

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ENFERMERÍA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



MOTIVACIONES PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL
Y CONSUMO DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS QUE ESTUDIAN
Y QUE ESTUDIAN Y TRABAJAN

Por

LIC. DARIELA ALEJANDRA PUEBLA ALMAGUER

Como requisito parcial para obtener el grado de
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE ENFERMERÍA
Con Énfasis en Salud Comunitaria

JULIO, 2007

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ENFERMERÍA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



MOTIVACIONES PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL
Y CO
Y CONSUMO DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS QUE ESTUDIAN
Y QUE ESTUDIAN Y TRABAJAN

Por

LIC. DARIELA ALEJANDRA PUEBLA ALMAGUER

Director de Tesis

MCE. SANTIAGA E. ESPARZA ALMANZA

Como requisito parcial para obtener el grado de
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE ENFERMERÍA
Con Énfasis en Salud Comunitaria

JULIO, 2007

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ENFERMERÍA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



MOTIVACIONES PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL
Y CONSUMO DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS QUE ESTUDIAN
Y QUE ESTUDIAN Y TRABAJAN

Por

LIC. DARIELA ALEJANDRA PUEBLA ALMAGUER

Asesor Estadístico

MARCO VINICIO GÓMEZ MEZA, PhD

Como requisito parcial para obtener el grado de
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE ENFERMERÍA
Con Énfasis en Salud Comunitaria

JULIO, 2007

MOTIVACIONES PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL
Y CONSUMO DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS QUE ESTUDIAN
Y QUE ESTUDIAN Y TRABAJAN

Aprobación de Tesis



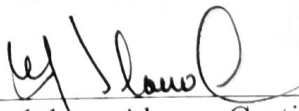
MCE. Santiago E. Esparza Almanza
Director de Tesis



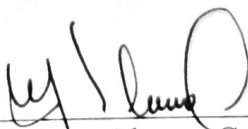
MCE. Santiago E. Esparza Almanza
Presidente



Dra. Bertha Alicia Alonso Castillo
Secretario



MSP. María Magdalena Alonso Castillo
Vocal



MSP. María Magdalena Alonso Castillo
Subdirector de Posgrado e Investigación

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo brindado para realizar mis estudios de Maestría en Ciencias de Enfermería.

A la Escuela de Licenciatura en Enfermería de la Universidad Autónoma de Coahuila, por haberme postulado para realizar mis estudios de posgrado.

A la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, así como a la MSP. María Magdalena Alonso Castillo, Subdirectora de Posgrado e Investigación, por brindarme la oportunidad de seguir creciendo profesionalmente.

A mi director de tesis la MCE. Santiago E. Esparza Almanza, por compartir sus conocimientos y experiencia para la realización del presente estudio.

A los maestros, gracias por contribuir en mi formación profesional.

A los directivos de las universidades participantes en el estudio y a los participantes, por su colaboración y por las facilidades otorgadas para llevar a cabo la presente investigación.

Dedicatoria

A Dios, por darme salud y por todas las bendiciones que me permiten seguir adelante día a día.

A mis padres Arturo Puebla Corona y Marina Almaguer Flores, por el apoyo incondicional.

A mis hermanas, Carolina, Cecilia y Verónica, por estar siempre conmigo en todo momento.

A mis abuelos Florentino Almaguer Solís y Elisa Flores Valdés, quienes son para mi un gran ejemplo de perseverancia y tenacidad.

A mis amigos: Leticia, Gabriela Alejandra, José Ángel, Ramiro, Ismael, Edgar, Javier, Leticia Isabel, Hilda, Juan Antonio y Miguel, gracias por creer en mi y por todas sus palabras de aliento.

A mis amigas y compañeras de la maestría, gracias por todos esos momentos en que nos apoyamos unas a otras.

Tabla de Contenido

Contenido	Página
Capítulo I	
Introducción	1
Marco Conceptual	4
Estudios Relacionados	7
Definición de Términos	13
Objetivos	15
Hipótesis	15
Capítulo II	
Metodología	16
Diseño del Estudio	16
Población	16
Muestreo y Muestra	16
Criterio de Inclusión	17
Instrumentos de Medición	17
Procedimiento de Recolección de Datos	19
Consideraciones Éticas	20
Análisis de Resultados	21
Capítulo III	
Resultados	23
Consistencia Interna de los Instrumentos	23
Estadística Descriptiva	24
Estadística Inferencial	31
Hallazgos Adicionales	51

Contenido	Página
Capítulo IV	
Discusión	55
Conclusiones	62
Recomendaciones	63
Referencias	64
Apéndices	68
A Cédula de Datos Personales y Consumo de Alcohol (CDPCA)	69
B Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC)	70
C Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol (AUDIT)	72
D Cartas de Autorización de las Instituciones Educativas	74
E Consentimiento Informado para el Universitario	78
F Tabla de Equivalencias de una Bebida Estándar	80
G Tabla de Frecuencias y Proporciones del Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol	81
H Tabla de Frecuencias y Proporciones del Cuestionario AUDIT	82

Lista de Tablas

Tabla		Página
1	Consistencia Interna del Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol y del Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol	23
2	Factores sociodemográficos (variables categóricas)	24
3	Factores sociodemográficos (variables continuas)	25
4	Tipo de motivaciones para el consumo de alcohol	26
5	Consumo de alcohol en los últimos treinta días, últimos quince días y últimos siete días	27
6	Consumo de alcohol en los últimos treinta días, últimos quince días y últimos siete días en universitarios que estudian	28
7	Consumo de alcohol en los últimos treinta días, últimos quince días y últimos siete días en universitarios que estudian y trabajan	28
8	Tipo de consumo de alcohol	29
9	Prueba de Kolmogorov – Smirnov para las variables edad, edad de inicio de consumo de alcohol, cantidad de bebidas, ingreso económico, motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol (AUDIT)	30
10	Tipo de consumo de alcohol por institución educativa	31
11	Tipo de consumo de alcohol por edad	32
12	Tipo de consumo de alcohol por semestre	33
13	Prueba U de Mann - Whitney para motivaciones para el consumo de alcohol por ocupación	34
14	Prueba U de Mann - Whitney para motivaciones para el consumo de alcohol por ocupación	36

Tabla	Página	
15	Tipo de consumo de alcohol por ocupación	37
16	Cantidad de consumo de bebidas alcohólicas en un día típico por ocupación	37
17	Tipo de consumo de alcohol por tipo de ocupación	38
18	Tipo de consumo de alcohol por tipo de actividad que realiza en el trabajo	39
19	Prueba U de Mann-Whitney para el consumo de alcohol por género	39
20	Tipo de consumo de alcohol por género	40
21	Cantidad de consumo de bebidas alcohólicas en un día típico por género	41
22	Correlación de Spearman de las variables edad, edad de inicio de consumo, cantidad de consumo de alcohol, ingreso económico, motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol (AUDIT)	42
23	Correlación de Spearman de las variables motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol (AUDIT)	46
24	Prueba U de Mann – Whitney para motivaciones para el consumo de alcohol por género	48
25	Prueba Chi Cuadrada para motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol	50
26	Modelo de Regresión Lineal Múltiple para las variables: edad, sexo, semestre, ingreso económico, edad de inicio, cantidad de bebidas, motivos de afrontamiento, reforzamiento, de conformidad con su vida y motivos sociales con el consumo de alcohol (AUDIT)	51
27	Efecto de la edad, sexo, semestre, edad de inicio, cantidad de bebidas, motivos por afrontamiento, conformidad con su vida, sociales y por reforzamiento sobre el consumo de alcohol (AUDIT)	52

Tabla		Página
28	Modelo de Regresión Lineal Múltiple (Procedimiento Backward) para las variables: sexo, edad de inicio, motivos de afrontamiento, conformidad con su vida, sociales y por reforzamiento con el consumo de alcohol (AUDIT)	53
29	Efecto de sexo, edad de inicio, motivos por afrontamiento, de conformidad con su vida, sociales y por reforzamiento sobre el consumo de alcohol (AUDIT)	54

Lista de Figuras

Figura	Página
1 Diagrama de dispersión de motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol por ocupación	35
2 Diagrama de dispersión de motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol por género	49

RESUMEN

Dariela Alejandra Puebla Almaguer
Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Enfermería

Fecha de Graduación: Julio de 2007

Título del Estudio: MOTIVACIONES PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL
Y CONSUMO DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS QUE
ESTUDIAN Y QUE ESTUDIAN Y TRABAJAN

Número de Páginas: 83

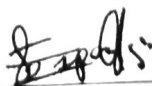
Candidato para Obtener el Grado de
Maestría en Ciencias de Enfermería
con Énfasis en Salud Comunitaria

Área de Estudio: Salud Comunitaria

Propósito y Método del Estudio: El propósito del estudio fue conocer la relación que existe entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol en universitarios que estudian y que estudian y trabajan. Los conceptos utilizados fueron las motivaciones para el consumo de alcohol (Cox & Klinger, 1988) y el consumo de alcohol (De la Fuente & Kershenobich, 1992). El diseño del estudio fue descriptivo correlacional. El muestreo fue sistemático con inicio aleatorio de 1 en K, de acuerdo al tamaño del estrato. El tamaño de la muestra se determinó en base al contraste de una correlación (.18), con un nivel de confianza de 95% y una potencia de .95. Se obtuvo un tamaño de muestra de 332 participantes. Se aplicó una Cédula de Datos Personales y Consumo de Alcohol, el Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (Cooper, 1994) y el Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol (De la Fuente & Kershenobich, 1992).

Contribuciones y Conclusiones: Los resultados mostraron que existe diferencia significativa entre las motivaciones para el consumo de alcohol y la ocupación ($U=11063.50, p < .05$), los universitarios que estudian y trabajan presentan medias y medianas más altas de motivos para el consumo de alcohol ($\bar{X}=22.63, Mdn=21.25$) que los universitarios que sólo estudian ($\bar{X}=19.17, Mdn=16.87$). Existe diferencia significativa del consumo de alcohol por ocupación ($U=10193.00, p < .01$), los universitarios que estudian y trabajan presentan medias y medianas más altas ($\bar{X}=18.75, Mdn=15.00$) en comparación con los universitarios que sólo estudian ($\bar{X}=14.29, Mdn=10.00$). Existe diferencia significativa del consumo de alcohol por género ($U=5042.50, p < .01$), los hombres presentaron medias y medianas más altas de consumo ($\bar{X}=22.85, Mdn=20.00$) que las mujeres ($\bar{X}=9.72, Mdn=7.50$). Los motivos para el consumo de alcohol se asociaron con el consumo de alcohol ($r_s=.583, p < .01$). Existe diferencia significativa entre las motivaciones para el consumo de alcohol por género ($U=9062.50, p < .01$). Los hombres presentaron medias y medianas de motivos más altas ($\bar{X}=24.42, Mdn=22.50$) que las mujeres ($\bar{X}=16.93, Mdn=15.00$). Existe diferencia significativa entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el tipo de consumo de alcohol ($\chi^2=29.33, p < .01$), los universitarios con mayores motivos sociales presentaron un consumo sensato (40.8%), los universitarios con mayores motivos por reforzamiento presentaron un consumo dependiente (45.5%) y los universitarios con mayores motivos por afrontamiento presentaron un consumo de alcohol dañino (46.7%).

FIRMA DEL DIRECTOR DE TESIS



Capítulo I

Introducción

El consumo de alcohol es un proceso avalado culturalmente en la sociedad y se considera una práctica aceptada en diversos aspectos de la socialización del hombre (Tapia, 2001). En México el consumo de alcohol en los jóvenes ha generado interés desde la óptica de salud pública por los problemas relacionados con su consumo, los índices de morbi-mortalidad y el alto costo social (Secretaría de Salud [SS], 1999).

En población de 15 a 29 años de edad, los accidentes ocuparon la principal causa de muerte (32.1%), seguidos por las agresiones y homicidios (12.4%) y lesiones autoinflingidas intencionalmente (6.5%). Mientras que en población de 30 a 64 años las enfermedades del corazón, enfermedades del hígado y los accidentes presentaron proporciones de 12.2, 12.1 y 9.4%, respectivamente. Éstas causas de muerte se vinculan directa e indirectamente con el consumo de alcohol (Consejo Nacional de Población [CONAPO], 2006; Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática [INEGI], 2006).

Datos de la última Encuesta Nacional de Adicciones (ENA) indican que el 72% de la población adulta masculina y el 42.7% de la población femenina reportaron ser consumidores de alcohol. Los tipos de consumo más característicos en varones son el consumo moderado alto, con cinco bebidas o más por ocasión (16.9%); y el consuetudinario, con cinco bebidas o más al menos una vez por semana (12.4%). Aún y cuando en las mujeres es más frecuente el consumo mensual, con menos de cinco bebidas por ocasión (4.8%), el 2.7% de las mujeres presentaron un consumo moderado alto (SS & Consejo Nacional Contra las Adicciones [CONADIC], 2003).

Se ha encontrado que uno de los grupos de riesgo de abuso de alcohol es la población de 18 a 39 años de edad, los estudios realizados en población universitaria de la Ciudad de México revelan que la proporción de consumidores de alcohol aumenta con

la edad y que el período de mayor consumo ocurre entre los 18 y 21 años de edad (SS & CONADIC, 2003; Mora-Ríos & Natera, 2001; Mora-Ríos, Natera & Juárez, 2005).

Además éstos estudios indican que los varones consumen mas alcohol que las mujeres y que los estudiantes universitarios que cuentan con un ingreso económico alto, tienen mayor riesgo de presentar un consumo de alcohol dañino en comparación con estudiantes de ingreso económico medio y bajo (Herrera-Vázquez, Wagner, Velasco-Mondragón, Borges & Lazcano-Ponce, 2004).

La población joven económicamente activa en México es de 13.9 millones, es decir, los jóvenes representan el 33.6% de la fuerza de trabajo total. Así mismo, de cada cien hombres y mujeres de 15 a 29 años, veintiocho estudian y cuarenta y tres estudian y trabajan (INEGI, 2006), lo que significa que gran parte de los jóvenes ingresan al mercado laboral antes de concluir sus estudios universitarios. Si bien es cierto que existe la creencia de que el trabajo es importante para mantener a los jóvenes ocupados y lejos de los riesgos de conductas nocivas, algunos estudios realizados en jóvenes de la Ciudad de México y Brasil, divulgan la asociación entre el trabajo y conductas disfuncionales, como el consumo abusivo de alcohol (Oliveira, Areco & Silveira, 2005; Ruiz, Carreño, Martínez, Juárez & Medina, 2006).

Oliveira et al. (2005) encontraron que los estudiantes universitarios que trabajan, presentan mayores prevalencias de consumo de alcohol alguna vez en la vida, que los universitarios que sólo estudian. Al respecto Ruiz et al. (2006) indican que los universitarios que además de estudiar trabajan se enfrentan a un mayor número de responsabilidades y a una mayor carga de trabajo y éstas situaciones requieren en algunos jóvenes un mayor esfuerzo para cumplir con múltiples actividades, tareas y compromisos sociales, en donde puede ser una alternativa el consumo de alcohol.

Según Cox y Klinger (1988) el camino hacia la conducta de consumo de alcohol es motivacional. Una persona decide consumir una bebida alcohólica si piensa que con el consumo de alcohol va a tener un resultado positivo como una satisfacción placentera

(motivación positiva) o si va a obtener una disminución de estados emocionales negativos (motivación negativa). En éste sentido las razones para consumir alcohol por reforzamiento, por afrontamiento, por conformidad con su vida y motivos sociales, son algunos de los factores que afectan la conducta de consumo de alcohol.

En Estados Unidos y Canadá se han estudiado las motivaciones para el consumo de alcohol en diferentes poblaciones como lo son adultos jóvenes, estudiantes universitarios, atletas y adolescentes. Algunos de éstos estudios indican que los cuatro motivos para el consumo de alcohol predicen diferentes tipos de consumo de alcohol, se ha encontrado que los motivos sociales para el consumo de alcohol están relacionados principalmente con un consumo sensato y que los motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento, por conformidad con su vida y por afrontamiento, han mostrado estar asociados con un consumo de alcohol dañino (Lecci, MacLean & Croteau, 2002; Read, Wood, Kahler, Maddock & Palfai, 2003). Sin embargo los datos no son concluyentes, ya que otros estudios indican que los motivos predicen un alto consumo de alcohol indistintamente del tipo de motivo (Martens, Cox, Beck & Heppner, 2003; Theakston, Stewart, Dawson, Knowlden-Loewen & Lehman, 2004).

Además se ha reportado que las motivaciones para consumir alcohol varían según el género, por ejemplo los motivos sociales son más altos en los hombres que en las mujeres; (MacLean & Lecci, 2000; Novak, Burgess, Clark, Zvolenzky & Brown, 2003; Stewart, Zeitlin & Barton, 1996; Terán, 2005). En México, Terán (2005) estudió las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol en estudiantes de una universidad pública de Monterrey, Nuevo León; encontró que los hombres presentan un mayor consumo de alcohol y mayores motivaciones para el consumo de alcohol que las mujeres, además, los motivos más altos tanto en hombres como en mujeres fueron los motivos sociales y para sobresalir, seguidos de motivos para manejar problemas y de conformidad con su vida.

En el contexto nacional existe escaso conocimiento sobre las motivaciones para el consumo de alcohol en poblaciones específicas como los jóvenes cuya actividad principal además de estudiar es trabajar. Como se mencionó anteriormente los universitarios que estudian y trabajan se enfrentan a una mayor carga de trabajo y mayor número de responsabilidades, esto puede provocar sentimientos emocionales negativos, así como mayores compromisos sociales, y es posible que las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol sean diferentes en comparación con los universitarios que sólo estudian.

Es por ello que el propósito de éste estudio fue conocer la relación que existe entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol, en universitarios que estudian y que estudian y trabajan. El estudio se realizó en una universidad pública y con la finalidad de encontrar un mayor número de estudiantes que trabajan se abordó también a estudiantes de una universidad privada. Para el personal de enfermería es de suma importancia desarrollar estrategias preventivas y específicas a las necesidades de las poblaciones en riesgo de adicción al alcohol; los resultados de éste estudio aportan conocimiento a la disciplina de enfermería al relacionar teóricamente los conceptos de motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol en universitarios que estudian y que estudian y trabajan. Además la información sobre el tipo de consumo de alcohol así como los motivos para el consumo de alcohol en éstas poblaciones, puede ser utilizada en un futuro para el desarrollo de intervenciones de enfermería encaminadas a la prevención del abuso de alcohol.

