

# CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE ESTUDIANTES DE ENFERMERÍA DE UNA INSTITUCIÓN DEL SUROCCIDENTE COLOMBIANO QUE CONSUMEN ALCOHOL\*

## STUDENT DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS DRINKERS NURSING AN INSTITUTION IN SOUTHWESTERN COLOMBIA

Gloria Janeth Maya Pantoja\*\*

Docente investigadora, Facultad de Posgrados y Relaciones Internacionales, Universidad Mariana, San Juan de Pasto, Colombia

Fecha de recepción:

8 de abril de 2013

Fecha de aprobación:

18 de junio de 2013

### Palabras clave:

Adolescentes, consumo de alcohol, estudiantes universitarios.

### Key words:

Teenagers, alcohol consumption, college students.

### RESUMEN

El estudiante universitario está rodeado de situaciones conflictivas, a nivel personal, familiar y social, que directa o indirectamente repercuten en él, en cuanto a su forma de pensar, actuar y adquirir hábitos, entre ellos el consumo de bebidas alcohólicas, que por su fácil acceso y por la propaganda que reciben por diferentes medios, se ha convertido en un verdadero problema social. Por ello un grupo de estudiantes coinvestigadoras participaron en el desarrollo del objetivo que caracterizó las variables sociodemográficas de los educandos del programa de Enfermería de una institución de educación superior del Suroccidente Colombiano, convirtiéndose en uno de los objetivos de una investigación profesoral, se utilizó el paradigma cuantitativo, tipo descriptivo y la encuesta como herramienta de recolección de información.

Se encontró que los estudiantes de enfermería que consumen alcohol están representados en su mayoría por el género femenino, solteros, no trabajan, practican la religión católica, procedentes de la zona urbana y pertenecen a los estratos 1 y 2. El mayor consumo de bebidas alcohólicas se encontró en los primeros semestres, en las etapas finales de la adolescencia, hasta llegar al adulto joven y, en los estudiantes que viven con familiares; además, influyeron en el inicio del consumo de bebidas alcohólicas los amigos y el entorno que rodea a la institución educativa.

### ABSTRACT

A college student is surrounded by conflicting situations concerning his/her personal matters, family and social life, that directly or indirectly affect him/her, in his/her way of thinking, behaving, and learning habits, such as alcohol consumption, which has become a real social problem due to the easy way to obtain it and the different advertising aimed at young people from the mass media. So a group of students co-researchers participated in the development of the target demographic variables characterizing the Nursing program students of an institution of higher education in southwestern Colombia, which became one of the objectives of a professorial research, we used the quantitative approach, descriptive type, a survey was used to gather the information required.

It was found that nursing students who consume alcoholic drinks are represented mostly by the female, single, unemployed, who practice the Catholic religion, most of who are from urban areas and belong to social class level 1 and 2. The highest alcohol consumption was found in the first semester of university students, at different stages of adolescence, until they get older, and students who live with their relatives and are influenced by them to begin alcohol consumption, their friends, and the environment surrounding the educational institution as well

\* Artículo Resultado de Investigación.

\*\* Magister en Enfermería, Universidad del Valle, Cali, Colombia; Especialista en Docencia Universitaria, Universidad de Nariño, San Juan de Pasto; Enfermera, Universidad Mariana, San Juan de Pasto, Colombia.  
Correo Electrónico: gmaya@umariana.edu.co

Las características propias de la adolescencia han llevado en los últimos años al inicio temprano de consumo de bebidas alcohólicas, convirtiéndose esta situación, en un problema social que se agudiza a medida que pasa el tiempo, causando problemas comportamentales que inciden a nivel familiar, académico y social.

Para muchos jóvenes estudiantes, el ambiente universitario no es tan sencillo, como lo expresa Camacho (2006) "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"(p. 92), y aunque la universidad fomente un desarrollo saludable con valores, actitudes y conocimientos favorables para el educando, los universitarios pueden tener dificultades para tomar decisiones, ocasionando serios problemas en ellos, como el consumo de bebidas alcohólicas.

Según una investigación realizada sobre alcoholismo y adolescencia, Rodríguez (2007), expresa que:

En Colombia es muy extraño encontrarse a alguien que no haya entrado al mundo del alcohol desde muy temprana edad; casi todos han tomado sorbos de cerveza y copas de vino en las reuniones familiares. Definitivamente, el consumo de alcohol hace parte de la vida social en este país (p. 1).

Por ello, es de gran importancia tomar este tipo de problemas desde el contexto real, como una enfermedad a escala mundial, que va acompañada de un factor de riesgo importante en esta etapa de la juventud.

Por otra parte, existe una serie de características que sobresalen en el ambiente universitario, entre las cuales se encuentran: la influencia de compañeros, aceptación en un grupo, fácil acceso a bebidas alcohólicas, que aunadas a las particularidades de la personalidad, pueden volver al joven vulnerable al consumo de alcohol. Por consiguiente, se realizó este trabajo cuyo objetivo consistió en determinar las características sociodemográficas de estudiantes de enfermería que consumen alcohol y, que forma parte de una investigación profesoral, titulada "Factores relacionados con el consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes de enfermería de una institución de educación superior del sur occidente de Colombia", contando con la participación de estudiantes como coinvestigadores.

Frente a la problemática social que representa el consumo de alcohol en jóvenes universitarios, existen estadísticas como las publicadas por el Procurador General de la Nación en el Periódico *el Espectador*, donde indica que "el 80% de los estudiantes en Colombia están consumiendo alcohol y cerca del 46% consumen tabaco" (Ordoñez, como se cita en *El Espectador*, 2010, párr. 2); según un reporte del Ministerio de Educación Nacional, a través de una investigación realizada por el Gobierno de Colombia y Estados Unidos, informan que el consumo de estas sustancias va en aumento, lo que llevó a reflexionar sobre la importancia de abordar esta situación, que representa una fuerte problemática de índole social y de compromiso institucional a través de centros de Educación Superior que forman parte del espacio social en donde se desarrollan los jóvenes.

Por tratarse de una problemática social marcada en la actualidad, los datos encontrados son de interés para la población universitaria y la sociedad en general, porque permitió identificar las características sociales y demográficas de los estudiantes de enfermería consumidores de alcohol.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Para desarrollar la investigación se consideró el paradigma cuantitativo, tipo descriptivo, con diseño transversal. Teniendo en cuenta el diseño metodológico utilizado para esta investigación, se aplicó un cuestionario a 294 estudiantes de un programa de enfermería, que manifestaron consumir o haber consumido bebidas alcohólicas, lo que automáticamente según los criterios de inclusión de esta investigación los hizo partícipes y aptos para la misma; para la recolección de información, se procedió a solicitar la autorización a la dirección del programa de enfermería y docentes de los diferentes espacios académicos, luego de aplicarse la prueba piloto a educandos con características similares a la de la población objeto de estudio, se reunió a ésta última para aplicar el consentimiento informado, así las personas manifestaron estar interesadas en participar en la investigación y se hizo entrega del cuestionario correspondiente que fue diligenciado en forma individual.

Después de la recolección de la información, los datos fueron sistematizados por un estadista y analizados mediante la estadística descriptiva, utilizando el *software* SPSS versión 15, para la correspondiente interpretación de la información.

## DISCUSIÓN Y RESULTADOS

### Características sociodemográficas de los estudiantes de enfermería consumidores de alcohol

Tabla 1. Distribución porcentual de la población de los estudiantes de enfermería consumidores de alcohol.

Características de la población estudiada		Número	%
Género	Femenino	255	86,7%
	Masculino	39	13,3%
Estado Civil	Soltero	265	90,1%
	Casado	17	5,8%
	Unión Libre	9	3,1%
	Separado	2	0,7%
Grupo de Edad	15-19	93	31,63%
	20-24	167	56,80%
	25-29	23	7,82%
Trabaja	No	253	86,1%
	Si	41	13,9%
	Viudo	1	0,3%
	30-34	11	3,74%

Religión	Católica	252	85,7%
	Cristiano	27	9,2%
	Sin dato	12	4,1%
	Agnosticismo	1	0,3%
	Ateo	1	0,3%
	Pentecostal	1	0,3%
Procedencia	Zona Urbana	222	75,5%
	Zona Rural	72	24,5%
Estrato Social	1	85	28,9%
	2	116	39,5%
	3	69	23,5%
	4	15	5,1%
	5	1	0,3%
	Sin dato	8	2,7%
<b>Total casos</b>		294	100,0

Fuente: proceso investigativo.

