

REVISTA DE PSICOLOGÍA

GEPU

VOL. 7 N. 2 | DIC 2016

<https://revistadepsicologiagepu.es.tl/>GE
PUGrupo Estudiantil
y Profesional de
Psicología UnivalleGRUPO ESTUDIANTIL Y PROFESIONAL DE
PSICOLOGÍA UNIVALLE -GEPU-
INSTITUTO DE PSICOLOGÍA
UNIVERSIDAD DEL VALLE

Rosa Bejarano
Universidad del Valle

Daniel Hurtado Cano
Universidad Manuela Beltrán

Hilda Janett Caquias
Escuela de Medicina de Ponce

Pablo Antonio Vásquez
Corporación para la Intervención Neuropsicopedagógica
y la Salud Mental

GALE
CENGAGE Learning



IBSN
2 145 - 6569 - 0 - 7

Revista de Psicología GEPU Vol. 7 No. 2 by Grupo Estudiantil y Profesional de Psicología Univalle is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported License. Creado a partir de la obra en <http://revistadepsicologiagepu.es.tl/Vol.--7-No.--2.htm>



MOTIVOS ASOCIADOS AL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ

Leonardo Pardo Jaime. *Psicólogo de la Corporación Universitaria Iberoamericana.*
Correo electrónico: elpjo99@gmail.com

María Liliana Muñoz Ortega. *Docente Corporación Universitaria Iberoamericana.*
Correo electrónico: lmunoz8@hotmail.com

Carolina Bernal. *Psicóloga Corporación Universitaria Iberoamericana.*
Correo electrónico: pscarolinabr@gmail.com

Diana Carolina Montaña Estupiñan. *Psicóloga Corporación Universitaria Iberoamericana.*
Correo electrónico: eveliommuu@hotmail.com

Jenny Carolina Rueda Pisco. *Psicóloga Corporación Universitaria Iberoamericana.*
Correo electrónico: carolrueda05@gmail.com

Maribel Salazar Gómez. *Psicóloga Corporación Universitaria Iberoamericana.*
Correo electrónico: maribelsalazargomes@gmail.com

Referencia Recomendada: Pardo-Jaime, L., Muñoz-Ortega, M. L., Bernal, C., Montaña-Estupiñan, D. C., Rueda-Pisco, J. C., & Salazar-Gómez, M. (2016). Motivos asociados al consumo de alcohol en estudiantes de la ciudad de Bogotá. *Revista de Psicología GEPU*, 7 (2), 8-23.

Resumen: La presente investigación pretendió establecer los motivos de consumo de alcohol en escolares de la ciudad de Bogotá. Para esto se aplicó el cuestionario de motivos de consumo de alcohol (CMC) a 1193 estudiantes que se encontraban cursando entre el grado sexto hasta el onceavo grado de secundaria de 2 colegios públicos y 4 colegios privados de la ciudad de Bogotá, 706 hombres, 471 mujeres y 16 estudiantes que no reportaron sexo con edades comprendidas entre los 10 y los 21 años de edad ($X = 13,32$). Dentro de los resultados se encontró que los motivos que más presentan los estudiantes para consumir alcohol son los motivos sociales y los motivos para sobresalir y los que menos influencia presentan son los motivos para manejar problemas y los motivos para tener conformidad con la vida.

Palabras Clave: Alcohol, Consumo de alcohol, Motivación.

Abstrac: The present investigation sought to establish the reasons for alcohol consumption among schoolchildren in the city of Bogota. For this questionnaire reasons alcohol (CMC) to 1193 students who were enrolled between grades six through eleven secondary 2 public schools and four private schools in Bogota, 706 men, 471 applied women and 16 students who did not report sex aged between 10 and 21 years of age ($X = 13.32$). Among the results, it found that the reasons that most students have to consume alcohol are social reasons and reasons to excel and have the least influence are the motives for handling problems and reasons to be under life.

Keywords: Alcohol, Alcohol Consumption, Motivation.

Recibido: 26 de Marzo de 2016 / **Aprobado:** 30 de Noviembre de 2016

Corporación Universitaria Iberoamericana / Colombia

Introducción

El consumo del alcohol es un problema que pone en peligro tanto el desarrollo individual, como el social (Organización Mundial de la Salud, 2011) en total la persona promedio en el mundo bebe 6,1 litros de alcohol cada año, además anualmente en el mundo 2,5 millones de personas mueren por causa del alcohol, algo que supera al SIDA y la Tuberculosis (Pijamasurf, 2011). En Colombia se ingiere 6,3 litros de alcohol anuales por persona donde el 61% de los colombianos entre los 12 y 65 años ha consumido alcohol en el último año y alrededor de 2,4 millones de personas presentan un consumo que se considera de riesgo (Silva, 2012; Ministerio de Salud y Protección Social, 2011).

