

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

GRUPO DE INVESTIGACIÓN (PSICOLOGÍA)

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA

DIFERENCIAS EN EL NIVEL DE CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS ENTRE  
ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE PRIMER SEMESTRE

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN COMO REQUISITO PARCIAL PARA OPTAR AL  
TÍTULO DE PSICÓLOGO

PRESENTA:

KATHERINE NARVAEZ OSPINA

CODIGO: 1410010681

ASESORA

Mg. DIANA PATRICIA CASTAÑEDA GUERRERO

Enero, 2018

## INDICE GENERAL

RESUMEN .....	5
INTRODUCCIÓN .....	6
REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	7
ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	10
Diseño.....	10
Muestra.....	11
Instrumento.....	11
Procedimiento.....	13
RESULTADOS.....	14
DISCUSIÓN .....	18
CONCLUSIONES .....	19
REFERENCIAS.....	21
ANEXOS .....	23

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. ....	13
Operacionalización de factores situacionales determinantes del consumo de bebidas alcohólicas .....	13
Tabla 2 .....	16
Nivel de consumo de bebidas alcohólicas de los estudiantes según el género .....	16

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gráfico de barras de los factores situacionales asociados al consumo de bebidas alcohólicas de los estudiantes .....	14
Figura 2. Gráfica del nivel de consumo de bebidas alcohólicas de los estudiantes según el programa académico al que pertenecen .....	17

## **RESUMEN**

Este estudio de investigación descriptivo transversal, tiene como objetivo describir los factores causales asociados al nivel de consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes de primer semestre de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, matriculados en los programas de Negocios Internacionales y Psicología. Se presenta una revisión teórica acerca de la tipología de consumo y de consumidores de bebidas alcohólicas, los factores causales asociados al consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes tales como: los factores interpersonales e intrapersonales situacionales, el género y los perfiles vocacionales asociados a la personalidad de los estudiantes. Se propone como instrumento de medición el Inventario de Situaciones de bebida (IDS-100), que mide los factores asociados al consumo de alcohol, compuesto por ocho categorías, divididas en dos subgrupos relacionados con distintos contextos de consumo de alcohol. El primer subgrupo relacionado con situaciones personales, lo conforman: a) emociones desagradables, b) malestar físico, c) emociones agradables, d) probando autocontrol, e) necesidad o urgencia por consumir. El segundo subgrupo, relacionado con situaciones que abarca a terceras personas, lo conforman: a) conflicto con otros, b) presión social y c) momentos agradables. Para la aplicación del instrumento se contó con una muestra conformada por 60 estudiantes de los programas de Psicología y Negocios Internacionales. Los resultados muestran un nivel de consumo alto de bebidas alcohólicas en los estudiantes del Programa de Negocios Internacionales en comparación con los estudiantes del programa de Psicología, cuyo nivel de consumo es moderado, y una clara prevalencia de consumo alto en las mujeres en ambos programas académicos. Finalmente, se proponen estrategias y líneas de acción tendientes a promover hábitos saludables y prevenir los altos niveles de consumo de alcohol en los estudiantes.

**PALABRAS CLAVE:** Factores asociados al consumo de alcohol, universitarios, diferencias de género

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la población universitaria es una de las más vulnerables al consumo y abuso de bebidas alcohólicas, siendo este determinado especialmente por las nuevas experiencias de la vida universitaria a las que se enfrentan los estudiantes. Según Camacho (2005) “el ingreso y permanencia en la universidad se convierte en una etapa de búsqueda intelectual y crecimiento personal, que ofrece la posibilidad de moldear la identidad personal”, es por ello, que, al cursar el primer semestre de sus carreras universitarias, los estudiantes buscan seguir conductas que van ligadas, por ejemplo, al consumo de bebidas alcohólicas como demandas de los grupos a los que quieren pertenecer. Por lo anterior, Albarracín y Muñoz (2008) infieren que, “los cambios culturales, sociales y económicos tienen impacto directo en el patrón de consumo; el inicio se realiza tanto en el seno familiar como en el grupo de amigos y compañeros, a edades tempranas”.

Mientras tanto, en un estudio realizado por Salcedo, Palacios y Espinoza (2011) mencionan que, en la época de la adolescencia y en la adultez joven, la conducta de consumir bebidas alcohólicas hasta llegar a niveles elevados es altamente influenciada por los pares, ya que los adolescentes podrían percatarse que el exceso en el consumo de alcohol es normal entre pares y, en consecuencia, imitar esta conducta.

Es importante referenciar el estudio realizado por el Instituto nacional de Abuso de Alcohol y Alcoholismo por sus siglas en inglés (NIAAA) (citado en Monteiro, 2007), del que se infiere que “entre los jóvenes, el alcohol es la droga predilecta. De hecho, los adolescentes utilizan el alcohol con mayor frecuencia e intensidad que todas las demás drogas ilícitas combinadas”. Por su parte, Anderson P, Gual A y Colon J (2008) aportan que, el consumo, los daños involucrados y la dependencia a las bebidas alcohólicas se encuentran en una secuencia conductual, presentada desde la abstinencia a la dependencia de alcohol, seguida por el consumo de bajo riesgo, el consumo de riesgo y el consumo perjudicial. Igualmente, el consumo de bebidas alcohólicas puede generar daños en diferentes niveles, entre los que se encuentran, no causar daño, producir daños leves, o daños considerablemente graves.

En el mismo sentido Salazar, Ugarte, Vásquez, y Loaiza (citados en Betancourth, Tácan y Córdoba, 2017) mencionan que, el mayor consumo de alcohol se presenta en las personas entre

los 17 y 25 años, presumiendo que en el paso de la adolescencia a la adultez joven se considera a la ingesta de alcohol como una vía para alcanzar la satisfacción.

Partiendo de la revisión de los estudios previos realizados en este contexto, surgió la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué diferencias existen en el nivel de consumo de bebidas alcohólicas entre estudiantes de primer semestre de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, matriculados en los programas de Negocios Internacionales y Psicología?

Esta investigación se realizó con el fin de describir los factores causales asociados al nivel consumo de bebidas alcohólicas en estos estudiantes de primer semestre y con ello, identificar la presencia y prevalencia de los factores causales asociados al consumo de bebidas alcohólicas en la población universitaria, determinar la presencia de diferencias de consumo según el género de los estudiantes y el perfil vocacional de los estudiantes según el programa académico que cursan, y finalmente, sugerir a las Facultades involucradas, líneas de acción tendientes a promover hábitos saludables y prevenir los altos niveles de consumo de alcohol en los estudiantes.

