

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

La adolescencia es una fase crucial en el desarrollo del ser humano, siendo una etapa decisiva para el bienestar integral del mismo, en esta fase los individuos son más vulnerables a las diferentes problemáticas sociales, (Morales 2019). Como es el uso y abuso de alcohol, en la adolescencia implica consecuencias significativas, los efectos negativos a corto, mediano y largo plazo, resultan altamente perjudiciales para los adolescentes, en su desarrollo tanto físico y psicológico en áreas indispensables como lo son el área social e individual (March 2010).

La exposición en edades tempranas y el consumo preocupante, constituye hoy en día una problemática de salud pública a nivel Latinoamericano, la prevalencia constatada por organismos internacionales, ha demostrado que este fenómeno se encuentra en crecimiento (Brito 2020). Según (Mendoza, 2017) refiere que un factor psicosocial son circunstancias de carácter psicológico y social que tienen una relación directa o indirecta, con otros fenómenos o comportamientos y que pueden ser de orden causal, precipitante, predisponente o simplemente concurrente de los mismos que pueden influir como factores de protección o riesgo en el desarrollo y mantenimiento de las problema.

A nivel internacional

En un estudio realizado en Ecuador por Cobos Figueroa, Gualpa A. Factores de riesgo para el inicio del consumo de alcohol en adolescentes del ciclo básico del colegio Fray Vicente Solano de la ciudad de Cuenca año 2011-2012 con una muestra 415 estudiantes determino la influencia de la familia con el 66% y la influencia de los amigos con el 56%, son factores de gran importancia para el consumo de bebidas alcohólicas. (Cobos, Gualpa A. 2012)

En Perú se realizó un estudio por Emmy Ríos titulado :Factores de riesgo de consumo de alcohol en adolescentes de la institución educativa Colegio Nacional de Yarinacocha 2017, la muestra de la investigación fue de 439 estudiantes, la investigación concluyo que el 93.8 %consume alcohol por curiosidad, el 81.3%ingiere bebidas alcohólicas por la necesidad de ser aceptado en el grupo .En factores familiares de mayor relevancia son: Consumo de alcohol intrafamiliar 74.3%, mala comunicación el 65% (Ríos 2017)

En México se realizó una investigación titulada: Prevalencia y factores de riesgo para el consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes universitarios de la UNAM. La muestra para este estudio fue conformada por 406 estudiantes, los resultados arrojaron el 92.1% tiene amistades que consumen alcohol y un 42.9% se han sentido presionados por sus amistades para consumir bebidas alcohólicas (Torres 2012).

La investigación realizada en Colombia titulada, Prevalencia del consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes y factores asociados, con una muestra de 400 adolescentes, encontró que los principales factores asociados al consumo de alcohol son: Motivos sociales con el 50.4%, afectivos con el 24.9%, hedónicos con el 12.2% y cognoscitivos con el 7.4% (Cerquera, Córdoba y Garzón 2019).

La investigación realizada en Perú, llamada Factores y efectos sociales del consumo de alcohol en escolares del colegio La Victoria (El Tambo, Hancayo), para la investigación tuvo una muestra de 78 estudiantes, se encontró que el 96% de los padres de los estudiantes consumen bebidas alcohólicas y un 4% no consume bebidas alcohólicas. Además, el estudio se complementó con entrevistas donde los estudiantes mencionan que ven de manera normal que sus padres consuman bebidas alcohólicas (Ango y Tapiaza 2019)

A nivel nacional

La investigación titulada Percepción de riesgo del alcoholismo en adolescentes: Centros de desarrollo integral, Red 5 El Alto, cuya muestra fue conformada por 804 adolescentes de 15 a 18 años. El estudio en cuanto a las causas de consumo, determinó que el 30% de los adolescentes consumen alcohol por curiosidad, en segundo lugar, el 25% de los adolescentes señala que la presión de sus amigos es lo que los lleva a consumir bebidas alcohólicas, por último, el 21 % de los adolescentes consume esta sustancia para ser aceptado y ser parte de un grupo (Morales 2020).

En otro estudio de nombre Consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de una unidad educativa de Sucre 2023, Se encontró que el 46% de los adolescentes consume bebidas alcohólicas de los cuales el 19% consume bebidas alcohólicas por problemas familiares, además que el 41% de los adolescentes tiene antecedentes de familiares con problemas de alcoholismo (Terrazas 2023).

Un estudio realizado en La Paz con el nombre Plan de comunicación desde los conocimientos, actitudes y prácticas desde los adolescentes de la U.E. Franz Tamayo para prevenir el consumo de bebidas alcohólicas, en la investigación se encontró que un 56% de los adolescentes encuestados consumen bebidas alcohólicas. Así también se les consultó como empezaron a beber el 41% contestó por imitar a alguien, el 39% consumió alcohol por curiosidad y el 20 % porque quiso es decir por voluntad propia (Cabreara 2018).

