UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ENFERMERÍA

EXPECTATIVAS, VALORES Y CONSUMO DE ALCOHOL EN TRABAJADORES DE UNA INDUSTRIA

Por

LIC. CYNTHIA GUADALUPE BARRÓN GUTIÉRREZ

Como requisito parcial para obtener el grado de

MAESTRÍA EN CIENCIAS DE ENFERMERÍA

MARZO, 2016

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ENFERMERÍA

SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

EXPECTATIVAS, VALORES Y CONSUMO DE ALCOHOL EN TRABAJADORES DE UNA INDUSTRIA

Por

LIC. CYNTHIA GUADALUPE BARRÓN GUTIÉRREZ

Director de Tesis:

DR. LUCIO RODRÍGUEZ AGUILAR

Como requisito parcial para obtener el grado de

MAESTRÍA EN CIENCIAS DE ENFERMERÍA

MARZO, 2016

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ENFERMERÍA

SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

EXPECTATIVAS, VALORES Y CONSUMO DE ALCOHOL EN TRABAJADORES DE UNA INDUSTRIA

Por

LIC. CYNTHIA GUADALUPE BARRÓN GUTIÉRREZ

Asesor estadístico:

MARCO VINICIO GOMEZ MEZA, PhD

Como requisito parcial para obtener el grado de

MAESTRÍA EN CIENCIAS DE ENFERMERÍA

MARZO, 2016

EXPECTATIVAS, VALORES Y CONSUMO DE ALCOHOL EN TRABAJADORES DE UNA INDUSTRIA

Aprobación de tesis:

Dr. Lucio Rodríguez Aguilar

Director de tesis

Dr. Lucio Rodríguez Aguilar

Presidente

Dr. Francisco Rafael Guzmán Facundo

Secretario

MCE. Santiaga Enriqueta Esparza Almanza

Vocal

Dra. María Magdalena Alonso Castillo

Subdirectora de Posgrado e Investigación

Facultad de Enfermería de la UANL

Dedicatoria

A Dios por brindarme salud y sabiduría para finalizar mis estudios de maestría.

A mis padres, que siempre han apoyado mis decisiones, por brindarme sus valores, por su confianza e infinito amor que me han brindado siempre y por todos sus consejos que hoy se ven reflejados en la culminación de esta etapa académica.

A mis hermanos Alex, Juanita y Cris, que a pesar de no estar juntos físicamente, siempre han estado al pendiente de mí en todos los aspectos.

A mis hermosos sobrinos Camila, Michelle, Jessie y Pedro, a los cuales espero servir algún día de ejemplo para ellos.

A mis amigos, que han estado conmigo a lo largo de estos dos años. En especial a Martha y Amalia, las quiero hermosas!

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) por su apoyo brindado para la realización de mis estudios de Maestría en Ciencias de Enfermería.

A mi director de tesis el Dr. Lucio Rodríguez Aguilar y a mis revisores de tesis la MCE. Santiaga Enriqueta Esparza Almanza y al Dr. Francisco Rafael Guzmán Facundo, por guiarme, por compartir sus conocimientos y sus experiencias en investigación y por todo el apoyo brindado durante este proceso, para la culminación de esta tesis.

De igual manera a la dirección de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, a la ME. María Diana Ruvalcaba Rodríguez. A la Dra. María Magdalena Alonso Castillo, subdirectora de posgrado de la Facultad de Enfermería, por su atención y apoyo en mi formación profesional.

A los maestros y personal administrativo de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, mi agradecimiento por su contribución en mi superación profesional.

A mis amigos de maestría Ana, Jesús y Dalí, sin ustedes no habría sido tan divertido estos dos años, los quiero.

Mi más sincero agradecimiento a todos aquellos que han contribuido de una forma u otra a la realización de este trabajo, en especial al Dr. Francisco por su infinita paciencia, ayuda y comprensión que ha tenido conmigo en el trayecto de la maestría.

Tabla de Contenido

Contenido	Página
Capítulo I	
Introducción	1
Marco de referencia	7
Estudios relacionados	12
Definicion de términos	18
Objetivos	23
Capítulo II	
Metodología	24
Diseño del estudio	24
Población, muestreo y muestra	24
Instrumentos	25
Procedimientos de selección y recoleccion de la	29
información	30
Consideraciones éticas	32
Análisis de datos	
Capítulo III	
Resultados	34
Consistencia interna de los instrumentos	34
Estadística descriptiva	36
Estadística inferencial	51
Capítulo IV	
Discusión	71
Conclusiones	77
Recomendaciones	79
Referencias	80

Contenido Página

Apéndices

A. Cédula de datos sociodemográficos e historial de consumo de alcohol (CDSYHCA) 88

B. Cuestionario de expectativas hacia el alcohol versión adaptada para adultos (AEQ) 89

C. Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS) 91

D. Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol (AUDIT) 94

E. Consentimiento informado 95

F. Oficio de solicitud de permiso a la industria 97

Lista de Tablas

Tabla		Página
1.	Coeficiente Alpha de Cronbach de los Instrumentos	34
2.	Características Sociodemográficas (género, estado civil, último grado de estudio y ocupación)	36
3.	Descripción de las subescalas del Cuestionario de expectativas hacia el alcohol de los trabajadores	37
4.	Descripción de las expectativas por subescala El alcohol como facilitador de la interacción	37
5.	Descripción de las expectativas por subescala de Expresividad verbal	38
6.	Descripción de las expectativas de la subescala de Desinhibición	39
7.	Descripción de las expectativas por subescala Incremento de la sexualidad	39
8.	Descripción de las expectativas por subescala Reducción de la tensión psicológica	40 41
9.	Descripción de las expectativas-de la subescala Reducción de la tensión física	41
10.	Descripción de las expectativas subescala Agresividad y sentimientos de poder	42
11.	Descripción de las expectativas por subescala Cambios psicofisiológicos	42
12.	Descripción de los valores en los trabajadores	43
13.	Descripción de cada uno de los valores en los trabajadores	
14.	Descripción de los valores del dominio Conformidad	46
15.	Descripción de los valores del dominio Tradición	
16.	Descripción de los valores del dominio Benevolencia	47

Tabla Página

17. Descripción de los valores por el dominio Universalidad 47
18. Descripción de los valores por el dominio Estimulación 47
19. Descripción de los valores por el dominio Hedonismo 48
20. Descripción de los valores por el dominio Individualismo 49
21. Descripción de los valores por el dominio Logro 49
22. Descripción de los valores por el dominio Poder 50
23. Descripción de los valores por el dominio Seguridad 50
24. Prueba de Normalidad Kolmogorov-Smirnov con corrección de 51
Lilliefors 54
25. U de Mann-Whitney de los Índices de expectativas de las subescalas por género 56
26. U de Mann-Whitney del Índice de expectativas de las subescalas por ocupación 58
27. Prueba de t de Student para el índice de valores por género 59
28. U de Mann-Whitney del índice de valores por género 60
29. Prueba t de Student de Índices de valores y dominios por ocupación 60
30. U de Mann-Whitney del Índice de dominios por ocupación 62
31. Prevalencia global, lápsica, actual e instantánea del consumo de alcohol 62
32. Prevalencia global, lápsica, actual e instantánea del consumo de alcohol y prueba de Chi cuadrado Pearson por género 64
33. Prevalencia global, lápsica, actual e instantánea del consumo de alcohol por ocupación 65
66
34. Tipo de consumo de alcohol de los trabajadores 66
35. Tipo de consumo de alcohol por género 67
36. Tipo de consumo de alcohol por ocupación 69

Tabla Página

37. Tipo de consumo de alcohol por antigüedad 47

38. Coeficiente de Correlación de Sperman de las variables del estudio 69

Lista de Figuras

Figura Página

1. Expectativas, valores y consumo de alcohol en trabajadores. 12

RESUMEN

Cynthia Guadalupe Barrón Gutiérrez **Fecha de graduación: Marzo de 2016**

Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Enfermería

Título del Estudio: Expectativas, Valores y Consumo de Alcohol en Trabajadores de una Industria

Número de Páginas: 98 Candidato a obtener el Grado de Maestría en Ciencias de Enfermería

LGAC: Prevención de Adicciones: Drogas Lícitas e Ilícitas

Propósito y Método del Estudio: El propósito del estudio fue conocer la relación de las expectativas hacia el alcohol y los valores con el consumo de alcohol en los trabajadores de una industria. El diseño del estudio fue descriptivo-correlacional. El muestreo fue aleatorio estratificado con asignación proporcional al tamaño de los estratos, representados por empleados y obreros (n=269). Se utilizó una cedula de datos sociodemográficos e historial de consumo y tres instrumentos: el Cuestionario de Expectativas hacia el alcohol (AEQ), el Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS) y el Cuestionario de Identificación de los Trastornos por Uso del Alcohol (AUDIT). Se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors y se utilizó estadística no paramétrica: U de Mann-Whitney, Prueba Chi- Cuadrado de Pearson y Coeficiente de Correlación de Spearman.

Contribución y Conclusiones: Con respecto las expectativas hacia el alcohol por ocupación todas las subescalas mostraron diferencias significativas (p<0.05), obteniendo medianas mayores en los empleados que en los obreros. El Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS) de acuerdo a los índices reportó un promedio de 61.6 (DE = 13.90). El promedio de los índices valores instrumentales fue de 62.8 (DE = 15.54) y los valores terminales de 60.5 (DE= 14.80). Los valores en los dominios de estimulación y hedonismo mostraron diferencia significativa (p<0.05), por ocupación, siendo mayor en los obreros que en los empleados. La edad de inicio de consumo de alcohol fue de 16.62 años (DE=2.34). El promedio de bebidas alcohólicas consumidas en un día típico fue de 5.10 (DE= 2.51). Con respecto a las prevalencias de consumo de alcohol por género se encontró diferencia significativa en la prevalencia de consumo de alcohol del último año ($\bar{X}^2$= 3.921, p=0.048), en el último mes ($\bar{X}^2$= 14.34, p=0.001) y en los últimos siete días ($\bar{X}^2$=4.21, p=0.035), siendo mayor el consumo en el género masculino. En cuanto a la prevalencias de consumo de alcohol por ocupación se encontró únicamente diferencia significativa en la prevalencia de consumo en el último mes ($\bar{X}^2$=4.54, p= 0.033), siendo mayor en los obreros (78.3%) con respecto a los empleados (64.1%). No se encontró diferencia significativa del tipo de tipo de consumo de alcohol por género (p>0.05). Con respecto a la ocupación se presentó diferencia significativa (p<0.05) en el consumo sensato siendo mayor en los empleados que los obreros (94.7% vs 93.5%) de igual forma en el consumo dependiente (5.3% vs 3.2%). El índice general de expectativas-se relacionó de forma negativa y significativa solo con el índice de consumo dependiente (r_s= -.253, p=0.001).Y el índice general de valores se relacionó de forma negativa y significativa con el índice de consumo dependiente (r_s=-.202, p= 0.002).

FIRMA DEL DIRECTOR DE TESIS: _____

Capítulo I

Introducción

Las expectativas de consumo de alcohol se consideran entre los más fuertes predictores del consumo de alcohol en los trabajadores de la industria. El concepto de expectativa, ha evolucionado a través del tiempo, desde sus inicios en los años 80´s a la actualidad, pasó de ser un concepto solamente descriptivo a mostrar la capacidad de explicar el comportamiento complejo del consumo de alcohol en el área de la neurociencia cognitiva (Goldman, 1993). Las expectativas de consumo de alcohol se pueden presentar sin que el trabajador realice la conducta de consumir alcohol y estas expectativas hacia el alcohol pueden afectar en la cantidad de alcohol que ingieren las personas. Son un constructo teórico importante ya que permite vincular las experiencias tempranas con el alcohol y las decisiones que se tienen a futuro sobre el consumo de alcohol (Brown, Goldman, & Christiansen, 1980).

Existen diversos estudios que han indagado las expectativas de consumo de alcohol en niños, adolescentes y jóvenes universitarios, en lo que respecta en la población de adultos trabajadores ha sido escasa. En las últimas décadas se ha reportado que la edad de inicio en el consumo de alcohol y la primera vez que se embriagaron son algunas variables asociadas al hecho de consumir alcohol, ya sea de tipo de consumo sensato, dependiente y dañino. El iniciar el consumo de alcohol antes de los 16 años de edad, incrementa la probabilidad de ser un consumidor en la edad adulta. Cabe mencionar que las expectativas de consumo de alcohol son creencias que se tienen sobre los efectos que provoca el consumo de alcohol (Brown et al., 1980; Ardila & Herrán, 2008; Herrán & Ardila, 2009).

Entre las expectativas asociadas al consumo de alcohol, se encuentran la desinhibición y los sentimientos de poder, de relajación, disminución de la tensión, incremento de la agresividad e incremento de la sexualidad. Se ha reportado que las expectativas juegan un papel determinante frente al tipo de consumo de alcohol y al

efecto de la sustancia, además se muestra el predominio de expectativas asociadas a efectos positivos en la facilitación de la interacción social (Ardila & Herrán, 2008; Londoño, García, Valencia, & Vinaccia, 2005).

Uno de los conceptos que muestra similitud con las expectativas en la manera en cómo influyen en la conducta, son los valores. Las expectativas presentan influencia hacia el comportamiento de las personas, es decir, es lo que creemos acerca de las cosas, normalmente surge de la experiencia adquirida en la vida y entonces hace que creamos que tal cosa, es el resultado de tal accionar. Mientras que los valores son los responsables de impulsar la conducta ya sea de la actividad a la pasividad, motivando o deteniendo el hacer o el pensar en algo. Es así que las expectativas y los valores no solo influyen en cómo se actúa, sino también en la forma en cómo se percibe el mundo, determinando las percepciones sobre el mismo, así como los comportamientos (Moreschi, 2014).

Existe evidencia de que el consumo de alcohol está influenciado por múltiples factores de riesgos personales, interpersonales y del medio ambiente. A su vez se han relacionado ciertos valores con el consumo de alcohol, algunos valores han sido determinados como "pro-sociales" o "buenos" que sustantivamente protegen contra el uso de drogas en la vida de las personas (Young & West, 2010). Así mismo se ha documentado que los valores son un factor protector que evitan el consumo de esas sustancias, concepto de gran relevancia como consecuencia de las múltiples transformaciones de la sociedad, determinados por la cultura, sociedad, familia, grupo de pares y escuela que evidentemente se han ido aprendiendo, construyendo y modificando a lo largo de la vida (Moreno, 2005).

En la actualidad la sociedad está rodeada de diversas preocupaciones, entre ellas; la producción, el consumismo y la globalización, por lo que ha quedado rezagado el fomento de los valores en las familias (Gutiérrez & Hernández, 2008). Los valores se aprenden mediante el ejemplo durante la niñez y la carencia de ellos, repercute de

manera importante en el comportamiento de las personas en la sociedad. Los valores son ideales e independientes de cualquier objeto específico o alguna situación en concreto y representan las creencias que una persona tiene sobre los modelos ideales de conducta y los fines últimos. Los valores han sido considerados como terminales e instrumentales, los valores terminales son estados finales o metas que al individuo le gustaría conseguir a lo largo de su vida; en los valores terminales, se pueden distinguir los valores intrapersonales y los interpersonales. Los valores instrumentales son comportamientos mediante los cuales se consiguen los fines deseados (Rokeach, 1973).

Se ha manifestado que los valores son protagonistas a la hora de desarrollar o no, determinadas conductas de riesgo, de este modo, se ha identificado asociación de algunos valores con el consumo o no de alcohol (García, López, & Quiles, 2006). De acuerdo con Megías (2006), la adopción de valores tales como la competitividad, el afán de experimentación, el inmediatismo, la insolidaridad, la enfatización de la autonomía, el liberalismo sexual pueden llevar al individuo a desarrollar conductas de consumo de alcohol. Así mismo se ha reportado que los valores de los dominios de hedonismo, poder, universalismo y auto-dirección se relacionan con el consumo de alcohol; y los valores de seguridad, conformidad, rendimiento y benevolencia se relacionan con el no consumo, por lo tanto los valores de estos dominios motivan el comportamiento de las personas para el consumo o no de alcohol (Bardi & Schwartz, 2003).

En México se ha estudiado la relación que existe entre los valores terminales e instrumentales en población de jóvenes universitarios y el consumo de alcohol. Se mostró que en los jóvenes que presentaron a mayor puntuación de las medias de los valores terminales fue menor el índice de consumo de alcohol dependiente, los valores terminales con medias más altas en los consumidores de alcohol fueron placer, tener autoridad y poder social. Los valores instrumentales reportados con medias más altas en los consumidores de alcohol fueron gozar de la vida, ser influyente, aceptar mi parte en la vida y ser atrevido (De la Garza, 2014; Méndez, 2013; Rodríguez, 2012).

Con base a la literatura revisada los valores pueden jugar un papel protector ante las expectativas que favorecen el consumo de alcohol o bien puede potencializar el efecto de las expectativas hacia el consumo de alcohol (Bardi & Schwartz, 2003; Brown et al., 1980).

Aunado a lo anteriormente descrito, el consumo de alcohol, en nuestro país se ha declarado como un problema de salud pública debido a las consecuencias que aquejan a los individuos, familia, comunidad (Benavides, Ruiz-Flores, Delclós, & Domingo-Salvany, 2009). Así mismo, el abuso de alcohol ha provocado la muerte de 3.3 millones personas alrededor del mundo. El consumo de alcohol se considera agente causal implicado en más de 200 enfermedades. Entre las que destacan las afecciones del hígado, incluyendo la esteatosis o hígado graso, la hepatitis alcohólica, fibrosis y cirrosis hepática (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2014).

Sin embargo a pesar de los inconvenientes que provoca el consumo de alcohol, la Encuesta Nacional de Adicciones reveló que en nuestro país en los años del 2002 a 2011 se muestra un incremento de 72% a 77.1% en la prevalencia de consumo de alcohol alguna vez en la vida en la población de 18 a 65 años. En cuanto al consumo del último mes pasó de 22.2% a 35% respectivamente; un dato alarmante es en cuanto al consumo dependiente que tuvo un notable incremento de 4.6% a 6.6% en el mismo lapso de tiempo. En lo que respecta al consumo consuetudinario se mantuvo estable en los hombres (11.8% y 11.3%) y en las mujeres disminuyó (2.4% a 1.6%), el consumo diario presentó un decremento de 1.1% a .9% y el consumo alto se mantuvo igual de 36.2% a 36.5% entre 2008 y 2011 en población de ambos sexos. En México la media de edad de inicio de consumo de alcohol fue de 18 años de edad; la cerveza es la bebida alcohólica preferida de los consumidores (Comisión Nacional Contra las Adicciones [CONADIC], 2011).

El consumo de alcohol es de alta prevalencia en la población trabajadora; las consecuencias que conllevan el consumo de alcohol son muy importantes. Entre las

consecuencias que produce el consumo de alcohol en los trabajadores, se encuentran importantes perjuicios a la empresa y a sus compañeros ya que los consumidores presentan mayor prevalencia de enfermedades, ausentismo e incapacidades laborales, disminución de la productividad, incremento de las bajas laborales, disminución del rendimiento, incumplimiento de la jornada laboral, malas relaciones en el ambiente de trabajo y conflictos, propiciando un aumento de expedientes disciplinarios, despidos y en consecuencia aumento en las cifras de paro laboral. Se calcula que entre el 5-25% de la siniestralidad laboral está en estrecha relación con el consumo de alcohol en los trabajadores. Se estima que en este grupo de la población los que consumen alcohol tienen tres veces más riesgo de tener accidentes en el trabajo que los abstemios (Ochoa & Madoz, 2008).

El estado de Nuevo León es considerado como uno de los estados de México más desarrollados en el área económica y de tradición empresarial. Cuenta con una de las mayores infraestructuras para la industria y el comercio, escuelas técnicas y tres de las mejores universidades de Latinoamérica, 57 parques industriales, carreteras, trenes y aeropuertos. En el 2009, el Producto Interno Bruto (PIB) fue de 850, 553, 382 pesos, que representan un 7.5% a nivel nacional. Tiene una población total de 4, 653,458 habitantes, lo que representa el 4% de la población de México. El 60.7% de la población es económicamente activa, de ellos, el 5% trabaja en el sector básico (explotación de recursos naturales), 27% en manufactura y 68% en servicios. El 63.2% (1, 373,544) son hombres y el 36.8% (799,785) son mujeres que trabajan en empresas de tamaño macro y micro, estas últimas son las que emplean a más personas en el estado, es por ello la importancia de enfocar este estudio en la población trabajadora (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI2015) [Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo [ENOE]).

La literatura revisada sobre la temática de las expectativas del consumo de alcohol, los valores y su relación con el comportamiento del consumo de alcohol en

población de trabajadores es escasa. Por lo que existe un vacío importante de conocimiento de estas variables, cabe mencionar que hasta el momento no se han localizado estudios en este grupo de población que aborden estas variables en su conjunto.

Es por ello que el propósito del presente estudio es conocer la relación de las expectativas y valores con el consumo de alcohol en los trabajadores de una industria, se espera que estos resultados sustenten la utilidad de continuar estudiando esta temática. Asimismo, en un futuro considerar estos datos para la generación de intervenciones de enfermería que fortalezcan las expectativas negativas del consumo de alcohol y los valores para reducir y/o evitar el consumo de alcohol en los trabajadores.

Marco de referencia

Los conceptos que guiaron el presente estudio son: expectativas del consumo de alcohol (Brown et al., 1980), valores (Schwartz, 1987), prevalencia de consumo de alcohol (Secretaria de Salud [SS, 2014], CONADIC, 2011 y los tipos consumo de alcohol (De la Fuente & Kershenobich, 1992).

Brown y sus colegas en 1980, refieren que la percepción de la conducta de beber se asocia significativa y positivamente con expectativas positivas e inversamente asociada con expectativas negativas. El aumento de las experiencias positivas con la bebida está asociado con un aumento de expectativas positivas (Brown et al., 1980; Fromme, Stroot, & Kaplan, 1993).