## **REVISIÓN DE LA LITERATURA**

Actualmente, el consumo de alcohol en los adolescentes es uno de los comportamientos prevalentes, especialmente en las instituciones universitarias, generado por factores ambientales, psicológicos o sociales, entre los cuales se encuentran, los tiempos libres de esparcimiento, el ocio, las celebraciones, estados emocionales, estereotipos, por cercanía a lugares donde se vende o es fácil el acceso al licor o por influencia de los pares.

Según Anderson P, Gual A, y Colon J (2008) “El consumo de alcohol puede describirse en términos de gramos de alcohol consumido o por el contenido alcohólico de las distintas bebidas, en forma de unidades de bebida estándar”. Mencionando a Berruecos (citado en Gutiérrez, Múnera y Sepúlveda, 2016):

El alcohol es considerado como una droga que altera la mente; debido a su composición química, el etanol, llega a inhibir la acción del sistema nervioso central. El uso crónico de esta sustancia genera una tolerancia al alcohol, lo cual implica que cada vez se hacen necesarias

mayores cantidades para producir el efecto inicial, por la adaptación que se genera en sistema nervioso a los efectos del alcohol. (p.2)

Por su parte, entre las formas de consumo de alcohol, el consumo de riesgo es aquel en el que, si la conducta de consumo perdura, puede incrementar el riesgo de efectos desfavorables para el organismo y la salud. (Babor et al, 1994, citados en Anderson, Gual y Colon, 2008). El consumo perjudicial es aquel que genera efectos negativos en las personas en su salud física y mental. (Organización Mundial de la Salud, 1992, citada en Anderson et al., 2008). Y, finalmente, “el consumo excesivo episódico o circunstancial (binge drinking), puede resultar particularmente dañino para ciertos problemas de salud, ya que implica el consumo por parte de un adulto, de por lo menos 60g de alcohol en una sola ocasión”. (Anderson et al., 2008).

En este orden de ideas, Alfonso e Ibáñez (citados en Pons y Berjano, 1999), proponen distintas tipologías de consumidores, entre los que se encuentran:

*Abstemios.* Son aquellos que no consumen alcohol, o lo hacen de vez en cuando por ocasiones especiales.

*Bebedores moderados.* Son aquellos que consumen alcohol regularmente, pero moderando la cantidad de alcohol ingerida.

*Bebedores excesivos.* Son similares a los consumidores regulares, pero estos, sobrepasan las cantidades de alcohol ingeridas, y periódicamente calculan su embriaguez elevada.

*Bebedores patológicos.* Son enfermos con síndrome de dependencia física.

Por consiguiente, Morales, Camarena y Torres (citados en Pons y Berjano, 1999), presentan diferentes tipologías de consumo relacionadas con el contexto cultural:

*Uso de alcohol.* Puede considerarse como el patrón condicionado a la ingesta de bebidas alcohólicas.

*Abuso de alcohol.* Puede considerarse como el uso inadecuado o irregular de bebidas alcohólicas con relación a su consumo normal.

*Dependencia del alcohol.* Según Franco y Giner (2008) “La dependencia del alcohol aparece asociada a consumos altos y prolongados de bebidas alcohólicas y, a su vez, obliga a que dichos consumos continúen”.

Por lo que se refiere a los factores que están relacionados con el nivel de riesgo de consumo de alcohol, se encuentran las situaciones intrapersonales y las situaciones interpersonales o que abarcan a terceras personas.

*Las situaciones intrapersonales* “son aquellos estímulos internos, es decir, fisiológicos, emocionales o cognitivos que incitan al consumo, como los estados fisiológicos desagradables, malestar físico, estados emocionales negativos o desagradables, probar autocontrol, y estados emocionales positivos o agradables”. (Becoña, Rodríguez y Salazar, 1999, citados en Roa, Correa, Díaz y Gamba, 2012). *Las situaciones interpersonales* “son ambientes externos que emiten los deseos de consumir: ya sea por conflictos familiares, sociales o laborales, presión social y los estados de ánimo positivos o agradables en compañía de otros”. (Becoña, Rodríguez y Salazar, 1999, citados en Roa, Correa, Díaz y Gamba, 2012).

A continuación, respecto al género de los estudiantes, en un estudio realizado por Betancourt, Tácan y Córdoba (2017) acerca de los factores asociados al consumo de alcohol en estudiantes universitarios del suroccidente colombiano, se encontró que, las mujeres son quienes presentan un menor consumo de alcohol a diferencia de los hombres, mostrando un menor consumo de riesgo. Según refieren, esta diferencia es causada por factores del medio, psicológicos y orgánicos, siendo prevalente en Colombia el factor psicológico, ya que, al contrastar la percepción del riesgo de consumo, este es mayor en las mujeres con un 88% que en los hombres con un 78%.

Por su parte, en un estudio realizado por Castañeda y Chaves (2013), acerca de las relaciones entre estilos de personalidad y tipos de consumo de alcohol en la población adulta del municipio en El Retiro (Antioquia), se encontró que generalmente las mujeres muestran un mayor consumo sin riesgo de alcohol a diferencia de los hombres y en contraposición, el consumo perjudicial y de riesgo es más prevalente en hombres que en las mujeres.

Y finalmente, tomando en consideración otro factor relacionado con el nivel de consumo de los estudiantes, se encuentra el perfil vocacional asociado a la personalidad según la carrera que cursan; en concreto, en el estudio realizado por Aragón (2011), relacionado con las características

personales de los estudiantes del programa de psicología de Facultad de Estudios Superiores Iztacala, se encontró que estos estudiantes se caracterizan por ser bondadosos, sensibles, emocionales, y por actuar a través de sus emociones. Son abiertos y transparentes con los demás. Así también, son inestables y presentan baja tolerancia a la frustración; son además inconsecuentes y desobedecen las normas, no se esfuerzan por mantener socialmente una imagen correcta y no muestran un claro concepto propio para dirigir su conducta. Además, muestran poca fuerza de voluntad y autocontrol, por lo cual, siguen sus propios impulsos y hacen caso omiso a las reglas sociales.