La investigación titulada Factores de riesgo que influyen en el consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de 4° de secundaria: U.E. Libertad en las Américas , la muestra fue conformada por 30 adolescentes, los resultados muestran la influencia de los factores familiares en el consumo de bebidas alcohólicas con el 53% .También el 70% la población tiene un fácil acceso a la compra de bebidas alcohólicas y hay un 60% de la población que siente presión del grupo al momento de consumir alcohol(Poma 2019).

La investigación realizada bajo el nombre Clima social familiar y consumo de alcohol en adolescentes del colegio Nacional San Simón de Ayacucho, muestra que el 64% consumió bebidas alcohólicas por primera vez con un grupo de amigos, así también el 68% consumen bebidas alcohólicas con su grupo de amigos (Gonzales 2018).

A nivel departamental

En Tarija se realizó una investigación a cargo del Lic. Bernardino Vásquez Fernández, dicha investigación titula Estudio de investigación sobre el alcoholismo en la ciudad de Tarija, en la investigación participaron 1.100 personas mayores de 15 años .Los resultados muestran que la principal causa para el consumo de alcohol es el fácil acceso a las bebidas alcohólicas con el 60%, en segundo lugar se tiene una cultura que fomenta el consumo de alcohol con el 57% y en tercer lugar exposición al alcohol a una temprana edad con el 41% (Vásquez 2022).

Se realizó un estudio bajo el nombre de Factores psicosociales que predisponen la conducta de consumir bebidas alcohólicas en jóvenes de la ciudad de Tarija a cargo de Willan López y Abel Choque. Los resultados muestran que hay consumo de alcohol por parte del padre de familia con el 50 % y un consumo de la madre de familia con el 50 %, así también muestran

que los factores familiares influyen en el consumo de alcohol con el 50% (López, Choque 2008).

La investigación sobre, El alcoholismo en jóvenes de 17 a 18 años gestión 2022, la muestra de la investigación de 318 jóvenes, los resultados muestran que el 71% de los jóvenes consume bebidas alcohólicas. Respecto al motivo porque consumió alcohol por primera vez los resultados muestran que el 41% consumió alcohol porque lo hacían los amigos, en segundo lugar, porque lo incitaron a probarlo con el 23% y en tercer lugar por curiosidad con el 18%(Acosta 2022).

El estudio titulado Incidencia y factores asociados al consumo de alcohol en los estudiantes de la carrera de enfermería de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho de Taríja 2008 a cargo de Rodríguez Salazar Griselda y Velázquez Gaite Yola, los resultados muestran que el 88% de los estudiantes consumen bebidas alcohólicas, también los resultados muestran que el 31% consumen bebidas alcohólicas al asistir a cumpleaños, el 18% consume alcohol por curiosidad ,el 13% consume alcohol por presión de los amigos y un 10% consume alcohol por problemas familiares (Rodríguez, Velázquez 2008).

Taríja estaría ocupando el primer puesto en el consumo de bebidas alcohólicas, según estadísticas del INTRAID (Instituto de Tratamiento e Investigación de Drogodependencia). El estudio refleja los siguientes resultados por departamentos: Taríja 47%, Santa Cruz 24%, La Paz con 22%, El Alto 13% y Cochabamba un 9%. La situación es muy preocupante, ya que en su mayoría se tratarían de menores de edad. Los puntos preferidos para su abastecimiento serían las tiendas de barrio (INTRAID 2021).

A nivel regional en la provincia Arce lamentablemente no se tiene registros estadísticos de los niveles de consumo de alcohol, ni estudios sobre los factores asociados al consumo de alcohol, es por eso de gran importancia ya que se contribuirá con resultados que será de gran importancia para el municipio. Se realizó una entrevista al director del colegio de Padcaya, quien indicó que dentro de la institución educativa se trabaja constantemente en la prevención del consumo del alcohol a través de talleres y controles, pero fuera de la unidad educativa no se puede impedir que los adolescentes consuman bebidas alcohólicas debido que los mismos tienen facilidad de conseguir bebidas alcohólicas ya que no existe ningún control por parte de las autoridades competentes que aun siendo menores de edad se les

vende bebidas alcohólicas .Señalo que considera que los factores que influyen en el consumo de alcohol en los adolescentes del municipio son los factores familiares, principalmente el consumo de alcohol de los padres delante de los hijos, como los problemas familiares .Otro factor importante es la cultura ya que en las distintas fiestas culturales se consumen bebidas alcohólicas y los adolescentes observan este tipo de conducta. Así también menciona lo importante que es la educación que los padres brindan a sus hijos para prevenir el consumo de alcohol.