En cuanto a la población adolescente, en años recientes el uso y abuso alcohólico ha aumentado exponencialmente, debido en gran medida a las condiciones socioculturales, y económicas (Landaeta, S/F) que estimulan el consumo. En general, los adolescentes comienzan su consumo entre los 13 y los 15 años de edad (Ministerio de Sanidad, Servicios sociales e igualdad, 2008; Shaffer, Arizaga, Albarenque, & Haseitel, 2004), en Colombia, la población en general inicia el uso de alcohol en una edad promedio de 15 años, la cual es similar entre hombres y mujeres, además el 12% de los estudiantes pueden ser considerados estudiantes con signos de dependencia al alcohol (Programa Anti- Drogas Ilícitas de la Comunidad Andina PRADICAN, 2013).

Para el caso de los jóvenes colombianos, el inicio del consumo de alcohol se está presentando desde la etapa escolar, donde ésta es la droga de mayor consumo, sobre todo al momento de experimentar relaciones sociales por los adolescentes y jóvenes. Los resultados demuestran que la edad promedio del primer consumo es de 12 años, sin tener diferencia entre los hombres y las mujeres, adicional a esto también se evidencia una correlación positiva entre el grado cursado y el consumo de alcohol, es decir que a medida que se avanza en los cursos se incrementa el consumo de alcohol. Es importante recalcar que el mayor consumo se presenta en colegios privados y estratos altos (cinco y seis) pero el consumo de riesgo (alcohol artesanal) proviene de estratos bajos (uno y dos) y que la cerveza es la bebida preferida por los estudiantes por la facilidad para conseguirla y su bajo costo en comparación con otras bebidas (Ministerio de Justicia y del Derecho et al., 2011; Pérez, & Scoppetta, 2009).

Consecuencias del consumo de alcohol

La World Health Organization –WHO– (2014) manifiesta que las consecuencias del consumo de alcohol van desde la adquisición de enfermedades hasta la muerte, ya sea por situaciones asociadas al consumo o a exceso del mismo.

Es importante destacar que la adolescencia es un periodo crítico en el inicio y la experimentación del consumo (Espada Méndez, Griffin, & Botvin, 2003) ya que, el comienzo temprano está asociado con futuros comportamientos problemáticos (Barroso Mendes & Barbosa, 2009; Villareal, Sánchez, Musitu, & Varela, 2010) que van hasta los homicidios, suicidios, lesiones relacionadas a accidentes automovilísticos y situaciones

relacionadas con el ausentismo escolar y laboral, aumento de riesgo en el uso de otras drogas y el abuso de alcohol (Tamez-Rodríguez et al., 2012; Barroso et al., 2009).

También se asocia una carga de enfermedad atribuida al consumo, que es del 11,4% en consumidores con edades comprendidas entre los 15 y 24 años (Ávila, 2012) los cuales pueden padecer de enfermedades del hígado, gastrointestinales y cardiovasculares (Londoño et al., 2005; Tamez-Rodríguez et al., 2012). Una investigación realizada por Pérez et al. (2005) demostró que el consumo de alcohol genera fracaso escolar y abre la posibilidad de experimentar con otro tipo de sustancias.

La motivación para el consumo de alcohol

La motivación es considerada como un factor clave para la realización de tareas cotidianas que no llegan a representar un esfuerzo agobiante, debido a que no es directamente proporcional al valor del objetivo si no al grado de la importancia que el individuo le otorga. No obstante, existen personas que no presentan motivación intrínseca, es decir generada por ellas, sino que necesitan de un estímulo externo, bien sea sus superiores, entorno social, escolar, profesional, entre otros (Espada, 2006).

Con respecto a la motivación, según Moreno, Cervelló, Montero, Vera y García (2012, p. 215) "el interés del practicante por la actividad y los motivos por los que practica son fundamentales para que este persista en su esfuerzo". Por tanto podía afirmarse que las metas u objetivos influyen claramente en ésta y esta a su vez en la capacidad del individuo de esforzarse para conseguir lo propuesto.

En cuanto al consumo de alcohol de los jóvenes, la motivación para el consumo se debe a varios factores, donde puede estar relacionado, como estímulos externos, a factores sociales y culturales, así como también está asociado con las situaciones intrínsecas que inducen su consumo (Palacios 2012, Castellanos, 2010; Moral, Rodríguez & Sirvent, 2005). Para Palacios (2012), los motivos que llevan a los adolescentes a consumir alcohol están relacionados con factores de tipo cognoscitivo, de afrontamiento, afectivos, hedónicos o de placer y estados sociales.

Otra investigación resalta que, dentro de los motivos que llevan al primer consumo de alcohol, está la búsqueda de sensaciones, la curiosidad, la búsqueda de evasión de la rutina, la euforia, la desinhibición y las ilusiones de fortaleza y vigor físico, donde se concibe la motivación al consumo como un todo en el que se interrelacionan factores intraindividuales, genéticos, de predisposición individuales vistos desde las perspectivas individual, micro y macro social (Moral, et al., 2005).

Por su parte, Castellanos (2010), acorde con la teoría humanista, al analizar la motivación al consumo de alcohol, plantea como los individuos son capaces de presentar etapas tratando de cumplir con sus necesidades básicas, la internalización de regulaciones conductuales y las influencias ambientales, pasando de la heteronomía a la autorrealización, determinada por el locus de causalidad que refiere a la fuente

iniciadora y reguladora de los factores intrínsecos y extrínsecos. Albarracín y Muñoz (2008) demuestran que el consumo de alcohol se incrementa cuando este es motivado por las emociones agradables y que también es utilizado como un factor que facilita los procesos de socialización ya que estimula sensaciones de seguridad frente a sus pares, mostrándolo más seguro de sí mismo y arriesgado.