Las expectativas de consumo de alcohol se refieren a las creencias individuales sobre los efectos esperados del consumo de alcohol y permiten vincular las experiencias tempranas con el alcohol y las decisiones que se tienen a futuro sobre el consumo de alcohol (Brown et al., 1980; McCarthy & Smith ,1996; Merrill et al. 2009).

Existen siete subescalas que ayudan al desarrollo de las expectativas: a) el alcohol como facilitador de la interacción, b) expresividad verbal, c) desinhibición, d)incremento de la sexualidad, e) reducción de la tensión psicológica, f) reducción de la

tensión física, g) agresividad y sentimientos de poder, por ultimo h) cambios psicofisiológicos.

La subescala de alcohol como facilitador de la interacción, se refiere a la creencia que tiene la persona de que el consumo de alcohol le permite una mayor habilidad para relacionarse con otras personas. En expresividad verbal, la persona cree sentir más libertad para expresar sus ideas, pensamientos y creencias. En cuanto a la desinhibición la persona siente plena confianza en sí mismo para mostrarse ante los demás tal como es. De acuerdo al incremento de sexualidad, la persona se percibe con mayor seguridad y placer al momento de mantener relaciones sexuales o para cortejar a su pareja. En reducción de la tensión psicológica la persona, se olvida de sus preocupaciones, temores y estrés que pudiese presentar en ese momento.

En reducción de la tensión física, la persona cree que consumiendo alcohol disminuye el dolor, malestares físicos y mayor relajación. En lo que respecta a la agresividad y sentimientos de poder, la persona tiende a ser agresiva con otras personas y sentirse superior a los demás, por lo tanto es más propensa a participar en diversos altercados. Por ultimo en cambios psicofisiológicos la persona experimenta signos y síntomas en su organismo que pueden ser observables y cuantificables. Las expectativas están influenciadas por las creencias que tiene la persona sobre los efectos del consumo de alcohol y tienden a incrementarse con la edad, la experiencia, la exposición familiar, social y cultural (Goldman, Del Boca, & Darles, 1999).

Otra variable importante a considerar en el fenómeno del consumo de alcohol son los valores, que ha sido objeto de reflexión a lo largo del tiempo con una perspectiva filosófica y psicológica (Pedrero, Rojo, & Puerta, 2009). Por su parte Rokeach en 1973, desarrolló una perspectiva teórica sobre la naturaleza de los valores en un marco cognitivo, en donde recuperó el concepto valor como medios duraderos de un modo específico de conducta personal o un modo de conducta (valor instrumental) o una meta final (valor terminal). Los valores son una cognición acerca de lo deseable o preferible.

El poseer un valor implica decir que una persona conoce el camino o modo correcto de conducirse, o el fin último que se desea alcanzar.

Rokeach (1973) refiere que para que una persona logre consolidar un fin o una meta es necesario que durante ese camino se conduzca de una manera correcta y para lograr este propósito requiere tener algún valor, el cual actuará como una guía. Los valores instrumentales o de comportamiento son los modos ideales de conducta los cuales ayudan a alcanzar a los valores terminales, permiten dar independencia personal y a conformar el carácter. En cuanto a los valores terminales son estados finales o metas que a la persona le gustaría conseguir a lo largo de su vida, los cuales son estables y fiables, pueden ser de orden intrapersonal (como la paz espiritual) o de orden interpersonal (la fraternidad).

Por otra parte Schwartz y Bilsky (1987) quien fuera discípulo de Rokeach define el concepto de valor como "una meta transituacional deseable, variable en importancia, que sirve como guía o principio en la vida de una persona o entidad social". Schwartz define a los valores como conceptos o creencias, los cuales pertenecen a estados finales de conducta deseable por las personas y que estos trascienden a situaciones específicas, que sirven de guía en la selección o evaluación de la conducta, a su vez están ordenados por su importancia relativa para la persona o sociedad. Se ha considerado a los valores como motivacionales, dado que el valor va acompañado por una motivación que impulsa a las personas, se agrupan en diez dominios, los cuales son hedonismo, autorrealización, poder social, autodeterminación, conformidad, benevolencia, universalismo, tradición, seguridad y estimulación (Schwartz y Bilsky, 1987).

De igual manera mostró la existencia de diez tipos o dominios motivacionales de los valores, los cuales son *hedonismo* (valores cuya meta es la búsqueda de placer), *autorrealización* (éxito personal alcanzado mediante el esfuerzo y la capacidad), *poder social* (búsqueda de prestigio y control social sobre las personas y los recursos), *autodeterminación* (valores cuya meta es la independencia de pensamiento),

conformidad (control de los impulsos y comportamientos de acuerdo a las normas sociales), *benevolencia* (preocupación e interés por el bienestar de las personas más cercanas afectivamente), *universalismo* (valores tendientes a preocuparse por el bien común), *tradición* (respeto y aceptación de las costumbres de la sociedad), *seguridad* (resguardar y preservar la integridad personal y de la sociedad) y *estimulación* (búsqueda de excitación y cambio para mantener un buen nivel de funcionamiento) (Schwartz,1987).

Con respecto al alcohol, se ha definido como una sustancia psicoactiva que presenta propiedades causantes de dependencia, se ha utilizado ampliamente en muchas culturas durante siglos. Es un depresor del sistema nervioso central que se absorbe rápidamente en el estómago y el intestino delgado al torrente sanguíneo. El consumo nocivo de alcohol conlleva una pesada carga social y económica para las sociedades. El consumo de alcohol puede describirse en términos de gramos de alcohol consumido o por el contenido alcohólico de las distintas bebidas, en forma de unidades de bebida estándar. Una bebida alcohólica estándar es aquella que contiene alcohol etílico en una proporción de 2% y hasta 55% en volumen, y se clasifican en fermentadas y destiladas. Una bebida estándar equivale a 0.6 onzas de etanol puro o 14gr (Instituto Nacional sobre el Abuso de Alcohol y Alcoholismo [NIAAA, 2014]; Norma Oficial Mexicana Para la Prevención, Tratamiento y Control de las Adicciones NOM-028-SSA2-1999).

La prevalencia del consumo de alcohol, refiere cuatro tipos de prevalencias: prevalencia global, es la tasa que considera a la población que reportó haber tomado por lo menos una copa completa de alcohol alguna vez en la vida; la prevalencia lápsica, que es la tasa que considera a la población que reportó haber tomado por lo menos una copa completa de alcohol el año previo a la entrevista; prevalencia actual, tasa que considera a la población que reportó haber tomado por lo menos una copa completa de alcohol los treinta días previos a la entrevista y prevalencia instantánea,

tasa que considera a la población que reportó haber tomado por lo menos una copa completa de alcohol en los últimos siete días previos a la entrevista (CONADIC, 2011).

De la Fuente y Kershenobich (1992), han establecido para México una clasificación de consumo de alcohol; consumo sensato, dependiente y dañino de acuerdo con la cantidad y frecuencia de consumo y de la diferencia de género. El consumo sensato para el sexo masculino se define como el consumo de cuatro bebidas estándar no más de tres ocasiones por semana (40 gr), para las mujeres se ha considerado la ingesta de dos bebidas estándar no más de tres veces por semana (20 gr). El consumo dependiente para los hombres se considera como el consumo de cinco a nueve bebidas por ocasión, mientras que para las mujeres se considera de tres a cinco bebidas por ocasión, además de dejar de realizar actividades cotidianas a causa del consumo. El consumo dañino es la ingesta de diez o más bebidas para los hombres y de seis o más bebidas para las mujeres, además de que sus familiares o personal de salud le hayan manifestado su preocupación por su forma de beber alcohol.

Como se puede apreciar en la figura 1 se muestran los conceptos que guiaron el presente estudio, las expectativas de consumo de alcohol se relacionan con el consumo de alcohol de los trabajadores. Los valores se relacionan con el consumo de alcohol de los trabajadores. Ambos conceptos se relacionan con el consumo de alcohol en trabajadores.

Figura 1. Expectativas, valores y consumo de alcohol en trabajadores.

Estudios relacionados

A continuación se presentan los resultados de la literatura revisada de acuerdo a las variables del presente estudio.

Ardila y Herrán (2008) realizaron un estudio transversal en Bucaramanga, Colombia durante el 2005-2006, con el objetivo de establecer cuáles expectativas hacia el alcohol estaban asociadas con el consumo de alcohol. La muestra estuvo conformada por 601 adultos de 18 a 60 años de edad. Los resultados mostraron que la media edad de inicio en el consumo de alcohol fue de 15.9 años (*IC*; 15.6 a 16.1). El 88.7% *(IC*; 85.4 a 91.9) de la población consumió alcohol, sin diferencias sociodemográficas (p >0.05). Las expectativas de incremento de la expresividad, la sexualidad, desinhibición y sentimientos de poder, aumentan la probabilidad para ser consumidor habitual en 11% (*IC*; 4-18) y 37% (*IC*; 9-73), respectivamente. Las expectativas de disminución de la tensión física y disminución de la tensión psicológica aumentan la probabilidad de consumir alcohol en 14% (*IC*; 3 a 26, p<.001) y 12% (*IC*; 3 a 22, p<.001), respectivamente. Las expectativas positivas relacionadas con el consumo fueron la desinhibición y los sentimientos de poder; *RP* 1.33 (*IC*; 1.06 a 1.67*,* p<.001) y la edad de inicio en el consumo, menor o igual a 16 años; *RP* 1.15 (*IC*; 1.08 a 1.23, p<.001).

Herrán y Ardila (2009) realizaron un estudio para describir la relación entre las expectativas y el consumo de alcohol en adultos. Con una muestra de 156 jóvenes adultos, de 18 a 25 años de edad, en cuanto a los resultados obtenidos la puntuación obtenida en las ocho expectativas evaluadas, no se mostró diferencias significativas de acuerdo a la edad, la ingesta o no ingesta del alcohol, la edad de la primera intoxicación por alcohol, el sexo, la clase socio-económica y el riesgo de alcoholismo (p> 0.05). Las expectativas de aumento en la expresión verbal, aumento de la sexualidad, reducción de la tensión psicológica, agresividad y los sentimientos de poder, mostraron mayor significancia con respecto al consumo de alcohol (p<0.05).

Filippi, Ceballos, Córdoba y Martínez (2007), en su estudio descriptivo de diferencias de grupos entre profesionales, asesores y consultores, no experimental transversal, con el propósito de identificar la importancia que las personas le conceden al trabajo en relación a otras esferas relevantes de la vida. El cual estuvo conformado por 252 participantes activos laboralmente. Respecto de la ocupación, los profesionales pertenecientes a las profesiones tradicionales, asesores o consultores puntúan más alto en los valores seguridad (F (3.64)= 3.588; $p<.05$) y conservación (F (3.64)= 4.896; $p<.05$). Quienes tienen ocupaciones orientadas al comercio/servicios puntúan más alto en el valor de tradición (F (3.64)= 4.486; $p<.05$).

Cayón y Pérez (2008) realizaron un estudio descriptivo sobre la estructura de los valores en personal directivo universitario privado, con el propósito de estudiar la correspondencia entre la estructura de valores, asimismo, identificar los valores prevalecientes en los directivos. La muestra estuvo representada por 46 sujetos (17 rectores y 29 directores de escuelas a nivel de pregrado). En cuanto a los resultados mostrados, los valores en los directivos fueron significativos (F= 15.58, $p<.001$) siendo los principales; hedonismo referido al placer (*Mdn*= 5.15) y a la gratificación personal lo cual hace parte de la buena imagen que puedan proyectar a la sociedad. Seguido de espiritualidad (*Mdn*= 4.64), universalismo (*Mdn*= 5.92), benevolencia (Mdn= 6.38), tradición (*Mdn*= 5.30), seguridad (*Mdn*= 5.38), conformidad (*Mdn*= 5.50.), autodirección (*Mdn*= 5.92), estimulación (*Mdn*= 4.68), logro (*Mdn*= 5.28) y poder (*Mdn*= 4.70).

Petit, González y Montiel (2011) en su estudio descriptivo y transversal, con el objetivo de caracterizar al estudiante universitario trabajador que ingresó a la Universidad del Zulia (LUZ) en el año 2008, con un total de 313estudiantes trabajadores. Se observa que los estudiantes trabajadores priorizaron los valores terminales de mayor a menor a: 1) la amistad sincera, 2) la autorrealización, 3) la felicidad, 4) el amor maduro, 5) el respeto por sí mismo, 6) la armonía interior, 7) la

seguridad familiar, 8) la libertad, 9) la salvación, 10) la igualdad, 11) un mundo lleno de paz, 12) sabiduría, 13) prosperidad, 14) reconocimiento social, 15) un mundo lleno de emociones, 16) belleza, 17) seguridad nacional y 18) placer. Los valores instrumentales, se observa que enumeraron de mayor nivel de prioridad al menor los siguientes: 1) alegre, 2) aseado, 3) capaz, 4) honesto, 5) responsable, 6) cariñoso, 7) independiente, 8) trabajador, 9) valiente, 10) colaborador, 11) racional, 12) cortés, 13) obediente, 14) creativo, 15) generoso, 16) controlado, 17) flexible y 18) curioso.

De la Garza (2014), realizó un estudio descriptivo correlacional en 268 estudiantes universitarios, con el propósito de conocer el perfil de valores (Dominios) y el consumo de alcohol y tabaco en universitarios del área de salud y de ingeniería. Encontró que los valores de mayor importancia en los jóvenes fueron; dar significado a mi vida y seguridad familiar ($\bar{X}$= 6.6), en cuanto a los dominios con mayores medias fueron Conformidad y Benevolencia ($\bar{X}$=88.75, $\bar{X}$=82.17) respectivamente. Los estudiantes de enfermería presentaron mayores medias que los estudiantes de ingeniería en los valores totales y en relación al género las mujeres presentaron medias más altas respecto a los valores y dominios ($\bar{X}$=76.64, p=.030), valores instrumentales ($\bar{X}$ = 80.62, p=.008) y en los dominios de individualidad ($\bar{X}$= 77.84, p=.050), conformidad ($\bar{X}$=90.77, p=.001), tradición ($\bar{X}$= 86.97, p=.001), benevolencia ($\bar{X}$=84.31, p= .008) y universalidad ($\bar{X}$= 79.74, p=.004). Con respecto al consumo de alcohol en los universitarios se encontró que el consumo sensato (U= 3599.0, p= .001) fue mayor en los hombres ($\bar{X}$= 2.73) respecto a las mujeres ($\bar{X}$= 1.61); en cuanto al consumo dependiente y perjudicial (U= 4135.0, p= .006; U= 41.88, p= .030) fue mayor en el género masculino ($\bar{X}$ =0.56) que el femenino ($\bar{X}$= 1.32) respectivamente.

Carreño, Medina, Martínez, Juárez y Vázquez (2006), realizaron un estudio descriptivo en 277 trabajadores con el propósito de determinar si el estrés en el trabajo, la satisfacción laboral y el clima organizacional se relacionaban con el consumo de alcohol y con los problemas laborales como inadaptación, alta rotación, ausentismo, baja

producción y accidentes laborales en trabajadores de una empresa textil mexicana. Respecto al consumo de alcohol un poco más de la mitad (61.7%) consumió bebidas alcohólicas en el último año; de los cuales el 64.2% de los entrevistados no bebe o presenta un consumo de bajo riesgo, el 26.5% presenta un consumo de riesgo y el 5.3% presenta consumo dañino.

Cortaza y Alonso (2007), realizaron un estudio descriptivo y correlacional, con el objetivo de describir el tipo de consumo de alcohol por sexo y ocupación y determinar de qué manera varía el afecto antes, durante y después del consumo de alcohol en los trabajadores de una industria petroquímica. En el estudio participaron 219 trabajadores mayores de 18 años de edad. En los resultados se encontró que el inicio en el consumo de alcohol se encontró más elevado en el rango de 18 a 20 años de edad con 52.6% y una media de 20.28 (DE=4.03). El consumo de alcohol por sexo donde el 83.3% de las mujeres y el 37.4% de los hombres consumen en forma sensata. El 4.1% de las mujeres y el 28.2% de los hombres tienen dependencia al alcohol, el 12.6% de las mujeres y el 34.3% de los hombres reportan un consumo dañino. De acuerdo a la ocupación se encontró que el 54.1% de trabajadores administrativos y el 35.1% de obreros tienen un consumo sensato de alcohol. En los obreros el 23.1% presenta dependencia y el 41.8% consumo dañino. Los trabajadores del sexo masculino tienen más alto consumo de alcohol que los del sexo femenino (U=1042.50, p<.01) y una mediana más alta de consumo para los hombres (Mdn=25.0) que para las mujeres (Mdn=8.3). Con relación a la ocupación el estudio mostró que los trabajadores obreros tienen más alto consumo de alcohol que los trabajadores administrativos (U=4333.50, p<.01), encontrando medianas más altas en el consumo de los obreros (Mdn=15.0) que en los administrativos (Mdn=7.5). El 28.2% de los consumidores masculinos presentan dependencia al alcohol.

Ramírez, Martínez y Asúnsolo (2011), realizaron una revisión sistemática con el objetivo de identificar los factores de riesgo para el consumo de alcohol en el medio laboral. Se incluyeron en la revisión 12 artículos de todos los recuperados a texto

completo. Se encontró que la prevalencia de los problemas relacionados con el alcohol en la población laboralmente activa se debe principalmente a factores psicosociales y propios del ambiente laboral. Se observó que 50% de los varones mostraron problemas con el consumo de alcohol. El alcohol es la sustancia psicoactiva más consumida por la población trabajadora con una prevalencia en hombres y mujeres de 92.7 % y 87.6% respectivamente. El 12% de los hombres y el 4% de las mujeres presentaron consumo de riesgo y el 5.5% y 3.2% presentan un consumo dañino.

En síntesis de la literatura revisada respecto a las expectativas asociadas con el consumo de alcohol fueron la desinhibición y los sentimientos de poder las que mostraron mayor asociación con el consumo de alcohol. La edad de inicio en el consumo de alcohol fue menor o igual a 16 años de edad. Con respecto a los valores de mayor a menor importancia que han reportado los trabajadores fueron en los dominios de; seguridad, conservación, tradición, hedonismo, espiritualidad, universalismo, benevolencia, conformidad e individualidad. Con respecto al género los valores y dominios respectivos fueron más altos en las mujeres que los hombres.

En relación a los valores con el consumo de alcohol se encontró relación en los dominios de hedonismo, poder y estimulación con el consumo de alcohol. En cuanto al consumo de alcohol en los trabajadores, más de la mitad no bebe o presenta un consumo de bajo riesgo, y de los que beben la mayoría tiene un consumo de riesgo y una escasa parte de los trabajadores presenta consumo dañino. Los estudios muestran que los hombres presentan un mayor nivel de consumo dependiente y dañino al alcohol en comparación con las mujeres. Los trabajadores del sexo masculino reportaron una mayor prevalencia de consumo de alcohol que las mujeres.

Para el presente estudio se consideraron los siguientes términos.

Definición de términos

Edad: son el número de años cumplidos del trabajador que refiere tener en el momento en que se aplicó la encuesta.

Género: es la identidad biológica que diferencia al hombre de la mujer y se consideró como masculino y femenino.

Ocupación: se considera cualquier actividad remunerada que realizó el individuo, se clasificó en obrero y empleado.

Antigüedad: se considera al número de años cumplidos del trabajador que refirió tener laborando en la industria al momento de la aplicación de la encuesta.

Expectativas del consumo de alcohol: son las percepciones o creencias que tienen los trabajadores de una industria acerca de los efectos positivos esperados del consumo de alcohol y se midieron en términos de: el alcohol como facilitador de la interacción, expresividad verbal, desinhibición, incremento de la sexualidad, reducción de la tensión psicológica, reducción de la tensión física, agresividad y sentimientos de poder y cambios psicofisiológicos, el cual se midió a través del instrumento Cuestionario de Expectativas hacia el alcohol (AEQ).

Valores: son metas que se derivan de las creencias, ideas, pensamientos y actitudes y que son perdurables, las cuales se determinan alrededor de un objeto o situación a la que se enfrentan los trabajadores de una industria para actuar de una determinada manera. Se clasifican en terminales e instrumentales, los cuales se midieron a través del Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS) 1987.

Valores terminales: son las metas finales que le agradaría alcanzar a un trabajador, estos a su vez se dividen en intrapersonales e interpersonales, los primeros atañen al trabajador de paz espiritual, igualdad, placer, felicidad, salvación, auto respeto, madurez y los segundos abarcan la vida común, como fraternidad, mundo de belleza, armonía interna, amor, igualdad, seguridad familiar, una vida confortable, amistad verdadera, seguridad nacional, reconocimiento social y mundo de paz.

Valores instrumentales: son modos de conducta que están en función de los valores terminales y sirven de instrumentos para alcanzar un fin, de igual manera permiten dar independencia personal y contribuyen a conformar el carácter del

trabajador industrial, algunos de estos valores son ser valiente, educado, intelectual, honrado, obediente, lógico, imaginativo, capaz, alegre, auto-controlado, capaz de perdonar, capaz de amar, responsable, independiente, limpio, ambicioso, liberal y servicial.

Dominio de Benevolencia: es la preservación y reforzamiento del bienestar de las personas cercanas, con las que se tiene una interacción personal el trabajador; los valores incluidos dentro de este dominio son honestidad, lealtad, indulgencia, utilidad y responsabilidad.

Dominio de Conformidad: es la moderación de las acciones y los impulsos que son dirigidos a disgustar, herir a otros individuos o quebrantar las normas sociales; los valores que se incluyen son, cortesía, auto-disciplina, obediencia y honra.