Para lograr recabar más información se entrevistó a una profesora de la unidad educativa de Padcaya, ella nos comenta que cuando pregunta a algunos adolescentes porque consumen bebidas alcohólicas, ellos respondían que hacían por experimentar (para ver lo que se siente) y para olvidar sus problemas .Así también la profesora cree el principal motivo para que los adolescentes consuman bebidas alcohólicas son los problemas familiares .Ella cuenta que por parte de la defensoría se realizan talleres para prevenir el alcoholismo pero que aún falta más trabajo para ,debido que los adolescentes continúan consumiendo alcohol, aprovechando las distintas fiestas a las que asisten . Nos cuenta también que los adolescentes consumen bebidas alcohólicas porque sus padres lo hacen.

Se entrevistó a la propietaria de una licorería del municipio de Padcaya, quien relata que existe un gran número de adolescentes que acuden a comprar bebidas alcohólicas principalmente los fines de semana y que los adolescentes pueden llegar a gastar de 100 a 400 bs en bebidas alcohólicas dependiendo del número de personas que hay en el grupo, la bebida de preferencia por los adolescentes es el fernet, después la cerveza. Dice también que los adolescentes que más acuden a comprar bebidas alcohólicas se encuentran en una edad de 16 a 17 años aproximadamente, ella menciona que son pocas las ocasiones que la policía realiza controles a las distintas tiendas y reconoce que está mal venderles alcohol a los adolescentes pero que necesita para sustentar sus necesidades básicas y que si no les vende se molestan, además van y compran en otra tienda o licorería, desconoce la ley que sanciona la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad.

Por esos motivos nos planteamos la siguiente pregunta ¿Cuáles son los factores psicosociales asociados al consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de 5^{to} a 6^{to} de nivel secundario de los colegios de la primera sección de la provincia Arce gestión 2024?

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:

La adolescencia es una etapa de transición, una etapa de que marca el final de la niñez y comienzo de la adultez, la etapa de la adolescencia está llena de cambios tanto físicos como psicológicos donde ellos empiezan a descubrir el entorno que los rodea y empiezan a afrontar las problemáticas que se les presenta, forman nuevos vínculos de amigos y hay un distanciamiento de los padres, los adolescentes al pasar por estos cambios son vulnerables y expuestos a distintas problemáticas por ejemplo problemas alimenticios, depresión, embarazos no deseados, alcoholismo, etc.

El alcoholismo en los adolescentes es preocupante debido a que el consumo de bebidas alcohólicas empieza a temprana edad debido a distintos factores personales, familiares y sociales. Nuestra cultura juega un papel importante debido que en las distintas fiestas culturales que tiene Tarija se ve el consumo de alcohol en presencia de niños y adolescentes haciendo que esta conducta se vea como algo normal.

Se tienen en cuenta los factores de riesgo sociales debido a su reconocida importancia en la iniciación y sostenimiento de una cultura alcohólica. La estructura económica y normativa, la accesibilidad al consumo la aceptación social del mismo y las costumbres y tradiciones imprimen unas características, que diferencian a unas culturas de otras en relación con este factor y por tanto afectan a la conducta del individuo (Fernández, 2010).

El consumo de alcohol está influenciado por factores biológicos, psicológicos y sociales que afectan directamente la conciencia individual, donde las personas se sienten felices y más ajenas a las situaciones en las que buscan alcohol. (Fundación de Investigaciones Sociales, 2005).

Considerando que el consumo de alcohol, es un problema social, y actualmente de salud pública, el objetivo principal de esta investigación es, describir los factores psicosociales asociados al consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de 5^{to} a 6^{to} de nivel secundario en los colegios de la primera sección de la provincia Arce

En el municipio los adolescentes acceden fácilmente a bebidas alcohólicas ya que los dueños de las tiendas venden bebidas alcohólicas a menores de edad y principalmente los fines de semana tienen libre entrada a establecimientos donde se realizan fiestas sociales y venden

bebidas alcohólicas es importante buscar una solución; para ello es necesario contar con información veraz, actualizada y confiable, la misma que sirve como herramienta para tomar decisiones preventivas ante dicho problema, siendo beneficiados los adolescentes, los padres de familia y municipio en general.

La población para la presente investigación comprende de 16 a 18 años, debido a que se consultó a los dueños de las distintas tiendas del municipio de Padcaya la edad de los adolescentes que compran bebidas alcohólicas con mayor frecuencia, ellos coinciden que la edad de los adolescentes es de 16 a 17 años aproximadamente, motivo por el cual se escogió la edad 16 a 18 años. Además, se debe mencionar que a partir de los 15 años los adolescentes empiezan asistir a fiestas sociales donde están expuestos a consumir bebidas alcohólicas.