Marco Conceptual

El sustento teórico del presente estudio es el Modelo Motivacional del Consumo de Alcohol desarrollado por Cox y Klinger (1988) y el concepto de Consumo de Alcohol (De la Fuente & Kershenovich, 1992).

El Modelo Motivacional del Consumo de Alcohol fue desarrollado por Cox y Klinger (1988) el cual considera que el consumo de alcohol es un comportamiento racional y con propósito, estos autores categorizan los motivos de consumo de alcohol en dos dimensiones, que reflejan su valor positivo o negativo, y su fuente que es interna o externa, según los resultados que la persona desea alcanzar al consumir alcohol, por lo tanto, los individuos consumen alcohol para obtener un resultado positivo (motivación positiva) o disminuir un resultado negativo (motivación negativa).

El consumo de alcohol puede responder a premios internos, tales como la manipulación o manejo del estado emocional, y a premios externos, como son la aceptación o aprobación por parte del grupo. Según éstas dimensiones, se producen cuatro clases de motivos: 1) motivos positivos internos, o motivos para beber por reforzamiento, en donde el individuo consume alcohol para mejorar su estado de ánimo o bienestar; 2) motivos positivos externos o motivos sociales para beber, los cuales se producen cuando el individuo desea incrementar la socialización con otras personas; 3) motivos negativos internos o motivos para beber por afrontamiento, que influyen cuando el consumo de alcohol ocurre para regular o disminuir las emociones negativas; y 4) motivos negativos externos o motivos para beber por conformidad con su vida, donde se consume el alcohol para evitar el rechazo social y la censura, para cumplir con las expectativas del par en relación al consumo (Cox & Klinger, 1988).

Respecto al consumo de alcohol, éste se define como la ingesta de una bebida alcohólica en diferentes tipos: cerveza, vino, tequila, ron, whisky, coolers, brandy, vodka. Según la Norma Oficial Mexicana (NOM-28-SSA2-1999) para la Prevención, Tratamiento y Control de las Adicciones, una bebida alcohólica es aquella sustancia que contenga alcohol etílico en una proporción de 2% y hasta un 55% en volumen (SS, 1999). Se considera una bebida alcohólica estándar al equivalente a una cerveza de 12 onzas, una copa de vino de 5 onzas, una copita de licor de 4 onzas o un trago de alcohol de 1.5 onzas, es decir, el equivalente a 0.5 onzas o 12 gramos de etanol (Tapia, 2001).

Es importante señalar que la mujer se intoxica más rápidamente que el hombre con dosis semejantes de alcohol. Esto se debe a la diferencia en la actividad de la enzima deshidrogenasa contenida en la mucosa gástrica, que desdobla el alcohol antes de llegar al torrente sanguíneo; ésta enzima es cuatro veces más activa en el hombre que en la mujer. También la mujer tiene una proporción mayor de grasa que de agua en el organismo, y debido que el alcohol es más soluble en agua que en la grasa, cualquier dosis se concentra más en el organismo femenino que en el masculino. Sin embargo, tanto para el hombre como para la mujer, el consumo continuo de alcohol ocasiona que se metabolice más rápido y que la duración e intensidad del efecto deseado se reduzca considerablemente. En estos casos, se dice que la persona desarrolla tolerancia a los efectos del alcohol (Tapia, 2001).

Expertos del grupo de la Organización Mundial de la Salud (OMS) han identificado tres tipos de consumo de alcohol de acuerdo a la cantidad y frecuencia de consumo. La población adulta puede presentar un consumo de alcohol sensato, dependiente o dañino. El consumo sensato, es cuando los hombres ingieren de una hasta cuatro bebidas alcohólicas y las mujeres hasta dos bebidas alcohólicas, no más de tres veces por semana.

El consumo de alcohol dependiente se da cuando se ingieren de cinco a nueve bebidas por ocasión en el caso de los hombres y de tres a cinco bebidas alcohólicas por ocasión en el caso de las mujeres, ello aunado al hecho de dejar de realizar actividades por consumir alcohol. El consumo dañino en los hombres, ocurre al ingerir en un día típico diez o más bebidas; en las mujeres la cifra es de seis o más; ésta situación se complementa con las manifestaciones de preocupación por parte de amigos y familiares relacionadas con la manera de consumir alcohol (De la Fuente & Kershenobich, 1992).

Además la Norma Oficial Mexicana (NOM-28-SSA2-1999) para la Prevención, Tratamiento y Control de las Adicciones, señala que el consumo de alcohol puede medirse de acuerdo a la prevalencia de consumo, es decir, el número de consumidores

en relación con el tamaño de la población de estudio. Se considera prevalencia lápsica el consumo de alcohol en los últimos doce meses, prevalencia actual al consumo de alcohol en los últimos treinta días y prevalencia instantánea al consumo de alcohol en los últimos siete días (SS, 1999).

Estudios Relacionados

Basados en el Modelo Motivacional de Consumo de Alcohol, los siguientes estudios abordan las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol que presenta la población universitaria. En primer lugar se presentan los estudios que abordaron las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol, seguidos por estudios que sólo abordaron las motivaciones para el consumo de alcohol y finalmente se presentan estudios que abordan aspectos relacionados con el consumo de alcohol.

Lecci, MacLean y Croteau (2002) realizaron un estudio que examinó si los motivos pueden predecir el consumo de alcohol en una muestra de 290 estudiantes universitarios de 17 a 38 años de edad en Estados Unidos. Se encontró que los motivos para beber alcohol por reforzamiento predicen la cantidad de consumo ($\beta = .31, p < .001$), y los motivos para beber por afrontamiento predicen un consumo dañino de alcohol ($\beta = .49, p < .001$).

Novak, Burgess, Clark, Zvolenzky y Brown (2003) estudiaron la relación entre el uso de alcohol, los motivos para beber, el tabaquismo y sensibilidad de ansiedad en una muestra de 293 estudiantes universitarios de 18 a 22 años de edad en Estados Unidos. La investigación mostró que la cantidad de consumo de alcohol se asocia positiva y significativamente con el ingreso económico anual ($r = .19, p < .01$), además encontraron que los motivos para beber por reforzamiento predicen mayor cantidad de consumo de alcohol en hombres ($\beta = 1.14, p < .01$) que en mujeres ($\beta = .46, p < .01$).

Martens, Cox, Beck y Heppner (2003) examinaron las propiedades psicométricas de la medición de los motivos para el consumo de alcohol y su asociación con el consumo de alcohol en una muestra de 227 atletas universitarios en Estados Unidos. Los participantes contaban con una media de edad de 19.38 años ($DE = 1.34$). Los resultados indicaron medias de motivos para beber más altas en los motivos sociales ($\bar{X} = 2.83$), seguidas por motivos por reforzamiento ($\bar{X} = 2.41$), motivos por afrontamiento ($\bar{X} = 1.61$) y motivos por conformidad con su vida ($\bar{X} = 1.28$). No se encontraron diferencias significativas de género en los motivos para beber, excepto en los motivos para beber por conformidad ($t_{(206)} = 2.44, p = .016$).

Adicionalmente se obtuvo que los motivos sociales para beber se asocian positiva y significativamente con el número de bebidas por semana ($r = .43, p < .01$), el consumo de alcohol en el último año ($r = .33, p < .01$) y el consumo de alcohol en los últimos treinta días ($r = .42, p < .01$). Los motivos para beber por reforzamiento se asociaron positiva y significativamente con el número de bebidas por semana ($r = .48, p < .01$), con el consumo de alcohol en el último año ($r = .37, p < .01$) y en los últimos treinta días ($r = .46, p < .01$). Los motivos para beber por afrontamiento se asociaron positiva y significativamente con el número de bebidas por semana ($r = .35, p < .01$), con el consumo de alcohol en el último año ($r = .40, p < .01$) y en los últimos treinta días ($r = .40, p < .01$). Los motivos para beber por conformidad se asociaron positiva y significativamente con el uso de alcohol en los últimos treinta días ($r = .14, p < .05$).

Read, Wood, Kahler, Maddock y Palfai (2003) analizaron el rol de los motivos para beber y el consumo de alcohol en 388 universitarios del noreste de Estados Unidos, los cuales contaban con una media de edad de 18.6 años ($DE = 0.56$). Los resultados mostraron que los motivos sociales para beber ($\beta = .24, p < .001$) y los motivos para beber por reforzamiento ($\beta = .45, p < .001$) predicen el consumo de alcohol; los motivos para beber por afrontamiento predicen un consumo dañino de alcohol ($\beta = .06, p < .05$).

Theakston, Stewart, Dawson, Knowlden-Loewen y Lehman (2004) investigaron la relación entre los dominios de la personalidad y las motivaciones para beber alcohol en una muestra de 581 estudiantes universitarios de Vancouver, Canadá, los cuales presentaron una media de edad de 21 años ($DE = 3.3$). Se encontró que los motivos para beber por afrontamiento ($r = .24, p < .001$), motivos para beber por reforzamiento ($r = .40, p < .001$) y motivos sociales para beber ($r = .32, p < .001$) se asociaron positiva y significativamente con el número de bebidas por semana. Las mujeres presentaron motivos más altos para beber por reforzamiento ($p < .01$), mientras que los hombres presentaron mayores motivos sociales para beber que las mujeres ($p < .001$).

Terán (2005) estudió la relación que existe entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol en una muestra de 910 jóvenes universitarios de 18 a 25 años de edad, del estado de Nuevo León, México. Los participantes presentaron una media de edad de 19.97 años ($DE = 1.88$). La autora encontró que existe diferencia significativa del consumo de alcohol en relación al sexo ($U = 58966.5, p < .001$) reportando un consumo más alto en los universitarios del sexo masculino ($Mdn = 20.00$) que en las universitarias ($Mdn = 10.00$). Se evidenció una correlación positiva y significativa entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol ($r_s = .667, p < .01$).

Los motivos para manejar problemas se relacionaron positiva y significativamente con la frecuencia y cantidad de consumo ($r = .413, p < .01$), con el consumo dependiente ($r = .473, p < .01$) y con el consumo dañino ($r = .439, p < .01$). Los motivos de conformidad con su vida se asociaron positiva y significativamente con la frecuencia y cantidad de consumo ($r = .184, p < .01$), el consumo dependiente ($r = .249, p < .01$) y el consumo dañino ($r = .328, p < .01$). Los motivos sociales se asociaron positiva y significativamente con la frecuencia y cantidad de consumo ($r = .573, p < .01$), el consumo dependiente ($r = .450, p < .01$) y el consumo dañino

($r = .444, p < .01$). Los motivos para sobresalir se asociaron positiva y significativamente con la frecuencia y cantidad de consumo ($r = .584, p < .01$), el consumo dependiente ($r = .467, p < .01$) y el consumo dañino ($r = .436, p < .01$).

También se presentó diferencia significativa entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol por sexo ($U = 78168.5, p < .001$); los universitarios del sexo masculino ($Mdn = 22.50$) manifestaron motivos para beber más altos que las universitarias ($Mdn = 13.75$); en ambos sexos, los motivos sociales ($\bar{X} = 38.62, DE = 24.26$) y los motivos para sobresalir ($\bar{X} = 27.56, DE = 24.14$) fueron más altos que los motivos para beber por afrontamiento ($\bar{X} = 13.42, DE = 17.17$) y por conformidad con su vida ($\bar{X} = 6.81, DE = 13.52$).

Los siguientes estudios abordaron únicamente las motivaciones para el consumo de alcohol en estudiantes universitarios de Canadá y Estados Unidos.

Stewart, Zeitlin y Barton (1996) examinaron los motivos para beber alcohol en una muestra de 314 estudiantes (234 mujeres y 80 hombres) de una universidad de Toronto, Canadá. Se encontraron medias de motivos para beber por reforzamiento más altas en estudiantes menores de 20 años ($\bar{X} = 2.02, p < .001$) que en estudiantes mayores de 21 años ($\bar{X} = 1.67, p < .001$). Además los hombres presentaron medias más altas de motivos para beber por reforzamiento ($\bar{X} = 1.99, p < .05$) que las estudiantes del género femenino ($\bar{X} = 1.77, p < .05$).

MacLean y Lecci (2000) examinaron el modelo de motivos para beber en una muestra de 298 estudiantes universitarios (169 mujeres y 121 hombres) de Estados Unidos. Los hallazgos mostraron que los hombres presentan medias más altas de motivos sociales, motivos por afrontamiento y motivos por conformidad con su vida ($\bar{X} = 13.9, \bar{X} = 12.7, \bar{X} = 6.9, p < .001$, respectivamente) que las mujeres ($\bar{X} = 12.0, \bar{X} = 11.4, \bar{X} = 6.2, p < .001$, respectivamente). Sin embargo las mujeres presentaron medias de motivos para beber por reforzamiento más altas ($\bar{X} = 9.7, p < .001$) que los hombres ($\bar{X} = 9.5, p < .001$).

Stewart y Chambers (2000) estudiaron las relaciones entre los motivos para beber y para evitar beber en una muestra de 112 universitarios en Dalhousie, Canadá, con una media de edad de 21.4 años ($DE = 3.1$). Los autores reportaron que las medias de motivos sociales para beber fueron más altas ($\bar{X} = 2.5$, $DE = 0.7$), seguidas por motivos para beber por reforzamiento ($\bar{X} = 2.2$, $DE = 0.8$) y motivos para beber por afrontamiento ($\bar{X} = 1.6$, $DE = 0.6$).

A continuación se presentan estudios realizados en México y Brasil en población universitaria que estudia o que estudia y trabaja.

Mora-Ríos y Natera (2001) estudiaron las expectativas hacia el consumo de alcohol, los patrones de uso y los problemas asociados a su consumo en una muestra de 678 estudiantes universitarios de la Ciudad de México. Del total de los estudiantes, 31.4% presentó un consumo mayor a cinco bebidas por ocasión de consumo, de los cuales el 23.7% son hombres y 7.7% son mujeres. Respecto al patrón de consumo por tipo de escuela, se observó un consumo ligeramente más elevado en las mujeres de universidades privadas (17.9%) que en las jóvenes de universidades públicas (11.8%).

Mora-Ríos, Natera y Juárez (2005) evaluaron el consumo de alcohol en una muestra de 678 estudiantes de universidades públicas y privadas de la Ciudad de México, los investigadores encontraron que los estudiantes del sexo masculino ingieren una mayor cantidad de bebidas alcohólicas por ocasión de consumo ($t = -9.59$, $p < .001$) en comparación con las mujeres ($t = -10.80$, $p < .001$). Se realizaron comparaciones entre el consumo de alcohol y el tipo de universidad, sin embargo éstas diferencias no fueron estadísticamente significativas ($p > .05$).

Oliveira, Areco y Silveira (2005) realizaron un estudio con el objetivo de estimar la prevalencia del consumo de alcohol y alcoholismo en una muestra de 993 estudiantes trabajadores y 1725 estudiantes no trabajadores en Cuiaba, Brasil. Encontraron que la media de edad de inicio al consumo de alcohol fue de 13.09 años de edad entre los estudiantes trabajadores y 12.43 años en los estudiantes no trabajadores. La prevalencia

de consumo de alcohol alguna vez en la vida fue de 81% en los estudiantes trabajadores y 65.8% en los estudiantes no trabajadores, las diferencias fueron estadísticamente significativas ($p < .001$). La prevalencia de alcoholismo fue de 14.9% en los estudiantes trabajadores y 12.6% en los estudiantes no trabajadores.

Del Bosque (2006) estudió la percepción de normas sociales y el consumo de alcohol en jóvenes universitarios de la Ciudad de Monterrey, Nuevo León. Encontró que la mayor proporción de universitarios presentó un consumo de alcohol dañino (49.5%), seguido de consumo sensato (26.8%) y consumo dependiente (23.8%). Además encontró que los hombres presentaron mayores proporciones de consumo dañino (68.2%), a diferencia de las mujeres quienes presentaron mayores proporciones de consumo sensato (38.7%), éstas diferencias fueron significativas ($\chi^2 = 81.72, p = .001$).

En resumen, los resultados de los estudios muestran que el consumo de alcohol es más alto en hombres que en mujeres; además, las estudiantes de universidades privadas presentan un consumo de alcohol más elevado que las de universidades públicas. Además se observa que el consumo de alcohol es mayor en los jóvenes que estudian y trabajan que en los que sólo se dedican a estudiar.

Respecto a los motivos para beber, éstos se asocian con la cantidad de consumo de alcohol, prevalecen en primer lugar los motivos sociales, seguido de los motivos por reforzamiento, motivos por afrontamiento y por conformidad. Hay contradicciones respecto a los motivos para beber alcohol y la variable de género, mientras algunos autores encuentran que los motivos para beber por reforzamiento son más altos en hombres otros indican lo contrario. Los motivos para beber por reforzamiento y los motivos sociales predicen la cantidad de consumo de alcohol, sin embargo los motivos para beber por afrontamiento predicen un consumo dañino.

Definición de Términos

A continuación se presenta la definición de términos del presente estudio.

Edad es la cantidad de años cumplidos que refiere tener el estudiante universitario en el momento de la entrevista.

Sexo es el género del estudiante universitario, clasificado en femenino y masculino.

Ocupación es la actividad que refiere tener el estudiante universitario, se clasificó si sólo estudia y estudia y trabaja.

Ingreso económico es la cantidad de salarios mínimos al mes que refiere tener el estudiante universitario.

Estado civil es el estado legal que refiere tener el estudiante universitario, se clasificó en soltero, casado, unión libre, separado, divorciado o viudo.

Las motivaciones son las razones que el estudiante universitario refiere tener para consumir alcohol, estos motivos pueden ser:

Motivos para beber por reforzamiento, son cuando el estudiante universitario refiere consumir alcohol para mejorar su estado de ánimo o bienestar, como por ejemplo: porque le gusta como se siente consumiendo alcohol, porque es emocionante, para emborracharse y embriagarse, porque le da una sensación placentera o porque es divertido.

Motivos sociales para beber, son cuando el estudiante universitario refiere consumir alcohol porque desea incrementar la socialización con otras personas, es decir, porque le hace las reuniones sociales más divertidas, porque le ayuda a disfrutar en una fiesta, para hacer amigos, porque mejora las fiestas y celebraciones o para celebrar una ocasión especial con sus amigos.