En el contexto de estudiantes de secundaria se ha demostrado, a través de la aplicación de varios instrumentos, que el consumo de alcohol se presenta en ellos cuando en la familia se evidencian conflictos, existe una baja comunicación y los padres son poco sensibles ante las necesidades del adolescente (Pérez et al., 2005). Adicional a esto, es importante considerar la percepción que las redes de apoyo tienen frente al consumo de alcohol, ya que las actitudes de aprobación o desaprobación de estas redes pueden influir en la situación por la cual el adolescente puede llegar a consumir alcohol (Cicua, Méndez & Muñoz, 2008).

El consumo de alcohol de jóvenes genera hoy en día una creciente preocupación en toda la sociedad por las grandes implicaciones físicas, psicológicas y mentales que puede acarrear. En Colombia, acerca del consumo de alcohol en adolescentes es claro el consumo de esta sustancia en los estudiantes escolares de secundaria (Pérez, & Scoppetta, 2009; Ministerio de Justicia y del Derecho et al., 2011). Este consumo se ha visto asociado al contexto social y cultural que se relacionan, entre otros factores personales, con la motivación que incita al consumo (Palacios 2012, Castellanos, 2010; Moral et al., 2005; Albarracín & Muñoz, 2008; Pérez et al., 2005; Cicua, Méndez & Muñoz, 2008).

El conocer los motivos que inducen al consumo de alcohol permite analizar las dinámicas de este consumo y la planeación de estrategias de prevención. Buscando aportar a la comprensión del consumo de alcohol en los escolares de la ciudad de Bogotá, la presente investigación parte del interrogante ¿Qué motivos están asociados al consumo de alcohol en escolares de secundaria de Bogotá de colegios públicos y privados?

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un estudio de tipo descriptivo donde se realizó comparaciones entre subgrupos de acuerdo al sexo, grados que cursan y la modalidad pública y privada de los colegios.

Sujetos

Para esta investigación se contó con la participación de 1193 estudiantes de secundaria, 706 hombres, 471 mujeres y 16 estudiantes que no reportaron sexo, de 2 colegios públicos, lo cuales sumaron 675 estudiantes y 4 colegios privados que sumaron 518 estudiantes, todos ellos se encontraban cursando desde 6° a 11° y tenían edades comprendidas entre los 10 y los 21 años de edad ($X = 13,32$).

Instrumentos

Para esta investigación se aplicó el Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC) de Cooper validado y adaptado al español por Terán (2005). Este instrumento consta de 20 reactivos que evalúan cuatro categorías de motivos para el uso de alcohol: los motivos para manejar problemas (ítems 1, 4, 6, 15 y 17), los motivos para tener conformidad con su vida (ítems 2, 8, 12, 19 y 20), los motivos sociales (ítems 3, 5, 11, 14 y 16) y los motivos para sobresalir (ítems 7, 9, 10, 13 y 18).

Cada reactivo es evaluado bajo una escala de cinco opciones de respuesta (1 nunca / casi nunca, 2 pocas veces, 3 la mitad de las veces, 4 la mayoría de las veces y 5 siempre) y obteniendo un puntaje total que va de un mínimo de 20 a un máximo de 100. Un puntaje mayor indica más motivos para consumir alcohol.

Resultados

Para la presentación de los resultados, los datos se mostraran de forma general, para después presentarlos de acuerdo a los objetivos establecidos.

Resultados Generales

Como lo muestra la tabla 1, la escala de manejo de problemas se evidencia que la respuesta que más se repitió es nunca / casi nunca (puntuación 5), además, la media de la puntuación fue de 6,50 y esta se desvía 2,94 unidades en promedio, lo cual indica que los puntajes se mueven en niveles bajos de la prueba, a pesar de esto, se puede establecer que tiende a ser un motivo influyente para que los participantes consuman alcohol.

Para la escala de conformidad con su vida los resultados son muy similares, la respuesta que más se repitió fue nunca / casi nunca (puntuación 5) y la media de la puntuación fue de 5,59, la cual a su vez se desvía, en promedio, 1,66 unidades, lo cual refleja que los puntajes se mueven en niveles bajos de la prueba y a su vez se evidencia que no es un factor que motive a los participantes a consumir alcohol.

Al analizar los resultados de la escala de motivos sociales la respuesta que más se repitió fue nunca / casi nunca (puntuación 5) y la media de la puntuación es de 8,62 con una desviación, en promedio, de 4,47 unidades, lo cual muestra que, si bien los puntajes se mueven en niveles bajos de la prueba, hay una tendencia a considerar los motivos sociales como un factor para consumir alcohol.

La escala para sobresalir muestra que la respuesta que más se repite es nunca / casi nunca (puntuación 5) y la media de la puntuación es de 6,84 con una desviación de 3,22 unidades en promedio, lo cual podría indicar que el motivo para sobresalir es un factor influyente para consumir alcohol, a pesar de que la puntuación se mueve en niveles bajos de la prueba.

