos recomendaciones:

Conclusión 1: Identificación de las zonas críticas

Se identificaron cinco zonas críticas dentro de la ciudad de Las Cruces. El protocolo de identificación se adaptó usando la Guía para la Medición de la Densidad de Puntos de Venta de Alcohol de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (2017). Se trazaron las zonas intermedias de 700 pies cuadrados en áreas donde se agruparon una alta densidad de puntos de venta de alcohol. Se superpusieron varias de estas zonas y se designaron estas áreas como las 5 zonas críticas. El aumento del número de puntos de venta de alcohol no se tradujo directamente en un incremento de llamadas de asistencia de las oficinas policíaca.

Conclusión 2: Diagnostico del entorno

Se realizó un diagnostico del entorno en los puntos de venta de alcohol dentro de las zonas críticas. La herramienta de evaluación utilizada para estos análisis del entorno se centró en las cuatro P de marketing: Puntos, cualquier característica clave dentro y fuera del punto de venta de alcohol; Producto, tipos de alcohol vendidos; Precio, cualquier oferta o promoción que fomente el consumo excesivo de alcohol; Promoción, cartelera, publicidades, concursos y eventos especiales en los que se involucre al alcohol. Los investigadores descubrieron que el 33% de los puntos de venta analizados no colocaban carteles para notificar a los clientes que se verificaría su identificación y el 56% de los puntos de venta no colocaban carteles para notificar a los clientes sobre los riesgos de salud asociados con el consumo de alcohol. Tal vez sea necesario realizar estudios adicionales sobre las prácticas operativas de venta de alcohol para determinar la manera en que esos impactan en las llamadas de asistencia.

Conclusión 3: Impacto de venta de alcohol en los residentes y comercios

Un total de 33 residentes comunitarios y 23 comerciantes fueron identificados en las zonas críticas y se entrevistaron para determinar el impacto al comercio y comunitario relacionado con los establecimientos de alcohol. En los resultados de las entrevistas, 53% se quejaron de ruido excesivo en el área y 57% de los entrevistados quisieran expresar sus opiniones cuando un establecimiento de alcohol quiera abrir en su comunidad. Otras áreas que conciernen son la basura, la vagancia y los holgazanes.

Recomendación 1: Regulación de la densidad la venta de alcohol y aplicación de las leyes vigentes sobre el alcohol

En 2019, la ciudad de Las Cruces superó en un 330% el límite de licencias de bebidas alcohólicas de Nuevo México con 164 licencias, que incluyen licencias completas para venta minorista y licencias para pequeños cerveceros/enólogos, entre otros. Utilizando la autoridad local dentro del condado de Doña Ana para regular la densidad de venta de alcohol tiene el potencial de minimizar los riesgos, tanto a corto como a largo plazo, asociados con el consumo de alcohol. Además, la aplicación de las leyes vigentes del alcohol, tal como las ordenanzas de anfitriones sociales, tiene el potencial de minimizar los riesgos entre los jóvenes.

Recomendación 2: Aumento de los impuestos al alcohol y límite de horarios y días de venta

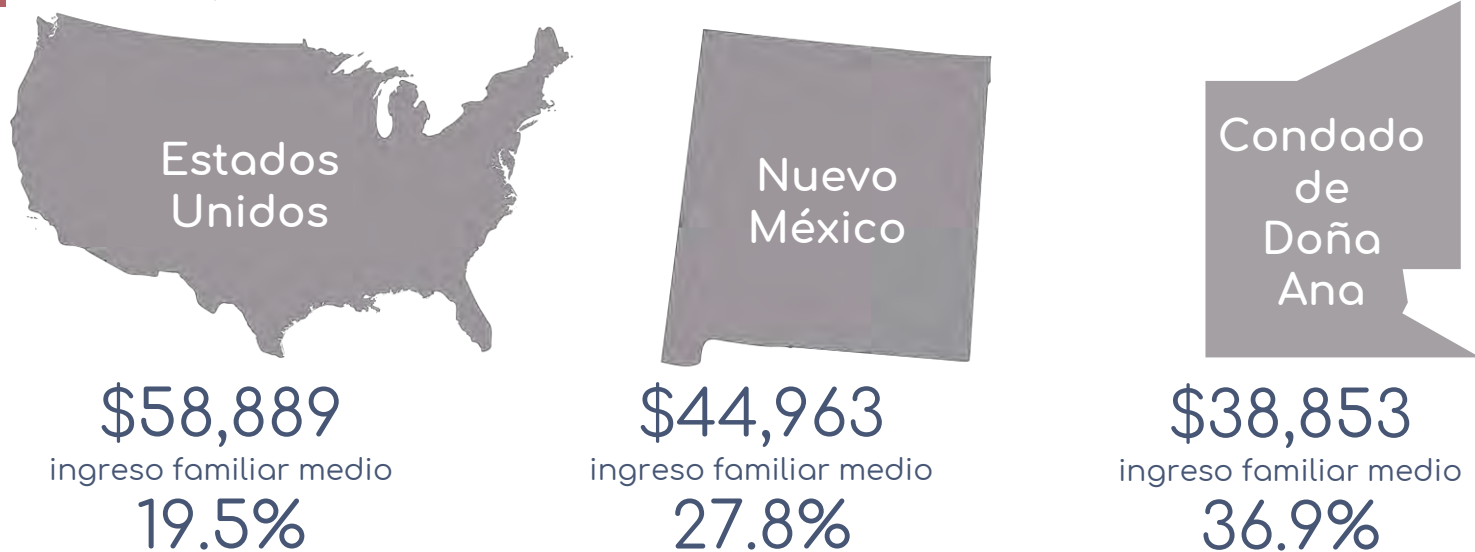
Los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades recomiendan que se aumente el precio unitario de las bebidas alcohólicas como una estrategia eficaz para reducir los daños relacionados con el consumo excesivo de alcohol. El aumento de los impuestos al alcohol debe considerarse como una estrategia a nivel estatal para Nuevo México. Además, se sugiere mantener los límites de días y horarios de venta de alcohol para restringir el acceso como otro método de prevención de los daños relacionados con el alcohol.

Las conclusiones y recomendaciones que se definen en este Informe sobre la densidad de venta de alcohol se presentan junto con las técnicas y herramientas utilizadas por el Proyecto Shift+ UP! Las Cruces en los apéndices. Se les anima a los líderes políticos y comunitarios a revisar estos datos para el uso en sus propios intentos de apoyo. La información adicional de este informe puede emplearse en la educación de la comunidad y en los intentos de comprometerse con la comunidad centrados en el conocimiento de la densidad de venta de alcohol y su impacto en la comunidad.

El condado de Doña Ana es el segundo más poblado de Nuevo México, con una población de poco más de 215,000 personas.¹ Está situado en la frontera entre Estados Unidos y México; y dos importantes autopistas interestatales dividen el condado, la I-10 y la I-25, ambas conectadas al punto de acceso de El Paso/Ciudad Juárez, situado a 51 millas de la ciudad de Las Cruces. Aunque la zona es rica en cultura, comunidad y recursos sociales, se enfrenta continuamente a desafíos por las economías rurales en dificultades y un sistema médico debilitado que no está preparado para prestar servicios a una población en continuo crecimiento de personas que requieren tratamiento para los trastornos por el uso de sustancias. Los formuladores de políticas procuran hacer crecer las economías en dificultades al apoyar a las industrias que producen alcohol y que resultan ser rápidos generadores económicos.

El consumo de alcohol, beber compulsivamente, la disponibilidad de las licencias de bebidas alcohólicas, las muertes y enfermedades relacionadas con el alcohol están aumentando en Nuevo México.^{2,3} El alcohol continua siendo la sustancia preferida tanto por los jóvenes como por los adultos, el consumo de alcohol de los menores de edad resulta aceptable para los adultos y la percepción del riesgo es baja en el condado de Doña Ana.⁴ Cada año en el condado de Doña Ana, los consumidores gastan casi \$40 millones en bebidas alcohólicas, o \$390 por hogar: la quinta tasa más alta del estado. En cuanto al consumo de alcohol y las actitudes en el condado de Doña Ana, el 55.7% de los adultos informaron haber consumido alcohol en los últimos 30 días y el 18.9% informaron haber bebido compulsivamente.⁵ Las normas de la comunidad incluyen una actitud permisiva generalizada hacia el consumo de alcohol de los jóvenes.⁵ En una encuesta de la comunidad del condado de Doña Ana realizada en 2015, el 70.3% de los residentes encuestados informaron que consideraban correcto proporcionarle alcohol a los menores de edad si estos son "lo suficientemente maduros". En la misma encuesta, el 56% de los adultos de 18 a 20 años informaron que una fiesta en casa fue su principal fuente de alcohol en los últimos 30 días y más del 42% informó que un familiar adulto les había proporcionado alcohol en los últimos 30 días. Esto es coherente con la principal fuente de alcohol informada por los estudiantes de escuela secundaria en el condado; el 45% dijo que el alcohol les fue proporcionado.⁵

La reducción del acceso social, tanto de los puntos de venta minoristas para consumir dentro del local o fuera del local, es cada vez más importante, ya que en el condado de Doña Ana también se producen aproximadamente 200 accidentes automovilísticos relacionados con el alcohol; una medida que está mostrando una disminución significativa en un período de seis años y que puede investigarse por las ubicaciones puntuales y las características de cada incidente. Otras condiciones sociales también contribuyen al uso de sustancias en las comunidades, como las disparidades salariales y económicas. A pesar de la prosperidad económica de Las Cruces, alrededor del 40% de los niños viven en la pobreza en el condado de Doña Ana.¹ El ingreso familiar medio en el condado de Doña Ana es considerablemente más bajo que en el resto de Nuevo México y la nación.¹ Los altos índices de pobreza ponen en riesgo a los jóvenes en relación con el fracaso escolar y otros resultados negativos, incluidas las conductas de inadaptación como conducta sexual riesgosa, violencia en el noviazgo, abuso de sustancias y adicción.⁶



índice de pobreza en la infancia índice de pobreza en la infancia índice de pobreza en la infancia

Los altos índices de pobreza aumentan el riesgo de los jóvenes de sufrir retrasos en el desarrollo, fracaso escolar, conducta sexual riesgosa, violencia en el noviazgo, abuso de sustancias y adicción.

En 2015, el Departamento de Salud de Nuevo México llevó a cabo un análisis sobre el acceso de venta de alcohol en Las Cruces. También recopilaron datos sobre llamadas por delitos violentos de respuesta de emergencia. Estos datos se colcaron en un mapa y se superpusieron para identificar la correlación entre los hechos de acceder al alcohol y cometer delitos violentos a través del monitoreo del censo y de la población.⁷ A modo de seguimiento de este análisis, el proyecto Las Cruces continúa encontrando correlaciones interesantes entre los puntos de venta de alcohol (tanto para consumir dentro del local como fuera del local) y los delitos relacionados, tales como vagabundeo, agresiones, peleas, conducción bajo los efectos de sustancias e individuos intoxicados.