Motivos para beber por afrontamiento, son cuando el estudiante universitario refiere consumir alcohol para disminuir sus emociones negativas, porque le ayuda a

olvidarse de sus problemas o preocupaciones, para animarse cuando anda de mal humor, porque se siente más seguro de sí mismo o porque se siente triste o deprimido.

Motivos para beber por conformidad con su vida, son cuando el estudiante universitario refiere consumir alcohol para evitar el rechazo social o la censura, es decir, para que otros no se burlen de él por no consumir, para pertenecer al grupo que quiere, para caerle bien a los demás o porque sus amigos lo presionan para consumir alcohol.

Consumo de alcohol es la ingesta de bebidas alcohólicas del estudiante universitario, medida en cantidad y frecuencia. La prevalencia de consumo de alcohol se midió de acuerdo al consumo referido por el universitario en los últimos treinta días, en los últimos quince días (prevalencia actual) y en los últimos siete días (prevalencia instantánea).

Además el consumo de alcohol se clasificó en consumo sensato, dependiente o dañino. El consumo sensato en los estudiantes universitarios, incluye la ingesta en un día típico de hasta dos bebidas estándar si son mujeres y hasta cuatro en el caso de los hombres. El consumo dependiente en estudiantes universitarios, incluye la ingesta en un día típico de tres a cinco bebidas estándar si son mujeres y de cinco a nueve bebidas estándar en el caso de los hombres, y que además, hayan dejado de realizar alguna actividad a causa del consumo de alcohol.

El consumo dañino en estudiantes universitarios, incluye a quienes ingieren en un día típico seis o más bebidas estándar si son mujeres y diez o más bebidas estándar en el caso de los hombres, y que además, amigos, familiares o personal de salud le hayan manifestado preocupación por su forma de beber.

La edad de inicio al consumo es la edad en la que señala el universitario haber iniciado el consumo de alcohol.

A continuación se presentan los objetivos e hipótesis de estudio.

Objetivos

1. Identificar la proporción de consumo de alcohol en los últimos treinta días, últimos quince días y últimos siete días en universitarios que estudian y que estudian y trabajan.
2. Identificar si los universitarios que estudian presentan motivaciones diferentes para el consumo de alcohol en comparación con los universitarios que estudian y trabajan.
3. Identificar si los universitarios que estudian presentan diferente consumo de alcohol en comparación con los universitarios que estudian y trabajan.

Hipótesis

- H¹ Los hombres presentan mayor consumo de alcohol que las mujeres.
- H² A mayor motivación para el consumo de alcohol mayor consumo de alcohol.
- H³ Los hombres presentan motivaciones para el consumo de alcohol diferentes que las mujeres.
- H⁴ Las motivaciones para el consumo de alcohol son diferentes por tipo de consumo de alcohol.

Capítulo II

Metodología

En este capítulo se describe el diseño del estudio, la población, muestreo, muestra, criterios de inclusión e instrumentos de medición. Además se presenta el procedimiento de recolección de datos, las consideraciones éticas y el análisis de datos.

Diseño del Estudio

Se utilizó un diseño descriptivo correlacional (Polit & Hungler, 1999). En el presente estudio se observaron y describieron las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol en universitarios que estudian y en universitarios que estudian y trabajan y se identificó la relación que existe entre estas variables.

Población

La población estuvo integrada por universitarios que estudian y universitarios que estudian y trabajan. Éstos estudiantes pertenecían a tres facultades de una universidad pública y a tres unidades académicas de una universidad privada (en su mayoría trabajadores) del área metropolitana de Monterrey, Nuevo León.

Muestreo y Muestra

El diseño del muestreo fue aleatorio estratificado, con asignación proporcional para cada uno de los estratos. Los estratos se formaron con las combinaciones de los niveles de los factores institución y género, lo que dio como resultado doce estratos. El muestreo fue sistemático con un inicio aleatorio de 1 en K, de acuerdo al tamaño del estrato. La determinación del tamaño de muestra fue en base al contraste de una correlación y se determinó mediante el paquete estadístico n'Query Advisor V4.0 (Elashoff, Dixon, Crede & Fotheringham, 2000), con un enfoque conservador y con

nivel de confiabilidad de 95%, límite de error de estimación de .05, utilizando una prueba unilateral, con una potencia de 95% y una correlación de .18. La muestra estuvo conformada por 332 estudiantes, de los cuales 232 pertenecen a una universidad pública (106 hombres y 126 mujeres) y 100 a una universidad privada (55 hombres y 45 mujeres).

Criterio de Inclusión

Que el estudiante universitario refiera haber consumido alguna bebida alcohólica al menos en una ocasión durante el último año.

Instrumentos de Medición

Los instrumentos de medición que se utilizaron son la Cédula de Datos Personales y Consumo de Alcohol (Apéndice A) el Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (Apéndice B) y el Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol (Apéndice C).

La Cédula de Datos Personales y Consumo de Alcohol (CDPCA) incluye datos como edad, sexo, estado civil, ocupación e ingreso económico. Además esta cédula contiene aspectos relacionados con el consumo de alcohol e incluye la pregunta filtro que indaga si el estudiante consumió alcohol en el último año y la frecuencia y cantidad de consumo.

El Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC) desarrollado por Cooper (1994), se deriva del Modelo Motivacional de Consumo de Alcohol de Cox y Klinger (1988). Este cuestionario cuenta con 20 ítems que evalúan cuatro distintos motivos para el uso de alcohol. Los motivos para beber por afrontamiento (ítems 1, 4, 6, 15 y 17), los motivos para beber por reforzamiento (ítems 7, 9, 10, 13 y 18). Los motivos para beber por conformidad con su vida (ítems 2, 8, 12, 19 y 20) y finalmente los motivos sociales para beber (ítems 3, 5, 11, 14 y 16). Cada una de las cuatro

subescalas tiene cinco opciones ordinales de respuesta en una escala de frecuencia que oscila de 1 (nunca) a 5 (siempre). Todos los ítems están ordenados en dirección positiva. Es posible obtener un puntaje total mínimo de 20 y un puntaje total máximo de 100, sin embargo para el presente estudio se obtuvieron índices con un valor de 0 a 100 donde un mayor puntaje, indica que mayores son los motivos que se tienen para consumir alcohol.

En población universitaria de Estados Unidos, la subescala de motivos sociales para beber ha reportado una consistencia interna que oscila de .85 a .92; la subescala de motivos para beber por afrontamiento de .84 a .90; la subescala de motivos para beber por reforzamiento de .84 a .89 y la subescala de motivos para beber por conformidad de .76 a .85 (Cooper, 1994; MacLean & Lecci, 2000; Martens, Cox, Beck & Heppner, 2003). En estudiantes universitarios mexicanos se ha obtenido una consistencia interna total del instrumento de .91 (Terán, 2005).

El Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol (AUDIT) es una prueba de validez transcultural que ha sido aplicada en población mexicana con una sensibilidad de 80% y especificidad de 89% (De la Fuente & Kershenovich, 1992). También ha sido aplicada en México en jóvenes universitarios de Nuevo León, México y presentó una consistencia interna de .85 (Terán, 2005; Del Bosque, 2006).

La prueba consta de diez reactivos que evalúan el uso de alcohol durante los últimos 12 meses y sus consecuencias, se distribuye en tres dominios: los reactivos 1, 2 y 3 determinan la cantidad y frecuencia del consumo de alcohol; los reactivos 4, 5 y 6 exploran la posibilidad de que exista dependencia de consumo de alcohol; y los reactivos 7, 8, 9 y 10 se refieren al consumo dañino de alcohol.

La puntuación en este instrumento puede oscilar de 0 a 40 puntos, entendiéndose que a mayor puntuación existe mayor consumo de alcohol. Si se obtiene un valor de 1 a 3 se considera un consumo sensato; si se obtienen de 4 a 7 puntos se asume que el sujeto presenta un consumo de alcohol dependiente; y si se registran de 8 a 40 puntos se considera que el sujeto presenta un consumo dañino. Además es posible obtener índices

de cada subescala, con un valor de 0 a 100. Un mayor puntaje indica mayor consumo sensato, dependiente o dañino de alcohol.

Procedimiento de Recolección de Datos

Para la recolección de datos, previamente se solicitó la autorización por escrito a los directivos de las instituciones donde se realizó el estudio (Apéndice D). Así mismo se solicitaron las listas de estudiantes inscritos en el actual ciclo escolar para determinar el tamaño de la muestra.

Para la recolección de la muestra definitiva se contó con la colaboración de cuatro estudiantes de Maestría en Ciencias de Enfermería, a los cuales se les dio una capacitación para el sistema de selección de participantes y sobre la aplicación de los instrumentos.

Para la selección de los participantes el autor del estudio y los colaboradores se situaron en la entrada principal de la institución educativa, de tal manera que uno de ellos contó a los jóvenes de manera sistemática y dirigió a otros dos indicándoles cuáles jóvenes abordar e invitar a participar en el estudio, el otro colaborador les proporcionó a los universitarios el consentimiento informado (Apéndice E) e instrumentos de medición. Se pidió a la institución educativa que facilitara una aula o un lugar para que el joven universitario contestara los instrumentos en privacidad. Primero se verificó que el estudiante cumpliera con el criterio de inclusión de consumo de alcohol en el último año, y se le invitó a participar de manera voluntaria, se le indicó que pasara al aula y se le proporcionó el consentimiento informado, en el cual se incluye una descripción del propósito de la investigación, los riesgos y beneficios de participar, se aseguró el anonimato y confidencialidad y se explicó su derecho a retractarse, se preguntó si existía alguna duda y finalmente se procedió a firmar.

En primer lugar se aplicó la Cédula de Datos Personales y Consumo de Alcohol (CDPCA), posteriormente el Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC) y

el Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol (AUDIT), finalmente se agradecía su participación en el estudio.

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 (SS, 1987). Se consideró lo establecido en el Título Segundo referente a los aspectos éticos de la investigación en seres humanos; de acuerdo con el Artículo 13 del Capítulo I, se aseguró el respeto a la dignidad del estudiante y la protección de sus derechos y bienestar, ya que se abordó al estudiante con respeto y sin intimidación, es decir, no se forzó su colaboración y sólo él tomaba la decisión de participar en éste estudio.

En base a lo establecido en el Artículo 14 Fracciones V, VI, VII y VIII se contó con el consentimiento informado por escrito del sujeto de investigación, se cuidó la integridad del estudiante, proporcionándole privacidad y anonimato al contestar los cuestionarios, el estudio fue revisado por los integrantes de las Comisiones de Ética e Investigación de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) y se obtuvo la autorización de las instituciones educativas en donde se realizó la investigación.

Aún y cuando el estudio no es de diseño experimental, de acuerdo con el Artículo 17 Fracción II, se consideró una investigación de riesgo mínimo, debido a que se realizó una entrevista que abordó aspectos relacionados con el consumo de alcohol y las motivaciones para beber, situaciones que pudieran incomodar emocionalmente al participante, en caso de observar incomodidad en el participante y apegándose al Artículo 18, al advertir algún riesgo o daño en el joven universitario, se aclararía que tenía la libertad de interrumpir su participación en el estudio, sin embargo esto no fue necesario ya que los participantes no expresaron algún problema.

La investigación se apegó al Artículo 21 del Capítulo I, Título Segundo, Fracciones I, II, III, IV, VI, VII y VIII, debido a que el estudiante recibió una explicación clara y completa de aspectos relacionados con el estudio como lo son la justificación y los objetivos de la investigación, los procedimientos y cuestionarios a utilizar, los riesgos esperados, los beneficios que puedan observarse, la garantía de recibir respuesta a cualquier pregunta y aclaración de cualquier duda acerca de los procedimientos, riesgos, beneficios y otros asuntos relacionados con la investigación.

Así mismo, el joven universitario tenía la libertad de retirar su consentimiento en cualquier momento sin que ello significara un perjuicio para él, además de contar con la seguridad de que sus datos se mantendrían en anonimato y con plena confidencialidad de la información relacionada con su privacidad.

En referencia al Artículo 58 del Capítulo V, Fracciones I y II, se aclaró al estudiante que su participación o retiro de su consentimiento no afectaría su situación escolar y que los resultados que arrojará el estudio no serán utilizados en su perjuicio. Adicionalmente se aclaró que los instrumentos serán mantenidos bajo seguridad en un lugar específico y que en un tiempo posterior a seis meses serán destruidos por el autor del estudio.

Análisis de Resultados

Los datos se procesaron a través del paquete estadístico computacional Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) V13.0 para Windows. Se utilizó estadística descriptiva para obtener frecuencias, proporciones y medidas de tendencia central. Se calcularon índices del Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC) así como de las subescalas. Del Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol (AUDIT), se obtuvieron índices de las subescalas y se determinó el tipo de consumo de acuerdo a los puntos de corte. Se determinó la consistencia interna de los instrumentos mediante el estadístico Alpha de Cronbach. Con la finalidad de comprobar

la distribución normal de las variables numéricas y continuas, se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Los resultados de ésta prueba indicaron que no existe normalidad en las variables de estudio por lo que para responder a los objetivos e hipótesis de investigación se utilizó estadística no paramétrica.

Para dar respuesta al objetivo uno de identificar la proporción de consumo de alcohol en los últimos treinta días, últimos quince días y últimos siete días en universitarios que estudian y que estudian y trabajan, se obtuvieron frecuencias, proporciones, estimación puntual y por intervalo con un 95% de confianza.

Para responder al objetivo dos de identificar si los universitarios que estudian presentan motivaciones diferentes para el consumo de alcohol en comparación con los universitarios que estudian y trabajan, y el objetivo tres de identificar si los universitarios que estudian presentan diferente consumo de alcohol en comparación con los universitarios que estudian y trabajan, se obtuvo diferencia de medianas a través de la prueba U de Mann –Whitney.

Para dar respuesta a la hipótesis uno que dice que los hombres presentan mayor consumo de alcohol que las mujeres y la hipótesis tres que indica que los hombres presentan motivaciones para el consumo de alcohol diferentes que las mujeres, se utilizó el estadístico U de Mann – Whitney.

En la hipótesis dos, que indica que a mayor motivación para el consumo de alcohol mayor consumo de alcohol, se utilizó la prueba Correlación de Spearman.

En la hipótesis cuatro, que describe que las motivaciones para el consumo de alcohol son diferentes en relación a los tipos de consumo alcohol, se utilizó la prueba estadística Chi Cuadrada.

Capítulo III

Resultados

En este apartado se presentan los resultados del estudio motivaciones para el consumo de alcohol y consumo de alcohol en universitarios que estudian y que estudian y trabajan. En primer lugar se presenta la consistencia interna de los instrumentos, en segundo lugar la estadística descriptiva y posteriormente la estadística inferencial para la comprobación de objetivos e hipótesis.

Consistencia Interna de los Instrumentos

Tabla 1

Consistencia Interna del Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol y del Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol

Escala	Ítems	Alpha de Cronbach
Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol	1 al 20	.89
Motivos por Afrontamiento	1, 4, 6, 15, 17	.78
Motivos por Conformidad	2, 8, 12, 19, 20	.79
Motivos Sociales	3, 5, 11, 14, 16	.81
Motivos por Reforzamiento	7, 9, 10, 13, 18	.79
Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol	1 al 10	.81
Frecuencia y Cantidad	1, 2, 3	.75
Consumo Dependiente	4, 5, 6	.62
Consumo Dañino	7, 8, 9, 10	.56

Fuente: CMC, AUDIT

n = 332

La tabla 1 muestra que el Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol presentó una Alpha de Cronbach general de .89, las subescalas presentaron consistencia interna de .79 a .81, por lo que se considera que tienen una consistencia interna aceptable. El Cuestionario AUDIT y la subescala de frecuencia y cantidad, también presentaron consistencia interna aceptable, las subescalas de consumo dependiente y dañino presentaron baja consistencia interna, de .62 y .56 respectivamente.

Estadística Descriptiva

Tabla 2

Factores sociodemográficos (variables categóricas)

Variable	<i>f</i>	%
Genero		
Femenino	171	51.5
Masculino	161	48.5
Estado marital		
Sin pareja	314	94.6
Con pareja	18	5.4
Tipo de universidad		
Pública	232	69.9
Privada	100	30.1
Ocupación		
Solo estudia	198	59.6
Estudia y trabaja	134	40.4
Tipo de Ocupación		
No trabaja	198	59.6
Técnico	47	14.2
Administrativo	25	7.5
Comerciantes y vendedores	12	3.6
Trabajadores de servicio	50	15.1
Tipo de actividad que realiza		
No trabaja	198	59.6
De comunicación e información	15	4.6
Manual	81	24.4
Intelectual	38	11.4
Semestre que cursa		
Primero – Segundo	55	16.5
Tercero – Cuarto	95	28.7
Quinto – Sexto	89	26.9
Séptimo – Octavo	53	15.9
Noveno – Décimo	40	12.0

Fuente: CDPCA

n = 332

En la tabla 2 se muestran las características sociodemográficas de los participantes del estudio. Se observa que el 51.5% de los participantes fueron del género femenino, mientras que el 48.5% fue del género masculino. Respecto al tipo de universidad, la mayor proporción estudia en universidad pública (69.9%), mientras que el resto estudia en universidad privada (30.1%). Estos datos son acorde a lo estipulado en la selección de la muestra. Además se observa que el 94.6% de los participantes no tienen pareja marital; el 59.6% sólo estudia y el 40.4% estudia y trabaja. De los participantes que trabajan el 15.1% es trabajador de servicios y realiza actividades en su trabajo de tipo manual (24.4%). La mayor proporción de participantes pertenecen al tercer y cuarto semestre (28.7%).

Tabla 3

Factores sociodemográficos (variables continuas)

Variable	Valor Mínimo	Valor Máximo	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>DE</i>
Edad	17.0	40.0	21.1	20.0	3.4
Ingreso económico (Salarios mínimos)	0.2	17.0	2.3	1.6	2.1
Edad de inicio de consumo de alcohol	6.0	27.0	16.6	17.0	1.9
Cantidad de bebidas consumidas en un día típico	1.0	30.0	5.3	4.0	4.5

Fuente: CDPCA

n = 332

En la tabla 3 se observa que la media de edad de los participantes es de 21.1 años (*DE* = 3.4). El ingreso económico mensual se midió conforme a la cantidad de salarios mínimos al mes, la media fue de 2.3 salarios mínimos (*DE* = 2.1). Los participantes que

trabajan como administrativos ($\bar{X} = 4.6$, $DE = 3.1$), técnicos ($\bar{X} = 3.5$, $DE = 3.4$) y comerciantes ($\bar{X} = 3.3$, $DE = 3.0$) presentan medias más altas de ingreso económico en comparación con los universitarios que sólo estudian ($\bar{X} = 1.5$, $DE = 3.0$) y que los trabajadores de servicios ($\bar{X} = 3.2$, $DE = 1.9$). Los participantes iniciaron el consumo de alcohol en promedio a los 16.6 años ($DE = 1.9$) y refieren consumir un promedio de cinco bebidas alcohólicas por ocasión de consumo.