De los estudiantes de enfermería que participaron en la investigación, 294 manifestaron haber consumido alcohol, de los cuales el 86.7% correspondiente a 255 son de género femenino y el 13.33% correspondiente a 39 son de género masculino. Los datos anteriores indican que existe predominio del género femenino en el consumo de alcohol, sin embargo, es importante mencionar que en la población investigada, por las características del programa, la mayoría de estudiantes pertenecen a este género.

Además, se encontró que el 90.1% son solteros, el 56.80% se encuentran en un rango de edad de 20 a 24 años y el 31.63% entre los 15 a 19 años, el 86.1% no trabaja, el 85.7% son católicos, el 75.5% son procedentes de la zona urbana y el 39.5% pertenece al estrato 2, seguido del 28.9% que son de estrato 1.

En un estudio de la Universidad Javeriana, Albarracín y Muñoz (2008), demostraron “que en jóvenes universitarios bumangueses es mayor el consumo en hombres con el 95.9%, que en mujeres con el 92.7%” (p. 55). Los datos indican que las diferencias entre géneros son bajas ante el consumo de alcohol. En investigaciones anteriores, se evidenciaba que el predominio del consumo de alcohol estaba relacionado directamente con el género masculino, sin embargo, esta situación ha cambiado radicalmente y el porcentaje de participación del género femenino es amplio en el ámbito universitario.

Según Chacón (2012), en cuanto al estado civil, en un estudio realizado en México, con características similares a la población investigada, se encontró que “el 94.8% de los estudiantes manifestaron ser solteros, el 3.1% casados, el 0.2% divorciados y el 1.8% unión libre” (párr. 2). Guardando una relación directa con los resultados encontrados en éste estudio. En cuanto al rango de edad, según los datos anteriores vemos que el 88.43% de la población se encuentra entre los 15 y 24 años de edad; Albarracín y Muñoz (2008) en su estudio encontraron que “el consumo, está en un promedio de edad de 19.7 años y en el rango de edad de los 16 a los 23 años, se encuentra el 93.4 % de los casos” (p. 55).

De acuerdo a la Norma Técnica para la Detección Temprana de las Alteraciones del Desarrollo del Joven de 10 a 29 años, se divide esta etapa en: Adolescencia temprana o inicial 10 - 13 años, Adolescencia media 14 a 16 años, Adolescencia final o tardía 17 a 21, Adulto Joven entre 21 y 24 años de edad (Ministerio de Protección Social, s.f.).

Por consiguiente, podemos decir que la población consumidora de alcohol, se encuentra distribuida en la mayor parte de las diferentes etapas de la adolescencia, con características especiales que van desde explorar el riesgo de vincularse a actividades colectivas que suplan su necesidad de encontrar identidad y reconocimiento social y cultural, hasta llegar a la etapa de adulto joven donde se humaniza y quiere transformar el entorno y el mundo que habita (Ministerio de Protección Social, s.f.), es por

ello, que este periodo de la adolescencia es un tema de interés para la psicología, ya que en la adolescencia se presentan grandes transformaciones a nivel biológico, psicológico y cultural. Aun cuando el ser humano está en constante transformación; este periodo de la vida contiene un valor agregado, por ser la transición entre la niñez y la edad adulta, donde aparecen nuevas necesidades (Cicua, Méndez & Muñoz, 2008).

Del mismo modo, se encontró que el 68.4% de la población consumidora de alcohol pertenece a los estratos 1 y 2; por otra parte en un estudio realizado en Bogotá, en la Pontificia Javeriana, se encontró que el consumo de alcohol en estudiantes universitarios, se presenta “primordialmente, en los estratos socioeconómicos tres y cuatro (70.2%), seguidos de los provenientes de los estratos cinco y seis (19.2%)” (Albarracín & Muñoz, 2008, p. 55). A pesar de que las dos Instituciones Educativas tienen el carácter de ser privadas, las condiciones económicas de las dos poblaciones son totalmente diferentes, prevaleciendo el consumo en los estudiantes de menor estrato en ambas instituciones.

Por otro lado, en un estudio que relaciona el consumo de alcohol y el estrato socioeconómico en adolescentes, no se encontró una diferencia significativa entre los estratos 4 y 5. Al dividir la muestra en función del estrato al que pertenecían los sujetos, se observó que el consumo era mayor en el estrato 5 (72.97%) que en el 4 (62.01%). Sin embargo, en la prueba de chi-cuadrado se halló que esta diferencia entre los estratos no es estadísticamente significativa (Cicua et al., 2008).

En cuanto a la procedencia de la población estudiada, la mayoría es de la zona urbana, convirtiéndose éste en un factor asociado, porque en éste contexto se permite y se tiene acceso al consumo de alcohol, la problemática que se vive en la zona urbana, relacionando las fiestas para menores de edad, denominadas “chiquitecas”, que se llevan a cabo durante los fines de semana entre las dos de la tarde y las siete de la noche, con el incremento de adolescentes que posteriormente se dirigen a bares, billares o discotecas ubicadas en diferentes partes de Bogotá, Cartagena, Cali y Cúcuta, con el fin de socializar con otros adolescentes y bailar reggaetón (Cicua, et al., 2008).

En un estudio realizado a nivel local, se encontró que a los 15 años de edad el 8.04% desempeñan una

ocupación laboral, a los 16 años el 11.06% tiene ocupación laboral, a los 17 años el 15.07% se encuentran trabajando, al igual que los de 18 años con el 15.08%. Concluyendo que los estudiantes que laboran tienen mayor riesgo de consumir alcohol, por tener los recursos económicos para acceder al licor, aunque la población que no labora cuenta con el apoyo de sus padres quienes solventan sus necesidades básicas y, el medio donde se encuentran favorecen la consecución de licor sin restricción alguna (Cerón, Vaca, Martínez & Hernández, 2008).

Igualmente, se encuentra que en cuanto a la religión que profesan, predomina la católica y según un estudio realizado por Pérez (2009), es un factor protector porque los valores, se convierten en un elemento muy importante dentro de la educación de los jóvenes si son transmitidos adecuadamente por los adultos. La educación en valores parece ser una de las claves para lograr un desarrollo adecuado tanto de actitudes como de conductas preventivas. Dado los resultados este es un factor protector para explorar en la comunidad universitaria, teniendo en cuenta que la formación integral se encuentra inmersa en la misión institucional.

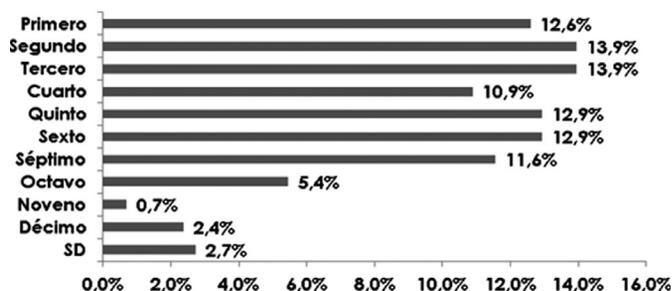


Figura 1. Distribución porcentual de los estudiantes consumidores de alcohol que participaron en la investigación por semestre que cursan actualmente.

Fuente: proceso investigativo.

La figura anterior indica que el mayor consumo está representado en los primeros semestres, es así como el 13.9% son de segundo y tercer semestre respectivamente, además el 12.9% quinto y sexto semestre, el 12.6% de primer semestre, el 11.6% séptimo semestre, el 10.9% cuarto semestre, el 5.4% octavo semestre, el 2.4% décimo semestre y el 0.7% noveno semestre.

Es importante aclarar que la población encuestada respondió al semestre en que cursa actualmente, en base a la matrícula financiera, mas no a la matrícula académica, por tanto el mayor número de materias matriculadas referidas por cada uno de ellos hace relación en algunos casos a mayor o igual a 9° semestre.

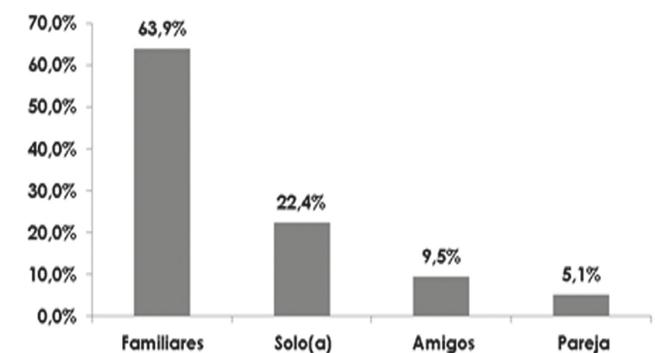
Así pues, se evidencia que a medida que avanzan en los semestres cursados, disminuye la problemática. Es más, en un estudio realizado en la Universidad Católica de Colombia, Camacho (2006) expresa:

Respecto a la proporción de estudiantes por semestre, se encontró una mayor (20.2%) presencia de estudiantes que recién habían empezado la carrera. Los demás semestres se distribuyeron de manera similar, más o menos 11%, exceptuando los semestres finales (8° a 10°) que hicieron un bajo aporte a la conformación muestral entre el 4%, 3.4% y 1.94% respectivamente (p. 3.).