La investigación tendrá un aporte teórico ya que se identificarán los principales factores sociales y familiares que se asocian al consumo de bebidas alcohólicas en los adolescentes del municipio de Padcaya, debido a que no se cuenta con información en el lugar, por lo cual con los resultados de la investigación aportarán datos actualizados que se pondrán a disposición para que las autoridades correspondientes puedan considerar trabajar estrategias de prevención y contrarrestar esta problemática.

Así también un aporte metodológico ya que para identificar los factores sociales y familiares predominantes en el consumo de bebidas alcohólicas se elaboró un cuestionario mismo que servirá para futuras investigaciones, pudiendo mejorar esta primera como base de propuesta.

CAPÍTULO II

DISEÑO TEÓRICO

2.1. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son los factores psicosociales asociados al consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de 5^{to} a 6^{to} de nivel secundario en los colegios de la primera sección de la provincia Arce gestión 2024?

2.2. OBJETIVOS

2.2.1. OBJETIVO GENERAL

Describir los factores psicosociales asociados al consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de 5^{to} a 6^{to} de nivel secundario en los colegios de la primera sección de la provincia Arce en la gestión 2024.

2.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los factores sociales que se encuentran asociados al consumo de bebidas alcohólicas
- Establecer los factores familiares que se encuentran asociados al consumo de bebidas alcohólicas
- Evaluar si los adolescentes que consumen alcohol presentan dificultades en sus relaciones interpersonales

Identificar el estilo de crianza que predomina es los adolescentes que consumen alcohol

2.3. HIPÓTESIS

- El fácil acceso a la compra de bebidas alcohólicas y la influencia de los amigos son factores sociales que están asociados al consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de 5^{to} a 6^{to} de nivel secundario en los colegios de la primera sección de la provincia Arce.
- Un entorno familiar donde se consume bebidas alcohólicas y una mala relación con los padres son factores familiares que están asociados al consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de 5^{to} a 6^{to} de nivel secundario en los colegios de la primera sección de la provincia Arce.

- Los adolescentes que consumen alcohol presentan alta dificultad en sus relaciones interpersonales.
- El estilo de crianza que predomina en los adolescentes que consumen bebidas alcohólicas es el permisivo.

2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable1	Definición	Dimensiones	Indicadores	Escalas
Factores Sociales	Los factores sociales son todas las influencias externas que reciben los adolescentes del entorno. (Da Silva, 2021), como ser la publicidad, el grupo de amigos, cultura, disponibilidad de la droga todos estos factores están presentes en contexto del adolescente motivado el consumo de alcohol (Botvin, Griffin 2003).	-Amistades -Publicidad -Acceso a las bebidas alcohólicas -Cultura	*Presión del grupo de amigos *Publicidad de los medios de comunicación sobre bebidas alcohólicas *Venta de bebidas alcohólicas a menores de edad *Festividades culturales aprovechadas para consumir alcohol	<i>Cuestionario sobre factores asociados al consumo de alcohol</i> a) No Asociado b) Medianamente asociado c) Asociado
Factores Familiares	Los factores familiares, son entendidos como, todos aquellos que dependen del entorno social más inmediato del individuo, con el cual se relaciona, influye y es influido por él, podemos enfatizar en primer lugar y como núcleo central del desarrollo afectivo y social a la propia familia, por lo cual un entorno donde se consume alcohol, padres permisivos y conflictos entre padres e hijos, motivan conductas de riesgo como el consumo de alcohol (Gonzales, 2017)	-Relación con los padres -Conducta de los padres - Entorno familiar	*Confianza *Respeto *Atención *Consumo de bebidas alcohólicas en presencia de los hijos *Consumo de alcohol en la familia	a) No Asociado b) Medianamente asociado c) Asociado a) Mala b) Regular c) Buena

Variable 2	Definición	Dimensiones	Indicadores	Escalas
Dificultades en las relaciones Interpersonales	Inglés 2000, indica que las dificultades interpersonales son los problemas que experimenta una persona en diferentes contextos sociales, consecuencia de la pérdida de habilidades sociales, también se define dificultades interpersonales como restricciones que percibe la persona, sobre todo los adolescentes, para conservar sus vínculos con otras personas como sus pares, el sexo opuesto, para comunicarse con sus padres y para hablar en público, independientemente del origen de la dificultad (Guzman, 2012).	- Asertividad -Relaciones Heterosexuales -Hablar en público -Relaciones Familiares -Amigos	*Honestidad *Expresar opiniones *Realizar peticiones de manera adecuada *Iniciar una conversación *Concretar citas *Hacer cumplidos *Exponer en clases *Expresar tus opiniones en clases *Pedir información cuando lo necesitas * Opinar si no estás de acuerdo con tus padres *Defenderte cuando te culpan de algo que no has hecho *Defender a un amigo *Dar las gracias a tus amigos * Disculparte con tus amigos	<i>Cuestionario DEDIA</i> a) Dificultad máxima b) Dificultad alta c)Dificultad media d)Dificultad mínima

CAPÍTULO

III

MARCO TEÓRICO

3. MARCO TEÓRICO:

En el presente capítulo se presentará conceptos básicos necesarios para la comprensión del tema de estudio.