Para conocer los motivos para el consumo de alcohol, se identificó el tipo de motivo para el consumo de alcohol más alto que presentó cada participante de acuerdo al índice. En el análisis se encontraron participantes que presentaron igual índice en dos o cuatro subescalas de motivos, como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4

Tipo de motivaciones para el consumo de alcohol

Tipo de motivaciones para el consumo de alcohol	<i>f</i>	%
Motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento	15	4.5
Motivos para el consumo de alcohol por conformidad con su vida	1	0.3
Motivos sociales para el consumo de alcohol	238	71.7
Motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento	44	13.3
Motivos sociales para el consumo de alcohol y por reforzamiento	24	7.2
Motivos sociales para el consumo de alcohol y por afrontamiento	8	2.4
Motivos sociales para el consumo de alcohol y por conformidad con su vida, por afrontamiento y por reforzamiento	2	0.6

Fuente: CMC

n = 332

En los resultados de la tabla 4, se observa que los jóvenes presentaron mayor proporción de motivos sociales para el consumo de alcohol (71.7%), seguidos por motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento (13.3%), motivos para el

consumo de alcohol por afrontamiento (4.5%) y finalmente motivos para el consumo de alcohol por conformidad con su vida (0.3%). El 7.2% de los participantes presentaron motivos sociales para el consumo de alcohol y por reforzamiento en iguales proporciones, el 2.4% presentó motivos sociales para el consumo de alcohol y por afrontamiento en proporciones iguales. El 0.6% de los participantes también presentó igual proporción para los motivos sociales para el consumo de alcohol, motivos por conformidad con su vida, motivos por afrontamiento y motivos por reforzamiento.

Para responder al objetivo uno, que indica identificar la proporción de consumo de alcohol en los últimos treinta días, últimos quince días y últimos siete días en los universitarios que estudian y que estudian y trabajan, se utilizaron frecuencias, proporciones, estimación puntual y por intervalos con 95% de nivel de confianza.

Tabla 5

Consumo de alcohol en los últimos treinta días, últimos quince días y últimos siete días

Consumo de alcohol	<i>f</i>	%	IC al 95%	
			Limite inferior	Limite superior
En los últimos 30 días	315	94.9	.92	.97
En los últimos 15 días	218	65.7	.61	.71
En los últimos 7 días	166	50.0	.45	.55

Fuente: CDPCA

n = 332

En la tabla 5 se muestra que el 94.9% de los participantes en el estudio había consumido alcohol en los últimos treinta días (95%, IC .92 - .97), el 65.7% había consumido alcohol en los últimos quince días (95%, IC .61 - .71) y el 50% había consumido alcohol en los últimos siete días (95%, IC .45 - .55).

Tabla 6

Consumo de alcohol en los últimos treinta días, últimos quince días y últimos siete días en universitarios que estudian

Consumo de alcohol	<i>f</i>	%	IC al 95%	
			Limite inferior	Limite superior
En los últimos 30 días	186	93.9	.91	.97
En los últimos 15 días	118	59.6	.53	.66
En los últimos 7 días	97	49.0	.42	.56

Fuente: CDPCA

n = 332

En la tabla 6 se muestra que el 93.9% de los universitarios que estudian había consumido alcohol en los últimos treinta días (95%, IC .91 - .97), el 59.6% había consumido alcohol en los últimos quince días (95%, IC .61 - .71) y el 49% había consumido alcohol en los últimos siete días (95%, IC .42 - .56).

Tabla 7

Consumo de alcohol en los últimos treinta días, últimos quince días y últimos siete días en universitarios que estudian y trabajan

Consumo de alcohol	<i>f</i>	%	IC al 95%	
			Limite inferior	Limite superior
En los últimos 30 días	129	96.3	.93	1.0
En los últimos 15 días	100	74.6	.67	.82
En los últimos 7 días	69	51.5	.43	.60

Fuente: CDPCA

n = 332

En la tabla 7 se observa que el 96.3% de los universitarios que estudian y trabajan había consumido alcohol en los últimos treinta días (95%, IC .93 - 1.0), el

74.6% había consumido alcohol en los últimos quince días (95%, IC .67 - .82) y el 51.5% había consumido alcohol en los últimos siete días (95%, IC .43 - .60). De esta forma se respondió el primer objetivo de la investigación.

Tabla 8

Tipo de consumo de alcohol

Tipo de consumo de alcohol	<i>f</i>	%	IC 95%	
			Límite Inferior	Límite Superior
Sensato	123	37.0	.31	.42
Dependiente	106	31.9	.26	.36
Dañino	103	31.1	.26	.36

Fuente: AUDIT

n = 332

En la tabla 8 se observa que el 37% de los participantes presenta un consumo de alcohol sensato (95%, IC .31 – .42), el 31.9% presenta un consumo dependiente (95%, IC .26 – .36) y el 31.1% un consumo de alcohol dañino (95%, IC .26 – .36).

Tabla 9

Prueba de Kolmogorov – Smirnov para las variables edad, edad de inicio de consumo de alcohol, cantidad de bebidas, ingreso económico, motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol (AUDIT)

Variable	Valor Mínimo	Valor Máximo	\bar{X}	Mdn	DE	D	Valor de p
Edad	17.00	40.00	21.11	20.00	3.42	3.92	.001
Edad de inicio de consumo	6.00	27.00	16.64	17.00	1.96	2.73	.001
Cantidad de bebidas	1.00	30.00	5.30	4.00	4.58	3.16	.001
Ingreso económico	.27	17.01	2.34	1.63	2.14	4.00	.001
Motivos de consumo	1.25	83.75	20.56	17.50	13.55	1.74	.005
Motivos por afrontamiento	.00	80.00	14.02	10.00	15.88	3.74	.001
Motivos por conformidad	.00	90.00	4.92	.00	10.07	6.32	.001
Motivos sociales	.00	100.00	38.50	40.00	21.13	1.25	.084
Motivos por reforzamiento	.00	100.00	24.81	20.00	20.49	2.42	.001
Índice AUDIT	2.50	77.50	16.09	12.50	13.13	3.12	.001
Índice de frecuencia y cantidad	8.33	100.00	35.51	33.33	22.35	2.91	.001
Índice de consumo dependiente	.00	58.33	5.52	.00	10.95	7.08	.001
Índice de consumo dañino	.00	75.00	9.45	.00	14.20	5.02	.001

Fuente: CDPCA, CMC y AUDIT

$n = 332$

En la tabla 9 se observa que la media más alta de motivos para el consumo de alcohol fue el índice de motivos sociales, mientras que la media más baja fue la del índice de motivos de conformidad. En el consumo de alcohol se observa una media más

alta en el índice de consumo sensato, mientras que la media más baja fue para el índice de consumo dependiente. Además se observa que los índices de las variables no presentaron distribución normal ($p < .05$), por lo tanto se utilizó estadística no paramétrica para responder a los objetivos de la investigación y pruebas de hipótesis.

Estadística Inferencial

Tabla 10

Tipo de consumo de alcohol por institución educativa

Tipo de consumo de alcohol	Institución		Privada		χ^2	Valor de p
	Pública					
	f	%	f	%		
Sensato	93	40.1	30	30.0	4.1	.125
Dependiente	74	31.9	32	32.0		
Dañino	65	28.0	38	38.0		
Total	232	100	100	100		

Fuente: CDPCA y AUDIT

$n = 332$

En la tabla 10 se muestra que los estudiantes de la universidad pública presentaron una mayor proporción de consumo sensato (40.1%), seguido de consumo dependiente (31.9%). Mientras que los participantes de la universidad privada presentaron una mayor proporción de consumo dañino (38%), seguido del consumo dependiente (32%). Sin embargo, éstas diferencias no fueron significativas ($\chi^2 = 4.1, p > .05$).

Tabla 11

Tipo de consumo de alcohol por edad

Edad \ Tipo de consumo de alcohol	17 a 22		23 a 28		29 a 34		35 a 40		χ^2	Valor de p
	f	%	f	%	f	%	f	%		
Sensato	110	43.0	12	19.7	0	0	1	33.3	25.0	.001
Dependiente	79	30.8	19	31.1	6	50.0	2	66.7		
Dañino	67	26.2	30	49.2	6	50.0	0	0		
Total	256	100	61	100	12	100	3	100		

Fuente: CDPCA y AUDIT

 $n = 332$

La tabla 11 muestra que el tipo de consumo de alcohol presentó diferencia significativa por edad ($\chi^2 = 25.0, p < .01$). El 43% de los estudiantes de 17 a 22 años presentaron consumo de alcohol sensato, en cambio los estudiantes de 23 a 28 años presentaron un consumo dañino (49.2%). En los estudiantes de 29 a 34 años presentaron un consumo de alcohol dependiente (50%) y dañino (50%). En los estudiantes de 35 a 40 años fue mayor el consumo dependiente (66.7%).

Tabla 12

Tipo de consumo de alcohol por semestre

Semestre Tipo de consumo de alcohol	1 y 2°		3 y 4°		5 y 6°		7 y 8°		9 y 10°		χ^2	Valor de p
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Sensato	28	50.9	35	36.8	30	33.7	22	41.5	8	20.0	14.7	.065
Dependiente	14	25.5	35	36.8	30	33.7	15	28.3	12	30.0		
Dañino	13	23.6	25	26.4	29	32.6	16	30.2	20	50.0		
Total	55	100	95	100	89	100	53	100	40	100		

Fuente: CDPCA y AUDIT

 $n = 332$

En la tabla 12 se muestra que los alumnos de primero y segundo semestre presentaron una mayor proporción de consumo sensato (50.9%). Los alumnos de tercero y cuarto semestre presentan igual proporción de consumo sensato y dependiente (36.8%). Los universitarios de quinto y sexto semestre presentaron igual proporción de consumo sensato y dependiente (33.7%, respectivamente). Los participantes de séptimo y octavo semestre presentaron una mayor proporción de consumo sensato (41.5%) y los participantes de noveno y décimo semestre presentaron una mayor proporción de consumo dañino (50%). En éstas diferencias de consumo de alcohol por semestre sólo se presentó tendencia a la significancia ($\chi^2 = 14.7, p = .065$).

Para responder al objetivo dos que indica: Identificar si los universitarios que estudian presentan motivaciones diferentes para el consumo de alcohol en comparación con los universitarios que estudian y trabajan se obtuvo diferencia de medianas a través de la prueba U de Mann – Whitney.

Tabla 13

Prueba U de Mann - Whitney para motivaciones para el consumo de alcohol por ocupación

Motivos para el consumo de alcohol	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>U</i>	Valor de <i>p</i>
Motivos para el consumo de alcohol (escala total)					
Sólo estudia	198	19.17	16.87	11063.50	.010
Estudia y trabaja	134	22.63	21.25		
Motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento					
Sólo estudia	198	12.27	5.00	11567.50	.043
Estudia y trabaja	134	16.60	10.00		
Motivos para el consumo de alcohol por conformidad					
Sólo estudia	198	4.52	.00	12354.00	.207
Estudia y trabaja	134	5.52	.00		
Motivos sociales para el consumo de alcohol					
Sólo estudia	198	35.98	35.00	10577.50	.002
Estudia y trabaja	134	42.23	45.00		
Motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento					
Sólo estudia	198	23.91	20.00	12096.50	.171
Estudia y trabaja	134	26.15	20.00		

Fuente: CDPCA y CMC

n = 332

En la tabla 13 se observa que existe diferencia significativa entre las motivaciones para el consumo de alcohol y la ocupación ($U = 11063.50$, $p < .05$), es decir, los participantes que estudian y trabajan presentan medias y medianas más altas de motivos para el consumo de alcohol ($\bar{X} = 19.17$, $Mdn = 16.87$) que los participantes que sólo estudian ($\bar{X} = 22.63$, $Mdn = 21.65$). Al analizar los motivos para el consumo de alcohol por subescalas se observó que los motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento ($U = 11567.50$, $p < .05$) y los motivos sociales ($U = 10577.50$, $p < .01$) presentaron diferencia significativa entre los universitarios que estudian y los que

estudian y trabajan. Sin embargo, no presentaron diferencia significativa los motivos para el consumo de alcohol por conformidad con su vida ($U = 12354.00, p > .05$), y motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento ($U = 12096.50, p > .05$).

Para mostrar gráficamente las diferencias entre los motivos para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol por ocupación, se presenta el siguiente diagrama de dispersión.

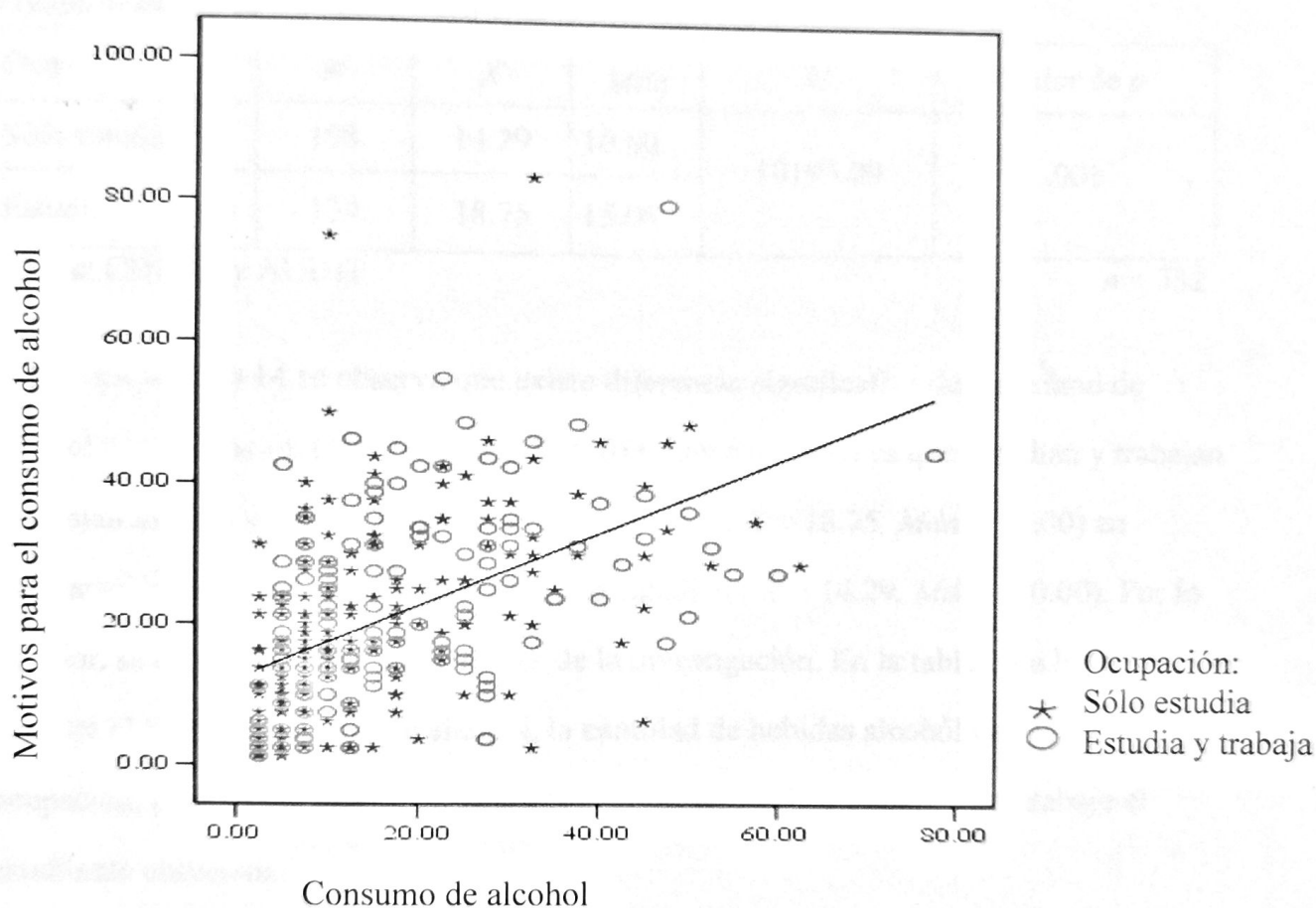


Figura 1. Diagrama de dispersión de motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol por ocupación

En la figura 1 se muestra el diagrama de dispersión de motivos para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol por ocupación. Se observa que a medida que aumentan los motivos para el consumo de alcohol se incrementa el consumo de alcohol,

sobre todo en los universitarios que estudian y trabajan. Por lo anterior se da respuesta al objetivo dos.

Para responder al objetivo tres: Identificar si los universitarios que estudian presentan diferente consumo de alcohol en comparación con los universitarios que estudian y trabajan se utilizó la prueba U de Mann - Whitney.

Tabla 14

Prueba U de Mann - Whitney para el consumo de alcohol por ocupación

Ocupación	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>U</i>	Valor de <i>p</i>
Sólo estudia	198	14.29	10.00	10193.00	.001
Estudia y trabaja	134	18.75	15.00		

Fuente: CDPCA y AUDIT

n = 332

En la tabla 14 se observa que existe diferencia significativa del consumo de alcohol por ocupación ($U = 10193.00$, $p < .01$). Los participantes que estudian y trabajan presentan medias y medianas más altas de consumo ($\bar{X} = 18.75$, $Mdn = 15.00$) en comparación con los universitarios que sólo estudian ($\bar{X} = 14.29$, $Mdn = 10.00$). Por lo anterior, se da respuesta al objetivo tres de la investigación. En la tabla 15 a la 18 se muestra el tipo de consumo de alcohol, la cantidad de bebidas alcohólicas por ocupación, por tipo de ocupación y por tipo de actividad que realiza en el trabajo el estudiante universitario.