Por consiguiente, con respecto al perfil vocacional asociado a la personalidad de los profesionales en negocios internacionales, se puede inferir según un estudio realizado por Ogliastri (2000) acerca del estilo de los negociadores latinoamericanos, que estos se caracterizan por ser muy emotivos en el momento de negociar, por ser espontáneos y por dar lugar a la expresión de los sentimientos. Tienden a preocuparse por la apariencia, la imagen, la rectitud y la confiabilidad tanto de ellos mismos, como de la competencia. También, no se ajustan a la formalidad, ya que buscan que el acercamiento personal sea despreocupado, y se genere confianza; en su mayoría, buscan combinar al mismo tiempo los negocios con la diversión, pues siempre están en constante interacción con otros y consideran más agradable los ambientes de esparcimiento. Son intranquilos cuando perciben que las situaciones o cosas no van al ritmo que esperan, y expresan su inquietud, con expresiones corporales y verbales desde el primer instante con la otra persona, y, por último, se caracterizan también por establecer las negociaciones por relaciones de amistad.

## **ESTRATEGIA METODOLÓGICA**

### **Diseño**

Esta investigación es de tipo descriptiva transversal, ya que se pretende describir variables y analizar su incidencia e interrelación en una población en un momento dado, en un tiempo único. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), “la investigación de tipo descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a

un análisis”. De igual forma, se empleó un diseño no experimental puesto que “este se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

## **Muestra**

Se tomó una muestra de 60 estudiantes de la Institución universitaria Politécnico Grancolombiano que actualmente cursan primer semestre: Participaron 30 estudiantes del programa de Psicología y 30 estudiantes del programa de Negocios Internacionales.

Se realizó un muestreo no probabilístico, ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014), “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación”, es por ello que para la elección se tuvieron en cuenta los siguientes criterios de exclusión: se eligieron participantes que fueran mayores de edad y que estuvieran matriculados en los programas de Negocios Internacionales y Psicología cursando primer semestre.

## **Instrumento**

En la realización de este estudio se utilizó el del Inventario de Situaciones de Bebida (IDS-100) Annis, Graham y Davis (1989), que mide los factores asociados al consumo de alcohol. Consta de 100 reactivos compuesto por ocho categorías, divididas en dos subgrupos relacionados con distintos contextos de consumo de alcohol. El primer subgrupo relacionado con situaciones personales se refiere a los distintos escenarios en los que el consumo de bebidas alcohólicas implica una respuesta a un evento de origen psicológico o físico, y lo conforman: a) emociones desagradables, b) malestar físico, c) emociones agradables, d) probando autocontrol, e) necesidad o urgencia por consumir.

El segundo subgrupo, relacionado con situaciones que abarca a terceras personas, se refiere a aquellos escenarios en los que el consumo de bebidas alcohólicas involucra a otros, y lo conforman: a) conflicto con otros, b) presión social y c) momentos agradables. (Cicua, Méndez y Muñoz, 2008) (Ver tabla 1).

Para evaluar las propiedades psicométricas del IDS, durante un periodo de dos años, Annis, Graham y Davis realizaron entrevistas a 247 pacientes que estaban bajo tratamiento en la Fundación de Investigación de Adicciones de Ontario; en cuanto a la validez de contenido, se encontró que el total de situaciones de recaída estaba adecuadamente representado por cada categoría de la prueba.

En cuanto a la validez externa, el IDS determinaba la frecuencia del exceso de consumo y permitía identificar las particularidades de aquellas personas que mostraban estándares de consumo elevado. Los estudios de fiabilidad demostraron que todas las categorías de la prueba eran confiables para las personas que tenían problemas con el consumo de alcohol y que buscaban un tratamiento. (Annis, Graham y Davis, 1998, citados en Cicua, Méndez y Muñoz, 2008)

En cuanto a sus puntuaciones, el nivel de riesgo en el consumo de bebidas alcohólicas por situaciones personales y situacionales que abarca a terceras personas se encuentra establecido de la siguiente forma: Si se obtiene un puntaje de 0, revela que la persona nunca bebió, lo que significa que es una situación de bajo riesgo. Si se obtiene un puntaje de 1 a 33, revela que la persona bebió en exceso algunas veces, lo que significa que es un estado de riesgo moderado. Si se obtiene un puntaje de 34 a 66, revela que la persona bebió en exceso frecuentemente, lo que significa que es una situación de alto riesgo, finalmente, si se obtiene un puntaje de 67 a 100, se observa una situación de muy alto riesgo ya que la persona bebió en exceso muy frecuentemente ante estos momentos. (Annis, Graham y Davis, 1998, citados en Roa, Correa, Díaz y Gamba, 2012).

**Tabla 1.***Operacionalización de factores situacionales determinantes del consumo de bebidas alcohólicas*

<b>Situaciones personales</b>	
Categoría	Operacionalización
Emociones desagradables	Estímulos, sentimientos, miedos, angustias, vivencias, experiencias, que generan al nivel de la persona malestar interno, y se basa en ellas para dar inicio y mantenimiento al consumo de alcohol.
Malestar físico	Manifestaciones de dolor, padecimiento o molestia en alguna parte del cuerpo de forma desagradable y tensionante como dolores estomacales, musculares de cabeza que experimenta la persona.
Emociones agradables,	Circunstancias que genera satisfacción o bienestar en la persona, dando inicio y/o mantenimiento del consumo de alcohol.
Probando autocontrol	Ejecución de repertorios conductuales desafiantes por parte de la persona, frente a su comportamiento adictivo, pensando que la ingesta de alcohol no lo va a llevar al abuso ni a la dependencia.
Necesidad o urgencia por consumir	Estímulos contextuales que incitan de diversas formas el inicio y mantenimiento del consumo del alcohol en la persona.
<b>Situaciones que abarca a terceras personas</b>	
Categoría	Operacionalización
Conflicto con otros	Problemas desencadenados con terceras personas y que llevan al inicio y mantenimiento del consumo del alcohol.
Presión social	Coacción del medio para lograr ingesta de alcohol por parte de la persona involucrada.
Momentos agradables	Conductas de consumo de alcohol por un medio y fin de adaptación, y aceptación social.