Existe una brecha en el apoyo sostenible a largo plazo, impulsado por la comunidad y basado en pruebas, para reducir el consumo excesivo de alcohol y los daños relacionados, tanto en los sistemas como en las políticas. Los datos y las pruebas se recopilan y almacenan continuamente, pero debido a la falta de alfabetismo de los datos, y a otras condiciones sociales, no están realmente disponibles para las comunidades o los defensores locales.

La Coalición de UP! trabajó para completar una evaluación integral de los factores contribuyentes, las condiciones locales y las consecuencias en la comunidad asociadas a la densidad de los puntos de venta de alcohol en Las Cruces, completar un modelo lógico específico para los problemas de densidad de los puntos de venta de alcohol e identificar las políticas comunitarias para abordar los problemas identificados en la evaluación de la comunidad. Se familiarizaron con las estrategias basadas en las pruebas para reducir la densidad de los puntos de venta, las evaluaciones integrales, los modelos lógicos y las políticas sobre el alcohol. La Coalición de UP! identificó los conjuntos de datos necesarios para los propósitos de la evaluación, incluidos los datos sobre mezcla de bebidas, datos sobre volumen de ventas, datos sobre la comunidad y los jóvenes, que incluían:

- Encuesta sobre el riesgo y la resistencia de los jóvenes del Departamento de Salud de Nuevo México (YRRS)
- Encuesta sobre la comunidad de Nuevo México (NMCS)
- Encuesta sobre las estrategias para el éxito (ASFS)
- Los conjuntos de datos sobre licencias de bebidas alcohólicas/puntos de venta de alcohol
- Llamadas de respuesta de emergencia
- Incidentes de delitos
- Monitoreo de censo y estadísticas de población
- Análisis del entorno de todos los puntos de venta
- Encuestas a la comunidad sobre el impacto de venta de alcohol

Es prácticamente insostenible el apoyo sostenible a largo plazo, impulsada por la comunidad y basado en pruebas, para reducir el consumo de alcohol entre los jóvenes, el beber compulsivamente de todos los miembros de la población y la reducción de los daños relacionados tanto en los sistemas como en las políticas. La alfabetización de datos y el desarrollo de habilidades es necesario para apoyar los intentos impulsados por la comunidad para abogar por políticas que mejor se ajusten a sus problemas locales relacionados con el alcohol, respaldados por las pruebas.

LA LEY DE ESTADO DE NUEVO MÉXICO
PERMITE UNA LICENCIA DE
DISPENSADOR DE ALCOHOL POR CADA
2,000 PERSONAS.

Las Cruces
debería tener solo

49

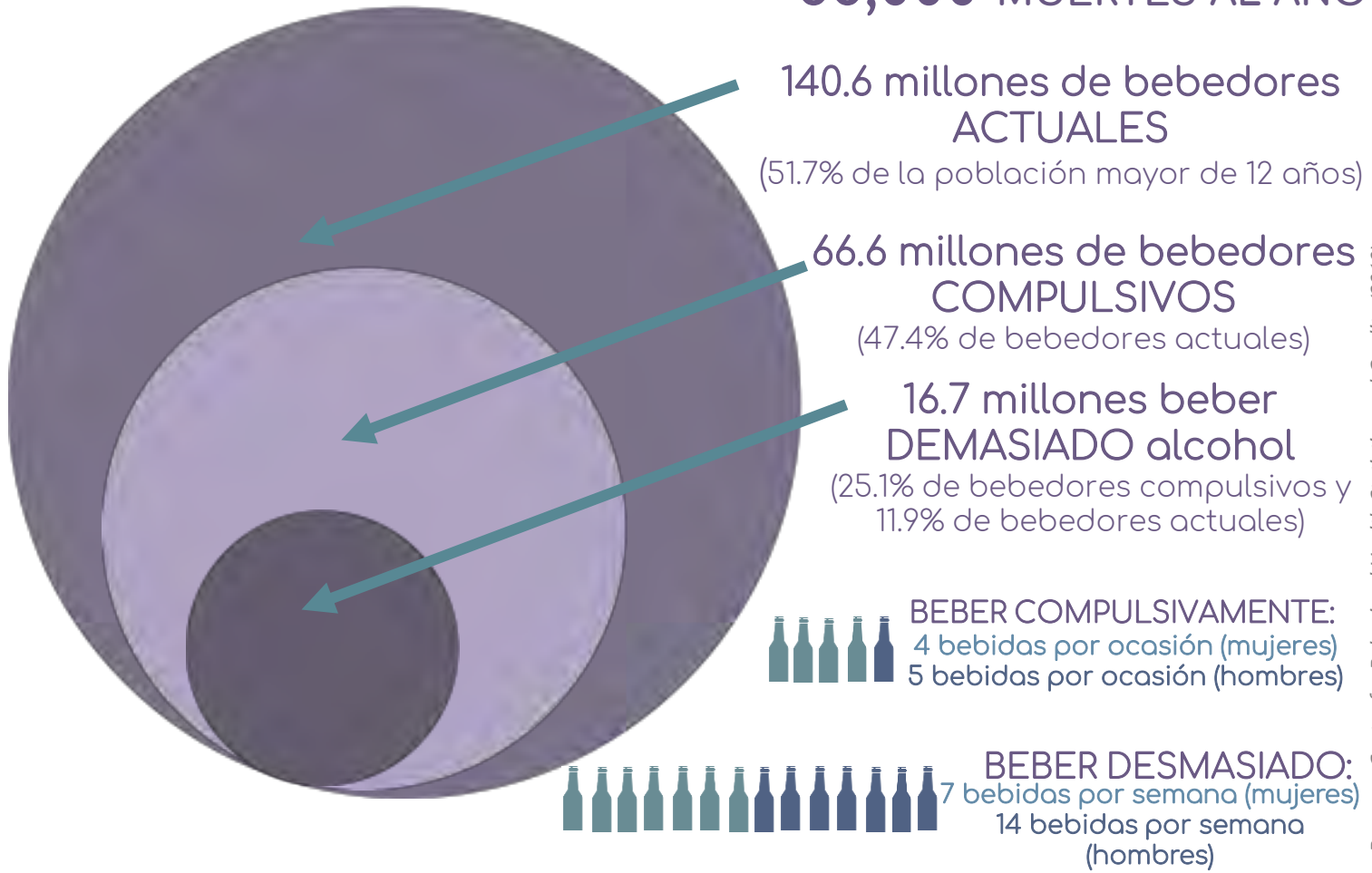
licencias
completas de
venta minorista
de bebidas
alcohol,

pero in realidad tiene

84



EL CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL ES RESPONSIBLE DE 88,000 MUERTES AL AÑO



Recurso: Center for Behavioral Health Statistics and Quality (2018)

Nuevo México tiene la segunda tasa de mortalidad por intoxicación por alcohol más alta de EE. UU.



Recurso: CDC (2015) & Stahre et al (2018)

1 de cada 10 muertes entre los adultos en edad de trabajar son causadas por el consumo excesivo de alcohol

1 de cada 6 muertes entre los adultos en edad de trabajar son causadas por el consumo excesivo de alcohol

RIESGOS DE SALUD A CORTO PLAZO

Lesiones

- Accidentes automovilísticos
- Caídas
- Ahogo
- Quemaduras

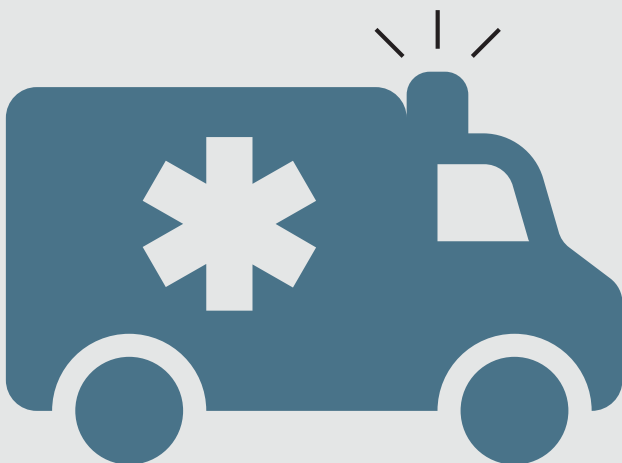
Violencia

- Homicidio
- Suicidio
- Abuso sexual
- Violencia doméstica

Salud reproductiva

- Conductas sexuales riesgosas
- Embarazos no deseados
- Enfermedades de transmisión sexual
- Abortos espontáneos
- Nacimiento de niño muerto
- Trastorno del espectro de alcoholismo fetal (TEAF)

Intoxicación por alcohol



RIESGOS DE SALUD A LARGO PLAZO

Enfermedades crónicas

- Hipertensión
- Enfermedad cardíaca
- Accidente cerebrovascular
- Enfermedad hepática
- Problemas digestivos

Tipos de cáncer

- De mama
- De boca y garganta
- De hígado
- De colon

Problemas de aprendizaje y memoria

- Demencia
- Bajo rendimiento escolar

Salud mental

- Depresión
- Ansiedad

Problemas sociales

- Pérdida de productividad
- Problemas familiares
- Desempleo

Dependencia al alcohol

TIPOS DE PUNTOS DE VENTAS DE ALCOHOL dependiendo de dónde se consume el alcohol

DENTRO DEL LOCAL

bares
restaurantes
pubs
clubes



En los puntos de venta de alcohol para consumo **dentro del local**, el alcohol se consume, generalmente en **raciones individuales**, en el lugar del comercio. Estos puntos de venta pueden afectar a las residencias y comercios del barrio, normalmente en un **radio** que rodea el punto de venta de alcohol para consumo en el local.

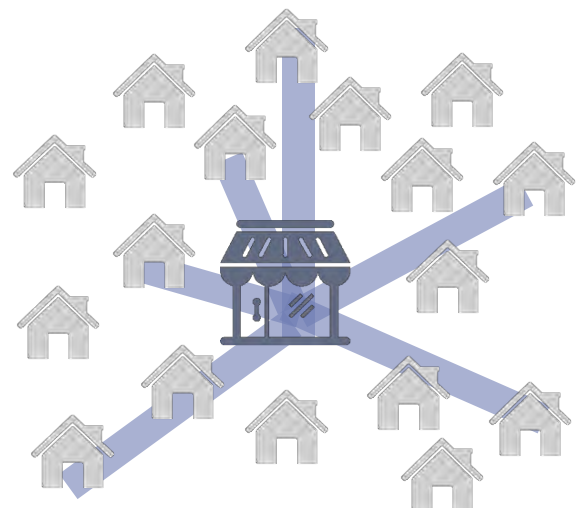


FUERA DEL LOCAL

licorerías
supermercados
farmacias
gasolineras



En los puntos de venta de alcohol para consumo **fuera del local**, el alcohol se compra en botellas o cajas llenas y se consume **fuera** de la ubicación del comercio (en casas, en fiestas, etc.) Estos puntos de venta pueden tener un impacto en una zona más amplia, ya que los clientes llevan el alcohol a una gran variedad de lugares.