Los datos anteriores pueden estar relacionados con la etapa de desarrollo que están cursando, teniendo en cuenta que en la adolescencia media es mayor el riesgo de vincularse a actividades colectivas que suplan su necesidad de encontrar identidad y reconocimiento social y cultural y, en la adolescencia final o tardía, en donde prefiere más relaciones sociales con individuos que con grupos o colectividades (Ministerio de Protección Social, 2010).

Además, los jóvenes que invierten cantidades significativas de tiempo, energía y recursos en actividades convencionales, tales como el estudio, el trabajo, la participación en organizaciones religiosas y/o en clubes o en actividades deportivas, tienden a consumir menos alcohol que los estudiantes que no lo invierten, tal vez porque tienen menos tiempo disponible para actividades focalizadas en el alcohol (Ministerio de Justicia de los EE.UU, 2012.)

Lo anterior, tiene relación con la población estudiada donde el consumo de alcohol disminuye a medida que avanzan los semestres y es coherente con la cantidad de tiempo y energía que invierten en el estudio y los cambios ocasionados teniendo en cuenta la etapa de desarrollo. Por lo tanto, es importante estimular a la comunidad universitaria a participar en las actividades que programa Bienestar Universitario y Pastoral por ser según estudios realizados una herramienta que disminuye el consumo de bebidas alcohólicas.



**Figura 2. Distribución porcentual de los estudiantes consumidores de alcohol, en relación con las personas que viven actualmente.**  
Fuente: proceso investigativo.

La figura anterior indica que los estudiantes del programa de enfermería, en un 63.9% vive con familiares, el 22.4% solos, el 9.5% con amigos y el 5.1% con la pareja. Los datos indican que la mayoría de los educandos a pesar de vivir con los familiares, presentan un alto porcentaje de consumo de alcohol.

La población objeto de estudio, se podría relacionar con el estudio realizado por Pérez (2009), donde expresa como “las actitudes permisivas de la familia favorecen el consumo de alcohol y cigarrillo por su papel de facilitadoras sociales” (p. 29).

Además, Cicua et al. (2008), expresan en su estudio que:

El uso de la droga en adolescentes y el comportamiento sexual tienen sus raíces en la familia, los parientes tienen un impacto en el comportamiento de los adolescentes. La influencia de los parientes es más fuerte que la que ejercen los padres sobre sus hijos adolescentes, ya que al pasar mayor tiempo los parientes con éstos, se les presentan como un modelo a seguir. En consecuencia, si existen patrones de consumo de sustancias, los adolescentes los seguirán, consumen alcohol de acuerdo a la percepción que tienen los parientes de este comportamiento, actitudes de aprobación o desaprobación (p. 118).

En otros estudios realizados también en Bogotá, por Hernández (2004), se afirma que el consumo de alcohol está relacionado con la desintegración familiar:

Donde los jóvenes sienten que sus familias no los apoyan, describen situaciones de violencia intrafamiliar constante y la comunicación con los padres

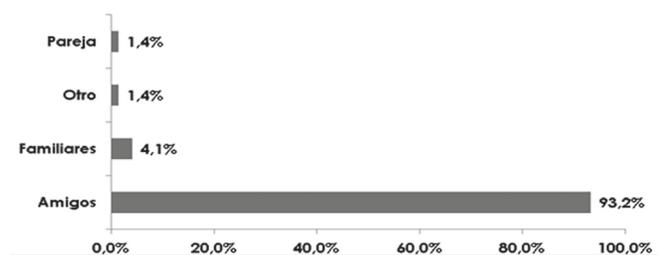
es deficiente y con muchas asperezas, por lo tanto, estos jóvenes se sienten aprisionados en el hogar, presentan un bajo nivel de autoestima y una escasa capacidad de afrontamiento hacia los problemas, que ven en el alcohol y el cigarrillo la solución a estos problemas (p. 20).

Además Hernández (2004), manifiesta que:

Los jóvenes prefieren la compañía de los amigos del propio género exclusivamente, quienes comparten ideales, lo hacen para vencer la timidez o el prejuicio, para sentirse confiados, es en este grupo de amigos en donde se puede iniciar el consumo de sustancias psicoactivas, quienes desean experimentar, suelen iniciar con el consumo de licor como una bebida social y piensan más en el efecto placentero que les produce y no en el daño que les ocasiona (p. 20).

En resumen, teniendo en cuenta lo anterior, se observa que la familia es decisiva en esta época de la vida, dado que el joven es producto en gran parte de las vivencias con sus padres y familiares.

Es importante relacionar la convivencia como factor social en el consumo de alcohol, ya que si bien la teoría de Orem (citada en Raile & Marriner, 2011) menciona que: “ésta debe llevarse para mantenerse así mismo, es decir velar por su propia integridad” (p. 3). Así que es importante velar por la convivencia y el autocuidado individual para poder influir en la comunidad, empezando por el punto central que es la familia, y el efecto que desencadenan las actitudes internas del núcleo sobre los integrantes de esta.



**Figura 3. Distribución porcentual de las personas que influyen en el estudiante, para el inicio del consumo de bebidas alcohólicas.**  
Fuente: proceso investigativo.

En la figura anterior se observa que quienes más influyen en el inicio del consumo de bebidas alcohólicas son los amigos, con un 93.2%, seguido de los familiares con el 4.1%, la pareja y otros con el 1.4%, con respecto a este resultado, según la opinión de los estudiantes, se encontró que la influencia proviene de la calle y de ellos mismos.

Cicua et al. (2008) afirman que:

El factor social es preponderante en el consumo de alcohol, ya que los amigos, los pares más cercanos, parejas y grupos pequeños se convierten en una influencia dominante. Consumir alcohol hace parte de la selección y socialización entre amigos, puesto que debe existir aprobación por parte de los otros, evitando la exclusión social por parte de quienes consumen alcohol (p. 122).

Además, en el mismo estudio habla de la influencia de la relación que se sostiene con los padres, en especial aquellas en donde el adolescente tiene una relación conflictiva, y cuando sus comportamientos están ligados al consumo de sustancias. Aunque, la relación con los pares es más influyente que la relación con los padres, ya que se quiere obtener identificación con éstos. A partir de dichas relaciones, adquieren gran importancia los sentimientos y las emociones de los adolescentes; resultado de esas interacciones se pueden considerar los sentimientos y las emociones en los adolescentes como un factor más de asociación al consumo de alcohol (Cicua et al., 2008).

En un estudio realizado a gran escala para detectar los patrones de consumo de alcohol en Inglaterra, Pérez (2011) encontró que:

Existe un incremento preocupante en la ingesta de alcohol entre los adolescentes. El estudio también reveló que la familia y los amigos tienen una fuerte influencia en los patrones de consumo de alcohol de los adolescentes y son más potentes que otros factores como el bienestar, las figuras públicas o los medios (p. 2).

Analizando lo anterior, es en el ambiente universitario que lo rodea, donde se encuentran generalmente sus pares, lo que retoma importancia la responsabilidad de ejecutar propuestas que respondan a la solución de la problemática del consumo de alcohol, cumpliéndose así la función misional de la institución .



Figura 4. Distribución porcentual de las situaciones que influyen en el consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes que participaron en la investigación.

Fuente: proceso investigativo.

En la figura 4 se observa que la situación que más influye en el consumo de bebidas alcohólicas son las fiestas con un 98.64%, seguidas de los paseos con un 65.65%, los eventos musicales con un 58.50%, los problemas familiares con un 52.04%, y en un menor porcentaje las actividades recreativas institucionales que corresponden a un 16.33%, seguido en un menor porcentaje por eventos deportivos con 11.22%.

En un estudio realizado en la Universidad del Rosario en Bogotá, sobre consumo de alcohol en jóvenes universitarios de la Facultad de Ciencias de la Salud, Salcedo, Palacios y Espinoza (2011), encontraron “que el compartir con amigos una reunión o fiesta y compartir con su pareja son los principales motivos por los que los estudiantes consumen, esto corresponde con su etapa del ciclo vital y con los patrones culturales” (p. 85), coincidiendo directamente con el resultado arrojado por esta investigación.