Tabla 1. Medidas de tendencia central del total de aplicaciones del CMC

		Manejo_Problemas	Conformidad	Sociales	Sobresalir
N	Válido	1193	1193	1193	1193
	Perdidos	0	0	0	0
Media		6,50	5,59	8,62	6,84
Mediana		5,00	5,00	7,00	5,00
Moda		5	5	5	5
Desviación estándar		2,942	1,668	4,473	3,226
Varianza		8,658	2,783	20,003	10,405
Rango		21	21	22	21
Mínimo		4	4	3	4
Máximo		25	25	25	25

Resultados por sexo

El análisis de los participantes del sexo masculino (véase tabla 2) muestran que los puntajes medios de los motivos para manejar problemas fue de 6,69, en los motivos para tener conformidad con su vida fue de 5,75, en los motivos sociales es de 9,24 y con los motivos para sobrevivir fue de 7,16. A su vez, estos puntajes presentan una desviación promedio de 3,11 unidades para el manejo de problemas, de 1,90 unidades en los motivos para tener conformidad, de 4,75 unidades para los motivos sociales y de 3,45 unidades en los motivos para sobresalir.

Tabla 2. Medidas de tendencia central de los estudiantes del sexo masculino

SEXO	MTC	Manejo_Problemas	Conformidad	Sociales	Sobresalir
Masculino	Media	6,69	5,75	9,24	7,16
	Mediana	5	5	7	5
	Desviación estándar	3,113	1,905	4,795	3,454
	Varianza	9,688	3,629	22,99	11,931
	Rango	21	21	22	21
	Mínimo	4	4	3	4
	Máximo	25	25	25	25

Estos resultados indican que para los participantes del sexo masculino, los motivos sociales y los motivos para sobresalir, son los que mayor incidencia tienen para que consuman alcohol, mientras que los motivos para el manejo de problemas y para tener conformidad con su vida no influyen de manera contundente en la decisión de consumir.

Al verificar los resultados del sexo femenino (véase tabla 3) se observa que en los motivos para manejar problemas presentan promedios de 6,15 con una desviación promedio de 2,59 unidades, los motivos para tener conformidad presentaron una media de 5,34 y una desviación, en promedio, de 1,20 unidades, para los motivos sociales, la media fue de 7,61 con una desviación promedio de 3,68 unidades y los motivos para sobresalir presentaron un puntaje medio de 6,29 y una desviación promedio de 2,67.

A la luz de estos resultados, los motivos sociales son los que más motivan a las participantes a consumir alcohol, seguido de los motivos para sobresalir y para el manejo

de problemas; los motivos para tener conformidad no parecen ser motivos fuertes para el consumo en esta población.

Tabla 3. Medidas de tendencia central de los estudiantes del sexo femenino

SEXO	MTC	Manejo_Problemas	Conformidad	Sociales	Sobresalir
Femenino	Media	6,15	5,34	7,61	6,29
	Mediana	5	5	6	5
	Desviación estándar	2,592	1,206	3,688	2,672
	Varianza	6,718	1,455	13,601	7,14
	Rango	18	14	21	21
	Mínimo	4	4	4	4
	Máximo	22	18	25	25

Para determinar si existen diferencias significativas entre sexos, se utilizó la prueba t para muestras independientes. En la tabla 4 se establece los resultados de ésta.

Tabla 4. Prueba t para comparar las medias por sexo

Prueba de muestras independientes

Escalas	Varianzas Iguales	Prueba de Levene de calidad de prueba t para la igualdad de medias varianzas						
		F	Sig.	T	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar
Manejo Problemas	Se asumen	14,450	,000	3,067	1175	,002	,532	,173
	No se asumen			3,180	1118,906	,002	,532	,167
Conformidad	Se asumen	44,661	,000	4,202	1175	,000	,415	,099
	No se asumen			4,578	1172,020	,000	,415	,091
Sociales	Se asumen	61,465	,000	6,250	1175	,000	1,631	,261
	No se asumen			6,579	1151,497	,000	1,631	,248
Sobresalir	Se asumen	37,269	,000	4,590	1175	,000	,864	,188
	No se asumen			4,827	1149,589	,000	,864	,179

Para poder analizar estos resultados, lo primero que se debe establecer es si se asume o no varianzas iguales, para esto es necesario basarse en el nivel de significancia de la prueba de Levene, en la cual, si esta es mayor a 0,05, se asumen varianzas iguales, en caso contrario se asume que son diferentes (García, González & Jornet, 2010). Con base en la prueba de Levene, las varianzas deben asumirse como diferentes.

Al verificar los niveles de significancia bilateral de la prueba t, se puede identificar que, en todas las escalas, hay diferencias significativas entre los sexos (véase tabla 4), debido a que estas presentan un nivel de significancia es menor a 0,005 (Hernández, Fernández & Baptista, 2010). Esta diferencia se puede observar en la tabla 5.