IMPACTOS DE LOS GRUPOS DE PUNTOS DE VENTA DE ALCOHOL



DAÑOS PERSONALES

admisiones en hospitales

lesiones de peatones

accidentes de tráfico

consumo de alcohol por menores de edad

violencia

trastornos por uso de alcohol



DISTURBIOS EN LA COMUNIDAD

intoxicación con alcohol en público

ruido excesivo

daños a la propiedad

basura

bloqueo del derecho de paso

micción en público

ESTUDIAR LA DENSIDAD DE LOS PUNTOS DE

ETAPA
1



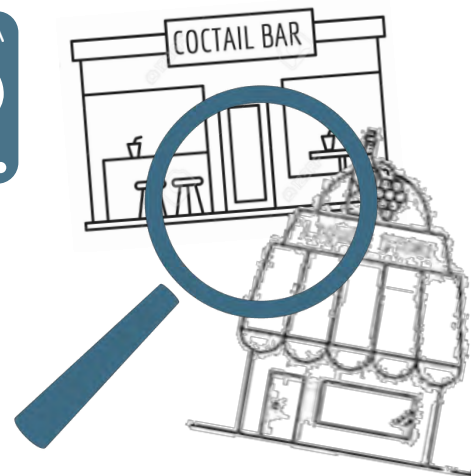
Identificar las “zonas críticas”

Una “zona crítica” es un grupo de varios puntos de venta de alcohol ubicados cerca unos de otros. Estas áreas tienden a tener altas llamadas de asistencia a la policía además de otros impactos negativos en la comunidad.

Para encontrar “zonas críticas”:

- Obtenemos las direcciones de los puntos de venta de alcohol, para consumo tanto dentro como fuera del local, en Las Cruces
- Obtenemos la ubicación de las llamadas de asistencia a través de una solicitud de registros abiertos a la Mesilla Valley Regional Dispatch Authority
- Utilizamos un software llamado ArcGIS, desarrollado por Esri, creamos mapas que superponen los puntos de venta de alcohol y las llamadas de asistencia (este proceso se llama “geocodificación”) ^{8,9}
- Se investigó individualmente a cada grupo por el equipo de investigación para determinar si debe ser incluido en este informe

ETAPA
2



Análisis de toda la ciudad

Los miembros de la comunidad de la Coalición de UPI visitaron cada punto de alcohol para consumo dentro del local y fuera del local y sistemáticamente observaron y analizaron el área en busca de cuatro elementos principales: ^{10,11,12}

- **Punoto**, cualquier característica clave dentro y fuera del punto de venta de alcohol
- **Producto**, tipos de alcohol vendidos
- **Precio**, cualquier oferta o promoción que fomente el consumo excesivo de alcohol
- **Promoción**, carteleras, publicidades, concursos y eventos especiales

En la mayoría de los proyectos de investigación, los defensores de la comunidad local no llegan a participar en la generación de datos sobre sus propias comunidades. En este proyecto se involucró a los líderes y defensores de la comunidad con datos interactivos, herramientas y aplicaciones para explorar las causas sociales y sistémicas y, por lo tanto, fortalecer los intentos locales de planificación de la prevención del alcohol. ¹³



ETAPA
3



Entrevistas con la comunidad

Era importante para la Coalición de UP! saber cómo los miembros de la comunidad pueden verse afectados por los puntos de venta de alcohol cercanos.

Se entrevistó a los vecinos de las zonas cercanas a los puntos de venta de alcohol para saber cuánto tiempo habían vivido en la zona, si tenían hijos, si se sentían seguros o les preocupaba vivir cerca de los puntos de venta de alcohol y si habían notado algún impacto negativo.

Se entrevistó a los propietarios de comercios locales con tiendas en los alrededores de los puntos de venta de alcohol sobre los impactos de estar tan cerca, incluso si notaban un aumento de la basura, el vagabundeo o las llamadas a la policía, así como si sentían algún impacto directo en su propio comercio

ETAPA
4

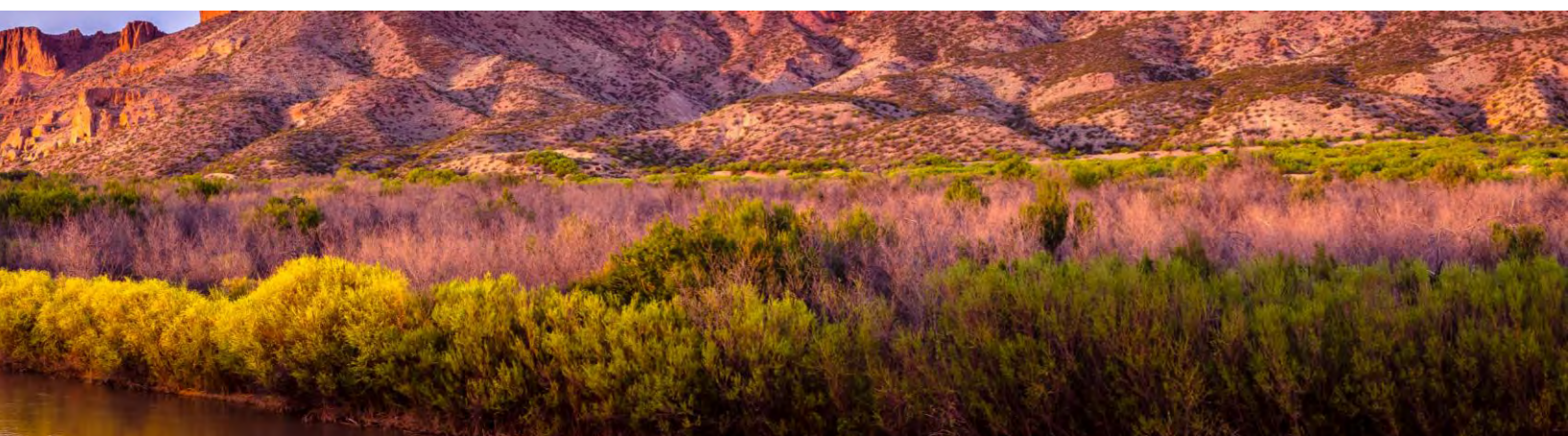


Compartir nuestras conclusiones

¡Este informe es una parte clave del proceso!

Compartir lo que aprendimos de este estudio y proporcionar la información a la comunidad es una parte importante de la visión de la Coalición de UP! para el condado de Doña Ana.

La investigación puede ayudarnos a entender la aplicación práctica de los datos para contar la historia del entorno social o construido de un barrio. Este proyecto promueve programas y proyectos que buscan construir conjuntos de habilidades de datos sostenibles a largo plazo dentro de las comunidades, lo que crea una democratización de los datos y movimientos impulsados por las pruebas para mejorar la salud general y el bienestar de las comunidades, por parte de las comunidades.



La identificación de las “zonas críticas” de grupos de puntos de venta de alcohol fue una etapa fundamental en este proyecto. Con la asistencia del Departamento de Geografía de la Universidad Estatal de Nuevo México y la Colaboración de Datos de la Comunidad de Nuevo México (NMCDC), se creó un mapa interactivo utilizando los datos sobre las ubicaciones de los puntos de venta de alcohol de Las Cruces. Estas ubicaciones se determinaron a través de un inventario de todas las licencias de bebidas alcohólicas en el estado de Nuevo México a partir de marzo de 2019, con información sobre su ubicación (2975 licencias, incluidas 438 nuevas, 268 cerradas y 2270 aún activas desde 2016).

El segundo conjunto de datos se refería a las llamadas de asistencia y se compiló y geocodificó en función de la información recibida por parte de siete organismos diferentes: Oficina del Sheriff de Doña Ana, Departamento de Policía de Las Cruces, Departamento de Policía de la Universidad Estatal de Nuevo México, Departamento de Policía de Mesilla, Departamento de Policía de Sunland Park, Departamento de Policía de Anthony y Departamento de Policía de Hatch. Los datos de las llamadas de asistencia fueron adquiridas de la Mesilla Valley Regional Dispatch Authority (MRVDA). Existe una cantidad significativa de tipos de llamadas relacionadas con el consumo de alcohol: 73 en total. La cantidad significativa de los tipos de llamadas complica el análisis del conjunto de datos de las llamadas de asistencia. A continuación, se mencionan los tipos de llamadas más comunes y se muestran ejemplos de mapas tanto en el presente como como en los apéndices de este informe.

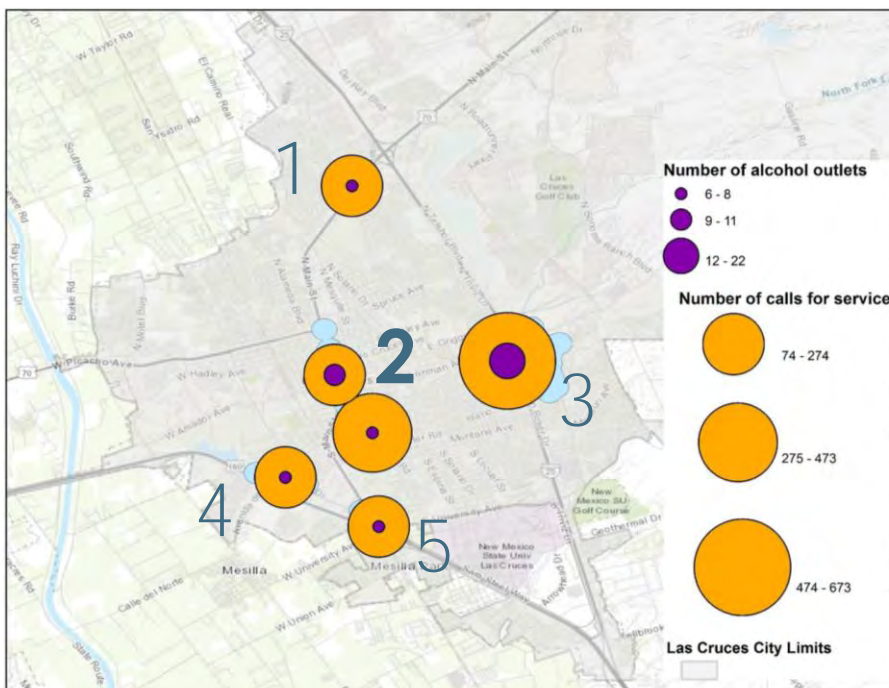
Además de crear los mapas interactivos, la Coalición de UP! brindó capacitación sobre el software de mapeo ArcGIS a los defensores de la comunidad. La comunicación continua con las partes interesadas y los funcionarios electos ayudará a crear interés en este tema e identificar a las personas más interesadas. La revisión continua de la política le permite al Comité sobre Alcohol de la Coalición tener la oportunidad de comprender mejor el entorno de venta minorista y el impacto en la comunidad. El proyecto de mapeo también ayudó a realizar los análisis del entorno realizados por el personal y los miembros de la coalición.