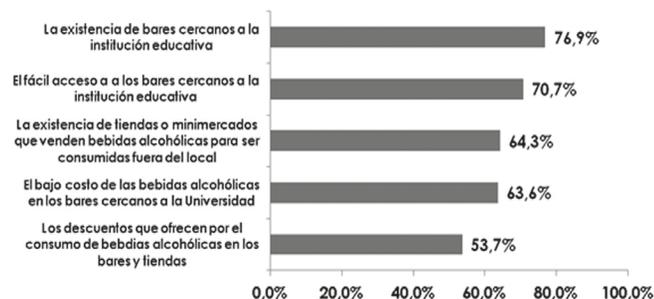


Figura 5. Distribución porcentual de la influencia del entorno que rodea a la institución educativa, para el consumo de bebidas alcohólicas.

Fuente: proceso investigativo.

En la figura 5 se observa la influencia del entorno que rodea a la institución educativa, con el consumo de bebidas alcohólicas. El 76.9% de la población objeto de estudio afirma que la existencia de bares cercanos a la Universidad influye en el consumo de bebidas alcohólicas; el 70.7% cree que el fácil acceso a los bares cercanos a la institución, incrementa el consumo de estas bebidas; el 64.3% piensa que influye, la existencia de tiendas o mini mercados, que venden bebidas alcohólicas para ser consumidas fuera del local; el 63.6% opina que es el bajo costo de las bebidas alcohólicas, en los bares cercanos a la universidad y el 53.7% considera que son los descuentos que ofrecen por el consumo de bebidas alcohólicas en los bares y tiendas.

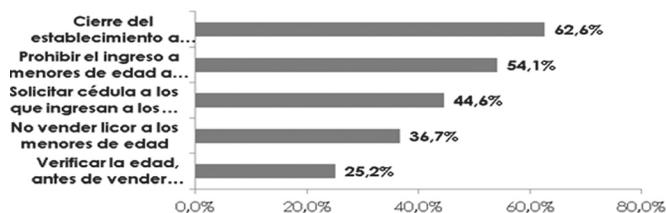
Se puede observar que en la población estudiada influye en un alto porcentaje el entorno que rodea a la institución educativa para el consumo de bebidas alcohólicas, al respecto en un estudio comparativo realizado en Madrid, Albarracín y Muñoz (2008) demostraron que los consumidores de alcohol en la mayoría de los casos lo hacen en los bares alejados a la institución, por la facilidad de acceso al lugar.

Además, Albarracín y Muñoz (2008) en un estudio realizado en universitarios, también observaron que los estudiantes ven al alcohol como una sustancia social y que es muy común en las universidades, máxime cuando estas se encuentran rodeadas de sitios de expendio.

Por consiguiente, los resultados obtenidos tienen una relación directa con estudios realizados a nivel internacional y nacional, teniendo en cuenta que el consumo de bebidas alcohólicas, además de ser una práctica muy frecuente en los estudiantes universitarios, se encuentra influenciada por la existencia de bares cercanos, con fácil acceso, también afirman que existen tiendas o minimercados, donde venden bebidas alcohólicas para ser consumidas fuera del local.

Otro aspecto que influye en el consumo de la población objeto de estudio, es el bajo costo de las bebidas alcohólicas y los descuentos que ofrecen por el consumo de las mismas, en los bares y tiendas que rodean a la universidad.

Relacionando los hallazgos encontrados es posible evidenciar aspectos negativos, puesto que los estudiantes a pesar de tener los conocimientos sobre los efectos y consecuencias negativas que genera el consumo de alcohol, hacen uso de este tipo de sustancias, las cuales en la mayoría de los casos por el costo que éstas poseen no son de buena calidad y por ende interfiere con la salud, impidiéndoles mantenerse bien y aplicar los conocimientos adquiridos en cuanto a las prácticas de autocuidado para conservar bienestar y vida.



**Figura 6. Distribución porcentual de las medidas existentes en bares y puntos de venta para controlar la distribución y venta de bebidas alcohólicas a menores de edad.**

Fuente: proceso investigativo.

En cuanto a las medidas existentes en bares y puntos de venta para controlar la distribución y venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, se observa que el 25.2% de los estudiantes opinan que dichos establecimientos verifican la edad antes de vender bebidas alcohólicas, el 36.7% consideran que no venden licor a los menores de edad, el 44.6% afirman que dichos establecimientos solicitan cédula a los que ingresan a los diferentes bares de la ciudad, el 54.1% prohíben el ingreso a menores de edad y el 62.6% afirman que cierran el establecimiento a las 2 pm.

Para controlar el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad, el Congreso de la República de Colombia emitió la Ley 124 de 1994 que sanciona a la persona mayor de edad que facilite las bebidas embriagantes o la adquisición de las mismas. La evidencia obtenida en diversos entornos demuestra que es importante que exista un marco jurídico para reducir la disponibilidad física de alcohol, que incluya restricciones tanto de la venta como del servicio de alcohol. Contar con un régimen de licencias para la venta de alcohol permite ejercer un control, ya que la infracción de la ley se puede sancionar mediante la revocación de la licencia (Asamblea Mundial de la Salud, 2010).

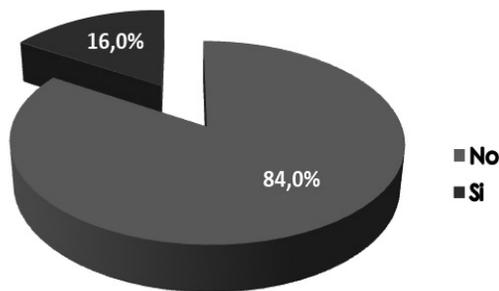
En un estudio realizado en la ciudad de San Juan de Pasto, García (2009) encontró que:

Los propietarios y administradores de bares y discotecas de la ciudad, manifiestan conocer dicha ley, son conscientes de las sanciones que ocasiona si hacen caso omiso, tanto a nivel comercial, como de ingresos que perjudican a las personas que en él laboran (p. 32).

La aplicación de leyes que establecen una edad mínima para la compra de alcohol redundan en una clara disminución del número de víctimas debidas al alcohol al volante y otros daños relacionados con el alcohol. Es importante que se establezcan medidas legales, como el cierre de establecimientos a un horario estipulado donde se realice el expendio de bebidas embriagantes, donde el fin sea disminuir el índice de eventos delictivos.

El medio más efectivo de hacer cumplir la ley es centrarse en los vendedores, que tienen un interés comercial en conservar el derecho a vender alcohol. El aumento de la densidad de los puntos de venta de alcohol se asocia con el incremento de los niveles de consumo de alcohol entre los jóvenes, el aumento

de los niveles de agresión y otros daños como homicidios, maltrato y abandono de niños, lesiones auto infligidas y lesiones por accidentes de tránsito, aunque sobre esto último hay pruebas menos contundentes. La limitación del horario o los días de venta de bebidas alcohólicas permite reducir el número de problemas relacionados con el alcohol, incluidos los homicidios y agresiones (Asamblea Mundial de la Salud, 2010).



**Figura 7. Distribución porcentual de la existencia del control de la calidad en las bebidas alcohólicas que se distribuyen en bares y expendios de la ciudad.**

Fuente: proceso investigativo.

La Figura 7 muestra el sentir de los estudiantes en cuanto al control de la calidad de las bebidas alcohólicas que se distribuye en los bares y expendios de la ciudad, el 84% que representa 247 estudiantes, manifiesta que no existe dicho control, frente al 16% que representa a 47 estudiantes que opinan que sí.

En relación al control de calidad de las bebidas alcohólicas que se distribuyen en los bares y expendios de la ciudad, un estudio realizado a nivel local, por el Observatorio del Delito de la Alcaldía Municipal de Pasto (2010), demostró que: el consumo de licores entre los jóvenes ha sido identificado como un factor generador de violencia e inclusive de muertes violentas. Según cifras recientes, alrededor del 50% de las muertes violentas que se registran en esta ciudad, se producen bajos los efectos del alcohol. Pero lo más grave es que la tendencia de los jóvenes en la actualidad es adquirir y consumir el licor más barato que es de muy mala calidad, por lo cual los riesgos en su salud y bienestar aumentan considerablemente.

En otros contextos sociales, como los son a nivel internacional, situaciones similares se presentan, como en México donde un estudio encontró que del 2008 a la fecha aumentó 20% la comercialización de

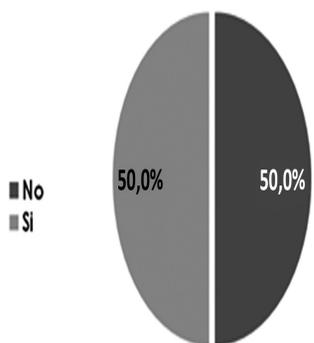
alcohol adulterado en México, pues ahora seis de cada 10 botellas son piratas y se expenden principalmente en antros con servicio de barra libre, lo cual muestra que el control de calidad de las bebidas alcohólicas y el expendio de bebidas adulteradas se ha convertido en un grave problema de salud pública nada diferente al que se vive en nuestra sociedad.