3.1. Adolescencia:

La adolescencia, es considerada como el periodo de desarrollo biológico, psicológico, sexual y social, inmediatamente posterior a la niñez y que comienza con la pubertad, este, es un periodo vital entre la pubertad y la edad adulta (OMS 2013). Se define como la transición de la niñez a la edad adulta (Papalia, 2015). La adolescencia, atraviesa por las siguientes etapas:

3.1.1. Adolescencia temprana. Inicia en la pubertad (entre los 10 y 12 años), cuando se presentan los primeros cambios físicos e inicia el proceso de maduración psicológica, pasando del pensamiento concreto al pensamiento abstracto. El adolescente trata de crear sus propios criterios. Socialmente, quiere dejar de relacionarse y de ser relacionado con los niños, pero aún no es aceptado por los adolescentes, lo que desarrolla en él una desadaptación social, incluso dentro de la familia, lo cual constituye un factor importante, ya que puede causar alteraciones emocionales como depresión y ansiedad, que influyen en la conducta, contribuyendo al aislamiento (Papalia 2001).

Estos cambios se denominan “crisis de entrada en la adolescencia”. Agregado a lo anterior se presentan cambios en su medio: escuela, maestros, compañeros, sistema educativo, responsabilidades. La familia (la presencia del padre, madre o tutor) se convierte en un factor importante en la manera como el adolescente vive esta etapa, ya que el apoyo y la autoridad le ayudarán a estructurar su personalidad y a superar la ansiedad que le provoca enfrentarse al cambio (Papalia 2001).

3.1.2. Adolescencia intermedia. Inicia entre los 14 y 15 años. En este periodo se consigue un cierto grado de adaptación y aceptación de sí mismo. El adolescente tiene un parcial conocimiento y percepción en cuanto a su potencial, la integración de su grupo le da cierta seguridad y satisfacciones al establecer amistades. Empieza a adaptarse a otros adolescentes, integra grupos, lo que resuelve parcialmente el posible rechazo de los padres, por lo que deja de lado la admiración del rol paterno (Papalia 2001).

3.1.3. Adolescencia tardía. Abarca los 17 y 18 años. En esta etapa disminuye la velocidad de crecimiento y se empieza a recuperar la armonía en la proporción de los diferentes segmentos corporales. Estos cambios van dando seguridad al adolescente y le ayudan a superar su crisis de identidad. Empieza a tener mayor control de las emociones, tiene más independencia y autonomía. Atraviesa, también, un cierto grado de ansiedad al empezar a percibir las presiones de las responsabilidades, presentes y/o futuras, por iniciativa propia o por presión del sistema social familiar, para contribuir a la economía, aun cuando no alcanzan plena madurez ni tienen los elementos de experiencia para desempeñarlas (Papalia 2001).

Al ser la adolescencia una etapa de cambios psicológicos y biológicos el adolescente se vuelve vulnerable a involucrarse en distintas problemáticas una de ellas el consumo de alcohol es por eso que a continuación se abordara esta problemática.

3.1.4. Consumo de alcohol en la adolescencia:

Los adolescentes han logrado ser un conjunto frágil a conductas adictivas, debido a la etapa del proceso en que se encuentran, en donde empiezan múltiples cambios físicos y psicosociales, en el cual provoca que el adolescente se discuta sobre el mundo que lo rodea y se involucre en nuevas experiencias que pueden ser comprometidas para ellos, entre estas la adquisición de conductas adictivas como el consumo de alcohol; Los adolescentes consumen alcohol por diferentes factores, como la curiosidad, para sentirse bien, reducir el estrés, sentirse personas adultas o para pertenecer a un grupo, el cual es una problemática que preocupa demasiado a los jóvenes (Papalia, 2007).