Dominio de Estimulación: comprende la motivación, novedad y desafíos en la vida de los trabajadores; los valores que se incluyen son, audacia, emoción y vida variada.

Dominio de Hedonismo: se refiere al placer o la gratificación para uno mismo; los valores incluidos en este dominio son, placer, disfrute de la vida, y auto-indulgencia.

Dominio de Individualismo: es la dependencia en el pensamiento, la toma de decisiones, la acción, creación y exploración del trabajador; los valores que conforman este dominio son, creatividad, independencia, libertad, curiosidad y elección de objetivos.

Dominio de Logro: es la obtención de posición, prestigio social, control o domino sobre las personas o recursos, los valores implicados en este dominio son, riqueza, autoridad, poder social y preservación de la imagen pública.

Dominio de Seguridad: es la armonía y estabilidad social en las relaciones personales y en uno mismo; los valores presentes en este dominio son orden social, limpieza, reciprocidad y seguridad nacional.

Dominio de Tradición: comprende el respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que se heredan de una cultura tradicional o de religiosidad; los valores que integran este dominio son, devoción, humildad y respeto a la tradición.

Dominio de Universalismo: es la comprensión, aprecio, tolerancia y atención hacia el bienestar del trabajador y la naturaleza; los valores presentes en este dominio son, igualdad, justicia, sabiduría, protección del medio ambiente y belleza.

Consumo de alcohol: es la ingesta de alcohol que presentó el trabajador en relación a la frecuencia y cantidad. Para el presente estudio se clasificaron en consumo en sensato, dependiente y dañino de acuerdo al Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol (AUDIT).

Consumo sensato: se consideró el consumo de alcohol en el trabajador de una industria que ingirió en un día típico de hasta cuatro bebidas alcohólicas no más de tres veces por semana en el caso de los hombres y no más de dos bebidas alcohólicas a la semana en las mujeres.

Consumo dependiente: se refiere al consumo del alcohol del trabajador de una industria que ingirió en un día típico de cinco a nueve bebidas alcohólicas por ocasión en los hombres y de tres a cinco bebidas alcohólicas en las mujeres, además de dejar de realizar sus actividades a causa del consumo, así como haber consumido alcohol a la mañana siguiente después de haber bebido en exceso el día anterior y aumento de la relevancia del consumo.

Consumo dañino: se relaciona con el trabajador de una industria que ingirió en un día típico de diez o más bebidas estándar en el caso de los hombre y seis o más bebidas para las mujeres, además de que un familiar, amigo o personal de salud haya manifestado preocupación por su forma de beber, que se haya lastimado él o alguien más a consecuencia de su consumo de alcohol y olvidar algo de lo ocurrido cuando estuvo consumiendo alcohol y sentimiento de culpa tras el consumo.

Prevalencia global: es la tasa que consideró la población expuesta de trabajadores de la industria que reportó haber tomado por lo menos una copa completa de alcohol alguna vez en la vida, en relación al total de trabajadores participantes.

Prevalencia lápsica: es la tasa que consideró la población expuesta de trabajadores que reportó haber tomado por lo menos una copa completa de alcohol el año previo a la entrevista, en relación al total de trabajadores participantes.

Prevalencia actual: es la tasa que consideró la población expuesta de trabajadores que reportó haber tomado por lo menos una copa completa de alcohol los treinta días previos a la entrevista, en relación al total de trabajadores participantes.

Prevalencia instantánea: es la tasa que consideró la población expuesta de trabajadores que reportó haber tomado por lo menos una copa completa de alcohol los siete días previos a la entrevista, en relación al total de trabajadores participantes.

Objetivos

1. Identificar las expectativas de consumo de alcohol que presentan los trabajadores por género y ocupación
2. Describir los valores que tienen los trabajadores por género y ocupación
3. Determinar las prevalencias de consumo de alcohol en trabajadores por género y ocupación
4. Determinar los tipos de consumo de alcohol en los trabajadores por género, ocupación y antigüedad
5. Establecer la relación de las expectativas de consumo de alcohol, valores y consumo de alcohol de los trabajadores

Capítulo II

Metodología

En este capítulo se describe la metodología que se empleó en este estudio. Se incluye el diseño del estudio, población, muestreo y muestra, instrumentos de medición, procedimientos de selección de los participantes y de la recolección de datos, consideraciones éticas, análisis de datos, resultados, discusión, conclusión y recomendaciones.

Diseño del estudio

El diseño del presente estudio es de tipo descriptivo- correlacional (Polit & Hungler; 1999; Bruns & Grove, 2004), dado que se describen las expectativas hacia el consumo alcohol, valores, prevalencias y tipos de consumo de alcohol, así mismo se determinaron las relaciones entre las expectativas hacia el consumo de alcohol, valores y el consumo de alcohol, además del género, ocupación y antigüedad.

Población, muestreo y muestra

Para este estudio la población la conformaron 837 hombres y mujeres trabajadores mayores de 18 años de edad de una industria ubicada en un municipio del área metropolitana de Nuevo León. Los participantes estuvieron laboralmente activos al momento de la aplicación de los instrumentos, y fueron excluidos los trabajadores que se encontraban de vacaciones, incapacidad y aquellos que no pudieron leer o escribir. El tipo de muestreo fue aleatorio estratificado con asignación proporcional al tamaño del estrato, los estratos son dos, representados por empleados y obreros.

El tamaño de la muestra se determinó a través del software n´Query Advisor V0) de acuerdo a los siguientes parámetros, un nivel de significancia de .05, para una hipótesis bilateral considerando una correlación alterna de .20, una potencia de 90%, una tasa de no respuesta del 5% y un tamaño de efecto entre pequeño y mediano, de .20 según Cohen (1988), dando como muestra final 269 trabajadores; 39 empleados corresponden al estrato 1 , y 230 obreros que corresponden al estrato 2.

Instrumentos

Para medir las variables que integran este estudio, se utilizó una cédula de datos sociodemográficos e historial de consumo de alcohol y tres instrumentos. La cédula de datos sociodemográficos e historial de consumo de alcohol (CDSYHCA) está constituida por dos apartados, el primero se dirigió a recabar información sobre datos personales como; género, edad, estado civil, escolaridad, ocupación y antigüedad en el trabajo, la cual está conformada por diez reactivos (2 y 6 de respuesta abierta y 1, 3, 4, 5 y 6 de opción múltiple). El segundo apartado está conformado por cuatro reactivos (7, 8, 9 y 10), el reactivo siete indaga sobre los tipos de prevalencias (global, lápsica, actual e instantánea) del consumo de alcohol, el reactivo ocho recabo información sobre el consumo de bebidas alcohólicas en un día típico y el reactivo nueve sobre la edad de inicio de consumo de alcohol.

El primer instrumento que se utilizó fue el Cuestionario de Expectativas hacia el Alcohol (AEQ), (Brown, Goldman, Inn, & Anderson, 1980) adaptado a la población mexicana, con un total de 51 reactivos (Mora & Natera, 2001). Cuenta con una confiabilidad de .93. Este instrumento midió las creencias hacia el consumo de alcohol y sus efectos en la conducta social y emocional alrededor de ocho subescalas a) El alcohol como facilitador de la interacción (reactivos 45, 11, 30, 13, 7, 17, 40, 29 y 44), b) Expresividad verbal (reactivos 20, 34, 16, 38 y 4), c) Desinhibición (reactivos 42, 35, 51, 49 y 36), d) Incremento de la sexualidad (reactivos 26, 25, 14, 31, 3, 18, 19, 43 y 27), e) Reducción de la tensión psicológica (reactivos 21, 50, 28, 48, 8 y 2), f) Reducción de la tensión física (reactivos 46, 15, 24 y 47), g) Agresividad y sentimientos de poder (reactivos 9, 12, 22, 23, 33, 6, 5, 37, 10 y 41), h) Cambios psicofisiológicos (reactivos 39, 1 y 32).

Estas subescalas mencionadas anteriormente indagaran los efectos positivos que se esperan obtener posterior al consumo de alcohol, para las cuales se respondieron en base a un formato dicotómico (cierto-falso) en función de las creencias personales,

sentimientos en relación con el consumo de alcohol. La puntuación mínima para las expectativas positivas hacia el alcohol es 0 y la máxima 51, a mayor puntuación, mayor expectativas positivas hacia el alcohol. Para su procesamiento estadístico se obtuvieron índices para cada una de las subescalas en forma general.

El segundo instrumento que se aplicó es el Cuestionario de Valores de Schwartz el cual fue elaborado por Schwartz y Bilsky (1987), consiste en una modificación del Cuestionario de Valores de Rokeach Value Survey (Rokeach, 1973). Este instrumento está integrado por diez dominios divididos en dos tipos de valores; instrumentales y terminales con un total de 57 valores.

La manera de evaluar este instrumento es mediante una escala tipo Likert con un patrón de respuesta que varía de 1 a 7 puntos, siendo el 1 y 2 a No importante, el 3 y 4 a Importante, 5 y 6 a Muy importante y por último el 7 corresponde a Suprema importancia; cabe mencionar que entre más alta sea la puntuación, de mayor importancia serán los valores en la vida del trabajador. Cada uno de los reactivos evaluados corresponde a cada uno de los valores establecidos por Schwartz en diez dominios. El dominio de Conformidad, está constituido por los reactivos 11, 20, 40 y 47. El dominio de Tradición incluye los reactivos 18, 32, 36, 44 y 51. El dominio de Benevolencia le corresponde los reactivos 6, 10, 19, 28, 33,45, 49, 52 y 54. El dominio de Universalidad está conformado por los reactivos 1, 2, 17, 24, 26, 29, 30, 35 y 38. El dominio de Individualismo lo integran los reactivos 5, 16, 21, 31, 41 y 53. El dominio de Estimulación lo integran los reactivos 9,25 y 37. El dominio de Hedonismo lo conforman los reactivos 4, 50 y 57. El dominio de Logro lo integran los reactivos 14, 34, 39, 43, 48 y 55. El dominio de Poder lo integran los reactivos 3, 12, 23, 27 y 46. En el dominio de Seguridad están los reactivos 7, 8, 13, 15, 22, 42 y 56.

Los valores terminales están representados por los reactivos del 1 al 30 y los valores instrumentales están representados por los reactivos del 31 al 57. Mismos que se valoran con el mismo patrón de respuesta.

Por último el tercer instrumento que se aplicó es el AUDIT (Babor, Higgins-Biddle, Saunders, & Monteiro, 2001]), desarrollado por la OMS, tiene como objetivo la detección temprana de personas con problemas de alcohol y se ha aplicado en diferentes poblaciones mexicanas mostrando una confiabilidad aceptable que oscila entre .83-.87 (Carreño et al, 2006; Cortaza & Alonso, 2007; De la Garza, 2014; Ramírez, Martínez & Asúnsolo, 2011).

Consta de 10 ítems, agrupados en 3 dominios, consumo sensato de alcohol, consumo dependiente y consumo dañino de alcohol, en el primer dominio está representado por las preguntas 1, 2 y 3 que hacen referencia a la frecuencia de consumo y cantidad típica de alcohol respectivamente, se usa para determinar el tipo de consumo sensato y explorar el área de lo que podría considerarse consumo de riesgo. El segundo dominio, consumo dependiente, contienen la pérdida del control sobre el consumo, aumento de la relevancia del consumo y consumo matutino, distribuidos a las preguntas 4, 5 y 6. En el tercer dominio(consumo dañino), referido a la pregunta 7, 8, 9 y 10 representan al sentimiento de culpa ante el consumo, lagunas de memoria, lesiones relacionadas con el alcohol y que otras personas se han preocupado por su consumo.

Cada una de las preguntas cuenta con una serie de respuestas a seleccionar con una escala de puntuación de cero a cuatro, La opción de respuestas para los reactivos va de 0 que corresponde a nunca; 1 una vez al mes; 2 dos o cuatro veces al mes; 3 dos a tres veces por semana y 4 a cuatro o más veces por semana. En el reactivo 2 su respuesta va de 0 corresponde de una a dos copas; 1 de tres o cuatro copas, 2 de cinco o seis, 3 de siete a nueve copas y 4 de 10 diez copas o más. Los reactivos de 3 a 8 tienen cinco tipos de respuestas donde el 0 es nunca, 1 corresponde a menos de una vez al mes, el 2 corresponde a mensualmente, el 3 a semanalmente y el 4 a diario o casi a diario. Para los reactivos 9 y 10 las respuestas van de 0 que corresponde a no, el 2 corresponde a sí, pero no en el último año y el número 4 corresponde a sí en el último año.

El cuestionario mide desórdenes en el consumo de alcohol y tiene un valor máximo de 40 puntos y un mínimo de 0 puntos, cuanto más alto sea el puntaje mayor será el consumo de alcohol de riesgo, dependencia o dañino. Si el trabajador califica de 1 a 3, se clasifica como consumo sensato, de 4 a 7 consumo dependiente y una puntuación de 8 o más, un consumo dañino.

Procedimientos de selección y recolección de la información

El presente estudio fue revisado y autorizado por los Comités de Ética en Investigación e Investigación de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Posteriormente se solicitó permiso a los directivos de una industria de un municipio del área metropolitana del Estado de Nuevo León para la aplicación de los instrumentos del presente estudio.

Una vez que otorgado el permiso de los directivos, se asistió un día programado a la empresa para ofrecer una presentación breve, sencilla y concisa sobre el propósito del estudio de investigación. Se dio énfasis a la importancia de la participación de los trabajadores y de las consideraciones éticas pertinentes para llevarse a cabo a fin de no afectar la integridad personal ni laboral de cada trabajador quienes tuvieron la oportunidad de decidir participar o no en el estudio. Para la selección de los sujetos de estudio, se tomó como marco muestral el listado de número de trabajadores de la industria. A cada trabajador se le asignó un número, posteriormente se seleccionó de forma aleatoria, una vez identificados los trabajadores se procedió a su localización, siempre y cuando cumplieran con los criterios de inclusión establecidos con anterioridad.

La autora del presente estudio se coordinó junto con los directivos de la empresa un día para explicarles en forma grupal a los participantes fueron seleccionados y que aceptaron participar el propósito del estudio y solicitar el consentimiento informado para obtener su autorización por escrito para participar en el estudio. La aplicación de los instrumentos se realizó de manera grupal en cada turno de la empresa, en horario de

trabajo, dentro de su hora de comida y espacio físico autorizado para este fin, cuidando interferir lo menos posible en sus horas de trabajo, se garantizó el respeto a la dignidad y bienestar de los trabajadores que participaron en el estudio, cuidando su privacidad al aplicar el instrumento en el lugar estipulado para el procedimiento; se orientó a los trabajadores a contestar de acuerdo a las instrucciones de cada cuestionario teniendo en cuenta en dar siempre la respuesta más cercana a su realidad actual, se hizo hincapié de que dieran respuesta a todas las preguntas sin dejar alguna sin respuesta.

Se procedió a la aplicación de los instrumentos, primero contestaron la Cédula de datos socio-demográficos, seguida por el Cuestionario de Expectativas hacia el alcohol, el Cuestionario de Valores de Schwartz y finalizando con el Cuestionario para la Identificación de los Trastornos debido al Consumo de Alcohol (AUDIT) posteriormente quien terminó de responder los instrumentos se colocaron en un sobre sellado y se depositaron en un contenedor especial, cuidando que no se viole el anonimato de sus respuestas.

Por último se agradeció a los trabajadores su participación en el estudio, los instrumentos con las respuestas de los trabajadores fueron resguardados por el investigador para su procesamiento y análisis.

Consideraciones éticas

El presente estudio se apegó a lo dispuesto en el reglamento de la Ley General de Salud en materia de investigación para la salud (Secretaria de Salud y Asistencia [SSA], 1987). En base al artículo 14 fracción VII, se contó con el dictamen de las comisiones de Ética en Investigación e Investigación. Se tomó en cuenta lo establecido en el Titulo 2 de los aspectos éticos de investigación en seres humanos; en el Capítulo I articulo 13; se respetó la dignidad y protección de sus derechos y bienestar; se abordó al trabajador con trato respetuoso, se respetó la decisión de participar o no en el estudio, y los instrumentos para la obtención de los datos fue anónimo ya que no se requirió el nombre del participante.

Acorde al artículo 14, la investigación se ajustó a principios científicos y éticos, se contó con el consentimiento informado y el dictamen favorable de las comisiones de ética en investigación e investigación.

Con respecto al artículo 16, que establece la protección a la privacidad del participante, los instrumentos no se identificaron con el nombre del trabajador, y posterior a su llenado se colocaron en un sobre cerrado. La información solo fue utilizada por la autora y asesor del estudio, finalmente, se resguardaron las encuestas en un lugar adecuado para asegurarse del anonimato y confidencialidad de la información.

En relación al artículo 17, de acuerdo a la Fracción II, se considera una investigación con riesgo mínimo. Esto debido a que la recolección de la información se realizó sobre la conducta de consumo de alcohol, la cual podría ocasionar molestias, emociones o sentimientos negativos en el participante.

Con base a los artículos 20, 21, Fracción I, III, IV, VI, VII y VIII y 22, Fracción I, II y IV, el consentimiento informado se realizó con información necesaria para la participación de los trabajadores, por escrito, mediante el cual el participante autorizó su participación en la investigación, con pleno conocimiento de los procedimientos y riesgos a los que se someterá, con la capacidad de libre elección y sin coacción alguna. Este mismo fue revisado y autorizado previamente por los comités de ética en investigación e investigación. Se otorgó al trabajador participante el consentimiento informado por escrito para que plasmara su firma, donde se le explicó el título y objetivo del estudio, posteriormente se solicitó firmar el consentimiento, el cual fue ser firmado por dos testigos, autorizando su participación en el estudio y el llenado de los instrumentos.

Según lo estipulado en el Capítulo V, de la Investigación en Grupos Subordinados, Articulo 57 y 58 donde se identifica como grupo subordinado a los trabajadores de una empresa, en la cual la participación fue voluntaria, y no fue influenciada por parte de las autoridades de la empresa; cabe mencionar que los

trabajadores tuvieron plena libertad de retirar su participación del estudio en cualquier momento, de tal manera que no le generara consecuencias en la empresa donde labora.

Análisis de Datos

Los datos se procesaron a través del paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versión 21.0. Para este estudio se midió la consistencia interna de los instrumentos a través del coeficiente de Alpha de Cronbach de los cuestionaros de Expectativas hacia el Alcohol (AEQ), el Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS) y el Cuestionario para la Identificación de los Trastornos debido al Consumo de Alcohol (AUDIT [Babor et al., 2001].

Se utilizó estadística descriptiva e inferencial. El análisis descriptivo se realizó a través de frecuencias, proporciones, medidas de tendencia central y de variabilidad. Así mismo, se utilizó estadística inferencial para dar respuesta a los objetivos planteados. Se calculó con la prueba de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors para determinar la normalidad en la distribución de las variables continuas y numéricas.

Se respondió el primer objetivo, el cual indica identificar las Expectativas de Consumo de alcohol por género y ocupación. Se utilizó la estadística descriptiva y medida de tendencia central, mientras que para la estadística inferencial se utilizó la Prueba U de Mann-Whitney. Para responder el segundo objetivo, el cual pretende identificar los valores terminales e instrumentales por género y ocupación se utilizó las medidas de tendencia central, para la estadística se utilizó la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney.

Para responder al tercer objetivo, de determinar la prevalencia global, lápsica, actual e instantánea del consumo de alcohol en trabajadores se empleó estadística descriptiva como frecuencias y proporciones, estimación puntual con Intervalos de Confianza (IC) de 95%. Para responder el cuarto objetivo que se planteó determinar el tipo de consumo de alcohol por ocupación, género y antigüedad se utilizó estadística descriptiva como frecuencias y proporciones; así mismo, se empleó la prueba U de

Mann-Whitney para conocer el tipo de consumo de alcohol de acuerdo a la ocupación y la prueba de Chi Cuadrado para género y antigüedad. Para responder el quinto objetivo de identificar la relación que existe entre las Expectativas de Consumo de alcohol y el Perfil de Valores se usó el Coeficiente de correlación de Spearman.

Capítulo III

Resultados

En este capítulo se describen los resultados de las variables, se muestra la consistencia interna de los instrumentos, la estadística descriptiva de las variables sociodemográficas, consumo de alcohol, expectativas de consumo hacia el alcohol y valores. Posteriormente se presenta la prueba de normalidad y estadística inferencial para dar respuesta a los objetivos planteados en el estudio.

Consistencia interna de los instrumentos

Tabla 1

Coeficiente Alpha de Cronbach de los Instrumentos

Instrumentos	No. de Reactivos	Reactivos	α
Cuestionario de Expectativas hacia el alcohol (AEQ)	51	1-51	0.98
Subescalas			
El alcohol como facilitador de la interacción	9	7, 13, 11, 17, 29, 30, 40, 44 y 45	0.92
Expresividad verbal	5	4, 16, 20, 34 y 38	0.84
Desinhibición	5	35, 36, 42, 49 y 51	0.90
Incremento de la sexualidad	9	3, 14, 18, 19, 25, 26, 27, 31 y 43	0.93
Reducción de la tensión psicológica	6	2, 8, 21, 28, 48 y 50	0.87
Reducción de la tensión física	4	15, 24, 46 y 47	0.85
Agresividad y sentimientos de poder	10	5, 6, 9, 10, 12, 22, 23, 33, 37 y 41	0.94
Cambios psicofisiológicos	3	1, 32 y 39	0.67
Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS)	57	1-57	0.95
Subescalas			
Valores Terminales	30	1-30	0.93
Valores Instrumentales	27	31-57	0.91

Continuación…

Instrumentos	No. de Reactivos	Reactivos	A
Dominios			
Conformidad	4	11, 20, 40, 47	0.64
Tradición	5	18, 32, 36, 44, 51	0.65
Benevolencia	9	6, 10, 19, 28, 33,45, 49, 52, 54	0.79
Universalidad	9	1, 2, 17, 24, 26, 29, 30, 35, 38	0.81
Individualismo	6	5, 16, 21, 31, 41, 53	0.60
Estimulación	3	9, 25, 37	0.53
Hedonismo	3	4,50, 57	0.58
Logro	6	14, 34, 39, 43, 48, 55	0.73
Poder	5	3, 12, 23, 27, 46	0.54
Seguridad	7	7, 8, 13, 15, 22, 42, 56	0.69
Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol (AUDIT)	10	1-10	0.79
Subescalas			
Sensato	3	1-3	0.61
Dependiente	3	4-6	0.61
Dañino	4	7-10	0.84

Nota: α= Alpha de Cronbach

En la tabla 1, se presenta la consistencia interna de los instrumentos a través del Coeficiente Alpha de Cronbach. Para el Cuestionario de Expectativas hacia el alcohol (AEQ), se obtuvo un Alpha de 0.98 en su escala total, para las subescalas de expectativas se obtuvieron Alpha mayores de 0.90 en las subescalas de Facilitador de la interacción, Desinhibición, Incremento de la sexualidad y Agresividad y sentimientos de poder. Las subescalas de Expresión verbal, Reducción de la tensión psicológica, Reducción de la tensión física y Cambios psicofisiológicos presentaron un Alpha entre 0.87 a 0.67. Para el Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS) se obtuvo un Alpha de 0.95, para las subescalas de valores Terminales e Instrumentales un Alpha de Cronbach de 0.93 y 0.91 respectivamente.