**Nota.** Fuente: Cicua, D., Méndez, M y Muñoz, L. (2007). Factores asociados al consumo de alcohol en adolescentes de bogotá entre 12 y 17 años pertenecientes a estratos 4 y 5. *Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. D.C.*

## **Procedimiento**

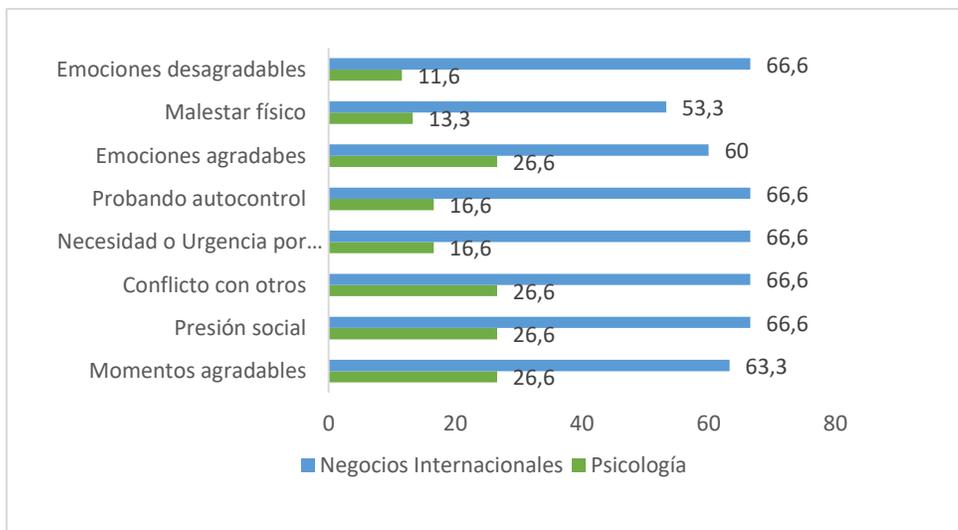
Los participantes firmaron el consentimiento informado (ver anexo 1) en el cual, de forma detallada se explicaban los propósitos de la investigación, así como las condiciones y derechos; la participación de los estudiantes fue completamente voluntaria.

Ajustado al cronograma propuesto, se realizó la aplicación del instrumento durante los días 19 y 23 de octubre, contando con la colaboración de los docentes a cargo de las clases de primer semestre Procesos psicológicos básicos y Negocios y Relaciones Internacionales. Se les solicitó el espacio durante los últimos 20 minutos de las clases, siendo este el tiempo estipulado para responder el Inventario Situacional de Consumo De Alcohol (IDS-100), el cual se le entregó a cada persona con su hoja de respuestas y respectivos reactivos acompañado por las instrucciones pertinentes para su diligenciamiento. (Ver anexo 2)

Una vez recolectada toda la información proporcionada por los participantes, se procedió a realizar la sumatoria de los puntos de las cuatro escalas de respuestas del inventario: 0 Nunca, 1 Rara vez, 2 Frecuentemente y 3 Casi siempre, para las 8 categorías planteadas y con ello, convertir la puntuación total, en una puntuación final denominada índice del problema. Por consiguiente, se llevó a cabo el procedimiento de análisis e interpretación de los datos, basados en las normas estipuladas en el Inventario Situacional de Consumo de Alcohol (IDS-100).

## RESULTADOS

En el estudio realizado, se identificaron aspectos diferenciales asociados al consumo de alcohol, los cuales se evidencian en los siguientes esquemas:



**Figura 1.** Gráfico de barras de los factores situacionales asociados al consumo de bebidas alcohólicas de los estudiantes

La Figura 1 refleja el nivel de consumo de los estudiantes asociado a factores situacionales, involucrando aspectos personales y otros que abarca a terceras personas. En cuanto a las primeras, los estudiantes del programa de Psicología obtuvieron las siguientes puntuaciones: Emociones desagradables (11,6), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas al sentirse deprimidos, tristes, estar confundidos, sentirse solos, inseguros o vacíos interiormente, etc. Malestar físico (13,3), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas al sentirse nerviosos y mal de salud, presentar dificultad para dormir, sentirse soñolientos y querer estar alerta, sentirse cansados, o presentar un dolor físico, etc. Emociones agradables (26,6), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas al sentir que todo va por buen camino, sentirse muy contentos, o sentirse seguros y relajados, etc. Probando autocontrol (16,6), es decir, consumen bebidas alcohólicas al demostrar que pueden dejar de beber porque tienen fuerza de voluntad, al pensar que el alcohol no representa un inconveniente para ellos, al sentirse seguros de que pueden beber sólo unas cuantas copas o pensar que nunca conocerán sus límites. Necesidad o urgencia por consumir (16,6), es decir, tienden a sentir necesidad de consumir al ver un anuncio de sus bebidas favoritas, al recibir como regalo una botella de sus bebidas favoritas, o al volver a estar en reuniones en donde siempre bebían, etc.

Y, en cuanto a situaciones que involucran a terceras personas, obtuvieron las siguientes puntuaciones: Conflicto con otros (26,6), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas especialmente al presentar discusiones con un(a) amigo(a), al sentirse en disgusto en la presencia de alguien en particular, ponerse tensos con algunas personas a su alrededor, al sentirse rechazados, o al no ser capaz de expresar sus sentimientos, etc. Presión social (26,6), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas cuando salen a compartir con amigos y éstos entran a algún lugar a beber una copa, al estar en una situación en la que siempre beben, o al recibir una copa por sentirse incómodos de rechazarla, etc. Y momentos agradables (26,6), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas al salir con sus amigos a divertirse y querer disfrutar, o al celebrar con un(a) amigo (a) en una fiesta y querer sentirse mejor, etc.

Por su parte, en cuanto a situaciones personales, los estudiantes del programa de Negocios Internacionales obtuvieron las siguientes puntuaciones: Emociones desagradables (66,6), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas al sentir que nada de lo que hacen les sale bien, al sentir que a nadie le importa realmente lo que les pasa o al necesitar valor para enfrentarse a alguien, etc. Malestar físico (53,3), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas al sentir dolor de cabeza,

al sentirse cansados, o al sentirse tensos e irritables. Emociones agradables (60), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas al sentirse como “los dueños del mundo”, al celebrar cuando algo bueno les sucede, o al sentirse contentos con sus vidas, etc. Probando autocontrol (66,6), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas al querer probarse a mí mismos que pueden beber pocas copas o al demostrar su fuerza de voluntad dejando de beber, etc. Y necesidad o urgencia por consumir (66,6), es decir, consumen bebidas alcohólicas al acordarse de lo bien que saben sus bebidas favoritas o al ver algo que les recuerda la bebida.