Tabla 5. Comparación de medias por sexo

Estadísticas de grupo						
ESCALAS	SEXO	N	Media	Desviación estándar	Media de error	
Manejo Problemas	Masculino	706	6,69	3,113	,117	
	Femenino	471	6,15	2,592	,119	
Conformidad	Masculino	706	5,75	1,905	,072	
	Femenino	471	5,34	1,206	,056	
Sociales	Masculino	706	9,24	4,795	,180	
	Femenino	471	7,61	3,688	,170	
Sobresalir	Masculino	706	7,16	3,454	,130	
	Femenino	471	6,29	2,672	,123	

Resultados por Grado

Para poder realizar este análisis, se agruparon los estudiantes de sexto, séptimo y octavo en el grupo 1 y los estudiantes de noveno, decimo y once en el grupo 2.

Tabla 6. Medidas de tendencia central de los grados comprendidos en el grupo 1

Grupo	MTC	Manejo Problemas	Conformidad	Sociales	Sobresalir
Grupo 1	Media	6,14	5,47	7,30	6,16
	Mediana	5,00	5,00	6,00	5,00
	Desviación estándar	2,692	1,602	3,568	2,684
	Varianza	7,248	2,565	12,732	7,203
	Rango	21	21	20	21
	Mínimo	4	4	5	4
	Máximo	25	25	25	25

Los resultados del grupo 1 muestran que los motivos para manejar problemas tienen una media de 6,14 y una desviación promedio de 2,69 unidades, en los motivos para generar conformidad con su vida presenta un promedio de 5,47 y una desviación de 1,60 unidades en promedio, en los motivos sociales el puntaje medio es de 7,30 con una desviación de 3,56 unidades en promedio y en los motivos para sobresalir muestran una media de 6,16 y una desviación, en promedio, de 2,68 unidades (véase tabla 6). Con base en estos resultados, se puede indicar que para los estudiantes que se encuentran en el grupo 1, los motivos sociales, los motivos para sobresalir y los motivos para manejar problemas incentivan el consumo de alcohol.

Tabla 7. Medidas de tendencia central para los grados comprendidos en el grupo 2

Grupo	MTC	Manejo Problemas	Conformidad	Sociales	Sobresalir
Grupo 2	Media	6,99	5,75	10,45	7,78
	Mediana	5,00	5,00	9,00	6,00
	Desviación estándar	3,199	1,747	4,936	3,655
	Varianza	10,230	3,052	24,368	13,361
	Rango	18	15	22	17
	Mínimo	4	4	3	4
	Máximo	22	19	25	21

En el grupo 2, los resultados muestran que la media de los motivos para el manejo de problemas es de 6,99, en los motivos para tener conformidad con su vida es de 5,75, en cuanto a los motivos sociales la media es de 10,45 y en los motivos para sobresalir es de 7,78. Al considerar que las desviaciones promedio son de 3,19, 1,74, 4,93 y 3,65 respectivamente (véase tabla 7), se puede establecer que para el grupo 2 los motivos sociales son los que más se utilizan para consumir alcohol, seguido por los motivos para sobresalir. En cuanto a los motivos para el manejo de problemas y para tener conformidad con su vida parece no tener una influencia alta frente a los motivos que llevan al consumo.

Al verificar si existieron diferencias entre los grupos se utilizó la prueba t para muestras independientes (véase tabla 8).

De acuerdo a lo mostrado en la tabla 8, y basándonos en la prueba de Levene (García et al., 2010) se establece que se deben asumir varianzas diferentes. Adicional a esto, también se refleja que los niveles de significancia bilateral de la prueba t son menores a 0,005, lo cual implica que hay diferencias significativas en los dos grupos. En la tabla 9 se puede observar de manera más clara la comparación de las medias de los dos grupos.

Tabla 8. Prueba t para comparar las medias por grupo

Prueba de muestras independientes								
Escalas	Varianzas Iguales	Prueba Levene de igualdad de varianzas	de prueba t para la igualdad de medias					
		F	Sig.	T	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar
Manejo Problemas	Se asumen	38,158	,000	-5,012	1189	,000	-,858	,171
	No se asumen			-4,877	959,421	,000	-,858	,176
Conformidad	Se asumen	14,846	,000	-2,903	1189	,004	-,284	,098
	No se asumen			-2,863	1018,251	,004	-,284	,099
Sociales	Se asumen	124,678	,000	-12,785	1189	,000	-3,150	,246
	No se asumen			-12,157	858,850	,000	-3,150	,259
Sobresalir	Se asumen	104,291	,000	-8,819	1189	,000	-1,620	,184
	No se asumen			-8,405	868,632	,000	-1,620	,193

Tabla 9. Comparación de medias por grupo

Estadísticas de grupo					
Escalas	Grupo	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Manejo Problemas	Grupo 1	691	6,14	2,692	,102
	Grupo 2	500	6,99	3,199	,143
Conformidad	Grupo 1	691	5,47	1,602	,061
	Grupo 2	500	5,75	1,747	,078
Sociales	Grupo 1	691	7,30	3,568	,136
	Grupo 2	500	10,45	4,936	,221
Sobresalir	Grupo 1	691	6,16	2,684	,102
	Grupo 2	500	7,78	3,655	,163

Resultados por tipo de colegio

Al verificar los resultados por tipo de colegio, se puede establecer que, en las instituciones públicas, la media de los motivos para manejar problemas es de 6,02 con una desviación promedio de 2,51 puntos, en los motivos para tener conformidad la media es de 5,42 y una desviación de 1,43 puntos en promedio, en los motivos sociales la media es de 7,49 con una desviación promedio de 3,62 puntos y en los motivos para sobresalir la media es de 6,14 y presenta una desviación de 2,54 puntos promedio (véase tabla 10).