Referente a los dominios mostraron un Alpha de 0.53 a 0.81. Por último en el Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol (AUDIT) en su escala total se obtuvo un Alpha de Cronbach de 0.79 y para las subescalas de consumo sensato un Alpha de 0.61, para el consumo de dependiente 0.61 y para el consumo dañino un Alpha de 0.84, cabe destacar que los instrumentos en general se consideran dentro de los valores aceptables (Bruns & Grove, 2008).

Estadística descriptiva

Tabla 2

Características Sociodemográficas (género, estado civil, último grado de estudio y ocupación)

Variable (*n*= 269)	*f*	%
Género		
Masculino	166	61.7
Femenino	103	38.3
Estado civil		
Soltero	120	44.6
Casado	128	47.6
Unión libre	11	4.1
Viudo	4	1.5
Separado o divorciado	6	2.2
Ultimo grado de estudio		
Primaria	12	4.5
Secundaria	146	54.3
Preparatoria técnica	76	28.2
Universidad	35	13.0
Ocupación		
Obrero	230	85.5
Empleado	39	14.5

Nota: *f*= frecuencia, %= porcentaje, *n*= Total de observaciones

En la tabla 2, se muestran los datos sociodemográficos de los participantes, se puede observar que el género que predominó en el presente estudio fue el masculino con 61.7%, el estado civil que sobresalió fue ser casado 47.6% y en menor frecuencia viudo con 1.5%. El último grado de estudio que predominó fue el de secundaria (54.3%)

seguido de la preparatoria técnica (28.3%). Por último el 85.5% de los participantes son obreros y el 14.5% son empleados.

Tabla 3

Descripción de las subescalas del Cuestionario de expectativas hacia el alcohol de los trabajadores

Variable (*n*= 269)	$\bar{X}$	*Mdn*	*DE*
El alcohol como facilitador de la interacción	41.4	33.3	33.2
Expresividad verbal	41.8	40.0	35.0
Desinhibición	39.7	40.0	37.2
Incremento de la sexualidad	39.9	22.2	35.5
Reducción de la tensión psicológica	40.5	33.3	34.9
Reducción de la tensión física	40.2	25.0	36.6
Agresividad y sentimientos de poder	47.9	40.0	36.0
Cambios psicofisiológicos	47.8	33.3	23.7

Nota:$\bar{X}$= media, *Mdn* = mediana, *DE*= Desviación Estándar, n=Total de observaciones

En la tabla 3 se muestran todas las subescalas de las expectativas hacia el alcohol en los trabajadores de una industria. La mayor media fue para la subescala de agresividad y sentimientos de poder con una $\bar{X}$=47.9 (*DE*= 40.0), seguido de cambios psicofisiológicos con una $\bar{X}$=47.8 (*DE*= 33.33), la subescala desinhibición presentó la media más baja ($\bar{X}$=39.7, *DE*=40.0).

Tabla 4

Descripción de las expectativas El alcohol como facilitador de la interacción

	Falso		Cierto	
	f	%	*f*	%
El tomar hace que las personas se relajen más en situaciones sociales	141	52.4	128	47.6
Hay más compañerismo en un grupo de gente que ha estado bebiendo	131	48.7	138	51.3
El alcohol hace que se olviden más fácilmente los malos sentimientos	131	48.7	138	51.3
Las mujeres son más amigables cuando han tomado unas cuantas copas	125	46.5	144	53.5

Continuación…

	Falso		Cierto	
	f	%	*f*	%
El tomar bebidas alcohólicas me ayuda a relajarme en situaciones sociales	135	50.2	134	49.8
Usualmente estoy de mejor ánimo después de unas cuantas copas	121	45.0	148	55.0
Es más fácil recordar historias chistosas o bromas si he estado bebiendo	131	48.7	138	51.3
El beber hace que las reuniones sean más divertidas	122	45.4	147	54.6
El alcohol me permite divertirme más en las fiestas	145	53.9	124	46.1

Nota: f= frecuencia, %= porcentaje, n= 269 observaciones

La tabla 4 contiene los valores de las expectativas hacia el alcohol que presentan los trabajadores en la subescala del alcohol como facilitador de la interacción. Se observa que los ítems que presentaron mayor porcentaje en expectativas positivas hacia el consumo de alcohol fueron que usualmente estoy de mejor ánimo después de unas cuantas copas, seguido del alcohol hace que se olviden más fácilmente los malos sentimientos y es más fácil recordar historias chistosas o bromas si he estado bebiendo.

Tabla 5

Descripción de las expectativas de Expresividad verbal

	Falso		Cierto	
	f	%	*f*	%
Unas cuantas copas me hacen sentir menos tímido (a)	120	44.6	149	55.4
Unas cuantas copas me hacen más sociable	143	53.2	126	46.8
Unas cuantas copas hacen más fácil el hablar con la gente	128	47.6	141	52.4
Encuentro que es más fácil platicar con personas de sexo opuesto después de haber tomado	138	51.3	131	48.7
Es más fácil para mi expresar mis sentimientos si tomo unas cuantas copas	123	45.7	146	54.3

Nota: f= frecuencia, %= porcentaje, *n*= 269 observaciones

En la tabla 5 se muestra los resultados de la subescala de expresividad verbal que muestran los trabajadores. En las expectativas positivas el 47.6% dice que unas cuantas

copas me hacen sentir menos tímido (a) y el 43.5% que encuentran que es más fácil platicar con personas de sexo opuesto después de haber tomado.

Tabla 6

Descripción de las expectativas de Desinhibición

	Falso		Cierto	
	f	%	*f*	%
El alcohol me hace más platicador (a)	134	49.8	135	50.2
Una o dos copas hacen que mi lado bromista sobresalga	138	51.3	131	48.7
Las cosas parecen ser más chistosas cuando he estado bebiendo, al menos me rio mas	140	52.0	129	48.0
El alcohol hace más fácil el actuar impulsivamente o tomar decisiones más rápidamente	137	50.9	132	49.1
El beber me hace más franco (a) y terco (a)	132	49.1	137	50.9

Nota: f= frecuencia, %= porcentaje, *n*= 269 de observaciones

Con respecto a la tabla 6, se muestran los enunciados pertenecientes a la subescala de desinhibición que presentan los trabajadores. En las expectativas positivas hacia el alcohol fueron, el beber me hace más franco (a) y terco (a) con un 50.9%, seguido del alcohol me hace más platicador con el 50.2%.

Tabla 7

Descripción de las expectativas de Incremento de la sexualidad

	Falso		Cierto	
	f	%	*f*	%
Me gusta tener relaciones sexuales si he bebido algo de alcohol	146	54.3	123	45.7
Me siento más masculino/ femenina después de unas cuantas copas	144	53.5	125	46.5
Soy mejor amante después de unas cuantas copas	138	51.3	131	48.7
Después de beber unas copas me siento excitado (a) sexualmente	150	55.8	119	44.2
Al alcohol hace a las mujeres más sensuales	138	51.3	131	48.7
Las mujeres pueden tener orgasmos más fácilmente si han estado bebiendo	136	50.6	133	49.4
Me siento una persona más generosa y cariñosa después de haber tomado unas copas	131	48.7	138	51.3

Continuación…

	Falso		Cierto	
	f	%	*f*	%
A veces cuando bebo solo o con otra persona, es más fácil sentirme cómodo y romántico	135	50.2	134	49.8
Los hombres pueden tener orgasmos más fácilmente si han tomado	146	54.3	123	45.7

Nota: *f*= frecuencia, %= porcentaje, *n*= 269 observaciones

En la tabla 7 se presentan las preguntas de la subescala de incremento de la sexualidad. En las expectativas ciertas el 51.3% me siento una persona más generosa y cariñosa después de haber tomado unas copas, seguido de a veces cuando bebo solo o con otra persona, es más fácil sentirme cómodo y romántico con el 49.8%.

Tabla 8

Descripción de las expectativas de Reducción de la tensión psicológica

	Falso		Cierto	
	f	%	*f*	%
Si estoy tenso o ansioso, unas cuantas copas me hacen sentir mejor	135	50.2	134	49.8
Una o dos copas me relajan para que no me sienta apresurado (a) o presionado (a) por el tiempo	139	51.7	130	48.3
El beber solo o con otra persona me hace sentir más calmado y sereno	123	45.7	146	54.3
La bebida me hace sentir bien	140	52.0	129	48.0
Me siento más despreocupado cuando bebo	155	57.6	114	42.4
El alcohol me hace preocuparme menos	133	49.4	136	50.6

Nota: *f*= frecuencia, %= porcentaje, *n*= 269 observaciones

En la tabla 8 se presentan los resultados de los ítems en la subescala de reducción de la tensión psicológica. En las expectativas ciertas el 54.3% dijo que el beber solo o con otra personas me hace sentir más calmado y sereno, y el 50.6% menciono que el alcohol me hace preocuparme menos.

Tabla 9

Descripción de las expectativas de Reducción de la tensión física

	Falso		Cierto	
	f	%	*f*	%
El alcohol me ayuda a dormir mejor	137	50.9	132	49.1
El alcohol disminuye la tensión muscular	131	48.7	138	51.3
El alcohol puede servir de anestesia, esto es puede aliviar el dolor	127	47.2	142	52.8
Después de unas copas, los dolores musculares no me molestan tanto	137	50.9	132	49.1

Nota: *f*= frecuencia, %= porcentaje, *n*= 269 observaciones

En la tabla 9, se presentan los enunciados de la subescala de reducción de la tensión física en los trabajadores. En las expectativas ciertas el 52.8% considero que el alcohol puede servir de anestesia, esto puede aliviar el dolor, seguido el alcohol disminuye la tensión muscular con el 51.3%.

Tabla 10

Descripción de las expectativas de Agresividad y sentimientos de poder

	Falso		Cierto	
	f	%	*f*	%
Después de unas cuantas copas me siento valiente y capaz de pelear	126	46.8	143	53.2
Mis sentimientos de aislamiento y separación disminuyen cuando bebo	125	46.5	144	53.5
Si siento miedo, el alcohol disminuye mis temores	123	45.7	146	54.3
El tener una bebida en la mano me hace sentir más seguro en una situación	122	45.4	147	54.6
Puedo alegar o discutir algo con más fuerza después de una o dos copas	138	51.3	131	48.7
Después de unas cuantas copas, no me preocupa lo que otros piensen de mi	133	49.4	136	50.6
Después de unas cuantas copas me siento más autosuficiente	138	51.3	131	48.7
Tiendo a ser menos critico de mi persona cuando tomo algo de alcohol	143	53.2	126	46.8
Después de unas copas, soy menos sumiso hacia las personas que tienen posiciones de autoridad	138	51.3	131	48.7
El beber me hace sentir más satisfecho conmigo mismo	128	47.6	141	52.4

En la tabla 10, se muestran los enunciados pertenecientes a la subescala de agresividad y sentimientos de poder que presentaron los trabajadores. Con respecto a las expectativas ciertas el 54.6% manifestó que el tener una bebida en la mano me hace sentir más seguro en una situación, seguido de si siento miedo, el alcohol disminuye mis temores con el 54.3%.

Tabla 11

Descripción de las expectativas de Cambios psicofisiológicos

	Falso		Cierto	
	f	%	*f*	%
El beber me hace sentir sonrojado (a) y acalorado (a)	131	48.7	138	51.3
El beber me hace sentir acalorado	93	34.6	176	65.4
Si tengo frio el beber unas copas me proporciona calor	147	54.6	122	45.4

Nota: *f*= frecuencia, %= porcentaje, *n*= 269 observaciones

La tabla 11, presenta los ítems correspondientes a la subescala cambios psicofisiológicos en los trabajadores. Mientras que en las expectativas ciertas el 65.4% dijo que el beber me hace sentir acalorado, el 51.3% que el beber me hace sentir sonrojado (a) y acalorado (a).

A continuación se presentan una descripción de los valores que tienen los trabajadores, a su vez, también se observa la descripción por dominios. Cabe mencionar que en la tabla 13 se presentan las medias individuales de cada valor.

Tabla 12

Descripción de los valores en los trabajadores

Variable	$\bar{X}$	*Mdn*	*DE*
Cuestionario de Valores de Schwartz	61.6	61.1	13.9
Valores terminales	60.5	60.5	14.8
Valores instrumentales	62.8	61.7	15.6
Dominios			

Continuación…

Variable	$\bar{X}$	*Mdn*	*DE*
Conformidad	59.8	57.1	20.5
Tradición	61.7	63.3	16.9
Benevolencia	62.0	61.1	15.6
Universalidad	61.4	61.1	16.8
Individualismo	61.0	61.1	15.0
Estimulación	59.3	61.1	19.3
Hedonismo	63.1	61.1	18.6
Logro	63.1	63.8	17.0
Poder	59.8	60.0	16.2
Seguridad	61.0	61.9	15.9

Nota:$\bar{X}$= media, *Mdn* = mediana, *DE*= Desviación Estándar, *n*=269 observaciones

La tabla 12 muestra los valores presentes en los trabajadores de manera general, que mostraron una media de 61.63. Los valores instrumentales presentaron una media de 62.83, mayor a los valores terminales una media de 60.56. Los dominios que presentaron medias más altas fueron logro ($\bar{X}$=63.14), seguido de hedonismo ($\bar{X}$=63.11), benevolencia ($\bar{X}$=62.05), tradición ($\bar{X}$=61.71), universalidad ($\bar{X}$=61.40), seguridad ($\bar{X}$=61.06), individualismo ($\bar{X}$=61.00), conformidad ($\bar{X}$=59.86), poder ($\bar{X}$=59.81), y por ultimo estimulación ($\bar{X}$=58.35).

Tabla 13

Descripción de cada uno de los valores en los trabajadores

Valor	$\bar{X}$	*Mdn*	*DE*
Responsable	5.12	5	1.54
Honrar a los padres	5.02	5	1.55
Ambicioso	5.00	5	1.48
Seguridad familiar	4.98	5	1.50
Indulgente conmigo mismo	4.98	5	1.42
Autoridad	4.97	5	1.54
Goza de la vida	4.92	5	1.49
Aceptar mi parte en la vida	4.92	5	1.54
Eligiendo mis metas	4.92	5	1.51
Humilde	4.91	5	1.53

Continuación…

Valor	$\bar{X}$	*Mdn*	*DE*
Exitoso	4.89	5	1.44
Buenos modales	4.87	5	1.52
Inteligente	4.87	5	1.51
Mente abierta	4.86	5	1.53
Justicia social	4.86	5	1.56
Conservar mi imagen publica	4.84	5	1.54
Que ayuda	4.84	5	1.44
Libertad	4.84	5	1.54
Un mundo de belleza	4.84	5	1.52
Confiable	4.82	5	1.48
Sano	4.82	5	1.65
Respeto por la tradición	4.79	5	1.53
Creatividad	4.78	5	1.66
Auto respeto	4.77	5	1.61
Limpio	4.74	5	1.53
Leal	4.74	5	1.61
Dar significado a mi vida	4.73	5	1.65
Vida espiritual	4.71	5	1.64
Capaz	4.70	5	1.67
Sabiduría	4.69	5	1.49
Independiente	4.69	5	1.70
Armonía interna	4.68	5	1.52
Amor maduro	4.68	5	1.49
Amistad verdadera	4.67	5	1.49
Honesto	4.67	5	1.60
Un mundo de paz	4.63	5	1.72
Atrevido	4.63	5	1.58
No rencoroso	4.61	5	1.39
Seguridad nacional	4.59	5	1.60
Valor	4.56	5	1.71
Sentido de pertenencia	4.56	5	1.66
Unión con la naturaleza	4.56	5	1.48
Autodisciplina	4.54	5	1.59
Una vida excitante	4.54	5	1.63
Reciprocidad de valores	4.53	5	1.56
Devoto	4.52	5	1.61
Una vida variada	4.50	4	1.61
Influyente	4.48	4	1.56
Protector del medio ambiente	4.44	4	1.63
Placer	4.44	4	1.63
Orden social	4.39	4	1.72
Despreocupación	4.36	4	1.66
Moderado	4.36	4	1.56

Continuación…

Valor	$\bar{X}$	*Mdn*	*DE*
Curioso	4.35	4	1.52
Riqueza	4.30	4	1.70
Reconocimiento social	4.27	4	1.53
Poder social	4.25	4	1.71

Nota: $\bar{X}$= media, *Mdn*= mediana, *DE*= Desviación estándar

En la tabla 13 se presentan todos los valores presentes en los trabajadores. Los principales 10 valores referidos por los trabadores como muy importantes son; ser responsable ($\bar{X}$= 5.12, *DE*= 1.54), honrar a los padres ($\bar{X}$=5.02, *DE*= 1.55), ser ambicioso ($\bar{X}$=5.00, *DE*= 1.48), seguridad familiar ($\bar{X}$=4.98, *DE*= 1.50), indulgente conmigo mismo ($\bar{X}$=4.98, *DE*=1.42), autoridad ($\bar{X}$=4.97, *DE*=1.54), eligiendo mis metas ($\bar{X}$=4.92, *DE*=1.51), aceptar mi parte en la vida ($\bar{X}$=4.92, *DE*=1.54), goza de la vida ($\bar{X}$=4.92, *DE*=1.49) y humilde ($\bar{X}$=4.91, *DE*=1.56). Estos valores pertenecen a los dominios de conformidad (honrar a los padres y responsable), hedonismo (indulgente conmigo mismo y goza de la vida), tradición (humilde y aceptar mi parte en la vida), logro (ambicioso), poder (autoridad), seguridad (seguridad familiar) e individualismo (eligiendo mis metas).

Mientras que los valores que fueron considerados como importantes son; poder social ($\bar{X}$=4.25, *DE*=1.71), reconocimiento social ($\bar{X}$=4.27, *DE*=1.53), riqueza ($\bar{X}$=4.30, *DE*=1.70), curioso ($\bar{X}$=4.35, *DE*=1.52), moderado ($\bar{X}$=4.36, *DE*=1.56), despreocupación ($\bar{X}$=4.36, *DE*=1.66), orden social ($\bar{X}$=4.39, *DE*=1.72), placer ($\bar{X}$=4.44, *DE*=1.63), protector del medio ambiente ($\bar{X}$=4.44, *DE*= 1.63) e influyente ($\bar{X}$=4.48, *DE*= 1.56). Los dominios a los que pertenecen estos valores son, poder (poder social, reconocimiento social y riqueza), individualismo (curioso y despreocupación), tradición (moderado),

seguridad (orden social), hedonismo (placer), universalidad (protector del medio ambiente) y logro (influyente).

Tabla 14

Descripción de los valores del dominio Conformidad

Valor (n=269)	*No importante*		*Importante*		*Muy importante*		*De suprema importancia*	
	f	%	*f*	%	*f*	%	*f*	%
Bueno modales	9	3.3	102	37.9	105	39.0	53	19.7
Autodisciplina	22	8.2	111	40.1	95	35.3	41	15.2
Honrar a los padres	6	2.3	101	37.5	101	37.6	61	22.7
Responsable	11	4.1	80	29.8	113	42.0	65	24.2

Nota: *n*= número de observaciones, *f*=frecuencia, %=porcentaje

En la tabla 14, se muestra los valores correspondientes al dominio de conformidad. El valor considerado como de suprema importancia en trabajadores fue el ser responsable con un 24.2%, y el valor considerado como no importante fue la autodisciplina con un 8.2%.

Tabla 15

Descripción de los valores del dominio Tradición

Valor (*n*= 269)	No Importante		Importante		Muy importante		De Suprema importancia	
	f	%	*f*	%	*f*	%	*f*	%
Respeto por la tradición	11	4.0	104	38.7	103	38.3	51	19.0
Moderado	30	11.1	114	42.4	96	35.7	29	10.8
Humilde	10	3.7	101	37.5	98	36.5	60	22.3
Aceptar mi parte en la vida	7	2.7	98	36.4	114	42.3	50	18.6
Devoto	28	10.4	103	38.3	101	37.5	37	13.8

Nota: *n*= número de observaciones, *f*=frecuencia, %=porcentaje

En la tabla 15, se presentan los valores pertenecientes al dominio de tradición. El valor menos importante en los trabajadores fue moderado con 11.1%, mientras que el de suprema importancia para ellos fue el ser humilde con un 22.3%

Tabla 16

Descripción de los valores del dominio Benevolencia

Valor (*n*= 269)	No importante		Importante		Muy importante		De Suprema importancia	
	f	%	*f*	%	*F*	%	*f*	%
Vida espiritual	19	7.1	104	38.7	87	32.3	59	21.9
Dar significado a mi vida	20	7.4	106	39.5	84	31.2	59	21.9
Amor maduro	14	5.1	114	42.4	97	36.1	44	16.4
Amistad verdadera	7	2.7	126	46.8	94	34.9	42	15.6
Leal	13	4.9	111	41.2	107	34.6	52	19.3
Honesto	25	9.30	94	34.9	107	39.8	43	16.0
Limpio	9	3.30	115	42.7	99	36.8	46	17.2

Nota: *n*= número de observaciones, *f*=frecuencia, %=porcentaje

La tabla 16 muestra los valores correspondientes al dominio de benevolencia. El valor de suprema importancia para los trabajadores fue el dar significado a mi vida y vida espiritual, ambos con 21.9%. Mientras que el valor no importante para ellos de menor proporción fue honesto con 9.3%.