Y, en cuanto a situaciones que involucran a terceras personas, obtuvieron las siguientes puntuaciones: Conflicto con otros (66,6), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas al ser criticados negativamente por alguien, o cuando otras personas interfieren en sus planes, etc. Presión social (66,6), es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas al sentirse presionados por alguien a demostrar que pueden tomar una copa, o al reunirse con un amigo y les proponen tomar una copa juntos. Y momentos agradables (63,6) es decir, tienden a consumir bebidas alcohólicas al disfrutar de una comida con amigos, o al sentirse a gusto con un(a) amigo (a) en alguna situación en especial.

**Tabla 2**

*Nivel de consumo de bebidas alcohólicas de los estudiantes según el género*

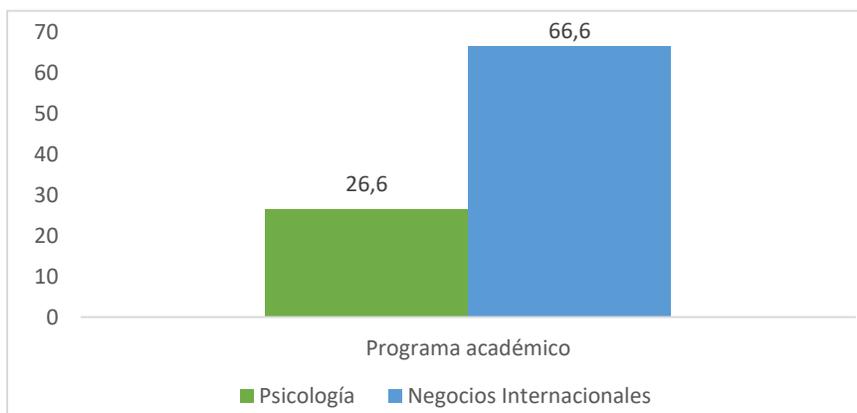
	<b>Género</b>	<b>N</b>	<b>Factor causal</b>	<b>Nivel de consumo</b>	<b>Categoría</b>
Psicología	Hombre	10	Presión social	16,6	Moderado
	Mujer	20	Emociones desagradables	43,3	Alto
Negocios Internacionales	Hombre	12	Momentos agradables	26,3	Moderado
	Mujer	18	Emociones agradables	33,3	Alto

La Tabla 2 refleja el nivel de consumo de bebidas alcohólicas de los estudiantes según el género. La muestra estuvo conformada por 60 participantes, en el que 10 estudiantes son hombres matriculados en el programa de Psicología: ellos presentan un nivel de consumo moderado con una puntuación de 16,6 , mientras que las 20 mujeres estudiantes del programa de Psicología, presentan un nivel de consumo alto con una puntuación de 43,3. Por otro lado, la distribución por género del programa de Negocios Internacionales es de 12 hombres, quienes presentan un nivel de

consumo moderado, con una puntuación de 26,3 y 28 mujeres, quienes presentan un nivel de consumo alto con una puntuación de 33,3. Sin embargo, es importante recalcar que independientemente del programa en que estén matriculados los estudiantes, es el género el factor que marca el nivel de consumo.

Acorde con lo anterior, las mujeres del programa de Psicología y del programa de Negocios Internacionales presentan un nivel alto de consumo de bebidas alcohólicas en comparación a los hombres, quienes presentan un nivel de consumo moderado en ambos programas académicos. Esta diferencia en el nivel de consumo se encuentra establecida de la siguiente forma: las mujeres del programa de Psicología y de Negocios Internacionales presentan un nivel de consumo alto relacionado con la influencia de factores situacionales personales como: emociones desagradables entre las que se encuentra en las mujeres del programa de Psicología y emociones agradables en las mujeres del programa de Negocios Internacionales, contrariando lo encontrado en la literatura en cuanto al nivel de consumo se refiere.

Por otro lado, los hombres del programa de Psicología y de Negocios Internacionales, presentan un nivel de consumo moderado relacionado con la influencia de factores situacionales que abarcan a terceras personas como: la presión social en los hombres del programa de Psicología y momentos agradables en los hombres del programa de Negocios Internacionales.



**Figura 2.** Gráfica del nivel de consumo de bebidas alcohólicas de los estudiantes según el programa académico al que pertenecen.

La Figura 2 refleja el nivel de consumo de bebidas alcohólicas de los estudiantes según el programa académico al que pertenecen, en el que se identificó un nivel de consumo moderado en los

estudiantes de Psicología con una puntuación de 26,6, mientras que los estudiantes de Negocios Internacionales presentan un nivel de consumo alto con una puntuación de 66,6.

## **DISCUSIÓN**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación del Inventario de Situaciones de Bebida (IDS-100) se puede deducir que, el consumo de bebidas alcohólicas de los estudiantes de primer semestre del programa de Psicología se encuentra en un nivel moderado, el cual está determinado por la presencia de factores tales como:

- Sentir que todo va por buen camino
- Sentirse muy contentos
- Sentirse seguros y relajados
- Salir a compartir con amigos y éstos entran a un lugar a beber una copa,
- Estar en una situación en la que siempre beben
- Recibir una copa por sentirse incómodos de rechazarla.
- Salir con sus amigos a divertirse y querer disfrutar

Mientras que el consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes de Negocios Internacionales se presenta en un nivel alto, siendo este determinado por factores tales como:

- Sentir que nada de lo que hacen les sale bien
- Sentir que a nadie le importa realmente lo que les pasa
- Necesitar valor para enfrentarse a alguien
- Querer probarse a mí mismos que pueden beber pocas copas,
- Demostrar su fuerza de voluntad dejando de beber
- Acordarse de lo bien que saben sus bebidas favoritas
- Ver algo que les recuerda la bebida.
- Ser criticados negativamente por alguien
- Ser interrumpidos en sus planes por otras personas
- Sentirse presionados por alguien a demostrar que pueden tomar una copa
- Reunirse con un(a) amigo (a) y les sugieren tomar una copa juntos

Por su parte, en cuanto al género de los estudiantes y en contraste con la literatura presentada acerca de este tema, se puede determinar que son las mujeres en ambos programas académicos, quienes presentan un nivel de consumo alto en comparación con los hombres, quienes presentan un nivel de consumo moderado; siendo determinado el nivel de consumo alto en las mujeres por aquellos factores o circunstancias que les generan malestar interno o satisfacción, y en los hombres siendo determinado el nivel de consumo moderado por problemas desencadenados con terceras personas, o por la presión del medio para lograr la ingesta de alcohol, basándose en ellos para dar inicio y mantenimiento al consumo del mismo.