De acuerdo con estos resultados, en los estudiantes de colegios públicos, los motivos sociales, para sobresalir y para el manejo de problemas, son los que más influyen al momento de consumir alcohol; los motivos para tener conformidad son los que menos influencia tienen.

Tabla 10. Medidas de tendencia central de los resultados de estudiantes de colegios públicos

Tipo de Colegio	MTC	Manejo Problemas	Conformidad	Sociales	Sobresalir
Publico	Media	6,02	5,42	7,49	6,14
	Mediana	5,00	5,00	6,00	5,00
	Desviación estándar	2,514	1,431	3,626	2,542
	Varianza	6,318	2,048	13,146	6,461
	Rango	21	21	22	21
	Mínimo	4	4	3	4
	Máximo	25	25	25	25

En cuanto a los estudiantes de colegios privados se encuentra que la media en los motivos para el manejo de problemas es de 7,11, en los motivos para tener conformidad, la media es de 5,81, en los motivos sociales la media es de 10,08 y en los motivos para sobresalir la media es de 7,76, estas medias presentan una desviación de 3,32, 1,91, 5,01 y 3,75 puntos respectivamente (véase tabla 11). Estos resultados muestran que para los estudiantes de colegios privados los motivos sociales, para sobresalir y para el manejo de problemas tiende a influenciar la decisión de consumir alcohol.

Tabla 11. Medidas de tendencia central de los resultados de los estudiantes de colegios privados

Tipo de Colegio	MTC	Manejo Problemas	Conformidad	Sociales	Sobresalir
Privado	Media	7,11	5,81	10,08	7,76
	Mediana	5,00	5,00	9,00	6,00
	Desviación estándar	3,324	1,913	5,018	3,753
	Varianza	11,049	3,659	25,185	14,084
	Rango	21	15	20	18
	Mínimo	4	5	5	4
	Máximo	25	20	25	22

La tabla 12 presenta el cálculo de la prueba t para muestras independientes para determinar la diferencia entre los estudiantes de los colegios públicos y los colegios privados. Tomando en cuenta la prueba de Levene se establece que se utilizaran los

datos cuando no se asumen varianzas iguales (García et al., 2010) y al observar la significancia bilateral de las cuatro escalas, se determina que en todas hay diferencias significativas entre los dos tipos de colegio, esto debido a que ninguna es superior a 0,005. Estas diferencias son posibles evidenciarlas en la tabla 13.

Tabla 12. Prueba t para mostrar las diferencias por tipo de colegio

Prueba de muestras independientes								
Escalas	Varianzas iguales	Prueba de Levene calidad de varianzas	de prueba t para la igualdad de medias					
		F	Sig.	T	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar
Manejo Problemas	Se asumen	62,595	,000	6,459	1191	,000	1,092	,169
	No se asumen			6,231	932,576	,000	1,092	,175
Conformidad	Se asumen	34,373	,000	4,044	1191	,000	,392	,097
	No se asumen			3,897	925,578	,000	,392	,100
Sociales	Se asumen	121,294	,000	10,336	1191	,000	2,588	,250
	No se asumen			9,917	903,016	,000	2,588	,261
Sobresalir	Se asumen	133,924	,000	8,859	1191	,000	1,617	,183
	No se asumen			8,436	863,061	,000	1,617	,192

Tabla 13. Comparación de medias por tipo de colegio

Estadísticas de grupo						
Escala	Tipo Colegio	de N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	
Manejo Problemas	Privado	518	7,11	3,324	,146	
	Publico	675	6,02	2,514	,097	
Conformidad	Privado	518	5,81	1,913	,084	
	Publico	675	5,42	1,431	,055	
Sociales	Privado	518	10,08	5,018	,220	
	Publico	675	7,49	3,626	,140	
Sobresalir	Privado	518	7,76	3,753	,165	
	Publico	675	6,14	2,542	,098	

Conclusiones

Las investigaciones demuestran que el consumo de alcohol es perjudicial para la salud, no solo de aquellos que son consumidores, sino también de la sociedad en general (Organización Mundial de la Salud, 2011; Espada et al., 2003; Barroso et al., 2009; Villareal Et al., 2010; Tamez-Rodríguez et al., 2012; Ávila, 2012; Londoño et al., 2005; Pérez et al., 2005), además durante los últimos años este consumo ha venido en aumento y la edad de inicio del mismo se ha visto reducida tanto a nivel internacional (Landaeta, S/F; Ministerio de Sanidad, Servicios sociales e igualdad, 2008; Shaffer Et al., 2004; Programa Anti- Drogas Ilícitas de la Comunidad Andina PRADICAN, 2013) como en el caso de los jóvenes colombianos (Ministerio de Justicia y del Derecho et al., 2011; Pérez, & Scoppetta, 2009).