Frente a los anteriores hallazgos y teniendo en cuenta algunos conceptos a los que hace referencia el Decreto 120 de 2010, en el que se habla de que el autocuidado es una obligación de toda persona de velar por la salud evitando acciones y omisiones perjudiciales, el control del consumo de alcohol es la acción de las autoridades, en el marco de las competencias constitucionales y legales, destinadas al desarrollo de estrategias de reducción de la oferta, la demanda y los daños, con el objeto de mejorar la salud de la población eliminando o reduciendo el consumo de productos de alcohol y sus derivados.

Además contempla, que el saber beber-saber vivir es un conjunto de actividades que se orientan el consumo responsable de alcohol teniendo en cuenta la calidad, cantidad, consistencia, comida, compañía y acompañamiento. Entiéndase por:

- 1) Calidad. Pureza de los procesos de producción de alcohol ya se trate de fermentados o destilados.
- 2) Cantidad. Tiempo, durante la ingesta, por ocasión.
- 3) Consistencia. Permanencia en el mismo tipo de bebida durante la ingesta y el cuidado de su mezcla entre destilados y fermentados.
- 4) Comida. Acompañamiento de comida en un antes y un durante la ingesta.
- 5) Compañía. Personas de confianza con las cuales se comparte durante el consumo de alcohol.
- 6) Acompañamiento. Presencia de autoridades y organizaciones sociales y comunitarias que junto con los dueños, administradores y empleados de establecimientos de consumo de alcohol realizan labores de disminución del daño y minimización del riesgo en zonas de consumo abusivo hacia los fines de semana en un antes (al inicio de la jornada), durante (durante el proceso de consumo) y después (finalizando la hora obligatoria de cierre que aplique en el territorio de que se trate) al interior y en el entorno de los ámbitos de consumo para el desarrollo de actividades de prevención en tiempos reales" (Ministerio de Protección Social, s.f.).

Se puede concluir que es bajo el porcentaje de estudiantes que opinan que hay control de calidad en las bebidas alcohólicas que se distribuyen en los bares y expendios de la ciudad, a pesar de las reglamentaciones legales existentes.



**Figura 8.** Distribución porcentual de la existencia de publicidad de descuentos especiales por la compra de bebidas alcohólicas en bares, restaurantes, tiendas y minimercados, cercanos a la Universidad.

Fuente: proceso investigativo.

La figura 8 indica que los estudiantes del programa de enfermería sujetos de estudios manifiestan que en los bares, restaurantes, tiendas, y minimercados cercanos a la universidad publicitan descuentos especiales por la compra de bebidas alcohólicas en un 50%, mientras que el 50% correspondiente a 147 estudiantes manifiestan que no existe publicidad de descuentos especiales por la compra de bebidas alcohólicas, en los sitios cercanos a la universidad.

Un estudio norteamericano, revela que:

El consumo de alcohol por los menores de edad ocurre en un ambiente saturado por la publicidad, es por ello que la industria de las bebidas alcohólicas gasta mucho más en la promoción de sus productos que lo que se gasta en los mensajes públicos para fomentar el consumo de alcohol responsable (Ministerio de Justicia de los EE.UU, 2012).

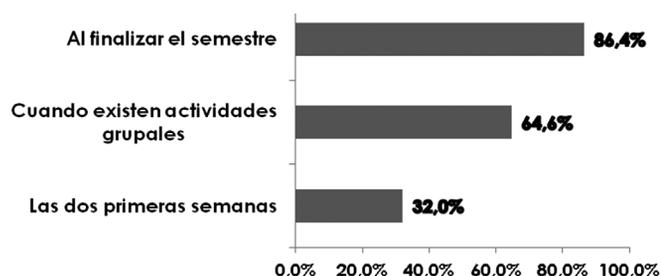
Los locales que venden alcohol y los publicistas unen sus fuerzas para proporcionar un incentivo adicional para que los menores de edad consuman alcohol: las promociones y los precios especiales. En general, los precios más bajos dan como resultado niveles de consumo más elevados en todos los niveles etéreos. Las promociones ofrecen descuentos por compras de gran volumen, tales como barriles y cajas de cerveza. Los establecimientos educativos postsecundarios que quedan cerca de comer-

cientes minoristas que venden grandes cantidades de alcohol a bajos precios, tienen mayores tasas de ingesta excesiva de alcohol que aquellos que están ubicados cerca de establecimientos comerciales que no venden alcohol a precios rebajados (Ministerio de Justicia de Los EE.UU, 2012).

En un estudio realizado en Guatemala, Rosales (2009), expresa que:

El 77% de los estudiantes afirman que las ventas de licor en las cercanías del Centro Universitario, el bajo costo del licor, influyen y motivan a tomar la decisión de consumir alcohol, en particular en los lugares que promocionan las bebidas, teniendo en cuenta las jornadas vespertina y nocturna (p. 31).

No resulta nada extraño que el consumo se incrementa en las áreas universitarias, pues es el medio ideal para los comerciantes y su creciente negocio.



**Figura 9.** Distribución porcentual de la influencia que tienen las diferentes situaciones académicas con el consumo de bebidas alcohólicas.

Fuente: proceso investigativo.

En la Figura 9, el 86.4% de los estudiantes del programa de enfermería mencionan que una de las situaciones académicas que influye en el consumo de bebidas alcohólicas es el finalizar semestre, el 64.6% cree que son las actividades grupales y el 32% las dos primeras semanas de clase.

En el estudio de Salcedo et al. (2007), se demuestra que:

En los periodos de vacaciones se aumenta el consumo de alcohol, llama la atención que también aumenta el consumo después de las semanas de exámenes y en la finalización de las rotaciones, esto puede estar relacionado con las motivaciones para el consumo donde las celebraciones y el compartir con amigos juegan un papel relevante y con el hecho de tomar licor buscando un efecto relajante ante situaciones de estrés (p. 92-93).

De manera que esta situación se relaciona con lo que sucede dentro de esta investigación, tomando la finalización del semestre como un momento más

para el consumo de bebidas embriagantes, que lleva a pensar que dichas situaciones podrían relacionarse con la necesidad de desesterarse, teniendo en cuenta que no existe otros medios de distracción a su alrededor.

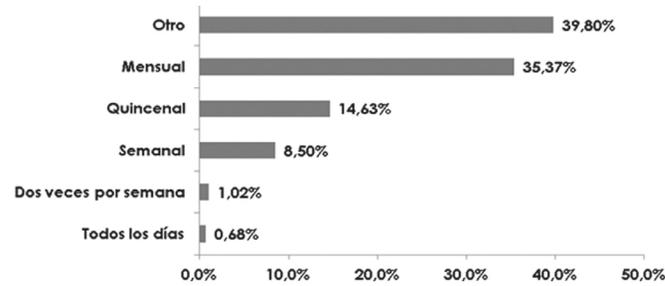


Figura 10. Distribución porcentual de la frecuencia con que consumen bebidas alcohólicas los estudiantes consumidores de alcohol.

Fuente: proceso investigativo.

Se puede observar que el 39.80% de los estudiantes consumidores de alcohol señala que la frecuencia del consumo no se encuentra dentro de los parámetros establecidos, es por ello que contestan otro y al indagar sobre ello, se halla que lo hacen en ocasiones especiales, en navidad, de modo semestral y anual, el 35.37% consume mensualmente bebidas alcohólicas, el 14.63% quincenal, el 8.50% semanal, el 1.02% dos veces por semana y el 0.68% todos los días.

En un estudio realizado, en relación con la frecuencia de consumo de alcohol, se encuentra que un 65.92% de los adolescentes encuestados reportaron algún nivel de consumo que va desde diario hasta anual, encontrándose un 20% con frecuencia anual, 27% mensual, 18% en forma semanal y 5%, 2 sujetos, en forma diaria (Cicua et al., 2008).

Además, en un estudio realizado en 10 universidades bogotanas, Zuluaga (2010) demuestra que:

Existen altos niveles de consumo de alcohol en los estudiantes: De los participantes en el estudio sólo el 7.9% reportó no consumir alcohol. El 10.4% afirmó consumirlo una vez al año; el 33.8% mensualmente; el 31.2% una vez a la semana; el 15.9% dos veces a la semana. El 0.8% correspondió a sujetos que lo consumen diariamente. La edad promedio de inicio del consumo fue de 14 años (p. 11).