Tabla 15

Tipo de consumo de alcohol por ocupación

Tipo de consumo de alcohol \ Ocupación	Sólo Estudia		Estudia y Trabaja		χ^2	Valor de p
	f	%	f	%		
Sensato	88	44.4	35	26.1	12.9	.002
Dependiente	60	30.3	46	34.3		
Dañino	50	25.3	53	39.6		
Total	198	100	134	100		

Fuente: CDPCA y AUDIT

 $n = 332$

La tabla 15 muestra que el tipo de consumo de alcohol presentó diferencia significativa por ocupación ($\chi^2 = 12.9, p < .01$). Los participantes que sólo estudian presentaron una mayor proporción de consumo sensato (44.4%), seguido del consumo dependiente (30.3%), mientras que los participantes que estudian y trabajan presentaron una mayor proporción de consumo de alcohol dañino (39.6%) y en segundo lugar un consumo de alcohol dependiente (34.3%).

Tabla 16

Cantidad de consumo de bebidas alcohólicas en un día típico por ocupación

Cantidad de bebidas	Sólo estudia		Estudia y trabaja		χ^2	Valor de p
	f	%	f	%		
1 o 2	81	40.9	29	21.6	20.1	.001
3 o 4	43	21.7	25	18.7		
5 o 6	35	17.7	29	21.6		
7 a 9	14	7.1	16	11.9		
10 o más	25	12.6	35	26.1		

Fuente: CDPCA

 $n = 332$

En la tabla 16 se observa que el consumo de alcohol presentó diferencia significativa por ocupación ($\chi^2 = 20.1, p < .01$). La mayor proporción de participantes (33.2%) ingiere una o dos bebidas de alcohol por ocasión de consumo. Es importante mencionar que el 18.1% de los participantes ingiere diez o más bebidas alcohólicas por ocasión de consumo. De los universitarios que sólo estudian la mayor proporción ingiere una o dos bebidas por ocasión de consumo (40.9%), mientras que los universitarios que estudian y trabajan la mayor proporción ingiere diez o más bebidas por ocasión de consumo (26.1%).

Tabla 17

Tipo de consumo de alcohol por tipo de ocupación

Tipo de ocupación \ Tipo de consumo de alcohol	No trabaja		Técnico		Administrativo		Comerciante y vendedor		Trabajador de servicios		χ^2	Valor de p
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Sensato	88	44.4	15	31.9	5	20.0	3	25.0	12	24.0	22.1	.005
Dependiente	60	30.3	19	40.4	6	24.0	2	16.7	19	38.0		
Dañino	50	25.3	13	27.7	14	56.0	7	58.3	19	38.0		
Total	198	100	47	100	25	100	12	100	50	100		

Fuente: CDPCA y AUDIT

 $n = 332$

La tabla 17 muestra que el tipo de consumo de alcohol presentó diferencia significativa por tipo de ocupación ($\chi^2 = 22.1, p < .01$). Una mayor proporción de los universitarios que tienen una ocupación de tipo administrativa (56%), comerciantes y vendedores (58.3%) y trabajadores de servicios (38%) presentaron un consumo de alcohol dañino. En cambio los trabajadores técnicos presentaron principalmente un consumo de alcohol dependiente (40.4%).

Tabla 18

Tipo de consumo de alcohol por tipo de actividad que realiza en el trabajo

Tipo de actividad	No trabaja		Comunicación e información		Manual		Intelectual		χ^2	Valor de p
	f	%	f	%	f	%	f	%		
Sensato	88	44.4	6	40.0	20	24.7	9	23.7	14.3	.026
Dependiente	60	30.3	4	26.7	28	34.6	14	36.8		
Dañino	50	25.3	5	33.3	33	40.7	15	39.5		
Total	198	100	15	100	81	100	38	100		

Fuente: CDPKA y AUDIT

 $n = 332$

En la tabla 18 se observa que el tipo de consumo de alcohol presentó diferencia significativa por tipo de actividad que realiza ($\chi^2 = 14.3, p < .05$). Los participantes que realizan una actividad de comunicación e información presentaron una mayor proporción de consumo de alcohol sensato (40%). Mientras que los participantes que realizan una actividad de tipo manual (40.7%) e intelectual (39.5%) presentaron una mayor proporción de consumo dañino.

Para responder a la hipótesis uno, que indica que los hombres presentan mayor consumo de alcohol que las mujeres, se utilizó la prueba U de Mann-Whitney.

Tabla 19

Prueba U de Mann-Whitney para el consumo de alcohol por género

Género	n	\bar{X}	Mdn	U	Valor de p
Femenino	171	9.72	7.50	5042.50	.001
Masculino	161	22.85	20.00		

Fuente: CDPKA y AUDIT

 $n = 332$

En la tabla 19 se observa que existe diferencia significativa del consumo de alcohol (AUDIT) por género ($U = 5042.50, p < .01$). Los participantes del género masculino presentan medias y medianas más altas ($\bar{X} = 22.85, Mdn = 20.00$) que las participantes del género femenino ($\bar{X} = 9.72, Mdn = 7.50$). Por lo que se acepta la hipótesis de investigación número uno. Adicionalmente en la tabla 20 y 21 se presentan el tipo de consumo de alcohol y la cantidad de consumo de bebidas alcohólicas por género.

Tabla 20

Tipo de consumo de alcohol por género

Tipo de consumo de alcohol \ Género	Femenino		Masculino		χ^2	Valor de p
	f	%	f	%		
Sensato	103	60.2	20	12.4	95.2	.001
Dependiente	48	28.1	58	36.0		
Dañino	20	11.7	83	51.6		
Total	171	100	161	100		

Fuente: CDPCA y AUDIT

 $n = 332$

En la tabla 20 se observa que el tipo de consumo de alcohol presentó diferencia significativa por género ($\chi^2 = 95.2, p = .001$). Los participantes del género femenino presentaron una mayor proporción de consumo sensato (60.2%), mientras que los participantes del género masculino presentaron una mayor proporción de consumo de alcohol dañino (51.6%).

Tabla 21

Cantidad de consumo de bebidas alcohólicas en un día típico por género

Género	Cantidad de bebidas alcohólicas					
	n	\bar{X}	IC al 95%		χ^2	Valor de p
			Límite Inferior	Límite Superior		
Femenino	171	2.95	2.63	3.28	123.31	.001
Masculino	161	7.80	7.00	8.59		

Fuente: CDPCA

n = 322

En la tabla 21 se observa que existe diferencia significativa entre la cantidad de bebidas alcohólicas ingeridas en un día típico y el género ($\chi^2 = 123.31, p < .01$), es decir, los varones consumen en promedio 7.80 bebidas por día típico de consumo (95%, IC 7.00 – 8.59), mientras que las mujeres ingieren 2.95 bebidas en un día típico de consumo (95%, IC 2.63 – 3.28).

Tabla 22

Correlación de Spearman de las variables edad, edad de inicio de consumo, cantidad de consumo de alcohol, ingreso económico, motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol (AUDIT)

Variable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 Edad	1											
2 Edad de inicio de consumo	.285**	1										
3 Cantidad de consumo	.225**	-.219	1									
4 Ingreso económico	.461**	-.016	.360**	1								
5 Motivos para el consumo de alcohol	.073	-.152**	.496**	.188**	1							
6 Motivos por afrontamiento	.000	-.078	.295**	.079	.735**	1						
7 Motivos por conformidad	.084	-.025	.166**	.057	.560**	.444**	1					
8 Motivos sociales	.096	-.121*	.480**	.238**	.879**	.492**	.396**	1				
9 Motivos por reforzamiento	.049	-.215**	.462**	.170**	.864**	.511**	.376**	.684**	1			
10 AUDIT	.180**	-.255**	.813**	.315**	.583**	.383**	.237**	.532**	.544**	1		
11 Frecuencia y cantidad	.227**	-.241**	.860**	.339**	.528**	.309**	.164**	.524**	.491**	.908**	1	
12 Consumo dependiente	.146**	-.191**	.430**	.219**	.367**	.268**	.239**	.296**	.369**	.654**	.484**	1
13 Consumo dañino	.010	-.208**	.425**	.141**	.442**	.335**	.252**	.353**	.402**	.724**	.438**	.510**

Fuente: CDPCA, CMC y AUDIT

n = 332

Nota: *p < .05. **p < .01.

En la tabla 22 se observa que la cantidad de consumo de alcohol ($r_s = .225, p < .01$) y el ingreso económico ($r_s = .461, p < .01$) presentaron asociación positiva y significativa con la edad. El ingreso económico se asocia positiva y significativamente con la cantidad de consumo de alcohol ($r_s = .360, p < .01$), lo que significa que a mayor ingreso económico mayor consumo de bebidas alcohólicas.

Los motivos para el consumo de alcohol se asocian negativa y significativamente con la edad de inicio al consumo de alcohol ($r_s = -.152, p < .01$), es decir, a menor edad de inicio al consumo de alcohol, mayores motivos para el consumo de alcohol. Además los motivos para el consumo de alcohol se asocian positiva y significativamente con la cantidad de consumo ($r_s = .496, p < .01$), con el AUDIT ($r_s = .583, p < .01$), con la subescala de frecuencia y cantidad ($r_s = .528, p < .01$), el consumo dependiente ($r_s = .367, p < .01$) y el consumo dañino ($r_s = .442, p < .01$), lo que indica que a mayores motivos para el consumo de alcohol, mayor consumo de alcohol.

Los motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento se asocian positiva y significativamente con la cantidad de consumo de alcohol ($r_s = .295, p < .01$), con el AUDIT ($r_s = .383, p < .01$), con la subescala de frecuencia y cantidad ($r_s = .309, p < .01$), el consumo dependiente ($r_s = .268, p < .01$) y el consumo dañino ($r_s = .335, p < .01$), es decir, a mayores motivaciones para el consumo de alcohol por afrontamiento, mayor consumo de alcohol.

Los motivos para el consumo de alcohol por conformidad con su vida, se asocian positiva y significativamente con la cantidad de consumo de alcohol ($r_s = .166, p < .01$), con el AUDIT ($r_s = .237, p < .01$), con la subescala de frecuencia y cantidad ($r_s = .164, p < .01$), el consumo dependiente ($r_s = .239, p < .01$) y el consumo dañino ($r_s = .252, p < .01$), lo que indica que a mayores motivaciones de conformidad con su vida para el consumo de alcohol, mayor consumo de alcohol.

Los motivos sociales para el consumo de alcohol se asocian negativa y significativamente con la edad de inicio al consumo de alcohol ($r_s = -.121, p < .05$), es

decir a menor edad de inicio al consumo, mayores motivos sociales para el consumo de alcohol. Además los motivos sociales se asocian positiva y significativamente con el ingreso económico ($r_s = .238, p < .01$), lo que indica que a mayor ingreso económico, mayores motivos sociales para el consumo de alcohol. También los motivos sociales presentaron asociación positiva y significativa con la cantidad de consumo de alcohol ($r_s = .480, p < .01$), con el AUDIT ($r_s = .532, p < .01$), con la subescala de frecuencia y cantidad ($r_s = .524, p < .01$), el consumo dependiente ($r_s = .296, p < .01$) y el consumo dañino ($r_s = .353, p < .01$), lo que indica que a mayores motivos sociales para el consumo de alcohol, mayor consumo de alcohol.

Los motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento se asocian negativa y significativamente con la edad de inicio al consumo de alcohol ($r_s = -.215, p < .01$), es decir, a menor edad de inicio al consumo de alcohol, mayores motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento. Así mismo, los motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento se asociaron positiva y significativamente con el ingreso económico ($r_s = .170, p < .01$), lo que indica que a mayor ingreso económico, mayores motivos por reforzamiento para el consumo de alcohol. También los motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento presentaron asociación positiva y significativa con la cantidad de consumo de alcohol ($r_s = .462, p < .01$), con el AUDIT ($r_s = .544, p < .01$), con la subescala de frecuencia y cantidad ($r_s = .491, p < .01$), el consumo dependiente ($r_s = .369, p < .01$) y el consumo dañino ($r_s = .402, p < .01$), es decir, a mayores motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento, mayor consumo de alcohol.

El AUDIT se asocia positiva y significativamente con la edad ($r_s = .180, p < .01$) y el ingreso económico ($r_s = .315, p < .01$), lo que indica que a mayor edad y mayor ingreso económico, mayor es el consumo de alcohol. Además el AUDIT se asocia negativa y significativamente con la edad de inicio al consumo de alcohol ($r_s = -.180, p < .01$), lo que indica que a menor edad de inicio al consumo de alcohol, mayor consumo de alcohol.

La subescala de frecuencia y cantidad presentó asociación positiva y significativa con la edad ($r_s = .227, p < .01$) y el ingreso económico ($r_s = .339, p < .01$), lo que indica que a mayor edad y mayor ingreso económico, mayor es la cantidad y frecuencia de consumo de alcohol. Así mismo la subescala de frecuencia y cantidad de consumo de alcohol presentó asociación negativa y significativa con la edad de inicio al consumo de alcohol ($r_s = -.241, p < .01$), lo que indica que a menor edad de inicio al consumo de alcohol, consume alcohol con mayor frecuencia y en mayor cantidad.

La subescala de consumo dependiente presentó asociación positiva y significativa con la edad ($r_s = .146, p < .01$) y el ingreso económico ($r_s = .219, p < .01$), lo que indica que a mayor edad y mayor ingreso económico, mayor es el consumo dependiente de alcohol. Además la subescala de consumo dependiente de alcohol presentó asociación negativa y significativa con la edad de inicio al consumo de alcohol ($r_s = -.191, p < .01$), lo que indica que a menor edad de inicio al consumo de alcohol, mayor consumo dependiente de alcohol.

La subescala de consumo dañino presentó asociación positiva y significativa con el ingreso económico ($r_s = .141, p < .01$), lo que significa que a mayor ingreso económico, mayor es el consumo dañino de alcohol. Así mismo, la subescala de consumo dañino de alcohol presentó asociación negativa y significativa con la edad de inicio al consumo de alcohol ($r_s = -.208, p < .01$), lo que indica que a menor edad de inicio al consumo de alcohol, mayor consumo dañino de alcohol.

Para el sustento de la hipótesis dos que dice que a mayor motivación para el consumo de alcohol mayor consumo de alcohol, dado que las variables no presentaron distribución normal se utilizó el Coeficiente de Correlación de Spearman.

Tabla 23

Correlación de Spearman de las variables motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol (AUDIT)

VARIABLES	AUDIT	Frecuencia y cantidad	Consumo dependiente	Consumo dañino
Motivos de consumo	.583** (.001)	.528** (.001)	.367** (.001)	.442** (.001)
Motivos por afrontamiento	.383** (.001)	.309** (.001)	.268** (.001)	.335** (.001)
Motivos por conformidad	.237** (.001)	.164** (.001)	.239** (.001)	.252** (.001)
Motivos sociales	.532** (.001)	.524** (.001)	.296** (.001)	.353** (.001)
Motivos por reforzamiento	.544** (.001)	.491** (.001)	.369** (.001)	.402** (.001)

Fuente: CMC y AUDIT

$n = 332$

Nota: * $p < .05$. ** $p < .01$.

En la tabla 23 se muestra la asociación entre las variables de motivos de consumo de alcohol y el consumo de alcohol (AUDIT). Los motivos para el consumo de alcohol se asociaron positiva y significativamente con el consumo de alcohol ($r_s = .583, p < .01$), con la subescala de frecuencia y cantidad ($r_s = .528, p < .01$), con el consumo dependiente ($r_s = .367, p < .01$) y con el consumo dañino ($r_s = .442, p < .01$).

Los motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento se asociaron positiva y significativamente con el consumo de alcohol ($r_s = .383, p < .01$), con la subescala de frecuencia y cantidad ($r_s = .309, p < .01$), con el consumo dependiente ($r_s = .268, p < .01$) y con el consumo dañino ($r_s = .335, p < .01$). Los motivos para el consumo de alcohol por conformidad con su vida se asociaron positiva y significativamente con el consumo de alcohol ($r_s = .237, p < .01$), con la subescala de frecuencia y cantidad ($r_s = .164, p < .01$), con el consumo dependiente

($r_s = .239, p < .01$) y con el consumo dañino ($r_s = .252, p < .01$).

Los motivos sociales para el consumo de alcohol se asociaron positiva y significativamente con el consumo de alcohol ($r_s = .532, p < .01$), con la subescala de frecuencia y cantidad ($r_s = .524, p < .01$), con el consumo dependiente ($r_s = .296, p < .01$) y con el consumo dañino ($r_s = .353, p < .01$). Los motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento se asociaron positiva y significativamente con el consumo de alcohol ($r_s = .544, p < .01$), con la subescala de frecuencia y cantidad ($r_s = .491, p < .01$), con el consumo dependiente ($r_s = .369, p < .01$) y con el consumo dañino ($r_s = .402, p < .01$). Por lo anterior, se acepta la hipótesis dos de la investigación.

Para responder a la hipótesis tres de la investigación que dice que los hombres presentan motivaciones para el consumo de alcohol diferentes que las mujeres se utilizó la prueba U de Mann – Whitney.

	112	11.50	30.16	2365.00	.001
	141	13.29	33.93		
	171	17.14	41.00	1761.39	.001
	161	15.28	37.09		

a = 312

En la tabla se puede observar que existe una diferencia significativa entre las motivaciones de consumo de alcohol por género ($U = 1641.39, p < .01$). Los hombres presentan mayor consumo de alcohol que las mujeres en los motivos sociales y de afrontamiento. Asimismo, se puede observar que los hombres presentan mayor consumo de alcohol que las mujeres en la subescala de frecuencia y cantidad de consumo de alcohol. Los resultados de la prueba U de Mann – Whitney indican que los participantes del sexo masculino ($n = 171$) presentaron un mayor consumo de alcohol que los participantes del sexo femenino ($n = 141$). Los resultados de la prueba U de Mann – Whitney indican que los participantes del sexo masculino ($n = 171$) presentaron un mayor consumo de alcohol que los participantes del sexo femenino ($n = 141$) en los motivos sociales y de afrontamiento.