GRUPOS CON ALTA DENSIDAD DE PUNTOS DE VENTA DE ALCOHOL

<p>1. East Mesa Corridor N. Main St y Three Crosses Ave. a Elks Dr.</p>	<p>2. El Paseo Corridor Amador/El Paseo Rd. a Missouri Ave.</p>	<p>3. Telshor Corridor Telshor Blvd y Lohman Ave. to E. Idaho Ave.</p>
<p>4. Valley Corridor Southwest I-10 a Calle El Paseo y Northeast I-10 a Valley Dr.</p>	<p>5. University Corridor University Ave a Espina St. a Valley Dr.</p>	

Densidad del delito y puntos de venta de alcohol

Llamadas de asistencia por tipo

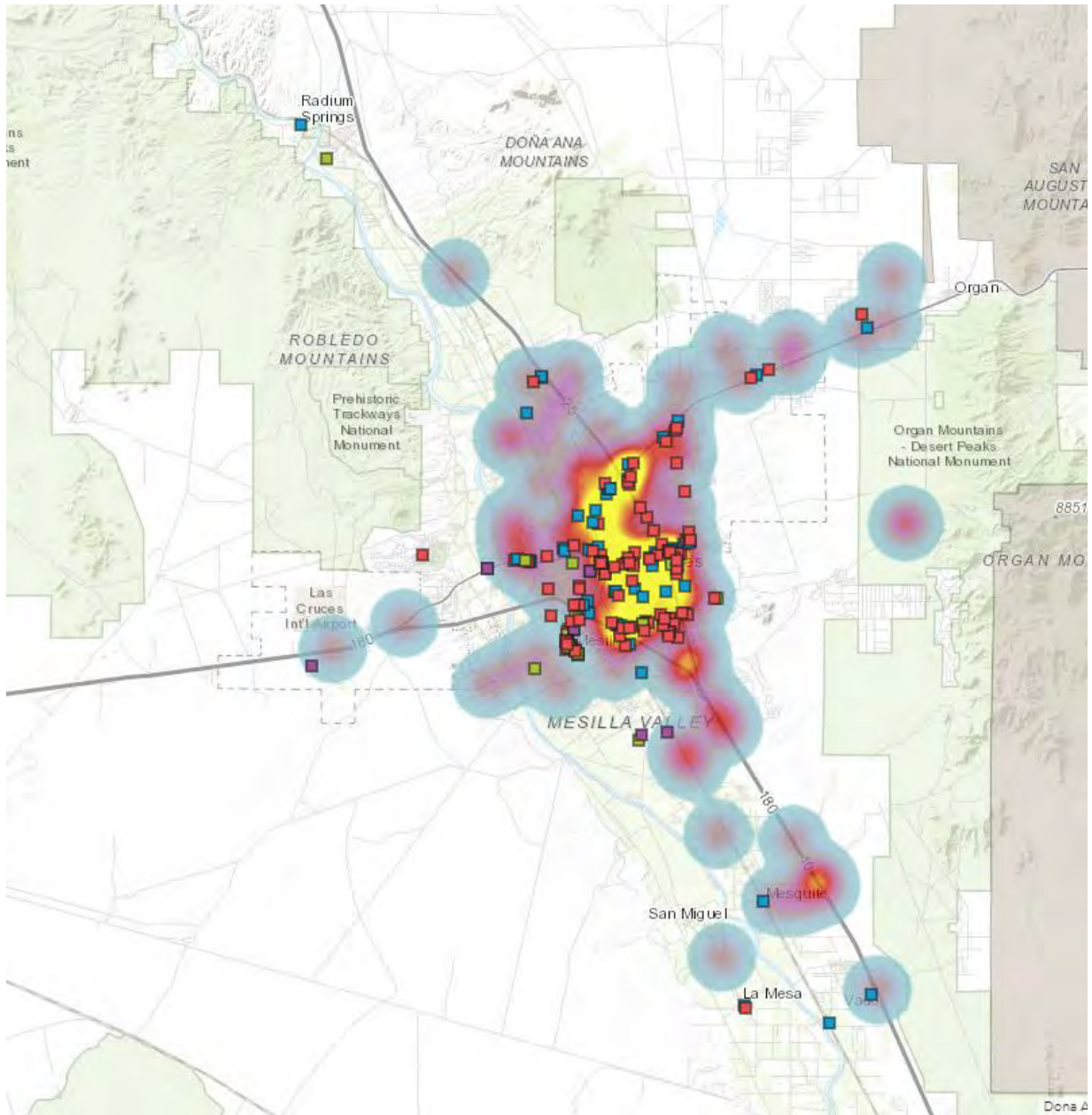


Tipo de llamada	Número de llamadas
Robo	1,753
Ruido	1,262
Delito de abuso sexual	954
Sobredosis de narcóticos	860
Suicidio	824

Las llamadas de asistencia incluyeron robo en propiedades ajenas, hurto, conductas ilícitas, acoso, narcóticos, abusos sexuales, robos y disturbios como ingresar ilegalmente a propiedad ajena, borrachera y desorden público, peleas, sujeto con pistola/disparos, sujeto con cuchillo, ruidos fuertes.

Mesilla Valley Regional Dispatch Authority (MVRDA), Jan 2017-Apr 2018

Puntos de venta de alcohol y choques por conducir bajo los efectos de sustancias en Las Cruces



Densidad de los accidentes relacionados con el alcohol



Ubicaciones de licencias de licor

- ON PREMISES ONLY
- OFF PREMISES ONLY
- ON AND OFF PREMISES
- MANUFACTURER OR WHOLESALER
- RECTIFIER
- BOTTLER

El mapa anterior muestra todas las licencias de bebidas alcohólicas en el área de Las Cruces, en vigencia hasta el 2019. Este mapa de calor representa la densidad de accidentes automovilísticos relacionados con alcohol dentro de la zona durante el 2017, el año más reciente para el cual esta información está disponible al momento del proyecto

Explore los mapas interactivos del condado de Doña Ana

Visite nmedc.maps.arcgis.com para explorar los mapas interactivos del condado de Doña Ana con recursos e información de salud relacionados con el alcohol.

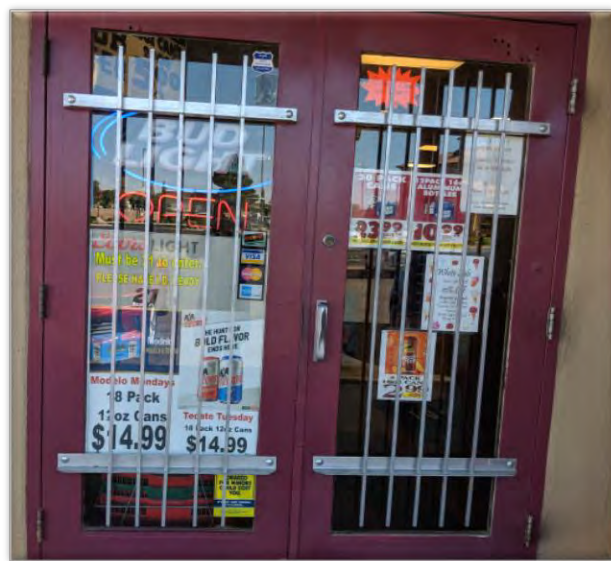


A través de los análisis del entorno en el primer año del proyecto de Shift+ UP! de Las Cruces, los miembros de la coalición descubrieron que el 55% de los establecimientos de venta minorista para consumo fuera del local promueven mucho el alcohol a través de escaparates, letreros de neón y carteles. Los miembros también encontraron que el 73% de los establecimientos para consumo en el local no informan a los clientes sobre los peligros potenciales del consumo de alcohol.

LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD VISITARON 23 PUNTOS DE VENTA DE ALCOHOL (TANTO PARA EL CONSUMO DENTRO Y FUERA DEL LOCAL) EN TODO LAS CRUCES...

...y señalaron cosas específicas propias del LUGAR: todo tipo de basura, merodeo o disturbios en el exterior y cualquier intoxicación excesiva en el interior.

...y documentaron qué PRODUCTO se ofrecía (como cerveza, vino, refrescos con alcohol y alcohol de grano).



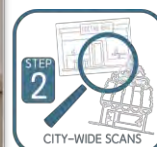
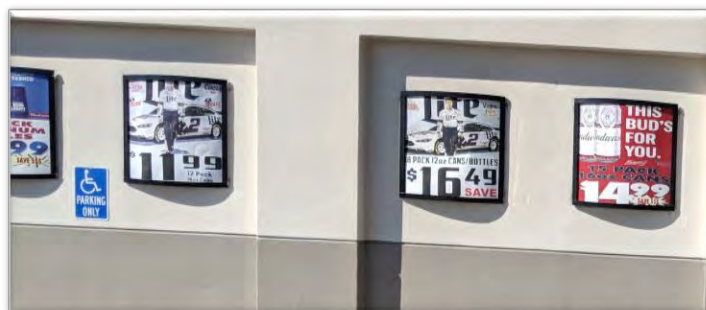
...e incluyeron la información de si existían carteles como “pedimos identificación” o “no se vende a menores”.

La colocación de productos es también un factor que contribuye a la normalización del consumo de alcohol. UP! encontró que en el 51.5% de las veces, los establecimientos para el consumo fuera del local mostraban el alcohol inmediatamente al lado de patatas fritas, refrescos o artículos domésticos; lo que normaliza aún más el alcohol como un artículo cotidiano en el mercado de bienes de Las Cruces.

EXPLORAR VISUALMENTE CADA LUGAR POR DENTRO Y POR FUERA, COMPLETAR UNA EXTENSA ENCUESTA SOBRE LO QUE VEÍAN...

...el PRECIO de productos diferentes, incluyendo cualquier oferta u promoción que fomentara el consumo excesivo de alcohol.

..la PROMOCIÓN del alcohol a través de carteleras, anuncios, concursos y eventos especiales.



LAS EXPERIENCIAS DE LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD: Impactos de los puntos de venta de alcohol cercanos

Se entrevistó a 33 miembros de la comunidad en barrios con alta densidad de puntos de venta de alcohol.

ÁREAS DE INTERÉS COMPARTIDAS POR LOS RESIDENTES DE LAS CRUCES:

Ruidos fuertes que afectan el sueño u otras actividades del hogar

Uso de alcohol con otras sustancias

Respuesta de los organismos encargados de hacer cumplir la ley a las llamadas relacionadas con el alcohol

Salir del área considerada en respuesta a las preocupaciones relacionadas con el alcohol

Seguridad para los individuos y las familias

Deseo de aportar información cuando un nuevo punto de venta solicita una licencia de bebidas alcohólicas

Hurtos y robos en propiedades por parte de personas intoxicadas

Problemas de tráfico y aparcamiento generados por la proximidad a los puntos de venta de alcohol

La basura que dejan los clientes de los puntos de venta de alcohol

LAS EXPERIENCIAS DE LOS PROPIETARIOS DE COMERCIOS: Impactos de los puntos de venta de alcohol cercanos

Se entrevistaron a 23 propietarios de comercios dentro de 700 pies de distancia de los puntos de venta de alcohol acerca de sus experiencias.