Por consiguiente, con relación al programa académico al que pertenecen y sus perfiles vocacionales, los estudiantes del programa de Psicología presentan un nivel de consumo moderado, ya que en ellos prevalece el ser sensibles, emocionales, y por tender a actuar a través de sus emociones, además, ser inestables, presentar baja tolerancia ante las frustraciones, poseer poco autocontrol y fuerza de voluntad. Mientras que los estudiantes del programa de Negocios Internacionales presentan un nivel de consumo alto, debido a que en ellos prevalece el ser muy emotivos en el momento de negociar, dar lugar a la expresión de los sentimientos, preocuparse constantemente por la apariencia y la imagen, buscar combinar al mismo tiempo los negocios con la diversión, y reflejar intranquilidad cuando perciben que las situaciones o cosas no van al ritmo que esperan.

## **CONCLUSIONES**

Como conclusión, se puede establecer que el consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes de primer semestre se encuentra determinado en diferentes niveles por la presencia de aquellos factores situacionales personales, o situaciones que abarcan a terceras personas, según la influencia de estos en sus diferencias de personalidades o el perfil vocacional según el programa académico al que pertenecen, siendo visible el nivel de consumo alto de bebidas alcohólicas en los estudiantes del programa de Negocios Internacionales y el nivel de consumo moderado en los estudiantes del programa de Psicología. Además, recalcando lo mencionado anteriormente en cuanto al género de los estudiantes, no importa el programa académico al que pertenezcan al evidenciarse que en ambos programas existe una mayor cantidad de estudiantes del género femenino, porque es el

género el que determina el nivel de consumo, siendo prevalente el nivel de consumo alto en las mujeres en ambos programas académicos.

Como recomendaciones para futuros estudios, es pertinente sugerir a los programas académicos de Negocios internacionales y Psicología la implementación de líneas de acción tendientes a promover hábitos saludables y prevenir los altos niveles de consumo de alcohol en los estudiantes.

Por lo anterior, se presentan las siguientes estrategias de prevención de consumo de bebidas alcohólicas propuesto por Londoño y Vinaccia (2005):

- 1) *Conformación de equipos interdisciplinarios de trabajo*: formar grupos o redes de colaboración que permitan unificar los esfuerzos e incrementar los recursos.
- 2) *Realización de diagnósticos*: Explicación de la problemática, los factores involucrados, los contextos institucionales y las necesidades.
- 3) *Sensibilización*: Generar conciencia en todos los actores involucrados, y participación directa de los estudiantes en los procesos de formulación e intervención.
- 4) *Aumento de la percepción del riesgo*. Generar alertas acerca del riesgo del grupo poblacional implicado.
- 5) *Aumento de la percepción de la vulnerabilidad*: Incentivar la autoevaluación del riesgo de abusar del alcohol en términos personales.
- 6) *Balance decisional*: Realizar una valoración de los beneficios y desventajas asociadas al consumo de bebidas alcohólicas, así como de los beneficios de dejar de consumir.
- 7) *Formulación del problema y diseño del modelo de intervención*: Abordar el problema en juego tomando en consideración las posiciones de cada actor y apoyándose en un modelo teórico completo que conlleve a la claridad de la situación y las posibles soluciones.
- 8) *Diseño de estrategias de intervención*: Discriminar las particularidades más importantes asociadas al consumo de bebidas alcohólicas y posibles predictores del cambio.
- 9) *Ejecución de la acción*. Puesta en marcha de las estrategias propuestas, generando ajustes para el mantenimiento, el autocontrol y modificaciones del entorno, para mantener la conducta de disminución de la ingesta de alcohol.
- 10) *Manejo de las recaídas*. Entrenamiento en la identificación de situaciones que puedan incrementar o inducir al consumo y reforzar el control de recaídas.

## REFERENCIAS

- Albarracín, M. y Muñoz, L. (2008). Factores asociados al consumo de alcohol en estudiantes de los dos primeros años de carrera universitaria. *Liberabit*, 14(14), 49–61.
- Anderson, P., Gual, D. y Colon, J. (2008). *Alcohol y atención primaria de la salud Informaciones clínicas básicas para la identificación y el manejo de riesgos y problemas*. Recuperado de: [http://www.who.int/substance\\_abuse/publications/alcohol\\_atencion\\_primaria.pdf](http://www.who.int/substance_abuse/publications/alcohol_atencion_primaria.pdf)
- Annis, G. & D. (1982). Inventory of Drinking Situations. *Toronto: Addiction Research Foundation*.
- Aragón, L. E. (2011). Perfil de personalidad de estudiantes universitarios de la carrera de Psicología: El caso de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala. *Perfiles educativos*., 33(133), 68–87.
- Betancourth, S., Tácan, L y Córdoba, E. G. (2017). Consumo de alcohol en estudiantes universitarios colombianos. *Rev Univ. Salud*, 19(1), 37–50.
- Camacho, I. (2005). Consumo de alcohol en universitarios: relación funcional con los factores sociodemográficos, las expectativas y la ansiedad social. *Acta colombiana de psicología*, 8(1), 91–119.
- Castañeda, J.A. y Chaves, L. (2013). Relaciones entre estilos de personalidad y tipos de consumo de alcohol. *Pensamiento Psicológico*, 11(1), 55–69.
- Cicua, D., Méndez, M y Muñoz, L. (2007). Factores asociados al consumo de alcohol en adolescentes de bogotá entre 12 y 17 años pertenecientes a estratos 4 y 5. *Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. D.C.*
- Cicua, D., Méndez, M y Muñoz, L. (2008). Factores en el consumo de alcohol en adolescentes. *Pensamiento Psicológico*, 4(11), 115-134. Recuperado de: <http://revistas.javerianacali.edu.co/index.php/pensamientopsicologico/article/view/83/247>
- Franco, M. Y Giner, J. (2008). Síndrome de dependencia del alcohol. *Salud Mental En Atención Primaria*., 73–76. Recupero de: [https://www.researchgate.net/publication/266328038\\_Sindrome\\_de\\_dependencia\\_del\\_alcohol](https://www.researchgate.net/publication/266328038_Sindrome_de_dependencia_del_alcohol)
- Gutierrez, M., Múnera, X. y Sepúlveda, L. N. (2016). Factores de riesgo y de protección asociados al consumo de alcohol en adolescentes. *Revista Electrónica Pyconex*., 8(12), 1-10.
- Hernandez, R., Collado, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. *Mcgraw-Hill*,

*Ed.*, (Sexta Edición.).