Aparte, en la investigación de Salcedo et al. (2007), se encontró que con relación a la frecuencia del consumo de bebidas alcohólicas, "el 16.7% de los sujetos consumen alcohol todas las semanas y el 22.1% lo hace cada 15 días" (p. 91).

Cicua et al. (2008) en su estudio encontraron que:

El 66% de los adolescentes estudiados habían consumido alcohol; identificaron en el 27.3% un consumo mensual y en el 18% un consumo semanal, con una tendencia de cantidad de consumo de una a tres botellas de cerveza y media botella de aguardiente. La media de la edad de inicio fue de 11.19 años.

Analizando los datos anteriores, se puede clasificar a los estudiantes consumidores de bebidas alcohólicas, teniendo en cuenta los tipos de consumidores, en consumidores eventuales, teniendo en cuenta que prueban las sustancias una sola vez o unas pocas veces aisladas y lo hacen por curiosidad o por presión de grupo, entre otros factores.

Tabla 2. Distribución promedia de la cantidad de alcohol que consumen los estudiantes.

Medida	Promedio de Consumo
Copas	8.54
Medias	2.15
Botellas	2.40

Fuente: proceso investigativo.

Los estudiantes consumidores de bebidas alcohólicas, consumen un promedio de 9 copas, otros consumen un promedio de 2 medias y otros, 2 botellas en diferentes acontecimientos. Al indagar por otro tipo de cantidad los encuestados no refirieron otra.

En la investigación de Cicua et al., (2008) se encuentra que "la tendencia en la cantidad del consumo de cerveza era de 1 a 3 botellas o latas, en el aguardiente media botella y en otro tipo de bebidas un cuarto de botella, en el ron un cuarto de botella" (p. 125).

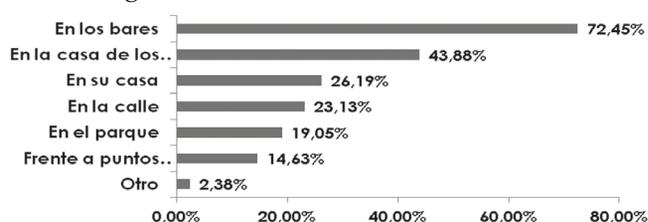
Rodríguez (2007), en su artículo afirma que:

Es muy extraño encontrarse a alguien que no haya entrado al mundo del alcohol desde muy temprana edad; casi todos han tomado sorbos de cerveza y copas de vino en las reuniones familiares. Definitivamente, el alcohol hace parte de la vida social de este país. La cuestión es ¿En qué momento el inofensivo consumo de algunas copas puede conducir al alcoholismo? Varios de los jóvenes de la Fundación Quiero Vivir, contestan este interrogante.

Las respuestas entre tímidas y con enojo, reflejan el oculto riesgo que corren cientos de adolescentes en

un mundo social en el cual el aguardiente, el ron, la cerveza o cualquier otro licor, se convierte en un socializador o un “efectivo” quita-penas (p. 1).

Por otra parte en un estudio realizado por Mora y Natera (citados en Salcedo et al., 2007) encontraron que “el 22.2% de los hombres consumen entre cinco y once copas al menos una vez a la semana, y el 7% de las mujeres consumen más de cinco copas al menos una vez a la semana y al menos una vez al mes” (p. 91.); superando el promedio de consumo con respecto a esta investigación, sin dejar de lado que el consumo en las dos poblaciones investigadas se consideraría como alto si se trata de cantidad de alcohol ingerida.



**Figura 11. Distribución porcentual de los lugares en los que suele consumir bebidas alcohólicas.**

Fuente: proceso investigativo.

En la figura 11 se observa que el 72,45% de los estudiantes del programa de enfermería suelen consumir bebidas alcohólicas en los bares, el 43,88% en la casa de los amigos, el 26,19% en su casa, el 23,13% en la calle, el 19,05% en el parque, el 14,63% frente a puntos de venta y para otros lugares, el 2,38% respondió que lo hace en las discotecas, con amigos y fiestas.

Albarracín y Muñoz (2008) indicaron que:

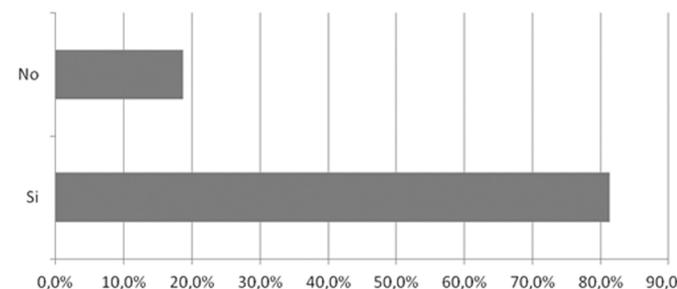
Los estudiantes universitarios prefieren los bares, las calles y los parques, estos dos últimos utilizados por los más jóvenes, con lo cual se constituye la denominada cultura del botellón que consiste en comprar las bebidas en diferentes establecimientos y luego consumirlas en la calle, en un parque o en el carro. Se pudo determinar que el mayor consumo se hace en espacios vinculados al ámbito de las universidades pues a su alrededor instalan una serie de sitios que propician el consumo de alcohol (p. 51).

En otro estudio, estos autores afirman que, aunque son varios los lugares señalados por los estudiantes para el consumo de alcohol, los que, por su mayor frecuencia, se destacan son la discoteca (24,4%), la casa de los amigos (21,9%), los bares (15,3%) y la casa propia (15,3%). En promedio, los sujetos frecuentan

dos de los lugares señalados. Los jóvenes que habitualmente consumen alcohol en espacios familiares, con similar frecuencia lo hacen en lugares que promueven dicha actividad (Albarracín & Muñoz, 2008).

Entre otros hallazgos, Salcedo et al. (2007), encontraron “que los estudiantes consumen alcohol principalmente en restaurantes, reuniones familiares y en fiestas” (p. 93); Cicua et al. (2008), afirman “que el lugar utilizado con mayor frecuencia, por los adolescentes en primer término es la casa de un amigo, 48%; luego se encuentra la casa propia, 34,5%, y después el parque, con 25,9%” (p. 115); y Zuluaga (2010) en su estudio afirma “que el consumo se realiza con mayor frecuencia en bares (66,57%), discotecas (55,22%) y casas de amigos (52,8%)” (p. 11).

Al analizar la información encontrada en el estudio con otras investigaciones nacionales, indica que el acceso a los diferentes lugares para consumir bebidas alcohólicas es fácil, no tienen en cuenta las prohibiciones establecidas a nivel local y por lo tanto en la actualidad éste se ha convertido en un problema de tipo social para las personas que habitan en los lugares cercanos a la zona universitaria por la existencia de dichos bares.



**Figura 12. Distribución porcentual de la información recibida por los estudiantes sobre los efectos nocivos que tiene el consumo de alcohol.**

Fuente: proceso investigativo.

En la figura 12 se observa que el 81,3% de los estudiantes del programa de enfermería han sido informados sobre los efectos nocivos que tiene el consumo de bebidas alcohólicas, mientras que el 18,7% no han recibido ningún tipo de información. Los efectos nocivos que genera el alcohol son amplios, más aún cuando el inicio es a edad temprana, sin embargo, los estudiantes en la actualidad los consumen sin tener presente los riesgos que éstos les genera aunque si los conozcan.

Con relación a los efectos nocivos del alcohol, Domingo (2009), expresa que se ha demostrado que:

El alcohol y sus riesgos afectan de una manera más acusada en los menores de 17 años, ya que tienen una defensa metabólica más baja. Si un menor bebe alcohol pueden producirse más fácilmente alteraciones orgánicas y psicológicas. Además, cree que se debe decidir por adelantado si se va o no a beber alcohol para saber la cantidad exacta para no dejarse llevar por la situación. Si la persona es diabética, hipertensa, con sobrepeso, cardiopatías, el cuidado debe extremarse, porque puede provocar un aumento de los niveles de glucemia (p. 3).

En otra investigación de Muñoz (2009), se demostró que el consumo de alcohol ha generado en la muestra de estudio, correspondiente al 52%, riesgo de intoxicación alto, al 21% riesgo de abuso alto y riesgo de dependencia alto en un 37%.

Relacionando los datos obtenidos en este estudio, es evidente que los efectos nocivos son conocidos en este grupo de estudiantes y las secuelas negativas para la salud de los mismos, ya que han recibido la información respectiva en alta proporción, situación que se considera puede favorecer para que se presente la disminución de la misma y así fomentar la prevención; teniendo en cuenta que el personal de enfermería debe ser académica y humanamente coherente para aplicar los conocimientos en el contexto.

