



Según una encuesta realizada a jóvenes sobre sus percepciones durante las primeras fases de la adolescencia

El 80 % de los jóvenes considera a las personas mayores como referente desde que eran menores

- Más de la mitad de los jóvenes consideraban cuando eran menores y durante las primeras fases de su adolescencia a las personas mayores un modelo a seguir en cuanto a hábitos de vida saludables y ejemplo en la prevención del consumo moderado de alcohol
- El 70 % las define como activas, divertidas, inquietas y vitales
- Experiencia, sabiduría y cariño son las cualidades que más valoran los jóvenes desde que eran menores
- Diversión, ocio y trabajo son los principales temas de consulta a los mayores de su entorno

MADRID.29.05.2019.- El 80 % de los actuales jóvenes cuando eran menores y vivían las primeras etapas de la adolescencia consideraban que la vida o experiencia de las personas mayores de su entorno eran un referente vital. Más de la mitad concedía gran importancia a sus consejos y reflexiones en lo relativo a la promoción de hábitos de vida saludables. Esta es una de las principales conclusiones del estudio realizado por Madison Market Research para Cerveceros de España, con el fin de identificar los mejores prescriptores y referentes para los menores, partiendo de las percepciones de los jóvenes que en la actualidad tienen entre 18 y 25 años.

La encuesta, realizada en todas las comunidades autónomas, muestra que los jóvenes consideran que cuando son menores y viven las primeras etapas de su adolescencia, tienen una clara vinculación intergeneracional con las personas mayores de su entorno en varios aspectos, incluido en el de la transmisión de hábitos de vida y pautas de consumo responsables.

“En la actualidad, la población de mayor edad cuenta con un excelente estado de salud, competencia psíquica y física, tiene plena autonomía y mantiene unas relaciones sociales muy intensas. Las personas mayores de 65 años forman parte activa de la sociedad, están muy cerca de los menores y desde Cerveceros de España hemos querido determinar su capacidad de influencia y en qué medida sus opiniones y experiencias pueden afectar al comportamiento de los jóvenes en sus decisiones sobre sus hábitos de vida y el consumo de alcohol”, apunta Jacobo Olalla Marañón, director general de Cerveceros de España.



Cerca de los jóvenes

La proximidad de los adolescentes menores a las personas mayores de su entorno queda de manifiesto en los resultados de la encuesta. La mayoría de los consultados define a los mayores actuales como activos (65 %), divertidos (76 %), vitales (71,8%) e inquietos (57,5 %).

La cercanía define la relación que mantienen ambas generaciones en la actualidad y que se ha fraguado durante la niñez y los principios de la adolescencia. Así, la encuesta muestra que **más del 80 % de los jóvenes considera que cuando eran menores adolescentes la vida de los mayores de su entorno fue un referente, y acudían y siguen acudiendo a ellos por su experiencia (40,5 %) y sabiduría (40,2 %).**

De hecho, aunque los temas de conversación habituales entre ellos suelen centrarse en los estudios (65 %), el trabajo (47 %) o la familia (65%), **la mitad de los jóvenes durante su primera adolescencia hubiesen preferido hablar con sus mayores más a menudo sobre temas relacionados con la diversión y el ocio.**

Activo para consumo cero alcohol

Para **el 60 % de los jóvenes, las reflexiones de los mayores de su entorno eran muy importantes cuando vivían su primera adolescencia, especialmente en lo referente al consumo de alcohol.**

De hecho, y atendiendo a los rangos de edad, el 55,3 % de los consultados entre 18 y 20 años hablaron cuando eran menores con sus mayores sobre el consumo de alcohol. *“La percepción que tienen de las personas mayores de su entorno es que son una auténtica referencia, un modelo al que seguir y escuchar que tiene un impacto importante durante los momentos iniciales de su juventud. Es un activo que debemos empezar a tener muy en cuenta a la hora de acercar el mensaje de consumo cero alcohol a los menores ”* afirma Jacobo Olalla Marañón.

En España seis de cada diez jóvenes indican que, cuando eran menores, hablaban todos o casi todos los días con alguna persona mayor de su entorno y el 90 % apreciaba escuchar sus experiencias, especialmente aquellas que tuvieron lugar cuando tenían su edad.

SOBRE CERVECEROS DE ESPAÑA

Cerveceros de España es la entidad que representa en nuestro país desde 1922 a la práctica totalidad de la producción de cerveza en España. Esta asociación fue fundada por las compañías cerveceras: MAHOU SAN MIGUEL, HEINEKEN ESPAÑA, DAMM, HIJOS DE RIVERA, COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS Y GRUPO AGORA, que producen en España las principales marcas; a las que se están sumando las nuevas compañías cerveceras distribuidas por todo el territorio nacional.