- Londoño, C. y Vinaccia, S. (2005). Prevención del abuso en el consumo de alcohol en jóvenes universitarios: lineamientos en el diseño de programas costo-efectivos. *Psicología y salud* 15(2), 241–249. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/291/29115208.pdf>
- Monteiro, M. G. (2007). *Alcohol y salud pública en las Américas. Un caso para la acción*. Recuperado de <http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/2834/Alcohol%20y%20Salud%20P%C3%ABblica%20en%20las%20Am%C3%A9ricas.pdf?sequence=1>
- Morales, E., Camarena, F. y Torres, M. A. (1992). Orientaciones terapéuticas sobre alcoholismo. *Valencia: Conselleria de Treball I Afers Socials*.
- Ogliastri, E. (2000). El estilo negociador de los latinoamericanos. Una investigación cualitativa. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (25), 43–58.
- Pons, J. y Berjano, E. (1999). El consumo abusivo de alcohol en la adolescencia: un modelo explicativo desde la psicología social.
- Roa, C., Correa, J., Díaz, J. y Gamba, L. (2012). Factores psicosociales relacionados con el consumo de alcohol de estudiantes universitarios en espacios públicos. *Universidad Piloto de Colombia*.
- Salcedo, A., Palacios, X. y Espinoza, A. F. (2011). Consumo de alcohol en jóvenes universitarios. *Avances En Psicología Latinoamericana*, 29(1), 77–97.

## ANEXOS

### Anexo1

#### Consentimiento informado

#### Inventario Situacional de Consumo de Alcohol (IDS-100)

Yo, \_\_\_\_\_, voluntariamente acepto participar en el ejercicio académico realizado por \_\_\_\_\_, para la materia de Práctica II, en la Universidad Politécnico Gran Colombiano, como parte de su proceso de formación como Psicólogo (a).

He recibido una explicación clara y completa sobre el carácter general y los propósitos del ejercicio académico \_\_\_\_\_ y las razones específicas por las que se realiza. Así también, me han recalcado que esta prueba no me afectará ni física ni emocionalmente.

Me doy cuenta de que quizá no le sea posible al examinador aclararme todos los aspectos del ejercicio mientras éste no haya terminado. También entiendo que puedo poner fin a la participación en el mismo en cualquier momento y sin represalias. Además, comprendo que los resultados no serán entregados a nadie más sin mi autorización y que serán cambiados mis datos personales (nombre, dirección, datos de contacto) con el fin de mantener mi privacidad.

Firma del participante:

Fecha:

Tel o Cel.:

Nombres y apellidos del examinador o examinadores

Examinador:

Estudiante(s) de psicología

Universidad Politécnico Gran Colombiano

## **INVENTARIO DE SITUACIONES DE BEBIDA (IDS-100)**

(ANNIS, 1982)

Durante el último año, he bebido mucho...

1. Cuando me sentía bajo de ánimo
2. Cuando tenía problemas con el sueño
3. Cuando me sentía a gusto y relajado
4. Cuando me sentía triste al recordar algo que había sucedido
5. Cuando me convencía a mí mismo de que era una persona nueva y podía tomar unos tragos
6. Cuando recordaba lo bien que sabía
7. Cuando tenía una discusión con un amigo
8. Cuando salía con los amigos y ellos entraban en un bar a tomar algo
9. Cuando quería disfrutar más de mis relaciones sexuales
10. Cuando me parecía que yo no gustaba a otras personas
11. Cuando me sentía solo
12. Cuando estaba cansado
13. Cuando estaba a gusto conmigo mismo
14. Cuando me parecía que no podía hacer las cosas que intentaba
15. Cuando empezaba a creer que el alcohol ya no era problema para mí
16. Cuando me regalaban una botella de mi bebida favorita
17. Cuando había peleas en casa
18. Cuando estaba en una situación en la que casi siempre había bebido
19. Cuando estaba relajadamente con una buena compañía y deseaba pasar un rato agradable
20. Alguien cercano a mí estaba sufriendo
21. Cuando me sentía que las cosas no iban a salir bien
22. Cuando me sentía somnoliento y quería estar más despejado
23. Cuando todo marchaba bien
24. Cuando sentía que me había quedado sin salida
25. Cuando me preguntaba a mí mismo si sería capaz de controlar el alcohol y me sentía como tomando un trago para ponerme a prueba
26. Cuando pasaba por delante de una tienda en la que vendía bebidas

27. Cuando me sentía nervioso en presencia de alguien
28. Cuando estaba en una reunión en la que había otras personas bebiendo
29. Cuando quería sentirme más cercano a alguien que me gustaba
30. Cuando alguien interfería mis planes
31. Cuando me sentía muy presionado
32. Cuando tenía algún dolor físico
33. Cuando me sentía eufórico
34. Cuando me sentía vacío por dentro
35. Cuando tenía confianza que podía manejar unos pocos tragos
36. Cuando empezaba a pensar lo buena y refrescante que podría ser una bebida
37. Cuando había problemas con gente en el trabajo.
38. Cuando alguien estaba bebiendo en la misma habitación
39. Cuando algún amigo se dejaba caer y yo me encontraba lleno de sentimientos agradables
40. Cuando no estaba seguro de estar a la altura que la gente esperaba de mí
41. Cuando estaba enfadado por cómo se habían puesto las cosas
42. Cuando sentía náuseas
43. Cuando me sentía satisfecho por algo que había hecho
44. Cuando estaba aburrido
45. Cuando empezaba a pensar que sólo un trago no podía hacerme daño
46. Cuando inesperadamente encontraba una botella de mi bebida favorita
47. Cuando alguien me criticaba
48. Cuando estaba en un restaurante y la gente que me acompañaba pedía bebidas
49. Cuando salía con mis amigos y quería disfrutar más con ellos
50. Cuando el jefe me empezaba a presionar en el trabajo
51. Cuando nada de lo que hacía me parecía bien
52. Cuando estaba muy cansado
53. Cuando estaba contento con mi vida
54. Cuando todo estaba yendo mal para mí
55. Cuando empezaba a pensar que nunca conocería mis límites en el alcohol a menos que me pusiera a prueba
56. Cuando veía algo que me recordaba la bebida
57. Cuando me sentía retrasado sexualmente
58. Cuando me invitaban a beber y me ponía nervioso pensar en rechazarlo
59. Cuando estaba teniendo una conversación agradable con alguien y quería volver a contar algunas cosas interesantes
60. Cuando estaba molesto por algo que ha hecho alguien
61. Cuando me sentía confuso sobre lo que debería hacer
62. Cuando sentía los nervios agarrados a mi estómago
63. Cuando sucedía algo bueno y me sentía como celebrándolo
64. Cuando empezaba a estar aburrido de la vida
65. Cuando quería probarme a mí mismo
66. Cuando sentía de repente deseos de beber
67. Cuando me ponía tenso la gente con la que estaba