**Tabla 3. Distribución porcentual de los medios de comunicación que informan sobre los efectos nocivos del consumo de alcohol.**

Medios de comunicación que informan sobre los efectos nocivos del consumo de bebidas alcohólicas		
TV	186	63.3%
Internet	126	42.9%
Radio	105	35.7%
Revistas	60	20.4%
Periódico	48	16.3%
Otro	24	8.2%

Fuente: proceso investigativo.

En la tabla anterior, los encuestados opinan que el medio de comunicación por el cual recibieron más información fue la televisión, representado en un 63.3%, seguido por internet con el 42.9%, radio con el 35.7%, revistas con el 20.4%, periódico con el 16.3% y otro con el 8.2% donde se mencionan a familiares, la calle, la universidad, conferencias, charlas educativas, envases de bebidas, colegio, volantes y campañas de salud.

Así la información arrojada por el estudio indica que los medios de comunicación informan continuamente sobre los efectos nocivos del alcohol, y son los medios masivos aquellos que presentan mayor participación en cuanto a la temática en mención.

Por muchos motivos, se debe hacer hincapié en la educación y la información, incluida la noción de que la población debe saber y comprender qué significa el uso nocivo del alcohol y los riesgos conexos para la salud, aún cuando la base evidencial indique que el impacto de los programas educativos sobre el uso nocivo del alcohol sea pequeño. Para ser provechosa, la educación acerca del alcohol, no debe conformarse con proporcionar información sobre los riesgos del uso nocivo del alcohol, sino que también ha de fomentar la disponibilidad de intervenciones eficaces, movilizar a la opinión pública y prestar apoyo a la adopción de políticas idóneas en la materia (Asamblea Mundial de la Salud, 2010).

Además, para mejorar la información, Los Estados Miembros, la Secretaría de la OMS, y otros interesados directos, han desarrollado sistemas para reunir, analizar y difundir datos sobre el consumo de alcohol, los daños relacionados con el alcohol y las respuestas de política correspondientes. Teniendo en cuenta que hay grandes lagunas de conocimientos, y es importante hacer más hincapié en la producción y difusión de información y conocimientos para seguir avanzando en este ámbito, especialmente en los países en desarrollo y los países de ingresos bajos y medios (Asamblea Mundial de la Salud, 2010).

En este aspecto es importante mencionar que los medios de comunicación por lo general informan aspectos relacionados con los efectos nocivos del consumo de alcohol, sin embargo, la mayoría de la publicidad que se maneja está relacionada con el posicionamiento de una marca de licor, a pesar que éstas no estimulen el consumo, se constituyen como uno de los elementos que permiten o facilitan la adquisición del mismo.

**Tabla 4. Distribución porcentual sobre si los medios de comunicación incitan al consumo de bebidas alcohólicas.**

Los medios de comunicación incitan al consumo de bebidas alcohólicas	Casos	Porcentaje
Sí	228	77.6%
No	66	22.4%

Fuente: proceso investigativo.

De los 294 estudiantes que participaron en esta investigación, 228 que corresponde al 77%, respondieron que los medios de comunicación si incitan al consumo de bebidas alcohólicas, mientras que 66 estudiantes que corresponde al 22.4 % responden que no.

Una investigación titulada: el impacto de la publicidad en los hábitos de consumo de bebidas alcohólicas de los adolescentes, encontró que: “la publicidad aumenta la probabilidad de que los adolescentes comiencen a beber antes” (Sánchez, 2007, p. 7), “la publicidad de bebidas alcohólicas cala entre los adolescentes, que son capaces de reconocer las principales marcas y anuncios de bebidas alcohólicas” (Sánchez, 2007, p. 6), dado que el mercado publicitario enfoca sus estrategias de consumo, en las poblaciones más receptivas, en este caso son los jóvenes el objeto principal en la publicidad.

La Asociación de Alcohólicos Rehabilitados (2009), demostró que:

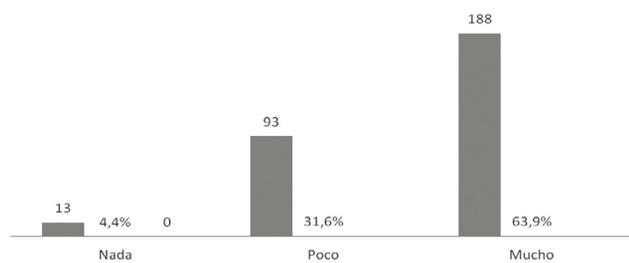
En la publicidad de alcohol se invierten enormes cantidades de dinero, lo que hace que sea un producto de mercado muy importante en sí mismo, con todas sus consecuencias. Con frecuencia, tanto las empresas publicitarias como las productoras de bebidas explican que el objetivo de las campañas publicitarias es prestigiar las marcas, pero nunca estimular el consumo excesivo, ni por sectores de población que no deban consumirlo (p. 2).

Asimismo, Sánchez (2007) revela en su investigación que:

La publicidad de bebidas alcohólicas empuja a los más jóvenes al consumo y eleva las cantidades de alcohol ingeridas, aunque supuestamente no esté dirigida a este colectivo. Asimismo, es posible establecer la existencia de una relación dosis-respuesta, de modo que cuantos más ‘spots’ se visualizan, más cantidad de alcohol se ingiere y de forma más frecuente (p. 7).

La anterior situación de manera directa o indirectamente, atribuye al aumento en el consumo de bebidas embriagantes en los jóvenes.

El consumo de alcohol por los menores de edad ocurre en un ambiente saturado por la publicidad de las bebidas alcohólicas en la televisión, en gigantografías, en eventos deportivos y musicales, y en los periódicos nacionales y locales. La industria de las bebidas alcohólicas gasta mucho más en la promoción de sus productos, que lo que se gasta en los mensajes públicos para fomentar el consumo de alcohol responsable. La saturación de los medios de comunicación puede promover, facilitar y perpetuar el beber en exceso entre los jóvenes. Además, varios productos (por ejemplo: las gaseosas con alcohol, los refrescos en base a vino) tienen envases a la moda, llenos de colores, orientados a la juventud y probablemente atraen principalmente a los jóvenes (Ministerio de Justicia de los EE.UU, 2012).



**Figura 13. Distribución porcentual de la influencia que tienen los medios de comunicación en los adolescentes, para el consumo de bebidas alcohólicas.**

Fuente: proceso investigativo.

En la figura 13 se encontró que los medios de comunicación en los adolescentes, para que consuman bebidas alcohólicas influyen mucho en 188 estudiantes que representa al 63.9%, poco en 93 estudiantes que corresponde al 31.6% y nada o no influyen los medios de comunicación en 13 casos, que constituyen el 4.4% de la población.

La Asociación de Alcohólicos Rehabilitados (2009) demostró que:

Un posible factor para facilitar la alcoholización, característico sobre todo de la época actual, y del cual se debate constantemente su papel, es la influencia de los medios de comunicación. En esta cuestión, hay que considerar dos aspectos relativamente diferentes. Por una parte, la influencia de la publicidad abierta y explícita que se efectúa por los canales y medios habituales. Aunque se produce prácticamente en todos los medios de comunicación (prensa diaria, revistas, radio, salas de espectáculos, anuncios en lugares públicos, etc.) (p. 2).

Otro factor que se asocia con el consumo de alcohol es la exposición de los adolescentes a comerciales y propagandas sobre bebidas alcohólicas, esto sucede porque las compañías que producen bebidas alcohólicas gastan fuertes sumas de dinero en las campañas publicitarias, las que tratan de llegar a gran parte de la población, por medio de comerciales llamativos en donde el alcohol es sinónimo de mujeres lindas, sexo, rumba y alegría (Cicua et al., 2008).

## CONCLUSIONES

Los estudiantes de enfermería que consumen alcohol están representados en su mayoría por el género femenino, sin embargo, es importante mencionar que en la población investigada, por las características del programa, la mayoría pertenecen a este género, son solteros, no trabajan, practican la religión católica, son procedentes de la zona urbana y pertenecen al estrato 1 y 2. El mayor consumo en los estudiantes se encontró en los primeros semestres, en las diferentes etapas de la adolescencia, hasta llegar al adulto joven y en los estudiantes que viven con familiares.

En la población estudiada, influyeron en el inicio de éste consumo los amigos y el entorno que rodea a la institución educativa por la existencia de bares, tiendas o minimercados, que venden estas bebidas para ser consumidas fuera del local, con facilidad de acceso a los mismos, bajo costo y descuentos especiales.