Los(as) adolescentes son más vulnerables porque aún están en proceso de formación y desarrollo personal, por lo que las consecuencias para la salud serán más graves que las de las personas adultas. En particular aparte de ser un riesgo para la salud física, ocasiona mayor daño en la salud de la mente. El cerebro adolescente está en constante desarrollo y crecimiento; durante la adolescencia, un joven adquiere todas las habilidades de razonamiento, planificación, procesamiento de información, expresión y todas las cualidades del pensamiento abstracto. Beber durante este periodo para la adquisición y desarrollo de estas habilidades pueden ralentizar este proceso y dejar a los adultos con graves deficiencias en el pensamiento maduro. El alcohol también daña las regiones cerebro responsable de la memoria y el aprendizaje, lo que interfiere gravemente y reduce la capacidad de crear y

acumular recuerdos, atención y concentración. Además, es una amenaza para el desarrollo cognitivo, tiene un efecto poderoso en el comportamiento y puede desarrollar un comportamiento agresivo, lo que inhibe el desarrollo adecuado de las relaciones sociales. (CUIDATE PLUS, 2019).

3.2. Causas del consumo de alcohol:

Palacios 2012, Mayo Clinic 2019, mencionan las siguientes causas que llevan a los adolescentes a consumir bebidas alcohólicas.

- Manejar estados emocionales.
- Influencia social.
- Factores personales.
- Socialización
- Dificultades paternas
- Búsqueda de bienestar
- Antecedentes familiares de abuso del alcohol
- Problemas de abuso de sustancias
- Exposición al alcohol a una edad temprana
- Baja autoestima
- Bajo estatus socioeconómico
- Fácil acceso al alcohol
- Control deficiente sobre los impulsos
- Presión de los compañeros/del grupo
- Problemas en las relaciones

3.3. Consecuencias del consumo de alcohol:

El consumo repetido y abusivo del alcohol tiene una serie de consecuencias físicas, sociales psicológicas para la persona (Luna 2002).

Físicas: Al ingerir bebidas alcohólicas estamos poniendo en peligro nuestro organismo ya que el alcohol actúa sobre órganos importantes como el hígado, el sistema cardio-vascular, el sistema respiratorio, el sistema nervioso. También afecta al sistema muscular, al esqueleto, y al sistema endocrino.

Sociales: En esta área su consumo es muy peligroso ya que presenta mayor riesgo de accidentes, agresiones, homicidios y peleas, conductas antisociales, problemas en las relaciones sociales, familiares o de pareja.

Psicológicas: El consumo constante de bebidas alcohólicas producen cambios en la personalidad, la persona tiende a ser infantil y eufórica. A nivel cognitivo también se observa deterioros ya que existe se alteran los ritmos biológicos, se originan lagunas en la memoria, desorientación espacio-temporal. Las emociones sufren un desbalance ya que pasan rápidamente de la alegría a la tristeza, pudiendo aparecer incontinencia emocional. Surgen sentimientos de culpa, y explosiones de irritabilidad y presentan poca tolerancia a las frustraciones.

El consumo de alcohol trae consecuencias a corto y a largo plazo, Quiroga 2020 indica que el consumo de alcohol a corto plazo provoca:

- Ictericia.
- Cambios en la piel.
- Retención de sal y agua.
- hemorragias internas graves.
- Cambios en la conducta y en el nivel de consciencia.
- Cambios en la función sexual.
- Desnutrición

Health (2022), sostiene que a largo plazo el consumo excesivo de alcohol puede causar:

- Alta presión arterial, enfermedades cardíacas
- Accidentes cerebrovasculares
- Problemas digestivos
- Cáncer de mama, boca, garganta, laringe, esófago, hígado, colon y recto.
- Violencia: Homicidios, suicidios, agresión sexual y violencia doméstica.
- Intoxicación por alcohol: Emergencia médica que es ocasionada por niveles altos de alcohol en la sangre.
- Comportamientos sexuales riesgosos: Tener relaciones sexuales sin protección o con múltiples parejas. Estos comportamientos pueden ocasionar embarazos no planeados o enfermedades de transmisión sexual, como el VIH.

3.4. Tipo de bebedores:

Clasificación de Marconi (Perdiz Álvarez 2017), criterios basados en la cantidad y frecuencia de consumo:

3.4.1. Abstinente total: Persona que refiere que nunca ha bebido alcohol.

3.4.2. Bebedor excepcional u ocasional: Persona que refiere beber cantidades moderadas de alcohol (menos de 20 ml de etanol o sus equivalentes) en situaciones muy especiales, no más de 5 veces al año.

3.4.3. Bebedor moderado: Persona que refiere beber cantidades de alcohol menores de 100 ml con periodicidad no mayor de 3 veces a la semana (300 ml de etanol semanal o sus equivalentes) o experimente menos de 12 estados de embriaguez en un año. Grupo de riesgo para convertirse en bebedores excesivos.

3.4.4. Bebedor excesivo: Persona que refiere beber cantidades de alcohol iguales o mayores de 100 ml, con periodicidad mayor de 3 veces a la semana (300 ml de etanol semanal o sus equivalentes) o experimente 12 o más estados de embriaguez en un año.