68. Cuando me encontraba con un amigo/a y me sugería ir a tomar un trago
69. Cuando quería celebrar algo con un amigo
70. Cuando me sentía muy presionado por mi familiar en casa
71. Cuando sentía que a nadie realmente le importaba lo que me pasase a mi
72. Cuando me sentía nervioso y tenso físicamente
73. Cuando quería celebrar una ocasión especial (Nochevieja, cumpleaños...)
74. Cuando empezaba a sentirme culpable por algo
75. Cuando empezaba a pensar que ya estaba cansado curado y podía manejar el alcohol
76. Cuando estaba en una situación en la que solía tener la costumbre de beber
77. Cuando era incapaz de expresar mis sentimientos a alguien
78. Cuando alguien me presionaba para animarme a tomar un trago
79. Cuando me estaba divirtiendo con amigos y quería disfrutar más
80. Cuando sentía que necesitaba valor para hacer frente a alguien
81. Cuando estaba deprimido por todo en general
82. Cuando me sentía enfermo
83. Cuando sentía que las cosas iban a empezar a irme bien por fin
84. Cuando tenía problemas y quería pensar con más claridad
85. Cuando decidía poner a prueba mi fuerza de voluntad demostrando que era capaz de parar después de uno o dos tragos
86. Cuando veía un anuncio de mi bebida favorita
87. Cuando alguien me trataba injustamente
88. Cuando estaba irritado en casa de alguien y me ofrecían una bebida
89. Cuando estaba disfrutando en una reunión o fiesta y quería pasarlo aún mejor
90. Cuando no estaba llevándome bien con los compañeros de trabajo
91. Cuando no me sentía seguro de mí mismo y quería funcionar mejor
92. Cuando tenía dolor de cabeza
93. Cuando estaba feliz recordando qué había sucedido
94. Cuando pensaba en las oportunidades que había perdido en la vida
95. Cuando empezaba a pensar que yo realmente no estaba enganchado al alcohol
96. Cuando pasaba delante de un bar
97. Cuando me sentía rechazado por amigos
98. Cuando mi jefe me ofrecía una bebida
99. Cuando estaba disfrutando de una comida con amigos y pensaba que una bebida la haría mejor aún
100. Cuando sentía que alguien estaba intentando controlarme y quería sentirme más independiente

En la citada situación solía beber alcohol...

0. Nunca                      1. Rara vez  
 2. Frecuentemente        3. Casi siempre

1	0	1	2	3	21	0	1	2	3	41	0	1	2	3
2	0	1	2	3	22	0	1	2	3	42	0	1	2	3
3	0	1	2	3	23	0	1	2	3	43	0	1	2	3
4	0	1	2	3	24	0	1	2	3	44	0	1	2	3
5	0	1	2	3	25	0	1	2	3	45	0	1	2	3
6	0	1	2	3	26	0	1	2	3	46	0	1	2	3
7	0	1	2	3	27	0	1	2	3	47	0	1	2	3
8	0	1	2	3	28	0	1	2	3	48	0	1	2	3
9	0	1	2	3	29	0	1	2	3	49	0	1	2	3
10	0	1	2	3	30	0	1	2	3	50	0	1	2	3
11	0	1	2	3	31	0	1	2	3	51	0	1	2	3
12	0	1	2	3	32	0	1	2	3	52	0	1	2	3
13	0	1	2	3	33	0	1	2	3	53	0	1	2	3
14	0	1	2	3	34	0	1	2	3	54	0	1	2	3
15	0	1	2	3	35	0	1	2	3	55	0	1	2	3
16	0	1	2	3	36	0	1	2	3	56	0	1	2	3
17	0	1	2	3	37	0	1	2	3	57	0	1	2	3
18	0	1	2	3	38	0	1	2	3	58	0	1	2	3
19	0	1	2	3	39	0	1	2	3	59	0	1	2	3
20	0	1	2	3	40	0	1	2	3	60	0	1	2	3

Inventario de situaciones de bebida (IDS-100)

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

61	0	1	2	3	81	0	1	2	3
62	0	1	2	3	82	0	1	2	3
63	0	1	2	3	83	0	1	2	3
64	0	1	2	3	84	0	1	2	3
65	0	1	2	3	85	0	1	2	3
66	0	1	2	3	86	0	1	2	3
67	0	1	2	3	87	0	1	2	3
68	0	1	2	3	88	0	1	2	3
69	0	1	2	3	89	0	1	2	3
70	0	1	2	3	90	0	1	2	3
71	0	1	2	3	91	0	1	2	3
72	0	1	2	3	92	0	1	2	3
73	0	1	2	3	93	0	1	2	3
74	0	1	2	3	94	0	1	2	3
75	0	1	2	3	95	0	1	2	3
76	0	1	2	3	96	0	1	2	3
77	0	1	2	3	97	0	1	2	3
78	0	1	2	3	98	0	1	2	3
79	0	1	2	3	99	0	1	2	3
80	0	1	2	3	100	0	1	2	3

- Escala                      Punto  
 1. ---/60 x 100 =  
 2. ---/30 x 100 =  
 3. ---/30 x 100 =  
 4. ---/30 x 100 =  
 5. ---/30 x 100 =  
 6. ---/30 x 100 =  
 7. ---/30 x 100 =  
 8. ---/30 x 100 =