Tabla 17

Descripción de los valores por el dominio Universalidad

Valor (*n*= 269)	No importante		Importante		Muy importante		De Suprema importancia	
	f	%	*f*	%	*f*	%	*f*	%
Igualdad	27	10.0	103	38.3	82	30.5	57	21.2
Armonía	15	5.6	120	44.6	70	26.0	64	23.8
Un mundo de paz	30	11.1	97	36.0	89	33.2	53	19.7
Unión con la naturaleza	17	6.4	117	43.5	103	38.2	32	11.9
Sabiduría	7	2.7	122	45.3	103	38.2	37	13.8
Un mundo de belleza	11	4.1	98	36.4	113	42.0	47	17.5
Justicia social	9	3.4	102	37.9	107	39.7	51	19.0
Mente abierta	11	4.0	105	39.1	102	37.9	51	19.0
Protector del medio ambiente	25	9.3	116	43.1	93	34.6	35	13.0

Nota: *n*= número de observaciones, *f*=frecuencia, %=porcentaje

En la tabla 17 se presentan los valores pertenecientes al dominio de universalidad. El valor que los trabajadores consideraron como de suprema importancia

fue la armonía con un 23.8%, mientras que el valor que ellos consideraron como muy importante fue en mayor proporción un mundo de belleza con el 42.0%, y el valor que consideraron como no importante fue un mundo de paz con 11.1%.

Tabla 18

Descripción de los valores por el dominio Estimulación

Valor (*n*= 269)	No importante		Importante		Muy importante		De Suprema importancia	
	f	%	*f*	%	*f*	%	*f*	%
Una vida excitante	24	8.9	111	41.2	90	33.5	44	16.4
Una vida variada	24	8.9	114	42.4	93	34.6	38	14.1
Atrevido	18	6.7	101	37.5	111	41.3	39	14.5

Nota: *n*= número de observaciones, *f*=frecuencia, %=porcentaje

En la tabla 18, se aprecian los valores correspondientes al dominio de estimulación. El valor que manifestaron los trabajadores como no importante en mayor proporción fueron una vida excitante y una vida variada con 8.9% respectivamente, mientras que el valor que ellos consideraron como muy importante fue atrevido con 41.3%.

Tabla 19

Descripción de los valores por el dominio Hedonismo

Valor (*n*= 269)	No importante		Importante		Muy importante		De Suprema importancia	
	f	%	*f*	%	*f*	%	*f*	%
Placer	22	8.2	126	46.8	78	29.0	43	16.0
Goza de la vida	9	3.4	97	36.0	116	43.1	47	17.5
Indulgente conmigo mismo	2	0.7	104	38.7	116	43.1	47	17.5

Nota: *n*= número de observaciones, *f*=frecuencia, %=porcentaje

La tabla 19 presenta los valores presentes en el dominio de hedonismo. Los valores de goza de la vida e indulgente conmigo mismo fueron considerados por los

trabajadores como de suprema importancia con el 17.5% respectivamente. El valor considerado como importante fue el placer con el 46.8%.

Tabla 20

Descripción de los valores por el dominio Individualismo

Valor (*n*= 269)	No Importante		Importante		Muy importante		De Suprema importancia	
	f	%	*f*	%	*F*	%	*f*	%
Libertad	7	2.9	106	39.9	100	36.4	56	20.8
Creatividad	27	10.1	79	29.3	112	41.6	51	19.0
Despreocupación	35	13.0	107	39.8	90	33.5	37	13.8
Independiente	11	4.1	113	42.0	106	39.4	39	14.5
Eligiendo mis metas	4	1.5	110	40.9	100	37.1	55	20.4
Curioso	22	8.2	123	45.7	98	36.4	26	9.7

Nota: *n*= número de observaciones, *f*=frecuencia, %=porcentaje

La tabla 20 muestra los valores correspondientes al dominio de individualismo. El valor de suprema importancia referido por los trabajadores fue libertad con un 20.8%, seguido de eligiendo mis metas con un 20.4% y el valor no importante de mayor proporción para los trabajadores fue despreocupación con 13.0%.

Tabla 21

Descripción de los valores por el dominio Logro

Valor (*n*= 269)	No importante		Importante		Muy importante		De Suprema importancia	
	f	%	*f*	%	*F*	%	*f*	%
Auto respeto	16	5.1	101	37.5	98	36.4	54	20.1
Ambicioso	10	3.7	89	33.1	118	43.9	52	19.3
Influyente	22	8.2	116	43.2	103	38.3	28	10.3
Capaz	19	7.1	98	36.4	107	39.8	45	16.7
Inteligente	8	2.0	99	37.8	114	42.4	48	17.8
Exitoso	3	1.1	108	40.2	117	43.5	41	15.2

Nota: *n*= número de observaciones, *f*=frecuencia, %=porcentaje

La tabla 21 presenta los valores correspondientes al dominio de logro. El valor de suprema importancia para los trabajadores fue el auto respeto con el 20.1%, seguido del

ser ambicioso con el 19.3%. Por su parte el valor menos importante fue en mayor proporción para los trabajadores el ser influyente con 8.2%.

Tabla 22

Descripción de los valores por el dominio Poder

Valor (*n*= 269)	No importante		Importante		Muy importante		De Suprema importancia	
	f	%	*f*	%	*f*	%	*f*	%
Poder social	41	15.2	109	40.6	80	29.7	39	14.5
Riqueza	37	13.8	113	42.0	82	30.4	37	13.8
Reconocimiento social	30	11.2	123	45.7	89	33.1	27	10.0
Autoridad	12	4.5	90	33.4	114	42.4	53	19.7
Conservar mi imagen pública	11	4.0	96	35.8	113	42.0	49	18.2

Nota: *n*= número de observaciones, *f*=frecuencia, %=porcentaje

La tabla 22 muestra los valores pertenecientes al dominio de poder. El valor considerado por los trabajadores como de suprema importancia es la autoridad con 19.7%, y el considerado como no importante en mayor proporción fue poder social con 15.2%.

Tabla 23

Descripción de los valores por el dominio Seguridad

Valor (*n*= 269)	No importante		Importante		Muy importante		De Suprema importancia	
	f	%	*f*	%	*f*	%	*f*	%
Sentido de pertenencia	23	8.6	103	38.3	98	36.4	45	16.7
Orden social	35	13.	101	37.6	91	33.8	42	15.6
Seguridad nacional	19	7.5	105	39.0	104	38.6	40	14.9
Reciprocidad de valores	25	9.2	104	38.8	105	39.0	35	13.0
Seguridad familiar	9	3.3	91	33.8	113	42.0	56	20.8
Sano	20	7.5	88	32.7	109	40.5	52	19.3
Limpio	9	3.4	115	42.7	99	36.8	46	17.1

Nota: *n*= número de observaciones, *f*=frecuencia, %=porcentaje

La tabla 23 presenta los valores correspondientes al dominio de seguridad. El valor considerado por los trabajadores como no importante es el orden social con 13.0%, mientras que el de suprema importancia es la seguridad familiar con el 20.8%.

Estadística inferencial

Tabla 24

Prueba de Normalidad Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors

Variable	*n*	$\bar{X}$	*Mdn*	*DE*	*Val Min*	*Val Max*	D^a	*p*
Edad en años	269	29.77	28	9.64	18	59	0.114	0.001
Escolaridad en años	269	9.90	9	2.60	6	19	0.245	0.001
Antigüedad en años	269	5.80	4	5.80	1	30	0.204	0.001
Edad de inicio de consumo de alcohol	250	16.62	17	2.34	13	29	0.171	0.001
Cantidad de bebidas consumidas en un día típico	250	5.10	5	2.51	1	15	0.139	0.001
Índice de expectativas	269	50.4	47.0	37.6	0.0	100.0	0.156	0.001
Índice de subescalas								
El alcohol como facilitador de la interacción	269	51.1	55.5	39.0	0.00	100	0.186	0.001
Expresividad verbal	269	51.5	60.0	39.3	0.00	100	0.177	0.001
Desinhibición	269	49.3	40.0	42.7	0.00	100	0.228	0.001
Incremento de la sexualidad	269	47.7	33.3	40.8	0.00	100	0.192	0.001
Reducción de la tensión psicológica	269	50.4	50.0	39.4	0.00	100	0.177	0.001
Reducción de la tensión física	269	50.5	50.0	41.7	0.00	100	0.224	0.001
Agresividad y sentimientos de poder	269	51.15	50.0	40.9	0.00	100	0.182	0.001
Cambios psicofisiológicos	269	54.02	66.6	38.3	0.00	100	0.215	0.001
Índice de valores	269	61.98	61.11	13.64	32.16	100	0.048	0.200
Índice de valores terminales	269	61.02	60.55	14.70	32.22	100	0.042	0.200
Índice de valores instrumentales	269	63.04	61.72	15.28	29.63	100	0.047	0.200

Continuación…

Variable	*n*	$\bar{X}$	*Mdn*	*DE*	*Val Min*	*Val Max*	D^a	*P*
Índice de dominios	269	59.89	57.14	20.59	14.29	100	0.081	0.001
Conformidad	269	61.88	63.33	16.77	20.00	100	0.049	0.200
Tradición	269	62.16	61.11	15.52	29.63	100	0.070	0.003
Benevolencia	269	62.10	61.11	16.60	25.93	100	0.060	0.019
Universalidad	269	61.13	61.11	14.63	27.78	100	0.064	0.011
Individualismo								
Estimulación	269	60.73	61.11	18.96	16.67	100	0.081	0.001
Hedonismo	269	63.80	61.11	18.32	22.22	100	0.077	0.001
Logro	269	63.27	63.88	17.11	22.22	100	0.066	0.006
Poder	269	59.81	60	16.59	13.33	100	0.071	0.002
Seguridad	269	61.45	61.90	15.79	23.81	100	0.059	0.026
Sumatoria de AUDIT	239	5.91	5	3.58	1	25	0.231	0.001
Sumatoria de AUDIT consumo sensato	239	4.07	4	1.88	1	10	0.236	0.001
Sumatoria de AUDIT consumo dependiente	239	1.40	1	1.38	0.00	9	0.239	0.001
Sumatoria de AUDIT consumo dañino	239	.43	0	1.55	0.00	12	0.489	0.001

Nota: *n*= consumidores de alcohol en el último año, $\bar{X}$= media, *DE*= Desviación Estándar, D^a= prueba de normalidad, *p*= significancia

En la tabla 24 se muestran los resultados de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors de las variables continuas y los índices de las variables. Se encontró que la media de edad de los trabajadores fue de 29.7 años. Con respecto a la escolaridad se encontró que presentaron un promedio de 9.9 años (*DE*=2.60). La media de edad de inicio de consumo de alcohol de los trabajadores fue de 16.6 (*DE*=2.34). En cuanto al número de bebidas que consumen por ocasión fue de 5.1 bebidas (*DE*=2.51).

El índice del cuestionario de expectativas en su escala total presentó un promedio de 50.4 (*DE*=37.6), para las subescalas del alcohol como facilitador de la interacción mostro un promedio de 51.1 (*DE*=39.0), expresividad verbal un promedio de 51.5 (*DE*=39.3), desinhibición presento un promedio de 49.3 (*DE*=42.7), incremento de la

sexualidad un promedio de 47.7 (*DE*=40.8), reducción de la tensión psicológica se presentó un promedio de 50.4 (*DE*=39.4), reducción de la tensión física un promedio de 50.5 (*DE*=41.7), agresividad y sentimientos de poder mostro un promedio de 51.1 (*DE*=40.9),y por último cambios psicofisiológicos un promedio de 54.0 (*DE*=38.3).

El índice del cuestionario de valores en su escala total presento un promedio de 61.6 (*DE*=13.9), mientras que el índice de los valores instrumentales presento un promedio de 62.8 (*DE*=15.6), el de valores terminales un promedio de 60.5 (*DE*=14.8), y por los dominios de conformidad mostró un promedio de 59.8 (*DE*=20.5), tradición un promedio de 61.7 (*DE*=16.9), benevolencia un promedio de 62.0 (*DE*=15.6), universalidad un promedio de 61.4 (*DE*=16.8), individualismo un promedio de 61.0 (*DE*=15.0), estimulación un promedio de 59.3 (*DE*=19.3), hedonismo un promedio de 63.1 (*DE*=18.6), logro un promedio de 63.1 (*DE*=17.0), poder un promedio de 59.8 (*DE*=16.5) y por último para el de seguridad un promedio de 61.4 (*DE*=15.7).

Para la sumatoria del cuestionario de Identificación de trastornos por Uso del Alcohol en su escala total presentó un promedio de 5.9 (*DE*=3.5), mientras que para la subescalas del consumo sensato presento un promedio de 4.0 (*DE*=1.8), para el de consumo dependiente de 1.4 (*DE*=1.3) y por último un promedio de 0.4 (*DE*=1.5) para consumo dañino.

Los resultados de la prueba de Kolmogorov-Smirnov indican que la mayoría de las variables continuas no presentan distribución normal ($p<0.05$), por lo que se decidió utilizar pruebas no paramétricas.

Para dar respuesta al primer objetivo de identificar las expectativas de consumo de alcohol que presentan los trabajadores por ocupación y género se aplicó la prueba U de Mann-Whitney. Los resultados se muestran en las tablas 25 y 26.

Tabla 25

U de Mann-Whitney de los Índices de expectativas de las subescalas por género

Variable	$\bar{X}$	Mdn	*DE*	*U*	*p*
Índice del Cuestionario de Expectativas hacia el alcohol					
Femenino	46.9	41.1	38.3	7694.0	0.167
Masculino	52.6	50.9	37.1		
Índice de la subescala de El alcohol como facilitador de la interacción					
Femenino	47.7	44.4	39.5	7767.5	0.202
Masculino	53.2	55.5	38.6		
Índice de la subescala de Expresividad verbal					
Femenino	48.3	40.0	38.8	7885.0	0.274
Masculino	53.4	60.0	39.6		
Índice de la subescala de Desinhibición					
Femenino	46.4	40.0	43.8	7893.5	0.272
Masculino	51.2	40.0	42.0		
Índice de la subescala de Incremento de la sexualidad					
Femenino	45.3	33.3	40.8	8076.0	0.438
Masculino	49.3	44.4	40.8		
Índice de la subescala de Reducción de la tensión psicológica					
Femenino	48.5	50.0	40.6	8191.0	0.556
Masculino	51.7	50.0	38.7		
Índice de la subescala de Reducción de la tensión física				7818.0	0.221
Femenino	47.0	50.0	43.0		
Masculino	52.7	50.0	40.9		
Índice de la subescala de Agresividad y sentimientos de poder					
Femenino	45.6	40.0	41.5	7514.0	0.090
Masculino	54.5	70.0	40.2		
Índice de la subescala de Cambios psicofisiológicos					
Femenino	49.5	33.3	39.8	7622.0	0.120
Masculino	56.8	66.6	37.2		

Nota: *n*= 269, femenino= 103, masculino=166, $\bar{X}$= media, *Mdn*= mediana, *U*= U de Mann-Whitney, *p*= significancia

En la tabla 25, de la U de Mann Whitney, se muestran las diferencias de las subescalas de expectativas de consumo de alcohol por género. Los resultados de la prueba U de Mann Whitney no mostraron diferencias significativas. No obstante los hombres muestran medias y medianas más altas que las mujeres.

Tabla 26

U de Mann-Whitney del Índice de expectativas de las subescalas por ocupación

Variable	$\bar{X}$	*Mdn*	*DE*	*U*	*p*
Índice del Cuestionario de Expectativas hacia el alcohol					
Obrero	52.6	49.0	37.6	3239.0	0.005
Empleado	37.4	27.4	35.5		
Índice de la subescala de El alcohol como facilitador de la interacción					
Obrero	53.9	55.5	38.9	3102.0	0.002
Empleado	35.0	22.2	36.0		
Índice de la subescala de Expresividad verbal					
Obrero	53.6	60.0	39.5	3524.0	0.029
Empleado	38.9	40.0	36.1		
Índice de la subescala de Desinhibición					
Obrero	51.4	40.0	42.9	3641.0	0.051
Empleado	36.9	20.0	39.6		
Índice de la subescala de Incremento de la sexualidad					
Obrero	49.7	44.4	40.9	3613.0	0.048
Empleado	36.1	22.2	38.5		
Índice de la subescala de Reducción de la tensión psicológica					
Obrero	52.0	50.0	39.3	3739.0	0.091
Empleado	41.4	33.3	39.1		
Índice de la subescala de Reducción de la tensión física					
Obrero	51.9	50.0	41.6	3855.0	0.146
Empleado	42.3	25.0	42.2		
Índice de la subescala de Agresividad y sentimientos de poder					
Obrero	53.9	60.0	40.3	3136.0	0.002
Empleado	34.6	10.0	40.9		

Continuación…

Variable	$\bar{X}$	*Mdn*	*DE*	*U*	*P*
Índice de la subescala de Cambios psicofisiológicos					
Obrero	56.2	66.6	38.2	3476.5	0.020
Empleado	41.0	33.3	37.0		

Nota: n= 269, obrero= 230, empleado=39, $\bar{X}$= media, *Mdn*= mediana, *U*= U de Mann-Whitney, *p*= significancia

En la tabla 26 se muestran las diferencias de los índices de las expectativas y las subescalas por ocupación. La mayoría de las subescalas mostraron diferencias significativas por ocupación, con medianas mayores en la ocupación en obreros. Con excepción en las subescalas de desinhibición, reducción de la tensión psicológica y reducción de la tensión física. En relación con el índice total (*U*=3239.0, *p*=0.005) con mayores medianas en los obreros (Mdn= 49.0) y en los empleados (*Mdn*=27.4).

Con respecto al objetivo dos, se planteó describir los valores que tienen los trabajadores por género y ocupación, para lo cual se utilizó la prueba *t* de Student para el índice total de valores, valores terminales, instrumentales y dominio de tradición, mientras que para el índice de los dominios se utilizó la prueba U de Mann-Whitney, los resultados se muestran en las tablas 27, 28, 29 y 30.

Tabla 27

Prueba de t de Student para el índice de valores por género

Variable	*n*	$\bar{X}$	*T*	*Gl*	*Valor de p*
Cuestionario de Valores de Schwartz					
Femenino	103	62.0	0.425	267	0.671
Masculino	166	61.3			
Valores terminales					
Femenino	103	61.7	1.007	267	0.315
Masculino	166	59.8			

Continuación…

Variable	*n*	$\bar{X}$	*T*	*Gl*	*Valor de p*
Valores instrumentales					
Femenino	103	62.5	-0.260	267	0.795
Masculino	166	63.0			
Dominios					
Tradición					
Femenino	103	60.8	-0.639	267	0.524
Masculino	166	62.2			

Nota: *n*= muestra, $\bar{X}$= media, *t*= valor de t, *gl*=grados de libertad

La tabla 27 muestra los resultados de los valores y dominios por género en los trabajadores. No se encontraron diferencias significativas en ninguno de ellos (p>0.05).

Tabla 28

U de Mann-Whitney del índice de valores por género

Variable	$\bar{X}$	Mdn	*DE*	*U*	*P*
Universalidad					
Femenino	63.4	66.8	21.7	7749.0	0.197
Masculino	60.1	58.9	14.2		
Conformidad					
Femenino	61.5	61.9	22.0	8019.5	0.392
Masculino	58.8	57.1	19.6		
Benevolencia					
Femenino	61.6	59.2	17.7	8019.0	0.392
Masculino	62.2	61.1	14.2		
Individualismo					
Femenino	60.0	61.1	17.4	7980.0	0.358
Masculino	61.5	61.1	13.3		
Estimulación					
Femenino	60.1	55.5	21.7	8458.0	0.883
Masculino	58.8	61.1	17.7		
Hedonismo					
Femenino	63.7	61.1	20.4	8406.0	0.817
Masculino	62.7	61.1	17.5		
Logro					
Femenino	63.3	63.8	18.9	8500.5	0.938
Masculino	63.0	63.8	15.7		

Continuación…

Variable	$\bar{X}$	Mdn	*DE*	*U*	*p*
Poder					
Femenino	60.1	60.0	17.7	8504.0	0.942
Masculino	59.5	60.0	15.2		
Seguridad					
Femenino	62.3	61.9	17.7	7924.5	0.313
Masculino	60.2	59.5	14.7		

Nota: *n*= muestra, $\bar{X}$=media, *Mdn*= mediana, *DE*= desviación estándar, *U*= U de Mann Whitney, *p*= significancia

La tabla 28 muestra los dominios por género presentes en los trabajadores. No se encontró diferencia significativa en los dominios con respecto al género (p>0.05)

Tabla 29

Prueba *t* de Student de Índices de valores y dominios por ocupación

Variable	*N*	$\bar{X}$	*T*	*gl*	*Valor de p*
Cuestionario de Valores de Schwartz					
Obrero	230	61.8	0.477	267	0.633
Empleado	39	60.6			
Valores terminales					
Obrero	230	60.8	0.782	267	0.435
Empleado	239	58.8			
Valores instrumentales					
Obrero	230	62.8	0.074	267	0.941
Empleado	39	62.6			
Dominios					
Tradición					
Obrero	230	61.6	-0.136	267	0.892
Empleado	39	62.0			

Nota: *n*= muestra, $\bar{X}$= media, *t*= valor de t, *gl*=grados de libertad

En la tabla 29 se presentan los resultados de los índices de los valores y dominios por ocupación. No se encontró diferencia significativa entre ellos (p>0.05).