La mayoría de los estudiantes consumidores de bebidas alcohólicas opinan que existen medidas en bares y puntos de venta para controlar la distribución y venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, pero no existe control de calidad de las bebidas que se distribuyen en los bares y expendios de la ciudad, convirtiéndose éste en un grave problema de salud pública, a pesar de las reglamentaciones legales existentes.

Los estudiantes del programa de enfermería, consumen bebidas alcohólicas al finalizar el período académico, en la mayoría de los casos se realiza en los bares, seguido de las casas de los amigos, frente a un porcentaje representativo que lo realiza en la calle, parque o puntos de venta.

Los estudiantes del programa de enfermería han sido informados sobre los efectos nocivos que tiene el consumo de bebidas alcohólicas y el medio de co-

municación por el cual recibieron más información fue la televisión, pero a la vez, éste es el medio que más incita al consumo de las mismas.

## AGRADECIMIENTOS

Para el logro del objetivo se resalta la colaboración de las siguientes coinvestigadoras, quienes participaron durante el desarrollo correspondiente a las características sociodemográficas de los estudiantes de enfermería consumidores de alcohol: Nasly Yaneth Bermeo Solarte, Erika Viviana Gustín Henríquez, Sandra Patricia Muñoz Ortiz, Estefany Narváez Gamboa, Luisa Fernanda López Melo, Yolanda Yorlady Ortega Rodríguez, Lady Maritza Pantoja Quiñones, Alexis Geraldine Regalado De La Cruz, Yuly Fernanda Rodríguez Rodríguez, Claudia Marcela Salazar Guerrero, Claudia Marcela Solarte Pantoja, Diana Carolina Vallejo Hurtado, Raquel Sofía Zamora Burbano, estudiantes del programa de Enfermería de la Universidad Mariana.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albarracín, M. & Muñoz, L. (2008) Factores asociados al consumo de alcohol en estudiantes de los dos primeros años de carrera universitaria. *LIBERABIT*, 14(14), 49-61.
- Alcaldía Municipal de Pasto. (2010) Consumo de licor en jóvenes es factor de violencia. San Juan de Pasto, Colombia: Observatorio del Delito.
- Asamblea Mundial de la Salud. (2010) Estrategias para reducir el uso nocivo del alcohol. Recuperado el 25 de febrero de 2012, de: [http://www.who.int/substance\\_abuse/activities/globalstrategy/en/index.html](http://www.who.int/substance_abuse/activities/globalstrategy/en/index.html)
- Asociación de Alcohólicos Rehabilitados. (2009) El alcohol y los medios de comunicación. Recuperado el 28 de junio de 2012, de: [http://www.anuca.es/index.php?option=com\\_content&view=article&id=18:el-alcohol-y-los-medios-de-comunicacion&catid=2:articulos-periodisticos&Itemid=3](http://www.anuca.es/index.php?option=com_content&view=article&id=18:el-alcohol-y-los-medios-de-comunicacion&catid=2:articulos-periodisticos&Itemid=3)
- Camacho, I. (2006) Consumo de alcohol en universitarios: relación funcional con los factores sociodemográficos, las expectativas y la ansiedad social. *Acta Colombiana de Psicología*, 13(5), 91-119.
- Cerón, Á., Vaca, M., Martínez, Y. & Hernández, S. (2008) Factores que predisponen al consumo de licor en los jóvenes de 15 a 18 años de edad de un municipio del departamento de Nariño, 2007-2008. Tesis de pregrado no publicada, Universidad Mariana. San Juan de Pasto, Colombia.

- Chacón, M. (2012) Consumo de alcohol en estudiantes universitarios de tercer año de las escuelas de Ciencias de la Salud. Recuperado el 25 de marzo de 2012, de: <http://www.portalesmedicos.com/publicaciones/articulos/4097/2/Consumo-de-alcohol-en-estudiantes-universitarios-de-tercer-año-de-las-escuelas-de-Ciencias-de-la-Salud>
- Cicua, D., Méndez, M. & Muñoz, L. (2008) Factores en el consumo de alcohol en adolescentes. *Pensamiento Psicológico*, 4(11), 115-134.
- Congreso de la República de Colombia. (1994) Ley 124 de 1994. Por la cual se prohíbe el Expendio de Bebidas Embriagantes a Menores de Edad y se dictan otras disposiciones. Recuperado el 28 de marzo de 2012, de: [http://www.elabedul.net/Documentos/Leyes/1994/ley\\_124\\_1994.php](http://www.elabedul.net/Documentos/Leyes/1994/ley_124_1994.php)
- Domingo, J. (2009) El consumo de alcohol dispara complicaciones. Recuperado el 18 de febrero de 2012, de: <http://www.madridpress.com/noticia/131140/%C2%A0/consumoalcoholdisparacomplificacionscardiovasculares-sistema-nervioso.html>
- El Espectador. (2010, 28 de abril) Denuncian altos índices de consumo de drogas y alcohol en estudiantes. Periódico El Espectador. Recuperado el 14 de febrero de 2012, de: <http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo200505-denuncian-altos-indices-de-consumo-de-drogas-y-alcohol-estudiantes>
- García, J. (2009) Representación social de los administradores y dueños de bares y discotecas de la ciudad de Pasto frente a las normas legales vigentes respecto a la distribución y venta de licores a niños, niñas y adolescentes. Tesis de grado no publicada, Universidad Mariana. San Juan de Pasto, Colombia.
- Hernández, J. (2004) *Alcoholismo, tabaquismo y drogadicción* (2da. Ed.). Bogotá, Colombia: Soluciones Prácticas.
- Ministerio de Justicia de Los EE.UU. (2012) Oficina de Servicios Policiales Orientados a la Comunidad. Guías para la Policía Orientadas a la Solución de Problemas. El consumo de alcohol por menores de edad. Recuperado el 29 de abril de 2012, de: [http://www.popcenter.org/problems/pdfs/espanol/pop\\_guia27.pdf](http://www.popcenter.org/problems/pdfs/espanol/pop_guia27.pdf).
- Ministerio de Protección Social. (s.f.) Norma Técnica para la Detección Temprana de las Alteraciones del Desarrollo del Joven de 10 a 29 años. Recuperado el 29 de abril de 2012, de: [http://207.58.191.15:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/46/Legal\\_38.pdf?sequence=1](http://207.58.191.15:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/46/Legal_38.pdf?sequence=1)
- \_\_\_\_\_. (2010) Decreto 120 de 2010. Por el cual se adoptan medidas en relación con el consumo de alcohol. Recuperado el 29 de abril de 2012, de: <http://web.presidencia.gov.co/decretoslinea/2010/enero/21/dec12021012010.pdf>
- Muñoz, L. (2009) *Consumo de alcohol en jóvenes universitarios*. Santafé de Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Pérez, A. (2009) Factores relacionados con la intención de consumo de alcohol y cigarrillo. Recuperado el 30 de abril de 2012, de: [http://www.nuevosrumbos.org/col08\\_alc/c08\\_0104.htm](http://www.nuevosrumbos.org/col08_alc/c08_0104.htm)
- Pérez, D. (2011) El ejemplo de los padres influye mucho en el consumo de alcohol de sus hijos. Recuperado el 29 de abril de 2012, de: <http://cuidatusaludcondiane.com/>
- Raile, M. & Marriner, A. (2011) *Modelos y teorías en enfermería* (7ma. Ed.). España: Elsevier.
- Rodríguez, I. (2007) Alcoholismo y adolescencia, tendencias actuales. Recuperado 28 de septiembre 2012, de: <http://ripred.org/dpna/resources/tendencias/crpreencion.htm>
- Rosales, O. (2009) Factores sociales que propician el consumo de alcohol y tabaco en estudiantes universitarios. Tesis de pregrado, Universidad de San Carlos Guatemala. Guatemala.
- Salcedo, A., Palacios, X. & Espinoza, A. (2011) Consumo de alcohol en jóvenes universitarios. *Revista Avances en Psicología Latinoamericana*, 29(1), 77-97.
- Sánchez, L. (2007) El impacto de la publicidad en los hábitos de consumo de bebidas alcohólicas de los adolescentes. Recuperado 29 de abril de 2012 de: [http://www.pnsd.msc.es/Categoria2/publica/pdf/Result\\_Invest\\_Impacto\\_ConsumoalcoholAdolesc\\_CYL.pdf](http://www.pnsd.msc.es/Categoria2/publica/pdf/Result_Invest_Impacto_ConsumoalcoholAdolesc_CYL.pdf)
- Zuluaga, P. (2010) Conocer más para prevenir mejor. *Pesquisa, Ciencia y tecnología en la Pontificia Universidad Javeriana*, 11, 8-11.