3.4.5. Bebedor patológico o alcohólico: Persona bebedora de alcohol (independientemente de la cantidad y frecuencia) que presente regularmente síntomas y signos de dependencia del alcohol, ya sean físicos o psíquicos (Perdiz Álvarez, 2017).

3.5. Factores psicosociales asociados al consumo de alcohol en los adolescentes:

Según (Asencio, 2014) un factor psicosocial se define como aquel que hace referencia a las condiciones que se encuentran presentes en una situación y que están directamente relacionados. Cualquiera de estos tiene capacidad para afectar tanto al bienestar o la salud (física, psíquica o social) de cualquier individuo. Entre los factores psicosociales relacionados con el consumo de drogas se encuentran la falta de comunicación entre padres e hijos, la desintegración familiar, la adaptación del adolescente a su entorno social y su participación en la misma.

El consumo alcohol se caracteriza por ser un fenómeno multifactorial, dentro de los factores que pueden llevar al adolescente a desarrollar esta conducta de riesgo se encuentran: la predisposición genética, las características individuales, los factores ambientales, los factores sociales y económicos. Específicamente dentro de los factores sociales se sitúa la red de apoyo social con la que cuenta el adolescente (amigos y/o familia) estas pueden favorecer o no el consumo de alcohol (Akbulut, Günüş, 2012; Internacional Center for Alcohol Policies, 2009).

Salazar, Varela, Cáceres, Tovar (2006), afirman que el consumo de alcohol y tabaco ha sido relacionado a algunos factores psicosociales de riesgo, estos factores son considerados atributos o características individuales, así como condiciones situacionales o contextuales que incrementan la probabilidad de iniciar y mantener el consumo de dichas sustancias, debido a que se presentan una o varias consecuencias adversas, dichos factores pueden abarcar aspectos como: edad, personalidad, baja autoestima, rebeldía, frustración.

Según Fernández (2010), los principales factores de riesgo a nivel personal que pueden servir como predictores del consumo de sustancias en la adolescencia son edad, género, estado de salud, estado emocional, personalidad, recursos sociales de que la persona dispone, actitudes, valores, autoestima y expectativas hacia el uso de la droga.

Los elementos asociados al consumo de alcohol se encuentran factores personales relativos a las actitudes hacia el alcohol o que corresponden con rasgos de la personalidad de los sujetos; el consumo abusivo se encontraría relacionado con el bajo nivel de información sobre el alcohol y con el mantenimiento de actitudes positivas hacia este por parte de los jóvenes, basadas en la idea de que el alcohol no trae grandes riesgos y favorece la diversión facilitando las relaciones sociales (Gil 2008).

Salazar (2006) Afirman que el mal funcionamiento de la familia, la escuela, los medios y la sociedad en general, constituyen un factor de riesgo en los adolescentes, causando un incremento alarmante en el consumo de alcohol y tabaco, y desencadenando otras complicaciones como el consumo de drogas, violencia, embarazos a temprana edad, abortos, infecciones de transmisión sexual. Las relaciones familiares también pueden contribuir como un factor de riesgo de consumo de sustancias entre los adolescentes, ya que se ha encontrado que el uso de drogas incrementa debido a problemas en la familia con el aumento de la edad y por la subestimación de los padres en cuanto al consumo de drogas (Páramo 2011; Pedrosa 2009).

Son condiciones propias de la familia del escolar, entendiendo como familia al grupo de individuos que comparten el mismo techo y tienen lazos de consanguinidad o filiación. Según Sola Valdés son: El ejemplo, de alguno de los progenitores o familiares consumidores de alguna droga; desintegración familiar; manejo inadecuado de los problemas cotidianos; falta de reconocimiento, aceptación, identificación, comprensión y orientación familiar; falta o injusta asignación de responsabilidades domésticas; carencia de normas flexibles, pero con límites; respeto y acato a las normas establecidas; presencia de violencia; presión por el dinero; inadecuada comunicación y la excesiva presión entre los miembros de la familia (Valdés 2009). Por otra parte, se ha conocido que las personas con antecedentes familiares de alcoholismo tienen mayor probabilidad de empezar a beber antes de la edad de 19 años y con tendencia a volverse alcohólicas, lo cual indica que cualquier persona que empieza a beber

en la adolescencia está en mayor riesgo de iniciar el consumo desde edades tempranas, también refuerza el riesgo para iniciar el consumo de otras sustancias ilícitas. (Ministerio de la protección social, 2009).