Tabla 30

U de Mann-Whitney del Índice de dominios por ocupación

Variable	$\bar{X}$	*Mdn*	*DE*	*U*	*p*
Universalidad					
Obrero	62.0	63.6	16.3	3769.0	0.111
Empleado	57.4	57.2	11.2		
Conformidad					
Obrero	59.0	57.1	22.1	3926.5	0.212
Empleado	64.8	61.9	26.1		
Benevolencia					
Obrero	61.7	61.1	28.2	4360.5	0.781
Empleado	64.0	55.5	21.5		
Individualismo					
Obrero	61.1	61.1	17.3	4154.5	0.461
Empleado	60.3	52.7	18.3		
Estimulación					
Obrero	60.5	61.1	21.0	3383.0	0.014
Empleado	52.2	44.4	17.6		
Hedonismo					
Obrero	64.1	63.88	11.7	3495.0	0.027
Empleado	57.2	55.5	16.6		
Logro					
Obrero	62.7	63.8	19.1	4260.5	0.617
Empleado	65.2	66.6	17.3		
Poder					
Obrero	59.8	60.0	22.3	4244.0	0.591
Empleado	59.8	53.3	11.9		
Seguridad					
Obrero	61.3	61.9	18.8	4046.5	0.328
Empleado	59.2	52.3	13.1		

Nota: *n*= muestra, $\bar{X}$= media, *Mdn*= mediana, *DE*= desviación estándar, *U*= U de Mann Whitney

En la tabla 30 se muestran los dominios por ocupación en los trabajadores. Se encontró diferencia significativa en el dominio estimulación (U=3383.0, p=0.014) y en el dominio de hedonismo (U=3495.0, p=0.027) siendo mayor en los obreros con respecto a los empleados.

Para dar respuesta al objetivo tres, en que se planteó determinar las prevalencias de consumo de alcohol (global, lápsica, actual e instantánea) en trabajadores por género y ocupación se utilizó estadística descriptiva a través de frecuencias y proporciones e

intervalo de confianza del 95% y tablas de contingencia, las cuales se presentan en las tablas 31, 32 y 33.

Tabla 31

Prevalencia global, lápsica, actual e instantánea del consumo de alcohol

Prevalencia del consumo	SI		NO		IC 95%	
	f	%	*f*	%	LI	LS
Alguna vez en la vida	250	92.9	19	7.1	89.6	95.9
En el último año	239	88.8	30	11.2	85.1	92.6
En el último mes	205	76.2	64	23.8	71.0	81.4
En los últimos 7 días	92	34.2	177	65.8	29.0	40.1

Nota: *f*= frecuencia, *%*= porcentaje, *IC*= Intervalo de Confianza, *LI*= Límite inferior, *LS*= Limite Superior, *n*= 269

En la tabla 31 se muestran las prevalencias del consumo de alcohol de los trabajadores, se encontró que el 92.9% de los trabajadores han consumido alcohol alguna vez en la vida, (IC 95% [89.6-95.9]), el 88.8% ha consumido en el último año, (IC 95% [85.1-92.6]), el 76.2% ha consumido alcohol en el último mes, (IC 95% [71.0-81.4]) y solo el 34.2% refirieron haber ingerido alcohol en los últimos siete días, (IC 95% [29.0-40.1]).

Para determinar las prevalencias de consumo de alcohol (global, lápsica, actual e instantánea) en trabajadores por género, se obtuvieron frecuencias y proporciones e intervalos de confianza del 95%, tablas de contingencia y se aplicó prueba de Chi cuadrado Pearson.

Tabla 32

Prevalencia global, lápsica, actual e instantánea del consumo de alcohol y prueba de Chi cuadrado Pearson por género

Prevalencia del consumo	SI		NO		IC 95%		x^2	*p*
	f	%	*f*	%	LI	LS		
Alguna vez en la vida								
Femenino	92	89.3	11	10.7	83.3	95.1	0.130	0.718
Masculino	158	95.2	8	4.8	91.6	98.2		
En el último año								
Femenino	84	81.6	19	18.4	73.8	89.3	3.921	0.048
Masculino	155	93.4	11	6.6	89.8	97.0		
En el último mes								
Femenino	64	62.1	39	37.9	53.4	71.8	14.343	0.001
Masculino	141	84.9	25	15.1	79.5	90.4		
En los últimos 7 días								
Femenino	26	25.2	77	74.8	17.5	34.0	4.421	0.035
Masculino	66	39.8	100	60.2	31.9	47.6		

Nota: *f*= frecuencia, %= porcentaje, *IC*= Intervalo de Confianza, *LI*= Límite inferior, *LS*= Limite Superior, *n*= 269

En la tabla 32 se muestran los resultados de las prevalencias de consumo de alcohol por género, en el consumo de alcohol alguna vez en la vida, el porcentaje de consumo fue en los hombres de 95.2%, (IC 95% [91.6-98.2]) y las mujeres con 89.3%, (IC 95% [83.3-95.1]). De igual manera los hombres presentaron mayor proporción de consumo de alcohol en el último año con un 93.4%, (IC 95% [89.8-97.0]) y las mujeres el 81.6%, (IC 95% [73.8-89.3]). La prevalencia de consumo de alcohol en el último mes, el género masculino presento una prevalencia de 84.9%, (IC 95% [79.5-90.4]) y las mujeres con 62.1%, (IC 95% [55.4-71.8]). Por ultimo en el consumo de alcohol en los últimos siete días las mujeres presentaron un consumo de 25.2%, (IC 95% [17.5-34.0]), mientras que en los hombres fue de 39.8%, (IC 95% [31.9-47.6]). Se muestra además en esta tabla las diferencias de consumo por género, las cuales fueron significativas en el último año (x^2=3.921, *p*= 0.048), último mes (x^2=14.343, *p*=0.001) y últimos siete días

(x^2=4.421, p=0.035), siendo mayor en el género masculino con respecto al género femenino.

Tabla 33

Prevalencia global, lápsica, actual e instantánea del consumo de alcohol por ocupación

Prevalencia del consumo	SI		NO		IC 95%		x^2	p
	f	%	*f*	%	LI	LS		
Alguna vez en la vida								
Obrero	214	93.0	16	7.0	89.6	96.5	0.645	0.422
Empleado	36	92.3	3	7.7	82.1	100.0		
En el último año								
Obrero	208	90.4	22	9.6	86.5	94.3	1.005	0.316
Empleado	31	79.5	8	20.5	66.7	92.3		
En el último mes								
Obrero	180	78.3	50	21.7	72.6	83.0	4.547	0.033
Empleado	25	64.1	14	35.9	48.7	79.4		
En los últimos 7 días								
Obrero	78	33.9	152	66.1	28.3	40.0	0.018	0.893
Empleado	14	35.9	25	64.1	20.5	51.3		

Nota: f= frecuencia, %= porcentaje, *IC*= Intervalo de Confianza, *LI*= Límite inferior, *LS*= Limite Superior, *n*= 269

La tabla 33 muestra los resultados de las prevalencias de consumo de alcohol por ocupación, en la que se encontró con respecto a la ocupación, los resultados mostraron que el haber consumido alcohol alguna vez en la vida, el porcentaje de consumo fue mayor en los obreros con 93.0%, IC 95% [89.6-96.5] y los empleados con 92.3%, (IC 95% [82.1-100]). Por su parte los obreros presentaron mayor consumo de alcohol en el último año con un 90.4%, (IC 95% [86.5-94.3]) sobre el 79.5%, (IC 95% [66.7-92.3]), sobre el consumo de alcohol en el último mes, la ocupación que tuvo un mayor consumo fueron los obreros con un 78.3%, (IC 95% [72.6-83.0]) y los empleados con 64.1%, (IC 95% [48.7-79.4]). Por último en el consumo de alcohol en los últimos siete días los empleados manifestaron un ligero incremento sobre su consumo de alcohol sobre los

obreros un 35.9%, (IC 95% [20.5-51.3]), mientras que los obreros si consumieron alcohol con el 33.9%, (IC 95% [28.3-40.0]).

Se aprecia que con respecto a la ocupación si existe diferencia significativa entre el consumo de los obreros con respecto a los empleados únicamente en la prevalencia del último mes.

Para dar respuesta al cuarto objetivo planteado el cual es determinar los tipos de consumo de alcohol en los trabajadores por género, ocupación y antigüedad, se utilizaron proporciones e intervalos de confianza del 95% y tablas de contingencia y prueba de Chi cuadrado Pearson. Los resultados están plasmados en las tablas 34, 35, 36 y 37.

Tabla 34

Tipo de consumo de alcohol de los trabajadores

Tipo de consumo			IC 95%	
	f	%	LI	LS
Consumo sensato	35	14.6	.1013	.1916
Consumo dependiente	168	70.3	.6446	.7613
Consumo dañino	36	15.1	.1050	.1963

Nota: f= frecuencia, %= porcentaje, *IC*= Intervalo de Confianza, *LI*= Límite inferior, *LS*= Limite Superior, *n*= 239

La tabla 34 muestra los tipos de consumo que presentaron los trabajadores de manera general, el 14.6% de los trabajadores presentan un consumo sensato de alcohol, (IC 95% [.1013-.1916]). Con respecto al consumo dependiente el 70.3% de los trabajadores lo presenta, (IC 95% [.6446-.7613]), por último el 15.1% de la población presenta consumo dañino, (IC 95% [.1050-.1963]).

Tabla 35

Tipo de consumo de alcohol por género

Tipo de consumo			IC 95%	
	f	%	LI	LS
Consumo sensato				
Femenino	21	25.0	.1013	.1916
Masculino	14	9.0		
Consumo dependiente				
Femenino	54	64.3	.6446	.7613
Masculino	114	73.5		
Consumo dañino				
Femenino	9	10.7	.1050	.1963
Masculino	27	17.4		

Nota: f= frecuencia, *%*= porcentaje, *IC*= Intervalo de Confianza, *LI*= Límite inferior, *LS*= Limite Superior, *n*= 239

La tabla 35 presenta los tipos de consumo que presentan los trabajadores por género. Las mujeres presenta un consumo sensato con el 25.0%, (IC 95% [.1013-.1916]), mientras que los hombres presentan el 9.0%, (IC 95% [.1013-.1916]). Con respecto al consumo dependiente, el 73.5%, (IC 95% [.6446-.7613]) de los hombres presentan este tipo de consumo y las mujeres el 64.3%, (IC 95% [.6446-.7613]). Con respecto al consumo dañino, las mujeres presentaron 10.7%, (IC 95% [.1050-.1963]) y los hombres 17.4%, (IC 95% [.1050-.1963]). Se encontró diferencia significativa del tipo de consumo de alcohol por género ($\bar{X}$=11.77, p=0.003.

Tabla 36

Tipo de consumo de alcohol por ocupación

Tipo de consumo			IC 95%	
	f	%	LI	LS
Consumo sensato				
Obrero	27	13.0	.1013	.1916
Empleado	8	25.8		

Continuación…

Tipo de consumo			IC 95%	
	f	%	LI	LS
Consumo dependiente				
Obrero	156	75.0	.6446	.7613
Empleado	12	38.7		
Consumo dañino				
Obrero	25	12.0	.1050	.1963
Empleado	11	35.5		

Nota: f= frecuencia, %= porcentaje, *IC*= Intervalo de Confianza, *LI*= Límite inferior, *LS*= Limite Superior, *n*= 239

La tabla 36 presenta los tipos de consumo que presentan los trabajadores por ocupación. Los obreros presenta un consumo sensato con el 13.0%, (IC 95% [.1013-.1916]), mientras que los empleados presentan el 25.8%, (IC 95% [.1013-.1916]). Con respecto al consumo dependiente, los obreros tuvieron un mayor porcentaje con respecto a los empleados, con un 75.0%, (IC 95% [.6446-.7613]) y 38.7%, (IC 95% [.6446-.7613]) respectivamente. En el consumo dañino, los obreros presentaron el 12%, (IC 95% [.1050-.1963]) y los empleados el 35.5%, (IC 95% [.1050-.1963]). De acuerdo a la prueba de Chi cuadrado Pearson se encontró significativa la relación entre los tipos de consumo y la ocupación ($\bar{X}^2$=6.17.947, *p*=0.001).

Tabla 37

Tipo de consumo de alcohol por antigüedad

Tipo de consumo			IC 95%	
	f	%	LI	LS
Consumo sensato				
1-10 años	32	16.1	.1013	.1916
11-20 años	2	6.5		
21-30 años	1	11.1		
Consumo dependiente				
1-10 años	136	68.3	.6446	.7613
11-20 años	25	80.6		

Continuación…

Tipo de consumo			IC 95%	
	f	%	LI	LS
21-30 años	7	77.8		
Consumo dañino				
1-10 años	31	15.6	.1050	.1963
11-20 años	4	12.9		
21-30 años	1	11.1		

Nota: f= frecuencia, %= porcentaje, *IC*= Intervalo de Confianza, *LI*= Límite inferior, *LS*= Limite Superior, *n*= 239

La tabla 37 presenta los tipos de consumo que presentan los trabajadores por antigüedad. Los trabajadores que presentaron consumo sensato mayor fueron los de 1-10 años de antigüedad con el 16.1%, (IC 95% [.1013-.1916]). Los trabajadores que presentaron un mayor consumo dependiente fueron los del grupo de edad de 11-20 años con el 80.6%, (IC 95% [.6446-.7613]). Con respecto al consumo dañino, los trabajadores de 1-10 años tuvieron el mayor porcentaje con 15.6% de consumo de alcohol, (IC 95% [.1050-.1963]). La prueba de Chi cuadrada no mostro diferencias significativas entre el tipo de consumo de alcohol y la antigüedad laboral (p>.05)

Tabla 38

Coeficiente de Correlación de Sperman de expectativas, valores y consumo de alcohol

Variable	1	2	3	4	5	6	7	8
1	1	-.063 0.303	-.088 0.151	-.033 .593	.162* .012	.142* .029	.172** .008	.091 .161
2	-.063 .303	1	.897** .001	.833** .001	-.029 .660	.010 .877	-.202** .002	-.047 .468
3	-.088 .151	.897** .001	1	.606** .001	.003 .965	.005 .934	-.120 .063	-.008 .898
4	-.033 .593	.883** .001	.606** .001	1	-.074 .255	-.003 .963	-.252** .001	-.069 .288
5	.162* .012	-.029 .660	.003 .965	-.074 .255	1	.859** .001	.484** .001	.544** .001
6	.142* .029	.010 .877	.005 .939	-.003 .963	.859** .001	1	.088 .175	.434** .001
7	.172** .008	-.202** .002	-.120 .063	-.252** .001	.484** .001	.088 .175	1	.204** .002
8	.091 .161	-.047 .468	-.008 .898	-.069 .288	.544** .001	.434** .001	.204** .002	1

Nota: valor de *p*= significancia, **p*<.05, ***p*<.01, 1= expectativas positivas hacia el alcohol, 2= valores, 3= terminales, 4= instrumentales, 5= AUDIT, 6= consumo sensato, 7= consumo dependiente, 8= consumo dañino.

En la tabla 38 se presenta las correlaciones entre las variables del estudio, se encontró relación positiva y significativa entre la sumatoria total del AUDIT y los tipos de consumo de alcohol sensato y dependiente. Los valores se relacionaron positiva y significativamente con valores terminales, instrumentales y el tipo de consumo dependiente. La sumatoria del AUDIT se relacionó positiva y significativamente con las expectativas, y los tres tipos de consumo de alcohol.

Tabla 39

Coeficiente de Correlación de Sperman de subescalas de expectativas y consumo de alcohol

Variable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	1	.955** .001	.973** .001	.882** .001	.943** .001	.947** .001	.902** .001	.930** .001	.790** .001	.162* .012	.142* .029	.172** .008	.094 .161
2	.955** .001	1	.897** .001	.859** .001	.895** .001	.902** .001	.865** .001	.861** .001	.736** .001	.137* .035	.142* .028	.134* .039	.079 .226
3	.937** .001	.897** .001	1	.835** .001	.877** .001	.902** .001	.841** .001	.887** .001	.707** .001	.155* .016	.154* .017	.154* .017	.092 .156
4	.882** .001	.859** .001	.835** .001	1	.809** .001	.847** .001	.830** .001	.792** .001	.765** .001	.107 .098	.142* .028	.053 .413	.118 .070
5	.943** .001	.895** .001	.877** .001	.809** .001	1	.878** .001	.858** .001	.866** .001	.716** .001	.145* .025	.140* .030	.142* .028	.052 .425
6	.947** .001	.902** .001	.902** .001	.847** .001	.878** .001	1	.876** .001	.857** .001	.737** .001	.176** .006	.168** .009	.125 .054	.156* .016
7	.902** .001	.865** .001	.841** .001	.830** .001	.858** .001	.876** .001	1	.802** .001	.695** .001	.137* .034	.155* .016	.042* .028	.137* .035
8	.930** .001	.861** .001	.887** .001	.792** .001	.866** .001	.857** .001	.802** .001	1	.724** .001	.121 .062	.073 .259	.218** .001	.021 .742
9	.790** .001	.736** .001	.707** .001	.765** .001	.716** .001	.737** .001	.695** .001	.724** .001	1	.080 .217	.079 .225	.134* .039	.074 .254
10	.162* .012	.137* .035	.155* .016	.107 .098	.145* .025	.176** .006	.137* .034	.121 .062	.080 .217	1	.859** .001	484** .001	.544** 0.001
11	.142* .029	.142* .028	.154* .017	.142* .028	.140* .030	.168** .009	.155* .016	.073 .259	.079 .225	.859** .001	1	.088 .175	.434** .001
12	.172** .008	.134* .039	.154* .017	.053 .413	.142* .028	.125 .054	.042 .516	.218** .001	.134* .039	.484** .001	.088 .175	1	.204** .002
13	.091 .161	.079 .226	.092 .156	.118 .070	.052 .425	.156* .016	.137* .035	.021 .742	.074 .254	.544** .001	.434** .001	.204** .002	1

Nota: valor de *p*= significancia, **p*<.05, ***p*<.01, 1= expectativas, 2= facilitador, 3= expresividad, 4= desinhibición, 5= sexualidad, 6= tensión psicológica, 7= tensión física, 8= agresividad, 9= cambios psicofisiológicos, 10= AUDIT, 11=sensato, 12= dependiente, 13= dañino.

Tabla 40

Coeficiente de Correlación de Sperman de valores, valores terminales, valores instrumentales y consumo de alcohol

Variable	1	2	3	4	5	6	7
1	1	.897** .001	.883** .001	-.029 .660	.010 .877	-.202** .002	-.047 .468
2	.897** .001	1	.606** .001	.003 .965	.005 .939	-.120 .063	-.008 .898
3	.883** .001	.606** .001	1	-.074 .255	_.003 .963	-.253** .001	-.069 .288
4	-.029 .660	.003 .965	-.074 .255	1	.859** .001	.484** .001	.544** .001
5	.010 .877	.005 .939	-.003 .963	.859** .001	1	.088 .175	.434** .001
6	-.202** .002	-.120 .063	-.252** .001	.484** .001	.088 .175	1	.204** .002
7	-.047 .468	-.008 .898	-.069 .288	.544** .001	.434** .001	.204** .002	1

Nota: valor de *p*= significancia, **p*<.05, ***p*<.01, 1= valores, 2= valores terminales, 3= valores instrumentales, 4= AUDIT, 5= consumo sensato, 6= consumo dependiente, 7= consumo dañino.

En la tabla 40, se muestra la Correlación de Sperman entre valores, valores terminales, valores instrumentales y tipos de consumo de alcohol. Se encontró relación positiva y significativa entre los valores, valores instrumentales y terminales. De manera contraria se encontró relación negativa y significativa de los valores de manera general con el tipo de consumo dependiente.