Tabla 24

Prueba U de Mann - Whitney para motivaciones para el consumo de alcohol por género

Motivos para el consumo de alcohol	<i>n</i>	\bar{X}	<i>Mdn</i>	<i>U</i>	Valor de <i>p</i>
Motivos de consumo					
Femenino	171	16.93	15.00	9062.50	.001
Masculino	161	24.42	22.50		
Motivos de afrontamiento					
Femenino	171	12.19	5.00	11902.50	.029
Masculino	161	15.96	10.00		
Motivos de conformidad					
Femenino	171	3.56	.00	11354.50	.001
Masculino	161	6.36	.00		
Motivos sociales					
Femenino	171	31.84	30.00	8595.00	.001
Masculino	161	45.59	45.00		
Motivos de reforzamiento					
Femenino	171	20.14	15.00	9762.50	.001
Masculino	161	29.78	25.00		

Fuente: CDPCA y CMC

n = 332

En la tabla 24 se observa que existe diferencia significativa entre las motivaciones para el consumo de alcohol por género ($U = 9062.50$, $p < .01$). Los participantes del sexo masculino presentaron medias y medianas de motivos para beber por afrontamiento, motivos de conformidad con su vida, motivos sociales y motivos por reforzamiento más altas ($\bar{X} = 24.42$, $Mdn = 22.50$) que los participantes del sexo femenino ($\bar{X} = 16.93$, $Mdn = 15.00$). En seguida se presenta un diagrama de dispersión de motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol por género.

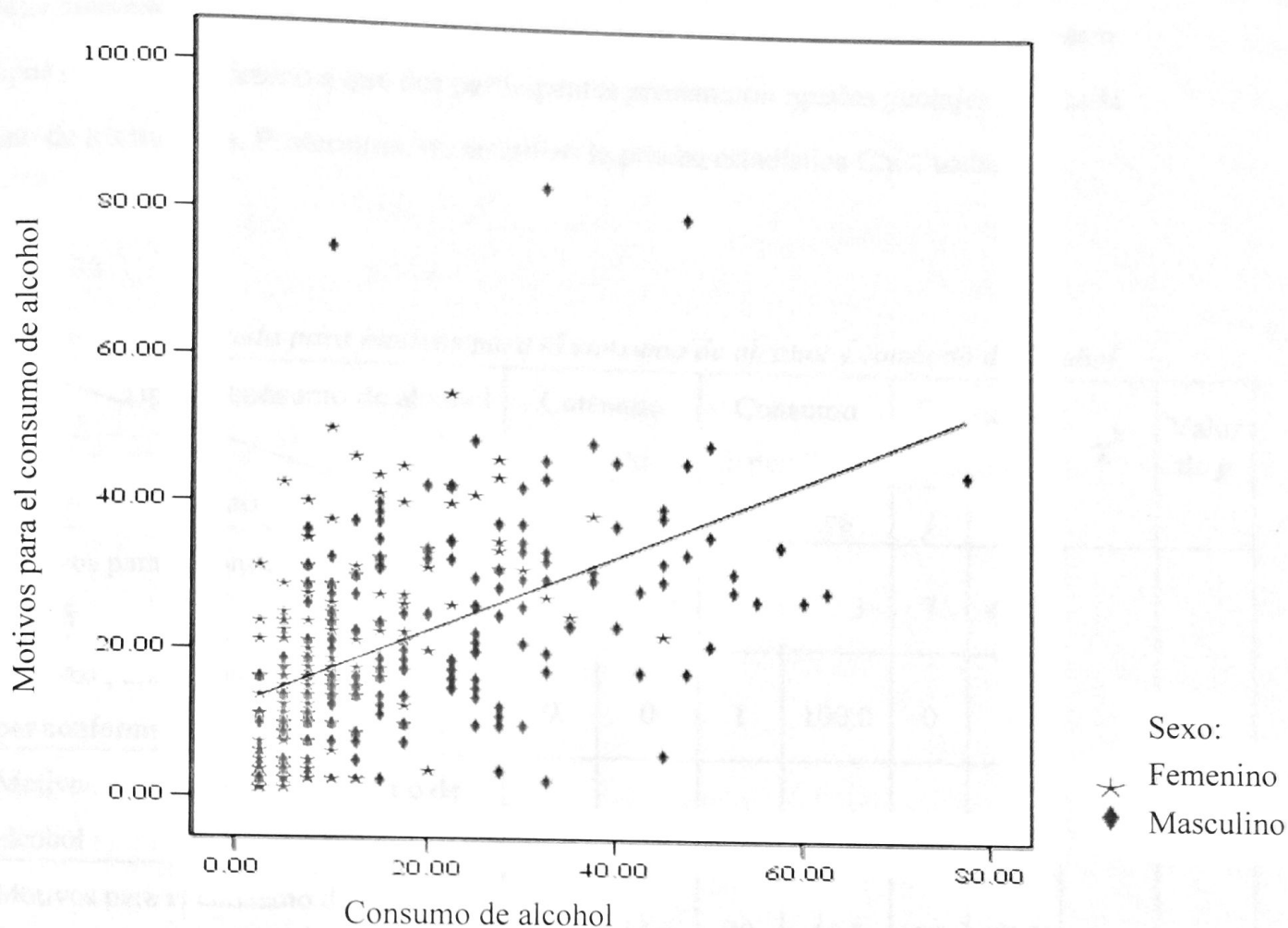


Figura 2. Diagrama de dispersión de motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol por género

En la figura 2 se muestra el diagrama de dispersión de motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol por género. Se observa que a medida que aumentan las motivaciones para el consumo de alcohol se incrementa el consumo de alcohol, sobre todo en los jóvenes del género masculino.

Para responder a la hipótesis cuatro que indica que las motivaciones para el consumo de alcohol son diferentes en relación a los tipos de consumo alcohol, primero se identificó en cada participante el tipo de motivo con mayor puntaje, sin embargo algunos participantes presentaron igual índice para dos o para los cuatro tipos de

motivos, por lo que se formaron las combinaciones de motivos sociales y por reforzamiento, motivos sociales y por afrontamiento y una combinación con los cuatro tipos de motivos, debido a que dos participantes presentaron iguales puntajes para cada uno de los motivos. Posteriormente se utilizó la prueba estadística Chi Cuadrada.

Tabla 25

Prueba Chi Cuadrada para motivos para el consumo de alcohol y consumo de alcohol

Tipo de consumo de alcohol Motivo de consumo	Consumo sensato		Consumo dependiente		Consumo dañino		χ^2	Valor de p
	f	%	f	%	f	%		
Motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento	3	20.0	5	33.3	7	46.7	26.37	.009
Motivos para el consumo de alcohol por conformidad con su vida	0	0	1	100.0	0	0		
Motivos sociales para el consumo de alcohol	97	40.8	73	30.7	68	28.6		
Motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento	6	13.6	20	45.5	18	40.9		
Motivos sociales para el consumo de alcohol y por reforzamiento	9	37.5	7	29.2	8	33.3		
Motivos sociales para el consumo de alcohol y por afrontamiento	7	87.5	0	0	1	12.5		
Motivos sociales para el consumo de alcohol, por conformidad con su vida, por afrontamiento y por reforzamiento	1	50.0	0	0	1	50.0		

Fuente: CMC y AUDIT

$n = 332$

En la tabla 25 se observa que existe diferencia significativa entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el tipo de consumo de alcohol

($\chi^2 = 26.37, p < .01$). Los participantes en los que prevalecían los motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento, presentaron un mayor porcentaje de consumo dañino (46.7%). Los participantes que presentaron mayores motivos sociales para el consumo de alcohol presentaron mayor proporción de consumo sensato (40.8%) y los jóvenes que presentaron motivaciones para el consumo de alcohol por reforzamiento presentaron una mayor proporción de consumo dependiente (45.5%). Por lo tanto se acepta la cuarta hipótesis de la investigación.

Hallazgos Adicionales

Adicionalmente se aplicó el Modelo de Regresión Lineal Múltiple para conocer el efecto que tienen las variables del estudio con el consumo de alcohol (AUDIT). Los resultados se presentan en las tablas 26 a la 29.

Tabla 26

Modelo de Regresión Lineal Múltiple para las variables: edad, sexo, semestre, ingreso económico, edad de inicio, cantidad de bebidas, motivos de afrontamiento, reforzamiento, de conformidad con su vida y motivos sociales con el consumo de alcohol (AUDIT)

Fuente de Variación	Suma de Cuadrados	gl	Cuadrado medio	F	Valor de p
Regresión	36441.4	10	3644.1	56.6	.001
Residual	20643.9	321	64.3		
Total	57085.4	331			

Fuente: CDPCA, AUDIT y CMC

$R^2 = .63$

$n = 332$

En la tabla 26 se observa que se construyó un modelo de regresión lineal múltiple integrado por las variables edad, el sexo, el semestre, la edad de inicio, la cantidad de bebidas y los motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento, reforzamiento, de conformidad con su vida y sociales tienen efecto significativo sobre el consumo de alcohol ($F_{10,321} = 56.6, p < .01$), presentando una varianza explicada de 63%.

Tabla 27

Efecto de la edad, sexo, semestre, edad de inicio, cantidad de bebidas, motivos por afrontamiento, conformidad con su vida, sociales y por reforzamiento sobre el consumo de alcohol (AUDIT)

Modelo	β	EE	t	Valor de p
Edad	-.030	.176	-.645	.520
Sexo	.118	1.091	2.826	.005
Semestre	.046	.196	1.224	.222
Ingreso económico	.071	.009	1.687	.093
Edad de inicio	-.045	.249	-1.206	.229
Cantidad de bebidas	.564	.121	13.322	.001
Motivos de afrontamiento	.176	.035	4.185	.001
Motivos de conformidad	-.060	.051	-1.530	.127
Motivos sociales	.050	.031	1.013	.312
Motivos de reforzamiento	.114	.031	2.346	.020

n = 332

Fuente: CDP, CMC y AUDIT

En la tabla 27 se muestra el peso que tuvo cada una de las variables para explicar la conducta de consumo de alcohol medida a través del AUDIT. Las variables que más

contribuyen al consumo de alcohol son el sexo, la cantidad de bebidas y los motivos para beber por afrontamiento y por reforzamiento. Posteriormente se realizó el procedimiento Backward para confirmar las variables que explican el modelo.

Tabla 28

Modelo de Regresión Lineal Múltiple (Procedimiento Backward) para las variables: sexo, edad de inicio, motivos de afrontamiento, de conformidad con su vida, sociales y por reforzamiento con el consumo de alcohol (AUDIT)

Fuente de Variación	Suma de Cuadrados	gl	Cuadrado medio	F	Valor de p
Regresión	24507.2	6	4084.5	40.7	.001
Residual	32578.1	325	100.2		
Total	57085.4	331			

Fuente: CDPCA, AUDIT y CMC

$R^2 = .41$

$n = 332$

En la tabla 28 se observa que el procedimiento Backward confirma que las variables sexo, la edad de inicio y los motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento, reforzamiento, de conformidad con su vida y sociales tienen un efecto sobre el consumo de alcohol ($F_{6,325} = 40.7, p < .01$), presentando una varianza explicada de 41%.

Tabla 29

Efecto de sexo, edad de inicio, motivos por afrontamiento, de conformidad con su vida, sociales y por reforzamiento sobre el consumo de alcohol (AUDIT)

Modelo	β	EE	<i>t</i>	Valor de <i>p</i>
Sexo	.375	1.182	8.334	.001
Edad de inicio	-.092	.292	-2.108	.036
Motivos de afrontamiento	.187	.043	3.579	.001
Motivos de conformidad	-.099	.063	-2.047	.041
Motivos sociales	.163	.037	2.715	.007
Motivos de reforzamiento	.194	.039	3.212	.001

Fuente: CDP, CMC y AUDIT

n = 332

En la tabla 29 se muestra el peso que tuvo cada una de las variables para explicar la conducta de consumo de alcohol medida a través del AUDIT. El procedimiento Backward muestra que las variables sexo, la edad de inicio y los motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento, conformidad con su vida, sociales y por reforzamiento son predictoras del consumo de alcohol.

Capítulo IV

Discusión

El presente estudio permitió conocer las motivaciones para el consumo de alcohol y su relación con el consumo de alcohol en universitarios que estudian y que estudian y trabajan en 332 jóvenes pertenecientes a universidad pública y universidad privada del Área Metropolitana de Monterrey, Nuevo León.

Para encontrar a 332 consumidores de alcohol, se entrevistaron a 365 estudiantes, lo que indica que el 89.9% de los jóvenes abordados reportó consumir alcohol actualmente, siendo éste el criterio de inclusión para participar en el estudio. Los participantes del estudio, cuentan con una edad promedio de 21 años, el 51.5% fueron del sexo femenino y 48.5% del sexo masculino. La mayoría de los participantes pertenecía al tercero y cuarto semestre de universidad, la media de edad fue de 21.1 años, 94.6% no tenía pareja marital.

El 69.9% de los estudiantes pertenecían a una universidad pública y el 30.1% de los estudiantes pertenecían a una universidad privada. La mayoría de los estudiantes de la universidad privada (92.7%) refirieron trabajar además de estudiar, lo anterior refleja que una gran parte de la comunidad universitaria se inicia en la vida económicamente activa antes de concluir sus estudios universitarios, esto quizás con la finalidad de autofinanciar su estudio o cubrir otras necesidades económicas personales y familiares. En su mayoría, los jóvenes eran trabajadores de servicio, realizando en su trabajo una actividad de tipo manual. Los participantes contaban con una media de ingreso económico equivalente a 2.34 salarios mínimos al mes.

En relación al primer objetivo de conocer la proporción de consumo de alcohol en los últimos treinta días, últimos quince días y últimos siete días en universitarios que estudian y que estudian y trabajan, se encontró que el 94.9% de los participantes había consumido alcohol en los últimos treinta días, el 65.7% de los estudiantes había

consumido alcohol en los últimos quince días y el 50% de los participantes había consumido alcohol en los últimos siete días. Al respecto Comas (1994) indica que en los universitarios es más característico un consumo de cada fin de semana, que inicia a partir del viernes por la tarde, alcanza su clímax en la noche del sábado para descender durante el domingo.

La edad promedio de inicio al consumo de alcohol fue de 16 años. Esto concuerda con lo reportado por la Encuesta Nacional de Adicciones (SS & CONADIC, 2003) que indica que la edad de inicio de consumo de alcohol en población de 12 a 65 años ocurre entre los 15 y 17 años de edad, y también similar a lo encontrado por Moya, Escrivá, Edo y Mestre (2005) en estudiantes universitarios de Castellón, España, con una media de edad de inicio al consumo de 16 años de edad.

En relación a la cantidad de bebidas ingeridas en un día típico de consumo de alcohol se encontró que los participantes consumen en promedio 5.3 bebidas, sin embargo el género femenino consume en promedio 2.9 bebidas por ocasión de consumo, mientras que el género masculino ingiere 7.8 bebidas por ocasión de consumo. Esto es parcialmente similar a datos de la Encuesta Nacional de Adicciones (SS & CONADIC, 2003) que reporta que la cantidad modal de consumo por ocasión en las mujeres es de una a dos bebidas, y en los hombres de 3 a 4 bebidas.

Además Mora-Ríos y Natera (2001) encontraron en jóvenes universitarios que el 30% de las mujeres ingieren en promedio de una a cuatro bebidas por ocasión y el 22.2% de los hombres consume entre cinco y once bebidas. El hecho de que los hombres ingieran una mayor cantidad de bebidas alcohólicas probablemente se deba a que tienen menos restricciones sociales para el consumo de alcohol que las mujeres y además el hecho de que ingieran una mayor cantidad de bebidas alcohólicas puede estar asociado a la tolerancia al alcohol.

Los participantes consumidores de alcohol, presentaron en su mayoría un consumo sensato (37%), seguidos por un consumo dependiente (31.9%) y finalmente un

consumo dañino (31.1%), éstos datos difieren de lo encontrado por Terán (2005) y Del Bosque (2006) en universitarios, quienes reportan que la mayor proporción de estudiantes presentaron un consumo de alcohol dañino. Los resultados del presente estudio pueden deberse a que en el Estado de Nuevo León se han implementado sanciones más severas en el reglamento de tránsito para conductores en estado de ebriedad, lo que probablemente influye en los jóvenes para que disminuya el consumo de alcohol.

Los estudiantes de la universidad pública presentaron mayor consumo sensato, seguido de un consumo dependiente; los estudiantes de universidad privada presentaron más alto consumo dañino, seguido de un consumo dependiente; esto concuerda con los hallazgos de Mora-Ríos y Natera (2001) quienes encontraron un consumo ligeramente más elevado en mujeres de universidades privadas (17.9%) que en las jóvenes de universidades públicas (11.8%). Si se considera que el 92.7% de los estudiantes de universidad privada cuentan con un trabajo remunerado, tienen un mayor ingreso económico que probablemente favorece la adquisición del alcohol. Además cuentan con un mayor número de grupos de amigos con quienes socializar y donde el consumo de alcohol está presente.

En el presente estudio el consumo de alcohol presentó diferencias por edad, mientras que los estudiantes de 17 a 22 años presentaron un consumo sensato, los estudiantes de 23 a 34 años presentaron principalmente consumo dañino. Mora-Ríos y Natera (2001) encontraron que el 14% de los hombres universitarios de entre 23 y 25 años consumieron más de cinco bebidas alcohólicas por ocasión de consumo. Los hallazgos del presente estudio pueden explicarse en base a lo que se conoce como la carrera del bebedor, la persona inicia con un consumo experimental, durante la adolescencia, y en la juventud se presenta el consumo habitual, que alcanza una media de consumo de alcohol más alta cinco años después de haber iniciado el consumo (Tapia, 2001). Llama la atención que los participantes de 35 a 40 años presentaron un

consumo dependiente, esto puede deberse a que estos universitarios cuentan con pareja marital lo que implica un mayor número de responsabilidades relacionadas con el sustento familiar por lo que el consumo de alcohol es menor.

Respecto al consumo de alcohol por semestre, los estudiantes de primero a octavo semestre presentaron principalmente consumo sensato de alcohol, a diferencia de los estudiantes de noveno y décimo semestre quienes presentaron un consumo dañino. Probablemente se deba a que los estudiantes de semestres más avanzados son los que ya se encuentran laborando, lo que propicia un mayor número de redes sociales en donde el consumo de alcohol está presente.

Respecto a los motivos para el consumo de alcohol el 71.7% de los participantes de éste estudio presentaron una mayor proporción de motivos sociales para el consumo de alcohol, es decir, los jóvenes consumían alcohol para celebrar ocasiones especiales con sus amigos o porque el alcohol hacía las reuniones sociales más divertidas. El 13.3% de los jóvenes presentó motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento, el 4.5% presentó motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento y el 0.3% presentó motivos para el consumo de alcohol de conformidad con su vida. Lo anterior es similar a lo reportado por Martens, Cox, Beck y Heppner (2003) y por Stewart y Chambers (2000), quienes encontraron medias más altas de motivos sociales, seguidas de motivos por reforzamiento, afrontamiento y de conformidad con su vida.