A raíz de esto se consideró indispensable conocer los motivos que conducen al consumo de alcohol en los jóvenes, debido a que establecer estos motivos, permitirán establecer programas de prevención más efectivos. Para tal fin, se aplicó el instrumento Cuestionario de motivos del Consumo de Alcohol (CMC) diseñado por Cooper y adaptado por Terán en el 2005, el cual evalúa los motivos del consumo de alcohol en 4 escalas: 1) los motivos para manejar problemas, 2) los motivos para tener conformidad con su vida, 3) los motivos sociales y 4) los motivos para sobresalir. Después de realizada la aplicación, el análisis se realizó haciendo una comparación dentro de la población por sexo, por grado de escolaridad y por tipo de colegio.

Al verificar los resultados por sexo, estos indican que los motivos sociales y para sobresalir son los que influyen en la decisión de consumir alcohol para ambos sexos, sin embargo la diferencia radica en las mujeres ya que, para ellas el manejo de los problemas también constituye un factor influyente a la hora de consumir alcohol, mientras que para los hombres no presenta un factor que motive el consumo. Es necesario indicar que, al comparar los dos grupos, existen diferencias significativas entre ellos, las cuales indican que los hombres tienden a presentar un nivel más alto de motivación para el consumo de alcohol que las mujeres.

Para establecer los resultados por grado, estos se agruparon de acuerdo con el nivel que los estudiantes estaban cursando al momento de la aplicación, para lo cual se establece el grupo 1 (sexto, séptimo y octavo) y el grupo 2 (noveno, decimo y once). Estos indican que los motivos sociales y para sobresalir son influyentes para consumir alcohol en ambos grupos, sin embargo para el grupo 1, los motivos para manejar problemas también tienden a influir en el consumo. Al comparar los resultados de ambos grupos se encontraron diferencias significativas en los dos, la cual establece que los integrantes de los últimos grados presentan mayores niveles de motivación para el consumo que aquellos que están en los primeros grados.

En cuanto al tipo de colegio, los resultados demostraron que, tanto para los colegios públicos como para los colegios privados, los motivos sociales, para sobresalir y para el manejo de problemas son influyentes a la hora de decidir consumir alcohol. Al realizar la

comparación entre los dos tipos de colegio, se evidencio que son los colegios privados los que tienen índices de motivación más altos para consumir alcohol que los colegios públicos.

Tomando en cuenta el análisis de los resultados de la aplicación, se establece, a nivel general, que los motivos que llevan a los estudiantes de secundaria a consumir alcohol son los motivos sociales y los motivos para sobresalir, confirmando lo mostrado en algunas investigaciones realizadas anteriormente (Palacios 2012; Albarracín & Muñoz, 2008), en cuanto a los motivos para manejar problemas, parece que tienden a ser motivo para el consumo de alcohol en algunos participantes (Moral et al., 2005; Castellanos, 2010, Pérez et al., 2005; Cicua et al., 2008) y los motivos para tener conformidad con la vida no demuestran tener una gran influencia frente al consumo de alcohol, lo cual no es acorde a lo que manifiestan autores como Moral, et al. (2005), Castellanos (2010), Pérez et al. (2005) y Cicua et al. (2008).

Con base en los resultados obtenidos en esta investigación, se plantea la necesidad de implementar programas de prevención desde los primeros años de bachillerato, donde se incentive la participación en las diferentes dinámicas sociales y esparcimiento de los adolescentes, ofreciendo un entrenamiento en el fortalecimiento del autoestima, la toma de decisiones, el desarrollo de las habilidades sociales, entre otros, con el fin de que ellos puedan afrontar las distintas problemáticas de consumo generadas por las presiones sociales, culturales y del entorno.

Referencias

- Albarracín, M. & Muñoz, L. (2008) Factores asociados al consumo de alcohol en estudiantes de los dos primeros años de carrera universitaria. *LIBERABIT*, 14. 49 – 61.
- Ávila, M. (2012). *Factores personales y psicosociales de los adolescentes en el consumo de alcohol H. matamoros, Tamaulipas, México* (Tesis doctoral). Universidad de Alicante, España. Recuperado de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Tesis_Digitales/Tesis_alcohol_adolescentes_factores.pdf
- Barroso, T., Mendes, A., & Barbosa, A. (2009). *Análisis del fenómeno del consumo de alcohol entre adolescentes estudio realizado con adolescentes del 3º ciclo de escuelas públicas*. *Revista Latino-americana de Enfermagem*, 17(3). 347-353. Recuperado de http://www.scielo.br/pdf/rlae/v17n3/es_11.pdf
- Castellanos, C. (2010). *Efectos de la entrevista motivacional autónoma en jóvenes consumidores de alcohol*. Tesis para optar al título de Magister en Psicología, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Cicua, D, Méndez, M. & Muñoz, L. (2008) *Factores del consumo de alcohol en adolescentes*. *Pensamiento Psicológico*, 4 (11). 115 – 134.