Tabla 41

Coeficiente de Correlación de Sperman de dominios de valores y consumo de alcohol

Variable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	1	.577** .001	.703** .001	.614** .001	.644** .001	.478** .001	.414** .001	.728** .001	.609** .001	.706** .001	-.023 .720	.041 .529	-.251** .001	.018 .786
2	.577** .001	1	.697** .001	.611** .001	.634** .001	.454** .001	.406** .001	.673** .001	.419** .001	.578** .001	-.134* .039	-.075 .251	-.220** .001	-.046 .480
3	.703** .001	.697** .001	1	.665** .001	.734** .001	.563** .001	.567** .001	.750** .001	.578** .001	.688** .001	-.039 .543	.029 .658	-.247** .001	-.037 .565
4	.614** .001	.611** .001	.665** .001	1	.684** .001	.614** .001	.508** .001	.626** .001	.513** .001	.698** .001	-.039 .543	-.021 .749	-.143* .028	-.078 .230
5	.644** .001	.634** .001	.734** .001	.684** .001	1	.557** .001	.485** .001	.686** .001	.622** .001	.650** .001	.053 .417	.066 .311	-.167** .010	.061 .344
6	.478** .001	.454** .001	.563** .001	.614** .001	.557** .001	1	.523** .001	.528** .001	.653** .001	.665** .001	-.067 .300	-.068 .292	-.076 .244	-.004 .956
7	.414** .001	.406** .001	.567** .001	.508** .001	.485** .001	.523** .001	1	.531** .001	.452** .001	.581** .001	.037 .628	.046 .480	-.088 .174	-.035 .595
8	.728** .001	.673** .001	.750** .001	.626** .001	.686** .001	.528** .001	.531** .001	1	.529** .001	.645** .001	-.043 .506	-.012 .858	-.238** .001	-.006 .928
9	.609** .001	.419** .001	.578** .001	.513** .001	.622** .001	.653** .001	.452** .001	.528** .001	1	.657** .001	-.033 .615	-.026 .693	-.089 .169	.039 .546
10	.706** .001	.578** .001	.688** .001	.698** .001	.650** .001	.665** .001	.581** .001	.645** .001	.657** .001	1	-.021 .744	.009 .888	-.129* .047	-.098 .133
11	-.023 .720	-.134* .039	-.039 .552	-.039 .552	.053 .417	-.067 .300	.031 .628	-.043 .506	-.033 .615	-.021 .744	1	.859** .001	.484** .001	.544** .001
12	.041 .529	-.075 .251	.029 .658	.029 .658	.066 .311	-.068 .292	.046 .480	-.012 .858	-.026 .693	.009 .888	.859** .001	1	.088 .175	.434** .001
13	-.251** .001	-.220** .001	-.247** .001	-.247** .001	-.167** .010	-.076 .244	-.088 .174	-.238** .001	-.089 .169	-.129* .047	.484** .001	.088 .175	1	.204** .002
14	.018 .786	-.046 .480	-.037 .565	-.037 .565	.061 .344	-.004 .956	-.035 .595	-.006 .928	.039 .546	-.098 .133	.544** .001	.434** .001	.204** .002	1

Nota: valor de *p*= significancia, **p*<.05, ***p*<.01, 1= conformidad, 2= tradición, 3= benevolencia, 4= universalidad, 5=individualismo, 6= estimulación, 7= hedonismo, 8= logro, 9= poder, 10= seguridad, 11= AUDIT, 12= consumo sensato, 13= consumo dependiente, 14= consumo dañino.

En la tabla 41, se muestra el Coeficiente de Correlación de Sperman de dominios de valores y consumo de alcohol. Se encontró que todos los dominios se relación positiva y significativamente entre ellos. El dominio de tradición se relacionó negativa y significativamente con el AUDIT y con el consumo dependiente. Los dominios de conformidad, benevolencia, universalidad, individualismo, logro y seguridad se relacionaron negativa y significativamente con el consumo dependiente.

Capítulo IV

Discusión

En el presente estudio fue factible la aplicación empírica de los conceptos, expectativas del consumo de alcohol (Goldman et al., 1987), valores (Schwartz, 1999), prevalencia de consumo de alcohol (SS, 2014), (CONADIC, 2011) y los tipos consumo de alcohol (De la Fuente & Kershenobich, 1992). El estudio se realizó en una muestra de 269 participantes, trabajadores de una industria manufacturera de vidrio y cerámica de un área urbana del Estado de Nuevo León.

En relación con el perfil sociodemográfico de los participantes, se observa que la media de edad fue de 29.77 años (*DE*=9.64), con respecto al género el 61.7% son del sexo masculino, la escolaridad muestra una media de 9.9 años de estudio (*DE*=2.60). En relación a la ocupación el 85.5% fueron obreros, con una media de antigüedad de 5.8 años (*DE*=5.80), lo cual coincide con algunos estudios realizados en trabajadores de la industria realizados en México y España (Carreño, 2006; Cortaza & Alonso, 2007; Ramírez, Martínez, Asúnsolo, 2011).

Los resultados de este estudio indican de acuerdo al AEQ que las medias de mayor a menor obtenidas fueron en las subescalas; de agresividad y sentimientos de poder, cambios psicofisiológicos, expresividad verbal y el alcohol como facilitador de la interacción. Estos resultados coinciden de alguna manera con lo reportado por Ardilla, & Herrán (2008) y Herrán, & Ardila (2009) en estudios realizados en población adulta.

En base al primer objetivo planteado sobre; identificar las expectativas hacia el alcohol que presentan los trabajadores por género y ocupación, no se encontró diferencia significativa por género (p>0.05) presentando medianas mayores los hombre que en las

mujeres, en la mayoría de las subescalas de las expectativas hacia el alcohol. Esto coincide con Pilatti, Godoy Brussino (2011), en donde encontraron que a la hora de valorar la intención de desarrollar esta conducta, esto es, de tomar alcohol, los factores determinantes son mayores en los hombres. Específicamente, entre las mujeres, la intención de tomar bebidas con alcohol se explica casi en un 40% por la anticipación de un incremento en la sociabilidad y una disminución de en los efectos referidos a la participación en conductas riesgosas y agresivas; y entre los hombres, el 45%. De igual manera coincide con Escamilla (2013) refiere que las mujeres festejan cumpleaños, ascensos o sólo por el gusto de reunirse los fines de semana y es una práctica que se va dando cada vez más por la condición de mujeres trabajadoras que buscan un desestrés, o bien, porque tienen la capacidad económica de hacerlo.

Con respecto a la ocupación todas las subescalas mostraron diferencias significativas ($p<0.05$), obteniendo medianas mayores en los obreros que en los empleados. El hecho de que los obreros presenten mayores medianas puede ser producto de su formación debido a un posible menor conocimiento que tienen sobre los daños provocados por el consumo de alcohol en exceso, otra característica es que probablemente los obreros se encuentran trabajando en puestos de menor jerarquía, situación que requiere un menor compromiso y responsabilidad para cumplir con su trabajo y que tengan una menor conciencia que el consumir alcohol le afecte en sus actividades laborales.

El segundo objetivo que se considero fue describir los valores que tienen los trabajadores por género y ocupación. El Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS) de acuerdo a los índices reportó un promedio de 61.6 (DE = 13.90). Así mismo las medianas de los 57 valores oscilaron entre cuatro y seis, que indican que los trabajadores

consideran los valores como importantes a muy importantes. El promedio de los índices valores instrumentales fue de 62.8 (*DE* = 15.54) y los valores terminales y los valores terminales de 60.5 (*DE*= 14.80). De acuerdo con estos resultados se puede señalar que dada las características propias del ser humano por su edad, actividad laboral y responsabilidad familiar que tienen los trabajadores su prioridad debería ser; logar metas a mediano y largo plazo, situación no observada en el presente estudio ya que los promedios de los valores instrumentales son mayores que los valores terminales, sin embargo son considerados como importantes a muy importantes, resaltando los valores ser responsable, honrar a los padres, ser ambicioso, indulgente consigo mismo y eligiendo mis metas.

Esto concuerda con Rokeach (1979) que señala que los valores instrumentales hacen referencia a los comportamientos que se adoptan para conseguir algún fin, mientras que los valores terminales se refieren a metas que se logran a lo largo de la vida. Estos resultados difieren con lo encontrado por Petit, González & Montiel (2011) y De la Garza (2014), en el cual encontró que los valores priorizados en trabajadores fueron los terminales. Esto podría deberse a que los trabajadores en su mayoría son jóvenes y con promedio de antigüedad de 5.8 años, por lo que probablemente no estén considerando actualmente metas a mediano y largo plazo.

En relación al índice general de valores en general, valores instrumentales y terminales por género y por ocupación de los trabajadores no se encontraron diferencias significativas ($p>0.05$). Sin embargo los valores en los dominios de estimulación y hedonismo mostraron diferencia significativa ($p<0.05$), por ocupación, siendo mayor en los obreros que en los empleados. Estos resultados concuerdan con lo mostrado por Cayón & Pérez (2008), Filippi, Ceballos, Córdoba y Martínez (2007) quienes reportaron

estos mismos dominios en trabajadores de menor rango que los rectores de una universidad de Maracaibo, Venezuela. Esto coincide con Borges (2008), en donde encontró que los trabajadores de bajo nivel educativo, presentaron medias más altas en los dominios de hedonismo, estimulación, religiosidad y conformidad, estos resultados revelaron que, entre las personas de bajo nivel formativo, las diferencias entre tipos de valores pierden en exactitud pero presentan nuevos sentidos. Siguiendo el modelo de Schwartz, establece una relación entre los valores, el desarrollo profesional y la sensibilidad moral. Concluyen que los valores de benevolencia y universalismo influyen en una elevada sensibilidad moral y en un dominio de la ética profesional. Y ocurre exactamente lo contrario con prioridades de poder y hedonismo.

En el tercer objetivo se planteó determinar las prevalencia de consumo de alcohol (global, lápsica, actual e instantánea) en trabajadores por género y ocupación, en este estudio se encontró que casi la totalidad de los participantes consumieron alcohol alguna vez en la vida (masculino 95.2% y femenino 89.3%). Para dar respuesta a este objetivo se identificó primeramente, la edad de inicio de consumo de alcohol fue de 16.62 años (DE=2.34). El promedio de bebidas alcohólicas consumidas en un día típico fue de 5.10 (*DE*= 2.51). En relación con las prevalencias de consumo, la mayor proporción de trabajadores indicaron haber consumido alcohol alguna vez en la vida (92.90%), seguido del consumo en el último año (88.8%), en el último mes (76.2%) y en los últimos siete días (34.2%). Estos hallazgos coinciden con lo reportado por la ENA (2011), Ardila, & Herrán (2008) y Cortaza, & Alonso (2007) quienes reportan edades similares de inicio de consumo de alcohol y prevalencias del consumo de alcohol.

Estos hallazgos posiblemente pueden ser atribuidos a la mercadotecnia, utilizada en campañas de difusión que promocionan las bebidas alcohólicas incitando el uso de

alcohol en las personas sin importar condición social, edad, ocupación o escolaridad, lo que probablemente está influenciando el comportamientos de las prevalencias del consumo de alcohol y que el inicio sea cada vez a más temprana edad en todos los ámbitos.

Con respecto al género se encontró diferencia significativa en las prevalencias de consumo de alcohol del último año, en el último mes y en los últimos siete días, siendo mayor el consumo en el género masculino. Esto coincide con lo reportado por la ENA (2011), Ardila, & Herrán (2008) y Cortaza, & Alonso (2007), donde señalan que la droga de mayor consumo es el alcohol y es mayor su consumo en los hombres con respecto a las mujeres.

Lo anterior puede explicarse considerando las premisas socioculturales, donde es más aceptado el consumo de alcohol en hombres que en mujeres (Alonso et al., 2009), así mismo por la probable asociación de la sustancia como vehículo de socialización, y porque en el género masculino se asocia a este consumo como algunas de las formas de retar lo establecido, en cambio en las mujeres el consumo de alcohol, no es aceptado o estigmatizado por la sociedad (Rodríguez, 2008; Guzmán, 2011).

Se encontró también correlación positiva y significativa entre la edad y la cantidad de consumo de alcohol($p<0.05$), lo que indica que a más edad, mayor es la cantidad de bebidas alcohólicas consumidas por ocasión, esto coincide con lo reportado por la ENA(2011), que muestra que a medida que aumenta la edad se incrementa el consumo de alcohol, probablemente porque el alcohol es considerado socialmente como un vehículo de socialización, y al incrementarse la edad se incrementan las acciones

sociales, los grupos sociales de referencia, también posiblemente influye por la permisibilidad del consumo de alcohol dentro de las familias y en los ámbitos en los que se desenvuelven los trabajadores.

En cuanto a la prevalencias de consumo de alcohol por ocupación se encontró únicamente diferencia significativa en la prevalencia de consumo en el último mes, siendo mayor en los obreros (78.3%) con respecto a los empleados (64.1%). En relación con las prevalencias último año y los últimos siete días no mostraron diferencias significativas, entre los tipos de ocupación. Esta prevalencia de alguna forma concuerda con Carreño et al. (2006), Cortaza, & Alonso (2007) y Ramírez et al., (2011) quienes reportaron que los trabajadores administrativos tienen menor consumo que los trabajadores obreros.

Referente al cuarto objetivo que fue determinar los tipos de consumo de alcohol en los trabajadores por género, ocupación y antigüedad, en este estudio se encontró que el 92.9% de los trabajadores presentan un consumo sensato, el 6.7% consumo dependiente y el 0.4% presento consumo dañino. No se encontró diferencia significativa del tipo de tipo de consumo de alcohol por género ($p>0.05$). Lo cual es contrario a lo reportado por Cortaza & Alonso (2007), en donde encontraron diferencia significativa en la que los hombres presentaron un mayor consumo de alcohol que las mujeres, esto se puede atribuir al tipo de población en la que realizaron este estudio que fue en una industria petroquímica, en donde los hombres predominaban. Con respecto a la ocupación los obreros presentaron diferencia significativa ($p<0.05$) como el consumo sensato fue mayor en los empleados que los obreros (94.7% vs 93.5%) de igual forma en el consumo dependiente (5.3% vs 3.2%) respectivamente. Estos resultados difieren a lo

mostrado por Cortaza & Alonso (2007), una de las razones de esta diferencia pudo haber sido causada por las actividades que les permiten socializar y participar en actividades donde se consume alcohol, otra razón podría ser la retribución económica que reciben la cual es superior a lo que perciben los obreros.

En relación con la antigüedad, no se encontró diferencia significativa con el tipo de consumo de alcohol y la antigüedad (p>0.05).

Y por último en lo concerniente al objetivo número cinco que señala establecer la relación de las expectativas de consumo de alcohol, valores y consumo de alcohol de los trabajadores, los resultados solo mostraron relación positiva y significativa entre el índice general de expectativas con el índice general de valores. El índice general de expectativas-se relacionó de forma negativa y significativa solo con el índice de consumo dependiente. Y el índice general de valores se relacionó de forma negativa y significativa solo con el índice de consumo dependiente.

Conclusiones

Con base a los resultados del estudio se puede concluir que las expectativas en relación con el género; las mujeres presentaron mayores expectativas con respecto a los hombres en la mayoría de las subescalas, con excepción de la subescala cambios psicofisiológicos.

Las expectativas y subescalas hacia el alcohol mostraron diferencias significativas por ocupación, fueron mayores en los obreros con respecto a los empleados.

Respecto a la ocupación, los obreros presentan mayor puntaje solo en los dominios de estimulación y hedonismo con respecto a los empleados.

La mayoría de los participantes consumieron alcohol en el último año (88.8%).

El 76.2% han consumido alcohol en el último mes y el 34.2% en los últimos siete días, siendo mayor el consumo en los hombres que en las mujeres. Las prevalencias de consumo de alcohol fueron mayores en los obreros que en los empleados.

Los tipos de consumo de alcohol que presentan los trabajadores fueron el 92.9% consumo sensato, el 6.7% consumo dependiente y el .4% consumo dañino. El consumo sensato y dependiente fue mayor en los obreros y el consumo dañino solo se presentó en los empleados.

Las mujeres presentaron mayor consumo de tipo sensato, dependiente y dañino. No se encontró diferencia significativa por ocupación y antigüedad.

Las expectativas tienen relación con los valores y estos de forma individual se relacionan con el consumo de alcohol de tipo dependiente.

Recomendaciones

Debido a que el consumo de alcohol fue alto en los trabajadores se recomienda desarrollar programas de prevención secundaria en este grupo vulnerable de la población, los cuales sean enfocados a fortalecer las expectativas negativas hacia el alcohol, los valores en los trabajadores y dar a conocer los riesgos y consecuencias de consumir alcohol. Los cuáles sean integrados durante la capacitación inicial.

Analizar a través de un abordaje cualitativo las expectativas hacia el alcohol y valores sobre el consumo de alcohol en los trabajadores. Con el fin de conocer una aproximación objetiva para conocer el contexto, actitudes y representaciones en torno al

consumo de alcohol. Explorando sobre las motivaciones, temores y mitos que los grupos potencialmente de riesgos, asumen sobre esta sustancia y como estos factores pueden influir en una decisión de consumo. Estos resultados aportarían información relevante, la que deberá ser complementada con estudios de cobertura nacional, a fin diseñar sobre la base de información confiable y validada programas de intervención específicos para abordar integralmente el consumo de alcohol en el país.

Replicar el estudio en la misma población, pero encuestando a los trabajadores fuera de su área de trabajo, para permitirles una mayor confianza al contestar los cuestionarios. Considero que el estar en el área de trabajo se pudieron sentir observados por sus superiores y habiéndose sentido comprometidos a no contestar con tranquilidad y confianza los instrumentos.

Referencias

Ardila, M., & Herrán, O. (2008). Expectativas en el consumo de alcohol en Bucaramanga, Colombia. *Revista Médica de Chile*; 136: 73-82.

Babor, T. F., Higgins-Biddle, J. C., Saunders, J. B., & Monteiro, M.G. (2001). AUDIT The Alcohol Use Disorders Identification Test: Guidelines for Use in Primary Care. (2nd ed.). World Healt Organization, Geneva.

Bardi, A., & Schwartz, S. (2003). Values and Behavior: Strength and Structure of Relations. *Revista Pers Soc Psychol Bull*, *29*, (10), 1207-1220 doi: 10.1177/0146167203254602

Benavides F.G., Ruiz-Flóres N., Delclós J., & Domingo-Salvany A. (2009). Consumo de alcohol y otras drogas en el medio laboral en España. *Revista Gacela Sanitaria*, 27 (3): 248-253.

Borges, L. (2008).Valores humanos en trabajadores de bajo nivel educativo en Natal. *Revista de Psicología Social: International*, 23(3), 22-33.

Brown, S., Goldman, M., Inn, A., & Anderson, L. (1980). Expectactions of reinforcement from alcohol their domain and relation to drinking patterns. *Journal Consult Clin Psychology,* 48, 419-26.

Brown, S., Goldman, M., & Christiansen, S. (1980). Expectactions of reinforcement from alcohol their domain and relation to drinking patterns. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 55, 199-234.

Burns, N., & Grove, S.K. (2004). Investigación en Enfermería. (3ª ed.) Barcelona, España: Elsevier España.

Campa T, & Robazzi, M. (2005) Consumo de alcohol en trabajadores de una industria en Monterrey, México. *Revista Latino-am Enfermagem 13*, 19-26.

Carreño, S., Medina-Mora, M., Martínez, N., Juárez, F., & Vázquez, L. (2006). Características organizacionales, estrés y consumo de alcohol en trabajadores de una empresa textil mexicana. *Revista de Salud Mental*, *29* (4); 63-70.

Caswell, A., Morgan, M., Duka, T. (2013). Acute alcohol effects on subtypes of impulsivity and the role of alcohol-outcome expectancies. *Journal Psychopharmacology*, 229:21–30. doi:10.1007/s00213-013-3079-8.

Cayón, A., & Pérez, E. (2008). Estructura de Valores de Schwartz en el personal directivo universitario privado. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, *10*,(3); 403-417.

Christiansen, B. A., & Goldman, M. S. (1987). Alcohol-related expectancies versus demographic background variables in the prediction of adolescent drinking. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51, 249-257.

Cortaza, L., & Alonso, M. (2007). Afecto y consumo de alcohol en trabajadores de la industria petroquímica del sur de Veracruz, México. *Revista Electrónica en Salud Mental, Alcohol y Drogas,* 3(1), 56-62.

De la Fuente J, & Kershenobich D. (1992). El alcoholismo como problema médico. *Revista Médica UNAM*; *35* (2):47-51.

De la Garza, L. (2014). *Perfil de valores y consumo de alcohol y tabaco en jóvenes universitarios.* (Tesis de maestría inédita). Universidad Autónoma de Nuevo León, México.

Escamilla (2013). Aumenta en Chiapas consumo de alcohol en mujeres. Péndulo de Chiapas. México.

Filippi, G., Ceballos, S., Córdoba, E., & Martínez, A. (2007). Perfiles de valores según puestos y ocupaciones. *XIV Jornadas de Investigación y Tercer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur*.

Fromme, K., Stroot, E., & Kaplan, D. (1993). Comprehensive effects of alcohol: Development and psychometric assessment of a new expectancy questionnaire. *Psychological Assessment*, *5* (1), 19-26.

García, J., López, C., & Quiles, M. (2006). Consumo de alcohol, actitudes y valores en una muestra de estudiantes universitarios de la provincia de Alicante. *Revista Salud y drogas, 6* (2), 78-88.

Gutiérrez, D., & Hernández, E. (2008). Implicación de los valores éticos y morales en el enfrentamiento de las adicciones en jóvenes. *Revista Cubana Salud Publica*, *34* (4), 2-10.

Guzmán F. F., Ramos L. S., Alonso C. M., Esparza A.E., López G. K. & Ibarra G. C. (2011). Depression and psychoactive substances consumption in Mexican college undergraduates. *Revista de Investigación y Educación en Enfermeía. 29* (3), 442-450.

Goldman, S., Del Boca,K., & Darles J. (1999). Alcohol expectancy theory: The application of cognitive neuroscience. Leonard KE, Blane HT (Editors). Psychological theories of drinking and alcoholism. Second Edition. New York: Guilford Press, 9: 203-46.

Goldman, S. (1993). Alcohol related expectancies versus demographic background variables in the prediction of adolescent drinking. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, *17*, 191-234.

Herrán, O., & Ardila, M. (2009). Expectancies toward the intake of alcohol in young adults of Bucaramanga, Colombia, 2005. *Revista Colombia médica*, *40* (3); 282-291.

Informe Mundial de Situación sobre Alcohol y Salud 2014. Recuperado de http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs349/es/

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Encuesta Nacional de Ocupación y empleo (ENOE, 2015). Recuperado de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/regulares/enoe/

Instituto Nacional sobre el Abuso de Alcohol y Alcoholismo [NIAAA]. Recuperado en línea 12 de abril de 2015 en: www.niaaa.com/alcohol

Jacob Cohen. (1988). Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences. *Second Edition.*

Kenneth E., & Howard, T. (1999) *Psychological Theories of drinking and alcoholism. Alcohol Expentancy Theory: The Application of Cognitive Neuroscience*. 2 ed (6) 203- 239.