En relación con el segundo objetivo del estudio, de identificar si los universitarios que estudian, presentan motivaciones diferentes para el consumo de alcohol en comparación con los universitarios que estudian y trabajan se encontró que los universitarios que estudian y trabajan presentan motivos más altos que los participantes que sólo estudian, éstas diferencias fueron significativas. Considerando que los motivos sociales para el consumo de alcohol fueron más altos, los resultados de éste estudio pueden deberse a que los jóvenes que estudian y trabajan además de tener un mayor número de redes de amigos, cuentan con actividades laborales que implican una

mayor socialización, por lo que los motivos para el consumo de alcohol pueden estar relacionados con actividades propias del trabajo, por ejemplo, cerrar tratos con clientes o para socializar con sus jefes y compañeros de trabajo.

En relación con el objetivo tres que indica identificar si los universitarios que estudian presentan diferente consumo de alcohol en comparación con los universitarios que estudian y trabajan, se encontró diferencia significativa, es decir, se encontró un mayor consumo de alcohol en los jóvenes que estudian y trabajan, en comparación con los jóvenes que sólo estudian, esto concuerda con lo reportado por Herrera-Vázquez, Wagner, Velasco-Mondragón, Borges y Lazcano-Ponce (2004), que encontraron que los estudiantes con ingreso socioeconómico alto presentan mayor riesgo de consumo de alcohol dañino que los estudiantes con ingreso económico bajo.

En relación al tipo de ocupación que realizan los participantes, la mayoría era trabajador de servicios y técnicos, los cuales presentaron una mayor proporción de consumo dependiente. Los administrativos y los comerciantes y vendedores presentaron una mayor proporción de consumo de alcohol dañino. Lo cual se debe a que los administrativos y vendedores obtienen mayor remuneración económica al prestar sus servicios (4.6 salarios mínimos) que los técnicos y trabajadores de servicios (3.2 salarios mínimos), por lo que cuentan con mayor poder económico para adquirir bebidas alcohólicas. Arrivillaga, Salazar y Correa (2003) también indican que la economía favorece la adopción de estilos de vida no saludables como el consumo excesivo de alcohol. Así mismo los estudiantes que trabajan tienen mayor contacto con personas adultas que consumen alcohol y pueden ser un modelo de conducta a seguir por los jóvenes.

Respecto a la hipótesis uno del estudio, se encontró diferencia significativa entre el consumo de alcohol y el género. El género femenino presentó en su mayoría un consumo sensato, mientras que el género masculino presentó un consumo dañino, esto

concuera con lo encontrado por Terán (2005), que reportó un consumo sensato en mujeres universitarias y mayor consumo dañino en los varones.

También es similar a lo reportado por Mora-Ríos, Natera y Juárez (2005) en universitarios de la Ciudad de México y a lo reportado por Camacho (2005) quien encontró en estudiantes universitarios de Bogotá, con edades entre 16 y 35 años, que un mayor porcentaje de mujeres presentaron consumo moderado de alcohol (56.1%) y una mayor proporción de hombres presentaron consumo abusivo de alcohol (40.9%). Posiblemente porque globalmente existe una cultura de permisibilidad para el consumo de alcohol mayor en los hombres que en las mujeres. Al respecto, Correira (2007) al analizar las normas sobre el consumo en América Latina, indica que tanto hombres como mujeres están sujetos a normas socioculturales sobre el consumo de alcohol, la mujer se enfrenta a un mayor control social, y aunque los hombres y mujeres optan por beber, el consumo de alcohol hasta la embriaguez es más común en hombres.

En la hipótesis dos de la investigación, se encontró que las motivaciones para el consumo de alcohol se relacionan significativamente con el consumo de alcohol. Los resultados encontrados en la presente investigación concuerdan con lo reportado por Lecci, MacLean y Croteau (2002), Novak, Burgess, Clark, Zvolenzky y Brown (2003), Martens, Cox, Beck y Heppner (2003), Theakston, Stewart, Dawson, Knowlden-Loewen y Lehman (2004) y Terán (2005), quienes encontraron asociaciones significativas entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol. Al respecto Cox y Klinger indican que la decisión de consumo de alcohol responde a motivos internos o externos, para evitar emociones negativas ó incrementar emociones positivas, tal como se presentó en el presente estudio.

En relación a la hipótesis tres de la investigación, se encontró diferencia significativa entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el género, siendo mas altas las motivaciones para el consumo de alcohol en el género masculino que en el género femenino. Los hallazgos del estudio concuerdan con lo encontrado por Novak,

Burgess, Clark, Zvolenzky y Brown (2003), Martens, Cox, Beck y Heppner (2003), Theakston, Stewart, Dawson, Knowlden-Loewen y Lehman (2004), Terán (2005), Stewart, Zeitlin y Barton (1996) y MacLean y Lecci (2000) quienes encontraron diferencias entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el género.

Respecto a la cuarta hipótesis del estudio, se encontró diferencia significativa entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol. Los participantes con mayores motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento presentaron principalmente un consumo dañino. Esto concuerda con lo reportado por Lecci, MacLean y Croteau (2002), y Read, Wood, Kahler, Maddock y Palfai (2003) quienes reportaron que los motivos para beber por afrontamiento predicen un consumo dañino de alcohol.

El hecho de que éstos jóvenes ingieran alcohol para olvidarse de sus preocupaciones, porque sienten que les ayuda cuando están deprimidos, cuando están de mal humor o porque se sienten más seguros de sí mismos, muestra la validez conceptual que refieren Cox y Klinger respecto a que el consumo de alcohol responde a una motivación interna para disminuir estados emocionales negativos. Al respecto Hussong, Gallowey y Feagans (2005), encontraron que los motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento están asociados con cinco diferentes tipos de emociones como son el enojo, el aburrimiento, la soledad, el nerviosismo y la tristeza. Adicionalmente se puede señalar que éste tipo de consumo es problemático puesto que las emociones negativas no se están afrontando de forma saludable, por lo que al continuar con el consumo dañino, éste también con el tiempo provoca depresión, ansiedad y miedo, resultando un estado emocional destructivo.

Los jóvenes con más altos motivos para el consumo de alcohol por conformidad con su vida y por reforzamiento, presentaron un consumo dependiente. La mayoría de los participantes con más altos motivos sociales para el consumo de alcohol presentaron un consumo de alcohol sensato, en este sentido Cox & Klinger indican que las razones

que el individuo tiene para el consumo de alcohol las construyen en un primer momento en el pensamiento, sin embargo es una cognición social debido a que el medio ambiente de los amigos y grupos sociales influyen en esa construcción, además la persona tiene un control interno que permite decidir la ingesta de alcohol en base a su necesidad de satisfacciones placenteras.

Como hallazgo adicional se encontró que el sexo, la edad de inicio y los motivos para consumo de alcohol por afrontamiento, de conformidad con su vida, motivos sociales y por reforzamiento contribuyen al consumo de alcohol con una varianza explicada de 41%. De esta forma se confirma que los motivos para el consumo de alcohol explican la conducta de consumo de alcohol en esta población, y adicionalmente se muestra el efecto del sexo, y la edad de inicio al consumo de alcohol sobre la conducta de consumo de alcohol.

Conclusiones

En base a los resultados obtenidos en éste estudio y su discusión se concluye que a medida que aumenta la edad, aumenta el consumo de alcohol.

Los estudiantes de semestres más avanzados presentan mayor consumo de alcohol.

Los universitarios que estudian y trabajan presentan motivaciones para el consumo de alcohol más altas que los universitarios que sólo estudian.

Los universitarios que estudian y trabajan presentan mayor consumo de alcohol que los universitarios que sólo estudian.

Los jóvenes del género masculino presentan mayor consumo de alcohol que el género femenino. Los hombres presentan consumo de alcohol dañino a diferencia de las mujeres quienes presentan consumo de alcohol sensato.

Las motivaciones para el consumo de alcohol se relacionan significativamente con el consumo de alcohol.

Los jóvenes del género masculino presentan motivaciones para el consumo de alcohol más altas que las mujeres.

Existe diferencia significativa entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol. Los universitarios con mayores motivos sociales para el consumo de alcohol tienen mayor consumo sensato, los universitarios con mayores motivos para el consumo de alcohol por reforzamiento presentan consumo dependiente y los universitarios con mayores motivos para el consumo de alcohol por afrontamiento presentan mayor consumo dañino.

Recomendaciones

Se recomienda realizar estudios en población trabajadora o en jóvenes que no asisten a la universidad con la finalidad de identificar si las motivaciones para el consumo de alcohol son diferentes de acuerdo al tipo de población.

Realizar estudios de intervención de prevención primaria para prevenir el abuso de alcohol en población universitaria e intervenciones de prevención secundaria en jóvenes que estudian y trabajan.

Se recomienda para futuros estudios, realizar una aproximación cualitativa para profundizar en el significado del consumo de alcohol en los jóvenes que trabajan.

Dado que los instrumentos aplicados en el estudio presentaron consistencia interna aceptable se recomienda continuar aplicando el Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC) y el Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol (AUDIT).

Referencias

- Arrivillaga, I. C., Salazar, I. C. & Correa, D. (2003). Creencias sobre la salud y su relación con las prácticas de riesgo o de protección en jóvenes universitarios. *Colombia Médica*, 34, 186-195.
- Consejo Nacional de Población. (2006). Comunicado de prensa 34 / 06. México, D. F., Viernes 11 de agosto de 2006. Recuperado el 16 de noviembre de 2006 de <http://www.conapo.gob.mx/prensa/boletines2006.htm>
- Camacho, A. I. (2005). Consumo de alcohol en universitarios: relación funcional con los factores sociodemográficos, las expectativas y la ansiedad social. *Acta Colombiana de Psicología*, 13, 91-119.
- Comas, A. D. (1994). *Los jóvenes y el uso de drogas en la España*. Madrid: Instituto de la juventud. Recuperado de <http://www.psico.unioiv.es/REIPS/v1n0/art6.html> el 9 de Junio de 2007.
- Cooper, M. L. (1994). Motivations for alcohol use among adolescents: Development and validation of a four-factor model. *Psychological Assessment*, 6, 117-128.
- Correira, M. (2002). Dimensiones de género sobre el consumo de alcohol y problemas afines en América Latina y el Caribe. Recuperado de http://lnweb18.worldbank.org/External/lac/lac.nsf/_i8lm2 el 8 de Junio de 2007.
- Cox, W. M. & Klinger, E. (1988). A motivational model of alcohol use. *Journal of Abnormal Psychology*, 97, 168-180.
- De la Fuente, J. R. & Kershenobich, D. (1992). El alcoholismo como problema médico. *Revista de la Facultad de Medicina UNAM*, 35 (2), 47-51.
- Del Bosque, M. J. (2006). *Percepción de normas sociales y consumo de alcohol en jóvenes universitarios*. Tesis de maestría no publicada. Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, México.

- Elashoff, D. J., Dixon, J. W., Crede, M. K. & Fotheringham, N. (2000). n'Query Advisor Program, Versión 4.0.
- Herrera-Vázquez, M., Wagner, F. A., Velasco-Mondragón, E., Borges, G. & Lazcano-Ponce, E. (2004). Inicio en el consumo de alcohol y tabaco y transición a otras drogas en estudiantes de Morelos, México. *Salud Pública de México*, 46 (2), 132-140.
- Hussong, A. M., Galloway, C. A. & Feagans, L. A. (2005). Coping Motives as a Moderator of Daily Mood-Drinking Covariation. *Journal of Studies on Alcohol*, 66, 334-353.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. (2006). *Estadísticas a propósito del día internacional de la juventud*. Datos Nacionales. Dirección General de Información en Salud. México, D. F.
- Lecci, L., MacLean, M.G., Croteau, N. (2002). Personal Goals as Predictors of College Student Drinking, Alcohol Use and Related Problems. *Journal of Studies on Alcohol*, 63 (5), 620-630.
- MacLean, M. G. & Lecci, L. (2000). A comparison of models of drinking motives in a university sample. *Psychology of Addictive Behaviors*, 14 (1), 83-87.
- Martens, M. P., Cox, R. H., Beck, N. C. & Heppner, P. P. (2003). Measuring motivations for intercollegiate athlete alcohol use: A confirmatory factor analysis of the drinking motives measure. *Psychological Assessment*, 15 (2), 235-239.
- Moya, J., Escrivá, P., Edo, S. & Mestre, H. (2005). Personalidad y consumo de alcohol en universitarios. *Jornadas de Fomento a la Investigación*. España.
- Mora-Ríos, J. & Natera, G. (2001). Expectativas, consumo de alcohol y problemas asociados en estudiantes universitarios de la ciudad de México. *Salud Pública de México*, 43 (2), 89-96.

- Mora-Ríos, J., Natera, G. & Juárez, F. (2005). Expectativas relacionadas con el alcohol en la predicción del abuso en el consumo en jóvenes. *Revista de Salud Mental*, 28 (2), 82-90.
- Novak, A., Burgess, E., Clark, M., Zvolenzky, M. & Brown, R. (2003). Anxiety sensitivity, self-reported motives for alcohol and nicotine use, and level of consumption. *Journal of Anxiety Disorders*, 17, 165-180.
- Oliveira, D. P., Areco, K. N. & Silveira, F. D. (2005). Alcohol y Alcoholismo entre Adolescentes de la Red Estatal de Enseñanza de Cuiaba, Mato Grosso, Brasil. *Psiquiatría*, 39 (4), 585-592.
- Polit, D. F. & Hungler, B. P. (1999). *Investigación científica en ciencias de la salud*. Sexta Edición. Editorial McGrawHill.
- Read, J. P., Wood, M. D., Kahler, C. W., Maddock, J. E. & Palfai, T. P. (2003). Examining the role of drinking motives in college student alcohol use and problems. *Psychology of Addictive Behaviors*, 17 (1), 13-23.
- Ruiz, C. E., Carreño, G. S., Martínez, V. N., Juárez, G. F. & Medina, M. M. (2006). Relación entre el nivel de consumo de alcohol, salud mental y síntomas somáticos. *Salud Mental*, 29 (2), 52-58.
- Secretaría de Salud. (1987). *Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Investigación para la Salud*. México.
- Secretaría de Salud. (1999). *Norma Oficial Mexicana NOM-028-SSA2-1999 para la Prevención, Tratamiento y Control de las Adicciones*. México, D. F.
- Secretaría de Salud & Consejo Nacional Contra las Adicciones. (2003). *Encuesta Nacional de Adicciones 2002*. México.
- Statistical Package for the Social Sciences. (2001). SPSS 13.0 for Windows.
- Stewart, S. & Chambers, L. (2000). Relationships between drinking motives and drinking restraint. *Addictive Behaviors*, 25 (2), 269-274.

- Stewart, S., Zeitlin, S. & Barton, S. (1996). Examination of a three-dimensional drinking motives questionnaire in a young adult university student sample. *Addictive behaviors*, 25 (2), 269-264.
- Tapia, C. R. (2001). *Las Adicciones: dimensión, impacto y perspectivas*. (2da. Edición). Manual Moderno. México.
- Terán, M. M. (2005). *Las motivaciones y el consumo de alcohol en jóvenes universitarios*. Tesis de maestría no publicada. Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, México.
- Theakston, J. A., Stewart, S. H., Dawson, M. Y., Knowlden-Loewen, S. A. & Lehman, D. R. (2004). Big-Five personality domains predict drinking motives. *Personality and Individual Differences*, 37, 971-984.

ANEXO 3

Facultad de Psicología y Ciencias de la Conducta



UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

PSICOLOGÍA

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES

INSTRUCCIONES

Este cuestionario es confidencial, sus datos serán tratados de forma anónima y sus resultados serán utilizados para fines de investigación.

Edad (años cumplidos): _____

Sexo: Femenino Masculino

Apéndices

Semestre que cursas: _____

Ocupación: Sólo estudio

Si actualmente trabajas:

¿Cuál es tu ocupación? _____

Si no trabajas, ¿Con cuánto dinero mensual cuentas? _____

Estado civil:

Soltero Casado Unión libre

¿Has consumido alcohol alguna vez en tu vida?

¿A qué edad iniciaste el consumo de alcohol? _____

Si tu respuesta anterior fue afirmativa, ¿cuánto alcohol consumes?

En los últimos 7 días

En los últimos 15 días

En el último mes

En el último año

¿Cuántas bebidas consumes en tu día de consumo? _____

Apéndice A

Cédula de Datos Personales y Consumo de Alcohol (CDPCA)



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
 FACULTAD DE ENFERMERÍA
 SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



Instrucciones:

Este instrumento es confidencial, la información obtenida sólo será utilizada por el investigador, por lo cual solicito su colaboración para contestar las preguntas que se presentan a continuación, marcando sólo una de las opciones de la manera más certera posible.

Universidad : _____

Carrera : _____

Edad (años cumplidos): _____

Género: Femenino Masculino

Semestre que cursas: _____

Ocupación: Sólo estudio Estudio y trabajo

Si actualmente trabajas:

¿Cuál es tu ocupación? _____ ¿Cuál es tu salario mensual? _____

Si no trabajas, ¿Con cuánto dinero cuentas semanalmente para tus gastos? _____

Estado civil:

Soltero Casado Unión libre Separado Divorciado Viudo

¿Has consumido alcohol alguna vez en la vida? Sí No

¿A que edad iniciaste el consumo de alcohol? _____

Si tu respuesta anterior fue afirmativa señala: la última vez que consumiste alcohol fue:

En los últimos 7 días

En los últimos 15 días

En el último mes

En el último año

¿Cuántas bebidas tomas en un día típico de los que consumes alcohol? _____

Apéndice B

Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC)

Instrucciones:

A continuación se presentan una serie de motivos para el consumo de alcohol; por favor encierra en un círculo la opción que más se acerque a tu realidad; no dejes ningún espacio en blanco. Piensa en todas las ocasiones que has consumido alcohol.

¿Qué tan seguido dirías tú que consumes alcohol a causa de los siguientes motivos?