- Espada, G. M. (2006). *Nuestro motor emocional: la motivación*. España: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <http://www.ebrary.com>
- Espada, J., Méndez, X., Griffin, K., & Botvin, G. (2003). *Adolescencia: consumo de alcohol y otras drogas*. *Papeles del psicólogo*, 23(84), 9 - 17.
- García, R., González, J., & Jornet, J. (2010) *SPSS: PRUEBA T*. Grupo de innovación educativa universitat de valencia. Recuperado de http://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS_0701b.pdf
- Hernández, R, Fernández, C, & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª. ed.) México: McGraw-Hill Interamericana.
- Landaeta, C. (S/F). *Adolescencia y alcohol*. [Blog Post] Psicoactiva.com, recuperado de <http://blog.psicoactiva.com/adolescencia-y-alcohol/>
- Londoño, C., García, W., Valencia, S., & Vinaccia, S. (2005) *Expectativas frente al consumo de alcohol en jóvenes universitarios colombianos*. *Anales de psicología*. 21(2), 259 – 267.
- Ministerio de Justicia y del Derecho, Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de Salud y Proyección Social, Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito - UNODC Colombia, Organización de Estados Americanos – OEA, Embajada de los Estados Unidos de América. (2011). *Estudio Nacional de consumo de sustancias psicoactivas en población escolar Colombia*. Colombia, Bogotá: Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito en Colombia.
- Ministerio de Salud y Protección Social (04, 2011) *Simposio: El exceso de alcohol y el consumo moderado, implicaciones para la salud*, Simposio llevado a cabo en el congreso Hacia una estrategia de respuesta integral al consumo de alcohol en Colombia. Medellín.
- Ministerio de sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (2008) *Guía sobre drogas 2007 – Alcohol*. Recuperado del sitio de internet del Gobierno de España: <http://www.pnsd.msc.es/Categoria2/publica/publicaciones/Guia2008/alcohol.htm>
- Moral, M., Rodríguez, F., Sirvent, C. (2005). *Motivadores de consumo de alcohol en adolescentes*. Análisis de diferencias intergenero y propuesta de un continuum etiológico. *Adicciones*, 17 (2), 105-120.
- Moreno, J., Cervelló, E., Montero, C., Vera, J., & García, T. (2012). *Metas sociales, necesidades psicológicas básicas y motivación intrínseca como predictores de la percepción del esfuerzo en las clases de educación física*. *Revista de psicología del deporte*, 21(2), 215-221.

- Organización Mundial de la Salud (2011) Alcohol (349) recuperado de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs349/es/>
- Palacios, J. (2012). *Exploración de los motivos para consumir alcohol en adolescentes*. Psicología Iberoamericana, 20 (1), 29-39.
- Pérez, A., & Scoppetta, O. (2009). *Consumo de alcohol en menores de 18 años en Colombia: 2008. Un estudio con jóvenes escolarizados de 12 a 17 años en 7 capitales de departamento y dos municipios pequeños*. Colombia, Bogotá: Nuevos Rumbos.
- Pérez, A, Martínez, M, Pérez, R, Leal, F, Jiménez, I & Martínez, J. (2005) *Alcohol en adolescentes: estudio sobre dependencia con aspectos psicológicos y sociofamiliares*. Medicina de familia, 6 (1). 28 – 33.
- Pijamasurf (2011) *Mapa del consumo de alcohol en el mundo; Moldavia es el país que más bebe*. Recuperado de <http://pijamasurf.com/2011/02/mapa-del-consumo-de-alcohol-en-el-mundo-moldovia-el-pais-que-mas-bebe/>
- Programa Anti- Drogas Ilícitas de la Comunidad Andina PRADICAN (2013). *II Estudio Epidemiológico Andino sobre Consumo de Drogas en la Población Universitaria. Informe Regional, 2012*. Perú: Biblioteca Nacional del Perú. Recuperado de http://www.comunidadandina.org/Upload/20132718338Informe_Regional.pdf
- Shaffer, C, Arizaga, V, Albarenque, M. & Haseitel, B (2004) *Alcoholismo en la Adolescencia*. Revista de posgrado de la vía cátedra de medicina N° 139. Recuperado de <http://med.unne.edu.ar/revista/revista139/alcohol.htm>
- Silva, S. (Diciembre 01, 2012) *Colombia, tercero en consumo de alcohol*. El espectador Recuperado de: <http://www.elespectador.com/noticias/salud/articulo-390021-colombia-tercero-consumo-de-alcohol>
- Tamez-Rodríguez, V., Cerda-Flores, R., Marín-Peña, E., Machado-Cervantes, J., Dávila-Canales, R., Rodríguez-Aguilar, L. & Martínez-Maldonado, R. (2012) *Evaluación del consumo de alcohol y sus motivaciones en estudiantes del noreste de México*. Medicina Universitaria, 15(58), 3 – 9.
- Terán, M. (2005). *Las motivaciones y el consumo de alcohol en jóvenes universitarios*. (Tesis de grado de maestría). Ciencias de Enfermería, Universidad Autónoma de Nuevo León, México. Recuperado de <http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020151772.pdf>
- Villareal, M., Sanchez, J., Musitu, J. & Varela, R. (2010). *El consumo de alcohol en adolescentes escolarizados: propuesta de un modelo sociocomunitario*. Phychosocial Intervention, 19 (3); 253 – 264.

World Health Organization –WHO–. (2014). *Global status report on alcohol and health*.
Switzerland: WHO. Recuperado de
http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/112736/1/9789240692763_eng.pdf