ÁREAS DE INTERÉS COMPARTIDAS POR LOS PROPIETARIOS DE COMERCIOS DE LAS CRUCES:

Cientes intoxicados como conductores o pasajeros en las filas de restaurantes con servicio de recogida desde el auto

El impacto de los puntos de venta de alcohol en la seguridad y el bienestar de los empleados

Aumento de la basura de los puntos de venta de alcohol cercanos

El vagabundeo y la mendicidad desalientan a los clientes

El merodeo fuera de horario por parte de los clientes intoxicados de los puntos de venta de alcohol para consumo dentro del local cercanos

Violencia y disturbios relacionados con el alcohol

Múltiples llamadas a la policía por incidentes relacionados con el alcohol en un corto período de tiempo

El aumento de la densidad de los puntos de venta de alcohol a lo largo del tiempo en la ciudad de Las Cruces



¿QUÉ SE PUEDE HACER?

Recomendaciones de políticas municipales y estatales

Es evidente que la densidad de los puntos de venta de alcohol está relacionada con el aumento de las llamadas de asistencia a los organismos encargados de hacer cumplir la ley y con los impactos negativos en la comunidad. La Coalición de UPI recomienda cuatro estrategias clave para abordar los problemas relacionados con el aumento de la densidad de los puntos de venta de alcohol.¹⁴

1

REGULAR LA DENSIDAD DE LOS PUNTOS DE VENTA DE ALCOHOL

2

AUMENTAR LOS IMPUESTOS AL ALCOHOL

3

LIMITAR LOS HORARIOS Y DÍAS DE VENTA

4

APLICAR LAS LEYES VIGENTES SOBRE EL ALCOHOL

Estas estrategias se alinean con la estrategia del Plan Estratégico Shift+ de "abogar por la mejora de las políticas y los cambios en los factores de riesgo del entorno que contribuyen al consumo de alcohol y al beber compulsivamente entre los menores de edad, con especial énfasis en el acceso social y de venta minorista del alcohol"¹⁵

En el condado de Doña Ana, la ciudad de Las Cruces tiene como objetivo apoyar la reforma de alcohol en todo el estado que permitirá la expansión de las opciones de menú de alcohol para los propietarios de licencias de cerveza y vino. El primer año del proyecto Shift+ UPI de Las Cruces identificó las leyes estatales que limitan las licencias de bebidas alcohólicas en todo el estado a una persona por cada dos mil residentes. Actualmente, la ciudad de Las Cruces está 330% por encima del límite y tiene la autoridad de opción local para seguir emitiendo licencias de servidores de pequeña escala.³ Además, las ciudades podrían aumentar aún más sus ingresos al poseer licencias para alquilar a comercios móviles para proporcionar opciones para el consumo de alcohol en áreas fuera del sitio. La propuesta de la reforma de bebidas alcohólicas en todo el estado aumentaría la disponibilidad de alcohol en pequeñas comunidades de Nuevo México y podría plantear posibles daños relacionados con el alcohol.



Como resultado del Plan Maestro del Centro de la ciudad de Las Cruces de 2016, el alcohol puede servirse fuera del local, mediante la aprobación del gestor municipal en lugar de la aprobación del organismo gubernamental local. Teniendo en cuenta la proximidad del centro de la ciudad a escuelas, iglesias y viviendas residenciales, así como la asistencia a eventos especiales por parte de familias y menores de edad, es importante identificar las áreas de venta de alcohol para consumir fuera del local y el impacto del alcohol como generador económico,¹⁶ aunque esto puede complicarse aún más por la legislación de la reforma de alcohol a nivel estatal.

ORDENANZA DE ANFITRIONES SOCIALES

Una ordenanza de anfitriones sociales es una ley local que responsabiliza a los adultos (por lo general, mediante multas) por ser anfitriones de menores de edad que beben en sus casas o en su propiedad. Las ordenanzas locales de anfitriones sociales civiles complementan las leyes penales existentes (que pueden incluir el encarcelamiento) y son mucho más fáciles de aplicar. Debido a que se centran en el lugar donde se bebe y no solo en quién proporciona el alcohol, las ordenanzas de anfitriones sociales hacen que sea más fácil responsabilizar a quienes organizan fiestas para que menores de edad consuman alcohol. Además, las ordenanzas de anfitriones sociales sirven para disuadir a las personas que organizan fiestas que podrían ser más grandes y salirse de control. Al igual que las leyes que regulan los límites de velocidad, establecen una norma a la que se espera que todos acaten y que haga que todos estén más seguros .^{15, 17}

Las ordenanzas de anfitriones sociales son una práctica óptima cada vez mayor, respaldadas por la Administración de Servicios de Salud Mental y Abuso de Sustancias y la Oficina de Política Nacional de Control de Drogas. También están respaldadas por el Instituto de Medicina, la Oficina de Justicia Juvenil y Prevención de la Delincuencia, Madres contra los Conductores Ebrios, la coalición nacional y local contra el abuso de sustancias, muchas organizaciones locales de profesionales de la salud pública y los departamentos de policía vecinos en Hatch, Mesilla, Anthony y Sunland Park. Las comunidades que tienen ordenanzas de anfitriones sociales encontraron que:

Promueven la responsabilidad de los adultos

Hay menos conducción bajo los efectos de sustancias

Hay menos llamadas a la policía a lo largo del tiempo

La mayoría de las citaciones judiciales son por primeros delitos

Se redujeron los costos de los servicios médicos de emergencia (EMS)

Hay menos fiestas grandes en casas para menores de edad

Hay menos consumo de alcohol en las fiestas grandes en casas para menores de edad

Recurso: Paso del Norte Health Foundation



¿QUÉ SE PUEDE HACER?

Recomendaciones de medidas comunitarias

El Instituto Nacional sobre el Abuso del Alcohol y el Alcoholismo (NIAAA) recomienda la adopción de medidas comunitarias, junto con el cambio de políticas y otros enfoques basados en pruebas, para abordar el abuso de alcohol.¹⁸ Esas medidas comunitarias, junto con las políticas que impactan en los precios y la disponibilidad de alcohol, demostraron ser efectivas en prevenir el consumo de alcohol en menores de edad. Estas medidas pueden incluir campañas de gran difusión en los medios de comunicación destinadas a educar a comunidades enteras sobre las políticas locales relativas al alcohol, entre otros enfoques. Además, los intentos de los medios de comunicación para aumentar la percepción del riesgo del alcoholismo entre los jóvenes adultos dieron resultados satisfactorios en la prevención del acto de beber compulsivamente a nivel comunitario.¹⁸



EL APOYO COMUNITARIO ES UNA DE LAS MUCHAS HERRAMIENTAS UTILIZADAS PARA LA PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE ALCOHOL Y DEL ACTO DE BEBER COMPULSIVAMENTE ENTRE LOS MENORES DE EDAD

Las intervenciones a nivel individual para los miembros de la comunidad también tuvieron éxito en la prevención de la conducta de los menores de edad y el acto de beber compulsivamente. Los talleres de instrucción que tienen por objeto educar a los jóvenes sobre las consecuencias negativas del consumo de alcohol y otras drogas, al tiempo que se desarrollan habilidades de rechazo, son un ejemplo de ello.¹⁹

Las coaliciones para la prevención del abuso y uso de sustancias pueden trabajar para implementar con éxito dichas medidas comunitarias al formar fuertes relaciones de trabajo con los organismos encargados de hacer cumplir la ley, los legisladores y los líderes y defensores de la comunidad local. Estos sectores desempeñan un papel fundamental en la prevención, dado su impacto directo en el desarrollo de la política sobre el alcohol y su aplicación.²⁰



LA COLABORACIÓN DE LOS SOCIOS DE LA COMUNIDAD ES FUNDAMENTAL PARA LA PREVENCIÓN BASADA EN LA COMUNIDAD



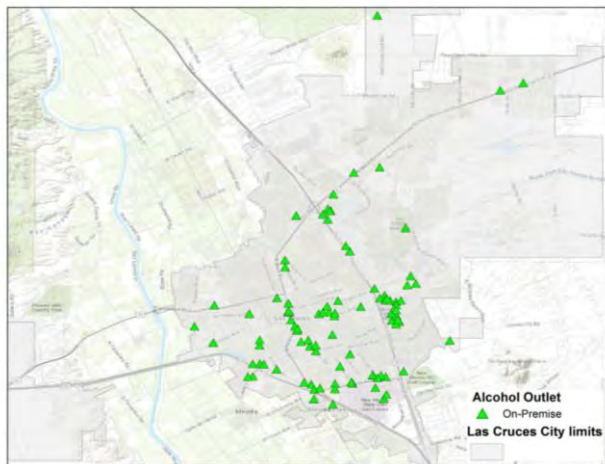


APÉNDICES

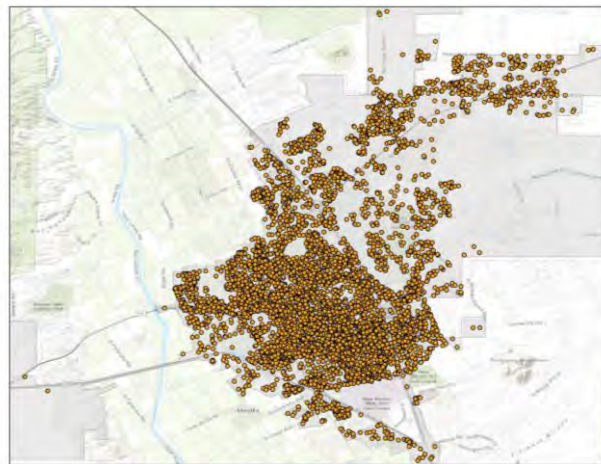


APÉNDICE 1:

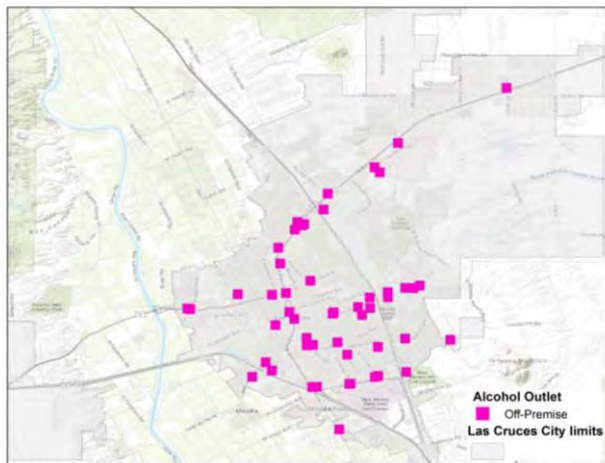
Puntos de venta de alcohol - consumo dentro del local