Motivos	Nunca	Rara vez	A veces	Casi siempre	Siempre
1.- Para olvidarme de mis preocupaciones	1	2	3	4	5
2.- Porque mis amigos me presionan para consumir alcohol	1	2	3	4	5
3.- Porque me ayuda a disfrutar en una fiesta	1	2	3	4	5
4.- Porque me ayuda cuando me siento triste o deprimido	1	2	3	4	5
5.- Para ser sociable y hacer amigos	1	2	3	4	5
6.- Para animarme cuando ando de mal humor	1	2	3	4	5
7.- Porque me gusta cómo me siento consumiendo alcohol	1	2	3	4	5
8.- Para que otros no se burlen de mí por no tomar	1	2	3	4	5
9.- Porque es emocionante	1	2	3	4	5
10.- Para emborracharme, embriagarme	1	2	3	4	5
11.- Porque hace las reuniones sociales más divertidas	1	2	3	4	5
12.- Para pertenecer al grupo que quiero	1	2	3	4	5
13.- Porque me da una sensación placentera	1	2	3	4	5
14.- Porque mejora las fiestas y celebraciones	1	2	3	4	5
15.- Porque me siento más seguro de mí mismo	1	2	3	4	5
16.- Para celebrar una ocasión especial con mis amigos	1	2	3	4	5
17.- Para olvidarme de mis problemas	1	2	3	4	5

Motivos	Nunca	Rara vez	A veces	Casi siempre	Siempre
18.- Porque es divertido	1	2	3	4	5
19.- Para caerles bien a los demás	1	2	3	4	5
20.- Para que no sienta que no me incluyen mis amigos o compañeros	1	2	3	4	5

Apéndice C

Cuestionario de Identificación de Desórdenes por Uso de Alcohol (AUDIT)

Instrucciones:

A continuación se presentan algunas preguntas sobre tu consumo de alcohol; por favor encierra en un círculo la respuesta que más se acerca a tu realidad.

1. ¿Qué tan frecuentemente ingieres bebidas alcohólicas?
0= Nunca
1= Una vez al mes o menos
2= Dos o cuatro veces al mes
3= Dos o tres veces por semana
4= Cuatro o más veces por semana

2. ¿Cuántas bebidas tomas en un día típico de los que consumes alcohol?
0= Una o dos
1= Tres o cuatro
2= Cinco o seis
3= Siete a nueve
4= Diez o más

3. Durante el último año ¿qué tan frecuentemente tomas seis o más bebidas en la misma ocasión?
0= Nunca
1= Menos de una vez al mes
2= Mensualmente
3= Semanalmente
4= Diario o casi a diario

4. Durante el último año, ¿te ocurrió que no pudiste parar de beber una vez que ya habías empezado?
0= Nunca
1= Menos de una vez al mes
2= Mensualmente
3= Semanalmente
4= Diario o casi a diario

5. Durante el último año ¿qué tan frecuentemente dejaste de hacer algo que deberías haber hecho por beber?
0= Nunca
1= Menos de una vez al mes
2= Mensualmente
3= Semanalmente
4= Diario o casi a diario

6. Durante el último año, ¿qué tan frecuentemente bebiste a la mañana siguiente después de haber bebido en exceso el día anterior?
- 0= Nunca
 - 1= Menos de una vez al mes
 - 2= Mensualmente
 - 3= Semanalmente
 - 4= Diario o casi a diario
7. Durante el último año, ¿qué tan frecuentemente te sentiste culpable o tuviste remordimiento por haber bebido?
- 0= Nunca
 - 1= Menos de una vez al mes
 - 2= Mensualmente
 - 3= Semanalmente
 - 4= Diario o casi a diario
8. Durante el último año, ¿qué tan frecuentemente olvidaste algo de lo que había pasado cuando estuviste bebiendo?
- 0= Nunca
 - 1= Menos de una vez al mes
 - 2= Mensualmente
 - 3= Semanalmente
 - 4= Diario o casi a diario
9. ¿Te has lastimado o alguien ha resultado lesionado como consecuencia de tu ingestión de alcohol?
- 0= No
 - 2= Sí, pero no en el último año
 - 4= Sí, en el último año
10. ¿Algún amigo, familiar o doctor se ha preocupado por la forma en que bebes o te ha sugerido que le bajes?
- 0= No
 - 2= Sí, pero no en el último año
 - 4= Si, en el último año

Apéndice D

Cartas de Autorización de las Instituciones Educativas

UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN


FACULTAD DE ENFERMERÍA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

Dr. Sergio M. De La Fuente Valdez
SECRETARIO DE DEPARTAMENTO ESCOLAR Y ARCHIVO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN DE LA UANL

Estimado Profesor De La Fuente, reciba un cordial saludo de nuestra parte; la presente es para comentarle que la Lic. Dariela Alejandra Puebla Almaguer se encuentra realizando su Trabajo de Tesis de Maestría en Ciencias de Enfermería en Nuestra Universidad. Actualmente se ha autorizado para que la Lic. Puebla realice la recolección de datos de la prueba piloto de su investigación "Motivaciones para el consumo de alcohol en estudiantes de universidades públicas y privadas" en la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Con el propósito de determinar el tamaño de muestra del estudio por grupo y sexo, agradeceré su autorización para contar con el listado de los estudiantes inscritos en el actual semestre escolar.

En espera de contar con su apoyo, me despido de Usted.

Atentamente,
"ALERE FLAMMAM VERITATIS"
Monterrey, N. L., a 27 de Octubre de 2006


MCE. Santiago E. Esparza Almanza
Director de Tesis

*Recibí
Sergio m. de la Fuente
27 / octubre / 2006*



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ENFERMERÍA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

Dr. Jorge Alberto Martínez Treviño
SUBDIRECTOR ACADÉMICO DE LA
FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UANL

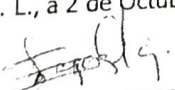
Estimado Profesor Martínez, reciba un cordial saludo de nuestra parte; la presente es para comentarle que la Lic. Daniela Alejandra Puebla Almaguer se encuentra realizando su Trabajo de Tesis de Maestría en Ciencias de Enfermería en Nuestra Universidad. Actualmente realiza su investigación "Motivaciones para el consumo de alcohol en estudiantes de universidades públicas y privadas", motivo por el cual solicito su autorización para que en el mes de Febrero del 2007 la Lic. Puebla pueda aplicar los instrumentos a los estudiantes de la institución, que usted tiene a su digno cargo.

Con el propósito de determinar el tamaño de muestra del estudio por grupo y sexo, agradeceré su autorización para contar con información de los estudiantes inscritos en el actual semestre escolar.

Es importante resaltar que la participación de los alumnos será con el consentimiento de ellos mismos, y de usted, para cuidar el aspecto ético de la investigación.

En espera de contar con su apoyo, me despido de Usted.

Atentamente,
"ALERE FLAMMAM VERITATIS"
Monterrey, N. L., a 2 de Octubre de 2006


MCE. Santiago E. Esparza Almanza
Director de Tesis

Recibí 9/10/06




UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACULTAD DE ENFERMERÍA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

Dr. Jorge Alberto Martínez Treviño
SUBDIRECTOR ACADÉMICO DE LA
FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UANL


Estimado Profesor Martínez, reciba un cordial saludo de nuestra parte; la presente es para comentarle que la Lic. Daniela Alejandra Puebla Almaguer se encuentra realizando su Trabajo de Tesis de Maestría en Ciencias de Enfermería en Nuestra Universidad. Actualmente realiza su investigación "Motivaciones para el consumo de alcohol en estudiantes de universidades públicas y privadas", motivo por el cual solicito su autorización para que en el mes de Febrero del 2007 la Lic. Puebla pueda aplicar los instrumentos a los estudiantes de la institución, que usted tiene a su digno cargo.

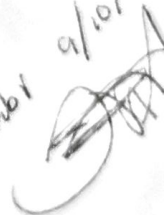
Con el propósito de determinar el tamaño de muestra del estudio por grupo y sexo, agradeceré su autorización para contar con información de los estudiantes inscritos en el actual semestre escolar.

Es importante resaltar que la participación de los alumnos será con el consentimiento de ellos mismos, y de usted, para cuidar el aspecto ético de la investigación.

En espera de contar con su apoyo, me despido de Usted.

Atentamente,
"ALERE FLAMMAM VERITATIS"
Monterrey, N. L., a 2 de Octubre de 2006


MCE. Santiago E. Esparza Almanza
Director de Tesis

Recibí 9/10/06




UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACULTAD DE ENFERMERÍA
SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

ING. GERARDO AGUILERA GONZÁLEZ
DIRECTOR ACADÉMICO DE LA
UNIVERSIDAD ALFONSO REYES
PRESENTE.-


Estimado Profesor Aguilera, reciba un cordial saludo de nuestra parte; la presente es para comentarle que la Lic. Dariela Alejandra Puebla Almaguer se encuentra realizando su Trabajo de Tesis de Maestría en Ciencias de Enfermería en Nuestra Universidad. Actualmente realiza la recolección de datos de la prueba piloto de su investigación "Motivaciones para el consumo de alcohol en estudiantes de universidades públicas y privadas", motivo por el cual solicito su autorización para que la Lic. Puebla pueda aplicar los instrumentos a los estudiantes de la institución, que usted tiene a su digno cargo.

Con el propósito de determinar el tamaño de muestra del estudio por grupo y sexo, agradeceré su autorización para contar con el listado de los estudiantes inscritos en el actual semestre escolar.


Es importante resaltar que la participación de los alumnos será con el consentimiento de ellos mismos, y de usted, para cuidar el aspecto ético de la investigación.

En espera de contar con su apoyo, me despido de Usted.

Atentamente,
"ALERE FLAMMAM VERITATIS"
Monterrey, N. L., a 14 de septiembre de 2006


MCE. Santiago E. Esparza Almanza
Director de Tesis



MCE:BA
18/09/06


Apéndice E

Consentimiento Informado para el Universitario

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ENFERMERÍA

SUBDIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

*Título del proyecto:*

Motivaciones para el consumo de alcohol y consumo de alcohol en universitarios que estudian y que estudian y trabajan.

Investigador responsable:

Lic. Dariela Alejandra Puebla Almaguer

Asesor de Tesis:

MCE. Santiago E. Esparza Almanza

Prólogo:

Actualmente soy estudiante de Maestría en Ciencias de Enfermería y estoy realizando el estudio: Motivaciones para el consumo de alcohol y consumo de alcohol en universitarios que estudian y que estudian y trabajan. Por lo que solicitamos su participación voluntaria en este estudio. Antes de decidir si quiere o no participar, necesita saber el propósito de la investigación.

Propósito del estudio:

El propósito del estudio es conocer la relación que existe entre las motivaciones para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol en universitarios que estudian y que estudian y trabajan.

Descripción del estudio:

Si usted desea participar le pediremos que conteste de la manera más certera posible aspectos generales como edad, estado civil, ocupación e ingreso económico. Y datos relacionados a la frecuencia, cantidad y motivos para el consumo de alcohol.

Riesgos e inquietudes:

El riesgo relacionado con la participación en éste estudio es mínimo, debido a que no se realizarán acciones que pongan en peligro su integridad, sin embargo se abordarán aspectos relacionados con el consumo de alcohol, en caso de que se sienta incómodo con las preguntas, tiene la libertad de expresarlo.

Beneficios:

No existen beneficios personales o económicos de participar en el estudio.

Confidencialidad:

La única persona que sabrá que usted participa en el estudio es la autora del estudio. Ninguna información sobre usted será dada a conocer ni se distribuirá a ninguna persona. Los resultados del estudio serán publicados en una tesis o en un artículo científico pero de manera general, nunca en forma personal. Recuerde que los cuestionarios que usted contestará son anónimos y la información es confidencial. Además de que su participación o retiro de su consentimiento no afectará su situación escolar y los resultados que arroje el estudio no serán utilizados en su perjuicio.

Derecho a retractar:

Su participación es voluntaria. Usted tiene la oportunidad de retractarse en cualquier momento sin afectar en nada sus derechos.

Preguntas:

Si usted tiene alguna pregunta sobre sus derechos como participante de éste estudio por favor comuníquese con la autora del estudio, la Lic. Dariela Alejandra Puebla Almaguer que se encuentra localizada en la Subdirección de Posgrado e Investigación de la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León, ubicada en Avenida Gonzalitos 1500, Colonia Mitras Centro, al teléfono 83 48 18 47 o correo electrónico: alejandra2182@hotmail.com

Consentimiento:

Yo voluntariamente acepto participar en este estudio y que se colecte información sobre mi persona. He leído la información en éste formato y todas mis dudas han sido aclaradas.

Firma del participante

Fecha: _____

Firma del primer testigo

Fecha: _____

Firma del segundo testigo






Fecha: _____

Firma del investigador

Fecha: _____

Apéndice F

Tabla de Equivalencias de una Bebida Estándar

				
Una cerveza (360 ml)	Un trago de alcohol, whisky, ginebra, vodka, brandy, ron, tequila (45 ml)	Una copita de licor o aperitivo (120 ml)	Una copita de jerez (120 ml)	Una copa de vino (180 ml)

Apéndice G

Tabla de Frecuencias y Proporciones del Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol

Motivos	Nunca		Rara vez		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Para olvidarme de mis preocupaciones	214	64.5	72	21.7	41	12.3	3	0.9	2	0.6
2. Porque mis amigos me presionan para consumir alcohol	257	77.4	50	15.1	17	5.1	5	1.5	3	0.9
3. Porque me ayuda a disfrutar en una fiesta	68	20.5	95	28.6	99	29.8	48	14.5	22	6.6
4. Porque me ayuda cuando me siento triste o deprimido	207	62.3	70	21.1	46	13.9	6	1.8	3	0.9
5. Para ser sociable y hacer amigos	192	57.8	76	22.9	49	14.8	7	2.1	8	2.4
6. Para animarme cuando ando de mal humor	177	53.3	67	20.2	66	19.9	18	5.4	4	1.2
7. Porque me gusta cómo me siento consumiendo alcohol	146	44.0	74	22.3	77	23.2	25	7.5	10	3.0
8. Para que otros no se burlen de mí por no tomar	308	92.8	19	5.7	4	1.2	0	0	1	0.3
9. Porque es emocionante	189	56.9	60	18.1	65	19.6	12	3.6	6	1.8
10. Para emborracharme, embriagarme	215	64.8	47	14.2	49	14.8	13	3.9	8	2.4
11. Porque hace las reuniones sociales más divertidas	77	23.2	91	27.4	97	29.2	47	14.2	20	6.0
12. Para pertenecer al grupo que quiero	288	86.7	31	9.3	12	3.6	0	0	1	0.3
13. Porque me da una sensación placentera	128	38.6	76	22.9	80	24.1	35	10.5	13	3.9
14. Porque mejora las fiestas y celebraciones	83	25.0	88	26.5	101	30.4	43	13.0	17	5.1
15. Porque me siento más seguro de mí mismo	247	74.4	54	16.3	22	6.6	4	1.2	5	1.5
16. Para celebrar una ocasión especial con mis amigos	21	6.3	37	11.1	111	33.4	99	29.8	64	19.3
17. Para olvidarme de mis problemas	226	68.1	59	17.8	33	9.9	12	3.6	2	0.6
18. Porque es divertido	106	31.9	78	23.5	92	27.7	40	12.0	16	4.8
19. Para caerles bien a los demás	289	87.0	30	9.0	8	2.4	2	0.6	3	0.9
20. Para que no sienta que no me incluyen mis amigos	287	86.4	33	9.9	9	2.7	1	0.3	2	0.6

n = 332

Fuente: CMC

Apéndice H

Tabla de frecuencias y proporciones del Cuestionario AUDIT

Pregunta	Nunca		Una vez al mes o menos		2 o 4 veces al mes		2 o 3 veces por semana		4 o más veces por semana	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. ¿Qué tan frecuentemente ingieres bebidas alcohólicas?	0	0	202	60.8	57	17.2	70	21.1	3	0.9
Pregunta	1 o 2		3 o 4		5 o 6		7 a 9		10 o más	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
2. ¿Cuántas bebidas tomas en un día típico de los que consumes alcohol?	100	30.1	86	25.9	70	21.1	36	10.8	40	12.0
Pregunta	Nunca		Menos de una vez al mes		Mensualmente		Semanalmente		Diario, casi diario	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
3. Durante el último año ¿qué tan frecuentemente tomas seis o más bebidas en la misma ocasión?	109	32.8	112	33.7	64	19.3	45	13.6	2	0.6
4. Durante el último año, ¿te ocurrió que no pudiste parar de beber una vez que ya habías empezado?	273	82.2	43	13.0	10	3.0	4	1.2	2	0.6
5. Durante el último año ¿qué tan frecuentemente dejaste de hacer algo que deberías haber hecho por beber?	279	84.0	44	13.3	8	2.4	1	0.3	0	0
6. Durante el último año, ¿qué tan frecuentemente bebiste a la mañana siguiente después de haber bebido en exceso el día anterior?	284	85.5	33	9.9	6	1.8	7	2.1	2	0.6
7. Durante el último año, ¿qué tan frecuentemente te sentiste culpable o tuviste remordimiento por haber bebido?	228	68.7	88	26.5	5	1.5	6	1.8	5	1.5
8. Durante el último año, ¿qué tan frecuentemente olvidaste algo de lo que había pasado cuando estuviste bebiendo?	242	72.9	73	22	12	3.6	3	0.9	2	0.6
Pregunta	No		Si, pero no en el último año		Si, en el último año					
	f	%	f	%	f	%				
9. ¿Te has lastimado o alguien ha resultado lesionado como consecuencia de tu ingestión de alcohol?	296	89.2	27	8.1	9	2.7				
10. ¿Algún amigo, familiar o doctor se ha preocupado por la forma en que bebes o te ha sugerido que le bajas?	281	84.6	21	6.3	30	9.0				

n = 332

Fuente: AUDIT

RESUMEN AUTOBIOGRÁFICO

Candidato para obtener el Grado de Maestría en Ciencias de Enfermería
con Énfasis en Salud Comunitaria

Tesis: MOTIVACIONES PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL Y CONSUMO
DE ALCOHOL EN UNIVERSITARIOS QUE ESTUDIAN Y QUE
ESTUDIAN Y TRABAJAN

Área de Estudio: Salud Comunitaria

Biografía: Nacida en la ciudad de Monclova, Coahuila el día 21 de Marzo de 1982, hija del Sr. Arturo Puebla Corona y la Sra. Marina Almaguer Flores.

Educación: Egresada de la Escuela de Licenciatura en Enfermería “Dr. Santiago Valdés Galindo” de la Universidad Autónoma de Coahuila (U. A. de C.) en 2004. Becaria del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), para realizar estudios de Maestría en Ciencias de Enfermería en la Facultad de Enfermería de la Universidad Autónoma de Nuevo León durante el período 2005 - 2007. Miembro activo de Sigma Theta Tau International, Honor Society of Nursing, Capítulo Tau Alpha.

E-mail: alejandra2182@hotmail.com