Londoño C, García W, Valencia S, & Vinaccia S. (2005). Expectativas frente al consumo de alcohol en jóvenes universitarios colombianos. *Revista de Psicología, 21(2):259-67.*

McCarthy, J., McPhail, C. & Smith, J. (1996). "Images of Protest: Estimating Selection Bias in Media Coverage of Washington Demonstrations, 1982, 1991." *American Sociological Review, (61)*, 478-499.

Megías, E., Elzo, J., Rodríguez., & Navarro, J. (2006). Jóvenes, Valores y Drogas. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción. Madrid, España.

Méndez, M. (2013). *Valores, percepción de riesgo y su relación con el consumo de tabaco y alcohol en adolescentes de preparatoria*. (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Nuevo León, México.

Merrill, J., Wardell J., & Read J. (2009). Is expectancy reality? Associations between tension reduction beliefs and mood following alcohol consumption. *Revista Expectancy Clinical Psychopharmacol*, 17(6):434–444.

Mora J, & Natera G. (2001) Expectativas, consumo de alcohol y problemas asociados en estudiantes universitarios de la ciudad de México. *Revista Salud Pública Mexicana*, (*43)*, 89-96.

Moreschi G. (2014). Que de decís. Revista Mia. *1* (15); 27-29.

Moreno, J. (2005). Valores, actitudes hacia el alcohol y consumo en adolescentes varones. *Revista de Filosofía y Psicología*. *1*(13), 195-211.

Ochoa, E., & Madoz, A. (2008). Consumo de alcohol y otras drogas en el medio laboral. *Revista Médica de Seguridad en el Trabajo*, *54*, (213); 25-32.

Organización Mundial de la Salud (2014) Recuperado en: http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs349/es

Pedrero P. E., Rojo. M. G., & Puerta G. C., (2009). Valores sociales y adicción a la cocaína: diferencias entre adictos en tratamiento y población no clínica. *Revista española de drogodependencias*, *34* (2), 167-185.

Petit, M., González, M., & Montiel, M. (2011). Aproximación al perfil del estudiante trabajador de la Universidad del Zulia. *Revista Salud de los trabajadores*, *19* (1); 17-32.

Pilatti, A., Godoy, J., & Brussino, S. (2011). Expectativas hacia el alcohol y consumo de alcohol en niños y adolescentes de Argentina. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, *11*, (1); 12-32.

Polit, D., & Hungler, B. (1999). Investigación cientifica en ciencias de la salud.(6°ed.). McGraw-Hill Interamenricana.

Ramírez, D., Martínez, K., & Asúnsolo, A. (2011). Abuso de alcohol en el medio laboral, factores de riesgo para el consumo, e instrumentos de valoración aplicables en la vigilancia de la salud. *Revista Medicina y seguridad del trabajo*, *57* (224), 190-209.

Ramírez S. L., & Musitu. O.G., (2008). Relaciones entre los recursos y el consumo de alcohol y tabaco en adolescentes. *Revista española de drogodependencias. 31*(1), 53-66.

Rodríguez, L. (2012). *Valores terminales, valores instrumentales y consumo de alcohol y tabaco en estudiantes de preparatoria*. (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Nuevo León, México.

Rokeach, M. (1973). The nature of human values. New York.

Rokeach, M. (1979). Understanding human values. Individual and societal. Nueva York.

Rotter, J. B. (1954). Social learning and clinical psychology. New York: Prentice-Hall.

Schwartz, S.H., Bilsky, W. (1987). Towards a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*. 53, 550-562.

Secretaría de Salud y Asistencia (1987). Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Investigación para la Salud. Recuperado el 30 de enero 2014, de http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/rlgsmis.html.

Secretaria de Salud (MX) Comisión Nacional Contra las Adicciones: Sistema Nacional de Información. México (DF): CONADIC- SS; 2011 c. 2011 [Acceso 10 de Septiembre 2014]. Encuesta Nacional de Adicciones 2011 (ENA); Recuperado en: www.conadic.salud.gob.mx/pie/basedatos_ena2011.html

Vargas, J., Moreno, E., Alonso, M. (2005).Patrones de consumo de alcohol en trabajadores industriales Mexicanos. *Revista International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 5 (2), 113-124.

Young, Rand, West, P. (2010.) Do ¨good values¨ lead to ¨good¨ health behaviours? Longitudinal associations between young people's values and later substance-use. *BMC Public Health,* 10-165.

Apéndices

Apéndice A

Cédula de Datos Sociodemográficos e Historial de Consumo de alcohol [CDSYHCA]

Instrucciones

La información que se proporcionará a continuación será completamente anónima y confidencial, ningún compañero o jefe de la empresa la conocerá. Todas las respuestas son importantes, ninguna se considerará correcta o incorrecta y nadie realizará juicio de tus respuestas. Favor de contestar todas las preguntas. Por favor marca con una X la respuesta que más se apegue a tu realidad o contesta lo que se te pide.

2. Datos personales

Género	Femenino	( )	Masculino	( )
Edad		( ) años		
Estado civil	Soltero(a)	( )	Casado (a)	( )
	Unión libre	( )	Viudo (a)	( )
			Separado o divorciado (a)	( )
Escolaridad años		( ) años		
Último grado de escolaridad	Primaria	( )	Secundaria	( )
	C. Técnica	( )	Universidad	( )
Ocupación	Obrero (a)	( )	Empleado (a)	( )
Antigüedad		( ) años		

2. Prevalencias de Consumo de Alcohol

	Alguna vez en la vida		En el último año		En el último mes		En los últimos 7 días	
1. Has consumido Alcohol (cerveza, bebida preparada, vino, vodka, tequila, ron, brandy, mezcal etc.)	Si ( )	No ( )	Si ( )	No ( )	Si ( )	No ( )	Si ( )	No ( )

2. ¿En un día típico (en el que consumes alcohol), cuántas copas o bebidas alcohólicas ingieres (latas o botellas de cerveza, bebidas preparadas, vino, vodka, tequila, ron, brandy, mezcal etc.)? ( ) bebidas
3. Edad de inicio de consumo de alcohol ( ) años

Apéndice B

Cuestionario de Expectativas hacia el Alcohol versión adaptada para adultos (AEQ)

Instrucciones: Por favor conteste cada una de las preguntas de acuerdo con lo que cree acerca del alcohol en este momento y elija la opción (cierto — falso) lo más adecuado a tu respuesta. Si piensa que la oración es cierta o en parte cierta, entonces marque (cierto). Si piensa que la oración es falsa o en parte falsa, entonces marque (falso).

Cuando la oración se refiera a beber alcohol, puede pensar en términos de tomar cualquier bebida alcohólica, tales como cerveza, vino, pulque. Whisky, licor, ron, scotch, voldka, ginebra o cócteles. Aquí no hay respuestas correctas o incorrectas. Lo importante son sus creencias y opiniones personales.

	Cierto	**Falso**
1) El beber me hace sentir acalorado.		
2) La bebida me hace sentir bien.		
3) El alcohol hace a las mujeres más sensuales.		
4) Es más fácil para mí expresar mis sentimientos si tomo unas cuantas copas.		
5) Después de unas cuantas copas me siento más autosuficiente.		
6) Después de unas cuantas copas, no me preocupa lo que otros piensen de mí.		
7) El tomar bebidas alcohólicas me ayuda a relajarme en situaciones sociales.		
8) El beber solo o con otra persona me hace sentir más calmado y sereno.		
9) Después de unas cuantas copas me siento valiente y capaz de pelear.		
10) El beber me puede hacer sentir más satisfecho conmigo mismo.		
11) Hay más compañerismo en un grupo de gente que ha estado bebiendo.		
12) Mis sentimientos de aislamiento y separación disminuyen cuando bebo.		
13) Las mujeres son más amigables cuando han tomado unas cuantas copas.		
14) Soy mejor amante después de unas cuantas copas.		
15) El alcohol disminuye la tensión muscular.		
16) Unas cuantas copas hacen más fácil el hablar con la gente.		
17) Usualmente estoy de mejor ánimo después de unas cuantas copas.		
18) Las mujeres pueden tener orgasmos más fácilmente si han estado bebiendo.		
19) Me siento una persona más generosa y cariñosa después de haber tomado unas copas.		
20) Unas cuantas copas me hacen sentir menos tímido (a).		
21) Si estoy tenso o ansioso, unas cuantas copas me hacen sentir mejor.		
22) Si siento miedo, el alcohol disminuye mis temores.		
23) El tener una bebida en la mano me hace sentir más seguro en una situación.		

24) El alcohol puede servir de anestesia, esto es puede aliviar el dolor.		
25) Me gusta tener relaciones sexuales si he bebido algo de alcohol.		
26) Me siento más masculino/ femenina después de unas cuantas copas.		
27) A veces cuando bebo solo o con otra persona, es más fácil sentirme cómodo y romántico.		
28) Me siento más despreocupado cuando bebo.		
29) El beber hace que las reuniones sean más divertidas.		
30) El alcohol hace que se olviden más fácilmente los malos sentimientos.		
31) Después de beber unas copas me siento excitado(a) sexualmente.		
32) Si tengo frio el beber unas copas me proporciona calor.		
33) Puedo alegar o discutir algo con más fuerza después de una o dos copas.		
34) Unas cuantas copas me hacen más sociable.		
35) Una o dos copas hacen que mi lado bromista sobresalga.		
36) El beber me hace más franco (a) y terco (a).		
37) Tiendo a ser menos crítico de mi persona cuando tomo algo de alcohol.		
38) Encuentro que es más fácil platicar con personas dc sexo opuesto después de haber tomado.		
39) El beber me hace sentir sonrojado(a) y acalorado(a).		
40) Es más fácil recordar historias chistosas o bromas si he estado bebiendo.		
41) Después de unas copas, soy menos sumiso hacia las personas que tienen posiciones de autoridad.		
42) El alcohol me hace más platicador (a).		
43) Los hombres pueden tener orgasmos más fácilmente si han tomado.		
44) El alcohol me permite divertirme más en las fiestas.		
45) El tomar hace que las personas se relajan más en situaciones sociales.		
46) El alcohol me ayuda a dormir mejor.		
47) Después de unas copas, los dolores musculares no me molestan tanto.		
48) El alcohol me hace preocuparme menos.		
49) El alcohol hace más fácil el actuar impulsivamente o tomar decisiones más rápidamente.		
50) Una o dos copas me relajan para que no me sienta apresurado(a) o presionado(a) por el tiempo.		
51) Las cosas parecen ser más chistosas cuando he estado bebiendo, al menos me rio más.		

Apéndice C

Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS)

Instrucciones: A continuación se presentan listados de valores, dentro del paréntesis se encuentra una explicación que le puede ayudar a entender su significado. Marcar con una *X* tu respuesta en los espacios que se encuentran ubicados frente a cada valor, se considera desde el No. 1 "No Importante" hasta el No. 7 "De Suprema Importancia"

Valores (Terminales e Instrumentales)	**No Importante**		**Importante**		**Muy Importante**		**De Suprema Importancia**
	1	2	3	4	5	6	7
1.- Igualdad (Iguales Oportunidades para todos)							
2.- Armonía Interna (Estar en paz conmigo mismo)							
3.- Poder social (Tener control sobre los demás)							
4.- Placer (Gratificación de Deseos)							
5.- Libertad (Libertad de Acción y pensamiento)							
6.- Vida espiritual (Énfasis en los espiritual, no en lo material)							
7.- Sentido de pertenencia (Sentimiento de ser parte de algo)							
8.- Orden social (Estabilidad en la sociedad)							
9.- Una vida excitante (Tener experiencias estimulantes)							
10.- Dar significado a mi vida (Una meta en la vida)							
11.- Buenos modales (Cortesía, buenos comportamientos)							
12.- Riqueza (Posesiones materiales, dinero)							
13.- Seguridad nacional (Proteger mi nación de sus enemigos)							
14.- Autorespeto (Creer en mi propio valor personal)							
15.- Reciprocidad de valores (Evitar deber favores a otros)							
16.- Creatividad (Originalidad, Imaginación)							
17.- Un mundo de paz (Libre de guerras y conflictos)							
18.- Respeto por la tradición (mantener tus costumbres)							
19.- Amor maduro (Afecto, cariño por mi novia, amigos)							
20.- Autodisciplina (ponerme metas y cumplir con ellas)							
21.- Despreocupación (No atender demasiado a las cosas materiales como riquezas, el ser elegante)							
22.- Seguridad familiar (Proteger a las personas amadas)							

23.- Reconocimiento social (Aprobación de los demás)							
24.- Unión con la naturaleza (Integrarse al medio ambiente)							
25.- Una vida variada (Vida de retos, novedades, cambios)							
26.- Sabiduría (Comprensión madura de la vida)							
27.- Autoridad (Tener el mando, dirigir)							
28.- Amistad verdadera (Amigos cercanos que me apoyen)							
29.- Un mundo de belleza (Belleza en el medio ambiente)							
30.- Justicia social (Tratar a la gente con igualdad)							
31.- Independiente (Ser autosuficiente)							
32.- Moderado (Evitar los sentimientos y acciones extremas)							
33.- Leal (Fiel a mi amigo, familia)							
34.- Ambicioso (Trabajador con aspiraciones)							
35.- Mente abierta (Tolerante con las ideas de las personas)							
36.- Humilde (Ser modesto)							
37.- Atrevido (En busca de aventuras y riesgo)							
38.- Protector del medio ambiente (Defender la naturaleza)							
39.- Influyente (Tener prestigio ante la sociedad)							
40.- Honrar a los padres (Mostrarles respeto)							
41.- Eligiendo mis metas (Seleccionar mis propios objetivos)							
42.- Sano (No estar enfermo física o mentalmente)							
43.- Capaz (Competente, efectivo, eficiente)							
44.- Aceptar mi parte en la vida (Reconocer y aceptar mi responsabilidad en la vida)							
45.- Honesto (Honrado, sincero)							
46.- Conservar mi imagen pública (protegiendo mi imagen)							
47.- Responsable (Cumplidor de los deberes y obligaciones)							
48.- Inteligente (Lógico, pensador)							
49.- Que ayuda (Trabajar por el bienestar de los demás)							
50.- Goza de la vida (Disfrutar de la comida, de la familia, la escuela, de los amigos)							
51.- Devoto (Manteniendo creencias y fe religiosas)							
52.- Confiable (Discreto, honrado, fiable)							

53.- Curioso (Interesado por todo)							
54.- No rencoroso (Dispuesto a perdonar a los demás)							
55.- Exitoso (Conseguir metas)							
56.- Limpio (Ordenado, aseado)							
57.- Indulgente conmigo mismo (Me permito placeres)							

Apéndice D

Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol (AUDIT)

Instrucciones: el siguiente cuestionario contiene preguntas sobre el consumo de alcohol. Toda la información que usted proporcione es confidencial, subraye la opción que se apegue más a su realidad.

1. ¿Con que frecuencia ingiere bebidas alcohólicas (cerveza, bebidas preparadas, vino, vodka, tequila, ron, brandy, etc.)? (0) Nunca (1) Una o menos veces al mes (2) De 2 a 4 veces al mes (3) De 2 a 3 veces a la semana (4) 4 o más veces a la semana	6. Durante el último año ¿Con que frecuencia bebió por la mañana después de haber bebido el día anterior? (0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario
2. ¿Cuántas cervezas o copas de bebidas alcohólicas suele (acostumbra) tomar en un día típico de los que bebe? (0) 1 o 2 (1) 3 o 4 (2) 5 o 6 (3) 7 a 9 (4) 10 o más	7. Durante el último año ¿Con que frecuencia sintió remordimiento o se sintió culpable después de haber bebido? (0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario
3. ¿Con que frecuencia bebe 6 o más bebidas alcohólicas por ocasión? (0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario	8. Durante el último año ¿Con que frecuencia no puedo recordar lo que sucedió o algo de lo que pasó cuando estaba bebiendo? (0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario
4. Durante el último año ¿Con que frecuencia no pudo para de beber una vez había empezado? (0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario	9. ¿Se ha lastimado o alguien ha resultado lastimado como consecuencia de su ingesta de alcohol? (0) No (2) Sí, pero no en el curso del último año (4) Sí, el último año
5. Durante el último año ¿Con que frecuencia dejó de hacer algo que debía haber hecho por beber? (0) Nunca (1) Menos de una vez al mes (2) Mensualmente (3) Semanalmente (4) A diario o casi a diario	10. ¿Algún familiar., amigo, médico o profesional de la salud ha mostrado preocupación por su forma de beber o le han sugerido que baje su consumo de alcohol? (0) No (2) Sí, pero no en el curso del último año (4) Si, el último año

Apéndice E

Consentimiento Informado

Universidad Autónoma de Nuevo León

Facultad de Enfermería

Subdirección de Posgrado e Investigación

Título del Proyecto: Expectativas, Valores y Consumo de alcohol en Trabajadores de una industria

Autor del estudio: Lic. Cynthia Guadalupe Barrón Gutiérrez

Director de Tesis: MSP. Lucio Rodríguez Aguilar

Prólogo:

Estamos interesados en conocer algunos aspectos relacionados con el uso de alcohol en trabajadores. El presente estudio se realiza como requisito parcial para obtener el grado de maestría. Por lo cual, te invitamos a participar en este estudio. Antes de que proporcione su firma en este consentimiento para participar, se le dará a conocer el propósito del estudio.

Propósito del Estudio:

El propósito de este estudio es conocer las expectativas hacia el consumo de alcohol, Valores y el Consumo de alcohol en trabajadores. La información que proporcione será confidencial y anónima.

Descripción del estudio/procedimiento:

Posterior a la autorización de su consentimiento informado

- Tendrá la libertad de retirar su participación en cualquier momento que usted lo decida y en caso de que deje de participar, no tendrá ningún perjuicio en su trabajo.
- Se le aplicará tres cuestionarios, en las mismas instalaciones donde labora, para lo cual se destinará un horario específico que no interrumpa con su horario laboral, cuidando en todo momento su privacidad y anonimato.

Riesgos e inquietudes:

No existe ningún físico relacionado con su participación en el estudio, cabe mencionar que existe la posibilidad de que usted en algún momento pueda sentirse

intimidado por el tipo de preguntas, por lo que existe un riesgo mínimo relacionado con su participación. Si usted se siente indispuesto o no desea seguir participando, puede retirarse en el momento que usted lo decida.

Beneficios esperados:

No hay ningún beneficio personal en la participación en este estudio, sin embargo en un futuro con los resultados encontrados, podrán ser la base para el diseño de programas de prevención para el beneficio de los trabajadores.

Autorización para uso y distribución de la información para la investigación:

Las únicas personas que sabrán que está participando en este estudio serán usted y los responsables del mismo. Ninguna información proporcionada por usted durante la aplicación de los cuestionarios será proporcionada a otros. Los resultados encontrados serán publicados de manera general en artículos de investigación, nunca se presentará información personalizada de usted. Recuerde que la información que proporcione será completamente anónima y confidencial.

Preguntas:

Si tiene alguna pregunta sobre los derechos como participante en este estudio, por favor comuníquese con la Comisión de Ética de la Facultad de Enfermería [FAEN] de la Universidad Autónoma de Nuevo León [UANL], al teléfono 83 48 18 47, en horario de 9 a 14 horas, Dirección Avenida Gonzalitos 1500 Norte, Colonia Mitras Centro.

Consentimiento:

Yo voluntariamente autorizo participar en este estudio y que se colecte información sobre mi persona. Yo he leído esta información y se han respondido todas mis preguntas. Aunque estoy aceptando mi participación en el estudio, no estoy renunciando a ningún derecho.

Firma del trabajador _____ Fecha _____

Firma del testigo (1) _____ Fecha _____

Firma del testigo (2) _____ Fecha _____

Firma del Investigador Principal _____ Fecha _____

Apéndice F

Oficio de Solicitud de Permiso a la Industria

UANL FAEN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN ☐ FACULTAD DE ENFERMERÍA / Secretaría de Investigación

SI-220/2015

LIC. ANGEL GERARDO GARZA GUTIÉRREZ
Jefe de Administración de Personal
Crisa Libbey Mexico
Presente.-

Por medio de la presente reciba un cordial saludo, asimismo me permito solicitar a Usted de la manera más atenta su autorización para que la estudiante **LIC. CYNTHIA GUADALUPE BARRÓN GUTIÉRREZ** quien cursa el **Programa de Maestría en Ciencias de Enfermería** que se oferta en esta Facultad, pueda recolectar datos para su estudio de tesis titulado **"Expectativas, Valores y Consumo de Alcohol en Trabajadores".** De ser favorecida con esta petición el estudio consistirá en la aplicación de los siguientes instrumentos: 1) La Cédula de Datos Sociodemográficos e Historial de Consumo de alcohol (CDSYHCA) 2) Cuestionario de Expectativas hacia el alcohol (AEQ) 3) Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS) 4) Cuestionario para la Identificación de los Trastornos debido al Consumo de Alcohol (AUDIT) a 27 empleados y 247 obreros que asistan a la institución que Usted dignamente dirige. Asimismo, me permito hacer de su conocimiento que dicho proyecto fue revisado y aprobado por los Comités de Investigación y Ética en Investigación de esta Facultad el día 8 de Mayo del presente. Dicho trabajo está registrado bajo esta Secretaría con el número **FAEN-M-1169**.

Agradezco las atenciones que se sirva brindar a la presente y en espera de una respuesta favorable a esta solicitud, aprovecho la oportunidad para reiterarle mi más atenta y distinguida consideración.

13-05-2015

Atentamente,
"Alere Flammam Veritatis"
Monterrey Nuevo León, 11 de Mayo de 2015

SECRETARIA DE INVESTIGACION

DRA. MARÍA GUADALUPE MORENO MONSIVÁIS
Secretario de Investigación

Visión 2020 UANL
"Educación de clase mundial, un compromiso social"

1915 2015 CENTENARIO FAEN UANL

Ave. Gonzalitos No. 1500 nte. C.P., 64460
Monterrey, Nuevo León, México
Tel. 83488943