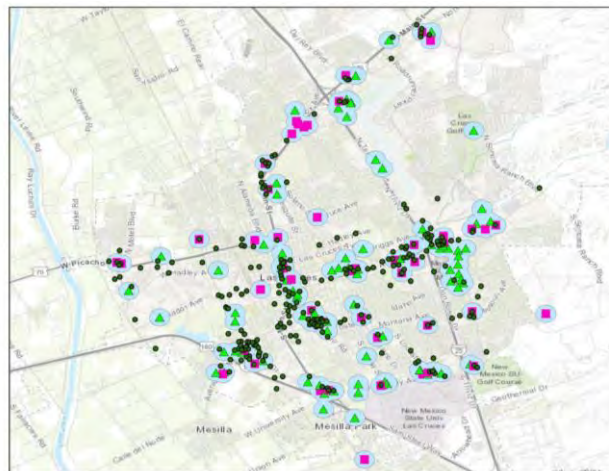
Llamadas de asistencia desde agosto del 2017 hasta mayo del 2018



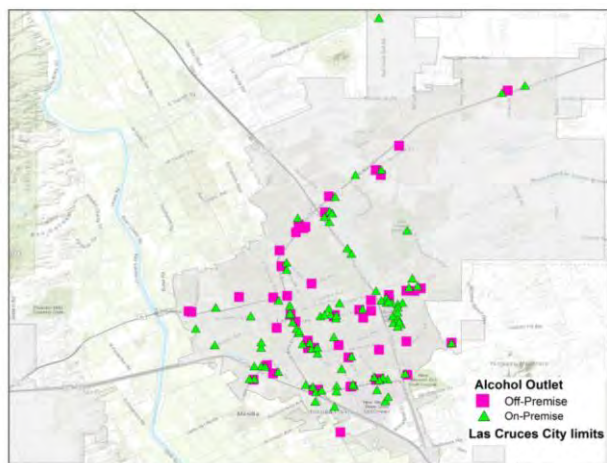
Puntos de venta de alcohol - consumo fuera del local



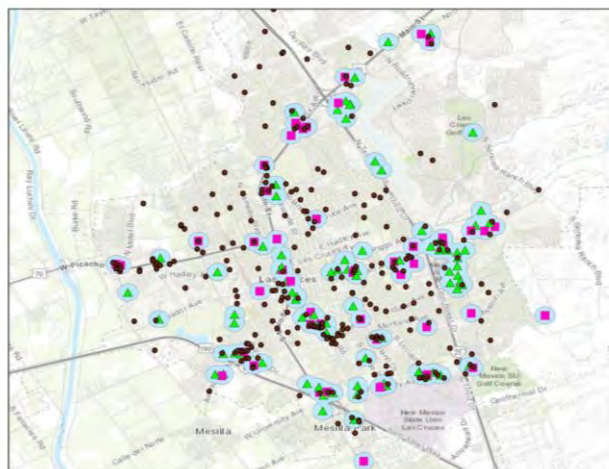
Vagabundeo desde octubre del 2017 hasta mayo del 2018



Puntos de venta de alcohol - consumo dentro y fuera del local



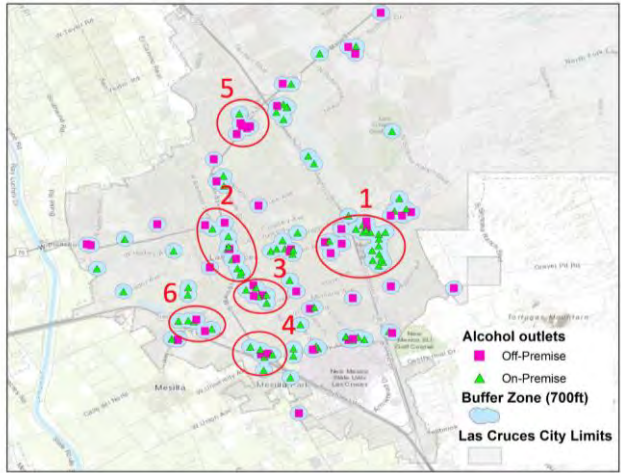
Sujetos intoxicados/alcoholizados



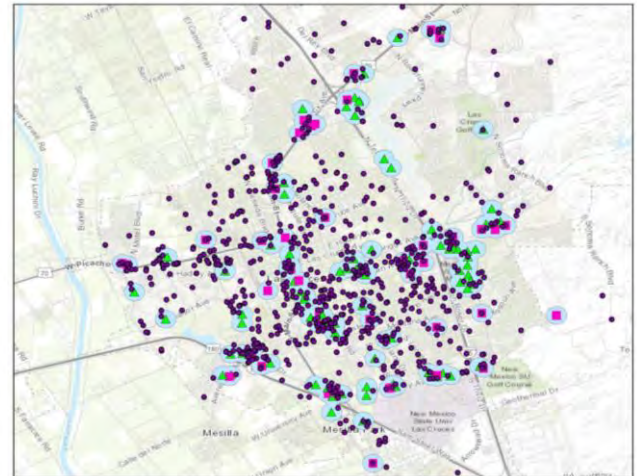
Para interactuar con los mapas en línea

MAPAS DE “ZONAS CRÍTICAS”

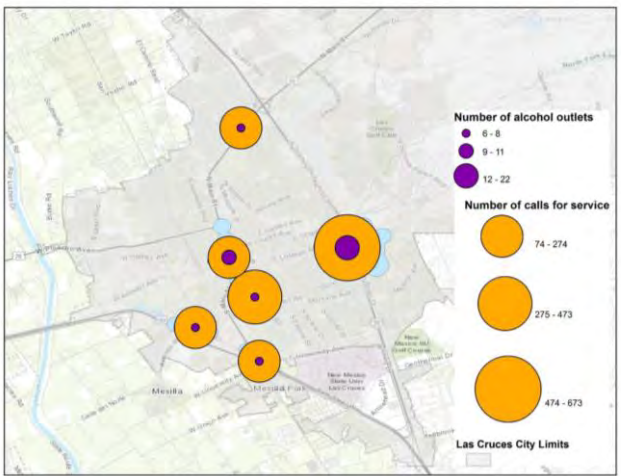
Puntos de venta de alcohol y zonas críticas



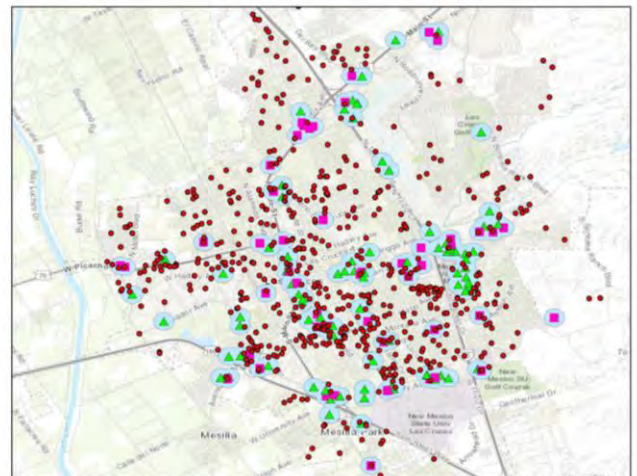
Ingresar ilegalmente a propiedad ajena



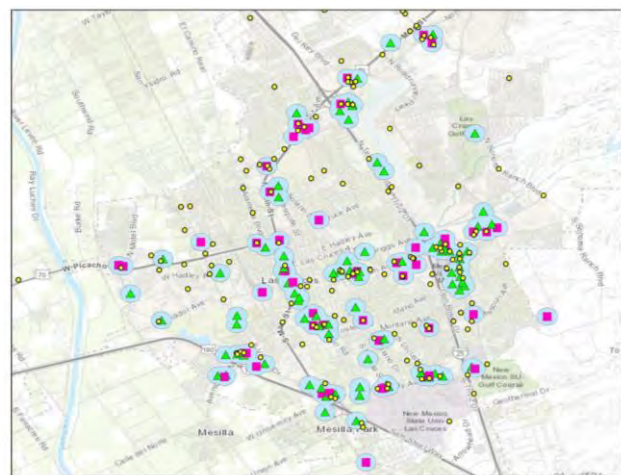
Puntos de venta de alcohol y densidad del delito



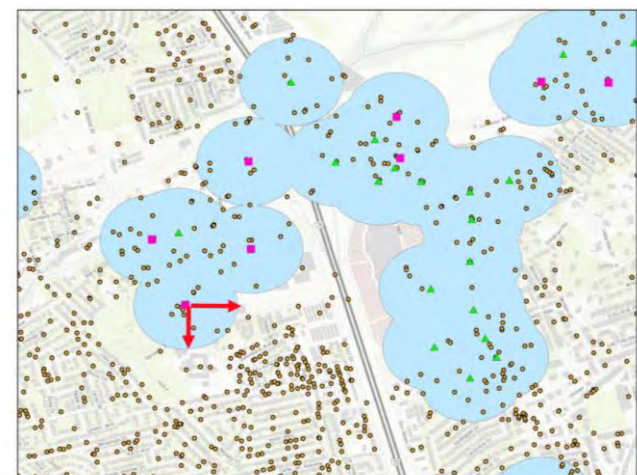
Acoso



Conducción bajo los efectos de sustancias



Lohman/Telshor y Lohman/Walnut



visite <https://bit.ly/2UuzhxJ>

APÉNDICE 2: ESTUDIO PARA

OFF-PREMISE ESTABLISHMENTS

Time: _____ Date: _____ Name of establishment: _____

Address of establishment: _____

License type (liquor store, grocery store, gas station, etc) : _____

Outside the establishment

Is there signage notifying individuals that the premise checks IDs for alcohol? Yes No Other: _____

Does this store primarily sell alcohol (e.g. liquor store)? Yes No Other: _____

Are there "no loitering" signs posted? Yes No Other: _____

Are there other alcohol outlets within 25 yards of this one? On-premise Off-premise None Other: _____

Is the outside of the building well lit? Yes No Other: _____

Does any illegal drinking occur outside the licensed premises? Yes No Other: _____

Are there promotional signs outside the building advertising sale or discounted drink prices? Yes No If yes, how many? _____

Are people loitering outside the premises? Yes No Other: _____

Are there empty alcohol bottles outside the building? Yes No Other: _____

Are there any signs warning of the negative effects of alcohol (e.g. birth defects; mixing alcohol with caffeine; driving under the influence)? Yes No

Are there alcohol advertisements outside the premises? Yes No If yes, how many? _____

What percentage of the front window is covered by alcohol signs/advertisements, including neon lights?

None Less than 25% 25-50% 50-75% 75-100%

Inside the establishment

What alcohol is sold at the front of the store? (check all that apply)

Draft Lager Ales Alcopops/specialty Liquor/specialty Wine Nonalcoholic energy drinks None Other: _____

How close is alcohol to other non-alcohol products? (check all that apply)

Immediately next to Across from In the same aisle Completely separate Other: _____

Which of the following drug-related products are sold? (check all that apply)

Glass pipes. Rolling papers Bongos. None. Other: _____

If drug paraphernalia is sold, is it sold at the front of the store? Yes No Other: _____

If drug paraphernalia is sold, is it sold in locked cabinets? Yes No Other: _____

What alcohol is sold behind the counter or in a locked cabinet/cooler? (check all that apply)

Draft Lager Ales Alcopops/specialty Liquor/specialty Wine Nonalcoholic energy drinks None Other: _____

Promotions

How many alcohol advertisements are there inside the premises? _____

How many alcohol advertisements that depict sexualized images/women? _____

How many alcohol advertisements that depict patriotism or military images? _____

How many signs are there about "we ID", "must be 21 to purchase alcohol", "no sales to minors"? _____

If 1 or more, where are the located? Cooler door Shelf Near register Other _____

Does the establishment give away alcohol-related merchandise or promotional material? Yes No Other: _____

Does the establishment give away drug-related merchandise or promotional material? (not including tobacco) Yes No Other: _____

Are there contests or activities that encourage excessive alcohol use? Yes No Other: _____

Are there contests where alcohol is the prize? Yes No Other: _____

Does the establishment host special events? Yes No Other: _____

Does the establishment sponsor alcohol industry events? Yes No Other: _____

Price

How much does a 6-pack of Bud Light cost? _____ How much does a 40 ounce of Steel Reserve cost? _____

How much does a bottle of Wild Irish Rose cost? _____ How much does a 750 ml bottle of Smirnoff Vodka cost? _____

If sold, how much does a glass-pipe cost? _____

Is there any beer on sale? Yes No → Single unit 6-pack 12-pack 18-pack 24-pack 30-pack Other: _____

Is any wine on sale? Yes No → Airline bottles 750mL 1.5 liters 3.0 liters Other: _____

Are there any distilled spirits on sale? Yes No → Airline bottles 750mL 1.5 liters 3.0 liters Other: _____

Are there any instances where larger quantities (18 or 24 packs of beer) were on sale but not small quantities (6 or 12 pack) of the same product? Yes No Other: _____

What is the cheapest form of alcohol you can buy? (list type, brand and cost) _____

Product

Does the premise sell any of the alcohol products? (check all that apply)

Kegs or mini-kegs alcopops test tube shots. jello shots pre-mixed pouches alcohol infused whipped cream

tobacco high gravity beer malt liquor grain alcohol airline bottles military-branded products Other: _____

Any observations on serving practices? (e.g. sales to obviously intoxicated persons, not checking IDs) _____

EL ANÁLISIS DEL ENTORNO

ON-PREMISE ESTABLISHMENTS

Time: _____ Date: _____ Name of establishment: _____

Address of establishment: _____

License type (bar, restaurant, tavern, etc): _____

Outside the establishment

Is there signage notifying individuals that the premise checks IDs for alcohol? Yes No Other: _____

Are there promotional signs outside the building advertising sale or discounted drink prices? Yes No If yes, how many? _____

Are there alcohol advertisements outside the premises? Yes No If yes, how many? _____

Are there promotions of large serving sizes or pitchers? Yes No

Are there any signs warning of the negative effects of alcohol (e.g. birth defects; mixing alcohol with caffeine; driving under the influence)? Yes No

What percentage of the front window is covered by alcohol signs/advertisements, including neon lights?

None Less than 25% 25-50% 50-75% 75-100%

Are there other alcohol outlets within 25 yards of this one? On-premise Off-premise None Other: _____

Are there "no loitering" signs posted? Yes No Other: _____

Does any illegal drinking occur outside the licensed premises? Yes No Other: _____

Are there empty alcohol bottles outside the building? Yes No Other: _____

Are people loitering outside the premises? Yes No Other: _____

Inside the establishment

Are people playing drinking games? Yes No → Pool Darts Beer Pong Flip cup Jenga Foosball Shuffleboard Other

Promotions

How many alcohol advertisements are there inside the premises? _____

How many alcohol advertisements that depict sexualized images/women? _____

How many alcohol advertisements that depict patriotism or military images? _____

How many signs are there about "we ID", "must be 21 to purchase alcohol", "no sales to minors"? _____

If 1 or more, where are the located? Cooler door Shelf Near register Other _____

Does the establishment give away alcohol-related merchandise or promotional material? Yes No Other: _____

Are there contests or activities that encourage excessive alcohol use? Yes No Other: _____

Are there contests where alcohol is the prize? Yes No Other: _____

Does the establishment host special events? Yes No Other: _____

Does the establishment sponsor alcohol industry events? Yes No Other: _____

Price

How much does a 12-oz glass of Bud Light cost? _____ How much does a shot of Smirnoff Vodka cost? _____

Are there all-you-can-drink specials? Yes No Other: _____

Is there a Happy Hour? Yes No Other: _____ If yes, what are the hours? _____ to _____

What are the alcohol deals during Happy Hour? 2-for-1 drinks. 50% off 25% Off Other: _____

Is food on sale during Happy Hour as well? Yes No N/A- no food available Other: _____

Are there 2-for-1 specials (or similar) not associated with Happy Hour? Yes No If yes, what kind? _____

Are they offering drink specials available until closing? Yes No Other: _____

Are there specials on larger quantity drinks (20+ ounces) but not small quantity drinks (not associate with Happy Hour)? Yes No Other: _____

Are there any discounts for larger quantities of alcohol? Yes No Other: _____

What is a typical draft beer size? _____

What is the typical size of a bottle of beer? _____

What is the typical mixed-drink size (e.g. rum and coke)? _____

Are there specials for certain groups: ladies night, military-specific, etc? If yes, what groups? _____

Are there sales on larger serving size/pitchers? Yes No Other: _____

Does the establishment give away alcohol for free? Yes No Other: _____

Product

Does the premise sell any of the alcohol products? (check all that apply)

alcopops test tube shots jello shots pre-mixed pouches alcohol infused whipped cream tobacco

high gravity beer malt liquor grain alcohol Other: _____

Did you witness any of the following business behaviors?

A patron being served who was visibly intoxicated Security removing patrons for any reason

Server refusing to serve alcohol to patron because of visible intoxication Law enforcement called

Did you witness any of the following customer behavioral cues of intoxication?

Lower inhibitions Lapse in judgement Loss in coordination Slowed reactions

Did servers use any intervention that would be deemed "reasonable efforts" to prevent patron intoxication? Yes No

Any observations on serving practices? (e.g. sales to obviously intoxicated persons, not checking IDs) _____

APÉNDICE 3: PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

COMMUNITY RESIDENTS

Location: Solano Corridor Telshor Corridor North Main University East Mesa Valley Corridor

How long have you lived in the area? _____

Have you ever experienced any negative impacts from living near commercial areas?

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Loud noise affecting sleep or other home activities | <input type="checkbox"/> Public intoxication |
| <input type="checkbox"/> Fights | <input type="checkbox"/> Public urination near or on your property |
| <input type="checkbox"/> Police responses | <input type="checkbox"/> Car crashes |
| <input type="checkbox"/> Other: _____ | |

Do you have any kids? Or raised any of your kids here? No Yes

Do you have any concerns about you or your family safety related to the outlet?

No Yes Other: _____

Have you ever called in a complaint to the police about the outlet? No Yes Other: _____

Have you ever considered moving as a result of the impacts? No Yes Other: _____

How do you feel when new alcohol outlets open near your area? _____

As a community member, would you like to have input when a new liquor store opens?

No Yes Other: _____

Is there anyone else that we should talk to in the neighborhood about this? _____

Additional concerns: _____

BUSINESS ESTABLISHMENTS

Name of establishment: _____

Business hours: _____

For how long have you had a business in this area? _____

Have you ever experienced any negative impacts from the alcohol outlets being located so close to your business?
(examples of negative impacts: trash, police presence, alcohol-related accidents, shootings or stabbings, etc.)

Has your business increased or decreased as a result of new alcohol outlets opening nearby? _____

Additional comments: _____

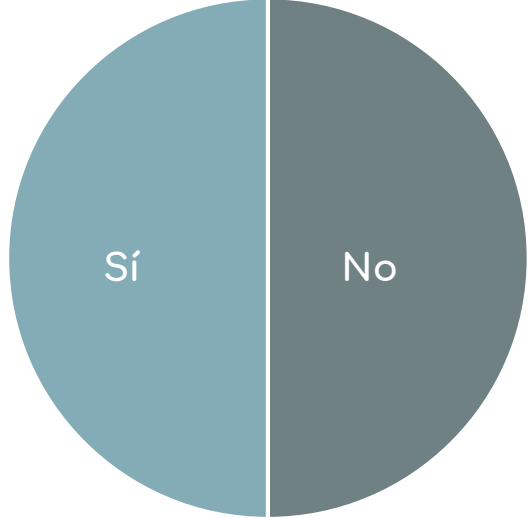
A LA COMUNIDAD RESPUESTAS DE LOS RESIDENTES

RESPUESTAS DE LOS RESIDENTES

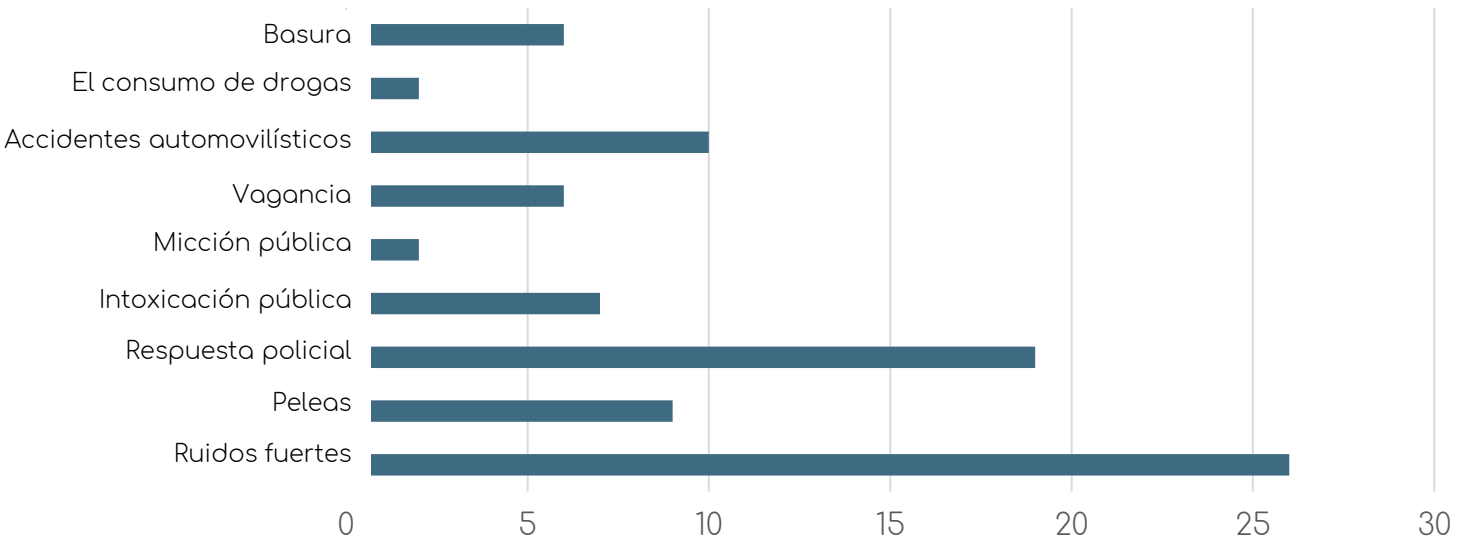
¿Cuánto tiempo ha vivido en la zona?



¿Tienes hijos?
¿Criaste a alguno de tus hijos aquí?

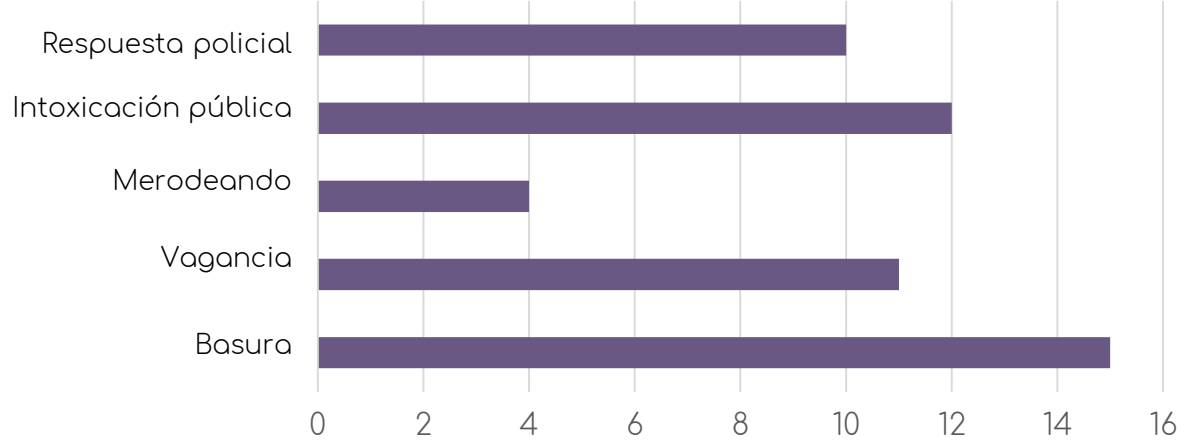


¿Experimentaste alguna vez algún impacto negativo?



¿Experimentaste alguna vez algún impacto negativo?

RESPUESTAS DE LOS COMERCIOS



Citas en el texto

1. U.S. Census Bureau. 2016. "American Community Survey 5-Year Estimates." <https://factfinder.census.gov/>
2. New Mexico Department of Health. Indicator-Based Information System for Public Health. <http://ibis.health.state.nm.us/>
3. New Mexico Department of Regulation and Licensing. <https://www.rld.state.nm.us/>
4. New Mexico Youth Risk and Resiliency Survey. 2018. <http://www.youthrisk.org/>
5. New Mexico Office of Substance Abuse Prevention. 2016. New Mexico Community Survey for Dona Ana County.
6. Schulte, M. T., & Hser, Y. I. 2014. Substance Use and Associated Health Conditions throughout the Lifespan. Public health reviews, 35(2). <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28366975>
7. New Mexico Community Data Collaborative. <https://nmcfdc.maps.arcgis.com/>
8. Centers for Disease Control and Prevention (CDC). 2015. "Alcohol-Related Disease Impact Software." https://nccd.cdc.gov/DPH_ARDI/default/default.aspx (December 2019).
9. Centers for Disease Control and Prevention (CDC). 2017. Guide for Measuring Alcohol Outlet Density. Atlanta, GA: Centers for Disease Control and Prevention, US Dept of Health and Human Services. <https://www.cdc.gov/alcohol/pdfs/CDC-Guide-for-Measuring-Alcohol-Outlet-Density.pdf>
10. Jackson, M. C., Hastings, G., Wheeler, C., Eadie, D., & MacKintosh, A. M. 2000. "Marketing alcohol to young people: implications for industry regulation and research policy." *Addiction* 95(12s4): 597-608. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/obs/10.1046/j.1360-0443.95.12s4.11.x>
11. Jernigan, D.H., Noel, J.K., Landon, J., Thornton, N. & Lobstein, T. 2017. "Alcohol marketing and youth alcohol consumption: A systematic review of longitudinal studies published since 2008." *Addiction* 112(Suppl. 1): 7-20. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/add.13591>
12. Mosher, J. 2008. "The Four P's of Marketing." Felton, CA: Alcohol Policy Consultations. <https://www.scribd.com/document/49040349/4-Ps-of-marketing>
13. Olson, J. D. n.d. Conducting An Online Alcohol Environmental Scan for Your Community: Introduction to the Concept of Conducting an Alcohol Environmental Scan to Address Alcohol-Related Issues in your Community. Idaho Prosecuting Attorneys Association. <https://cadcaworkstation.org/public/virginia/Shared%20Resources/Community%20Assessment/Internet%20Environmental%20Scanning.pdf>
14. Sparks, M., Jernigan, D.H. & Mosher, J.F. 2011. "Strategizer 55 - Regulating alcohol outlet density: An action guide." Community Anti-Drug Coalitions of America. Alexandria: Community for Anti-Drug Coalitions of America (CADCA). <https://www.cadca.org/sites/default/files/resource/files/strat55.pdf>
15. Paso del Norte Health Foundation. 2017. Paso del Norte Health Foundation Shift Positive: Strategic Plan. https://pdnhf.s3.amazonaws.com/documents/files/000/000/177/original/Shift_2018_Strategic_Plan.pdf?1505401401
16. City of Las Cruces. 2016. Downtown Master Plan. <http://www.lascrucesdowntownplan.org/wp-content/uploads/2016/12/LasCruces-DowntownMasterPlan-AdoptedFinal.pdf>
17. Mosher, J. & Saetta, S. 2008. "Best practices in municipal regulation to reduce alcohol-related harms from licensed alcohol outlets." Center for the Study of Law and Enforcement Policy, Pacific Institute for Research and Evaluation. http://venturacountylimits.org/resource_documents/VC_BestPractAlcSales_Jan2014fnl.pdf
18. Holder, H.D. 2006. Community prevention of young adult drinking and associated problems. National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. <https://pubs.niaaa.nih.gov/publications/arh284/245-248.htm>
19. Community Anti-Drug Coalitions of America. 2010. Research support for comprehensive community interventions to reduce youth alcohol, tobacco and drug use and abuse. CADCA National Coalition Institute. <https://www.cadca.org/institute>
20. Jernigan, D.H., Sparks, M., Yang, E., Schwartz, R. 2013. "Using public health and community partnerships to reduce density of alcohol outlets." *Preventing Chronic Disease* 10:E53.

Otros recursos y referencias

- Campbell, C.A., Hahn, R.A., Elder, R., et al. 2009. "The effectiveness of limiting alcohol outlet density as a means of reducing excessive alcohol consumption and alcohol-related harms." *American journal of preventive medicine*. 37(6):556-569.
- Center for Behavioral Health Statistics and Quality. (2018). Key substance use and mental health indicators in the United States: Results from the 2017 National Survey on Drug Use and Health (HHS Publication No. SMA 16-4984, NSDUH Series H-51).
- Centers for Disease Control and Prevention (CDC). 2018. "Alcohol Use and Your Health." <https://www.cdc.gov/alcohol/fact-sheets/alcohol-use.htm> (December 2019).
- Cowan, R., & Mosher, J. F. 1985. "Public health implications of beverage marketing: alcohol as an ordinary consumer product." *Contemp. Drug Probs* 12: 621.
- Fagan, A.A., Hawkins, J. D. & Catalano, R. F. 2011. "Engaging Communities to Prevent Underage Drinking." *Alcohol Research & Health* 34(2):167-174.
- Jackson, M. C., Hastings, G., Wheeler, C., Eadie, D., & MacKintosh, A. M. 2000. "Marketing alcohol to young people: implications for industry regulation and research policy." *Addiction* 95(12s4): 597-608.
- Jernigan, D.H., Noel, J.K., Landon, J., Thornton, N. & Lobstein, T. 2017. "Alcohol marketing and youth alcohol consumption: A systematic review of longitudinal studies published since 2008." *Addiction* 112(Suppl. 1): 7-20.
- Mosher, J.F., Cannon, C. & Treffers, R. 2009. "Reducing community alcohol problems associated with alcohol sales: The case of deemed approved ordinances in California." Report prepared for the Ventura County Behavioral Health Department, Alcohol and Drug Programs Prevention Services Contract: 5891.
- Paso del Norte Health Foundation (PdNHF). 2016. "Underage Drinking in El Paso: A Status Report."
- Sacks, J.J., Gonzales, K.R., Boucher, E.E., Tomedi, L.E. & Brewer, R.D. 2015. "2010 national and state costs of excessive alcohol consumption." *American Journal of Preventive Medicine* 49(5):e73-e79.
- Sherk, A., Stockwell, T., Chikritzhs, T., Andréasson, S., Angus, C., Gripenberg, J., ... & Norström, T. (2018). Alcohol consumption and the physical availability of take-away alcohol: systematic reviews and meta-analyses of the days and hours of sale and outlet density. *Journal of studies on alcohol and drugs*, 79(1), 58-67.
- Stahre, M., Roeber, J., Kanny, D., Brewer, R.D. & Zhang, X. 2014. "Contribution of excessive alcohol consumption to deaths and years of potential life lost in the United States." *Prev Chronic Dis*. 11 (Jun): E109.
- Trangenstein, P., Curriero, F., Webster, D., Jennings, J., Latkin, C., Eck, R., & Jernigan, D. "Outlet Type, Access to Alcohol and Violent Crime." *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*
- US Department of Health and Human Services (HHS), Office of the Surgeon General. 2016. *Facing Addiction in America: The Surgeon General's Report on Alcohol, Drugs, and Health*. Washington, DC: HHS.
- Wagenaar A.C., Tobler A.L., Komro K.A. 2010. "Effects of alcohol tax and price policies on morbidity and mortality: a systematic review." *American Journal of Public Health* 100(11):2270-2278.
- World Health Organization (WHO). 2018. *Global status report on alcohol and health*.
- Xuan, Z., Blanchette, J., Nelson, T.F., Heeren, T., Oussayef, N. & Naimi, T.S. 2015. "The alcohol policy environment and policy subgroups as predictors of binge drinking measures among US adults." *American Journal of Public Health* 105(4):816-822.
- Zhang, X., Hatcher, B., Clarkson, L., Holt, J., Bagchi, S., Kanny, D. & Brewer, R.D. 2015. "Changes in density of on-premise alcohol outlets and impact on violent crime, Atlanta, Georgia, 1997-2007." *Prev Chronic Di* 12: E84.



*un agradecimiento
especial*

a nuestros socios y colaboradores

PARA MÁS INFORMACIÓN

(575) 597-0347

upcoalition@swchi.org

[http://swchi.org/
unified-prevention-coalition-for-dona-ana-county/](http://swchi.org/unified-prevention-coalition-for-dona-ana-county/)