Valdés 2009, menciona que son condiciones que tienen que ver con las relaciones sociales de la comunidad en donde se desenvuelve el adolescente; pueden incluir o no a los compañeros de escuela u otras amistades o conocidos del escolar. Según Sola Valdés son: Tipo de drogas que son aceptadas socialmente como el café, el tabaco o el alcohol y la disponibilidad para adquirir drogas ilícitas; tipo de amigos y la relación que se lleve con ellos; impacto de los medios de comunicación.

En el periodo de la adolescencia se incrementa la interacción con sus pares, por lo que se establecen relaciones y se conforman grupos de amigos. Aunque este aumento fortalece las habilidades de interacción social, también incrementa el riesgo de involucrarse en conductas inadecuadas o antisociales, ya que estas actividades se realizan usualmente dentro de grupos de amigos (Wiers 2007). Además, es común que los miembros de éstos grupos ejerzan una presión hacia otros individuos para llevar a cabo conductas como el uso temprano de drogas. Es conocido, además, que el uso de sustancias legales tiene mayor aceptación social, ya que las personas suelen considerar que las sustancias lícitas como el alcohol y el tabaco tienen un bajo riesgo para la salud (Pedrosa, 2009).

Los adolescentes experimentan influencias a nivel de la comunidad relacionadas con el lugar que ocupa la escuela en nuestra sociedad, los adolescentes también toman decisiones sobre el consumo de alcohol dentro de un entorno escolar. Los compañeros y amigos de los adolescentes son de particular importancia con respecto a las influencias sociales y también lo son sus relaciones cambiantes con los padres (International Center For Alcohol Policies 2009).

Otros factores sociales y culturales son muy relevantes, como vivir en un contexto social en el que se tiene un fácil acceso a las drogas o en que se promueve su consumo a través de los medios de comunicación (Oliva 2008). Los individuos como los grupos coexisten dentro de un contexto social: los valores y la estructura de su sociedad. Por ejemplo, los cambios en las normas culturales, en las definiciones legales de determinadas conductas y en los factores

económicos pueden asociarse con cambios en las conductas de uso de drogas y en la prevalencia del abuso de las mismas (Pérez, 2008).

La condición socioeconómica, especialmente la marginación social y la privación económica, influye sobre la relación entre el consumo de alcohol y los problemas. Los patrones y los resultados del consumo de alcohol se correlacionan con la condición socioeconómica de una persona, incluyendo el empleo y nivel de ingresos. Los estudios sugieren una relación positiva entre ser un bebedor frecuente y el nivel de educación y los ingresos de una persona (International Center For Alcohol Policies, 2009).

A continuación, se describirán los principales factores psicosociales asociados al consumo de alcohol:

3.5.1. Amistades o grupo de pares: El grupo de amigos es un factor importante. Beber es parte de la elección y socialización entre amigos, ya que se requiere el consentimiento de los demás, y quien quiera encajar debe beber para no quedarse fuera (Gutiérrez Sánchez, Alatorre Cruz, Alatorre Cruz, 2015).

La influencia del grupo de los iguales es, sin duda, uno de los factores más reconocidos por la literatura científica en los comportamientos de riesgo y en particular con la experimentación y uso continuado de las drogas. Si bien la conducta el consumo de sustancias legales en los padres parece ser importante para el inicio en el consumo de tabaco y alcohol, el grupo de los iguales lo es no solo para el consumo continuado de este tipo de sustancias, sino también para el inicio con las drogas no legales (Alonso, 2005).

El entorno social o grupo de pares, el mismo que se refiere a un grupo social humano que comparte características similares, como: edad, nivel de estudios, gustos en común, etc. La etapa de desarrollo y la búsqueda de identidad y sentido de pertenencia, ha demostrado tener influencia significativa en el consumo de alcohol en adolescentes, durante esta etapa los jóvenes a menudo buscan la aceptación en un grupo, en el cual los comportamientos de sus pares, pueden ejercer presión social sobre ellos, incitándolos a la ingesta de bebidas alcohólicas y la experimentación con otras sustancias (Barreto & Rodríguez, 2020).

El grupo de pares (compañeros, primos, amigos) pueden presionar directamente a los adolescentes para que beban, persuadirlos, alentarlos o incluso desafiarlos a beber. La

necesidad de ser aceptado y de evitar la exclusión social, puede hacer que algunos adolescentes sucumban a esta presión (Gonzales et al., 2019). El grupo de amigos es de gran importancia para el adolescente ya que es donde interactúan y comparten buscando la aceptación de su grupo de amigos, es ahí donde los adolescentes practican el consumo de alcohol ya sea por curiosidad o presión de los amigos, es por eso que los padres deben de prestar atención al grupo de amigos con el cual su hijo se relaciona debido que en ocasiones los padres desconocen con quienes se relaciona su hijo y los riesgos a cuáles se expone.

3.5.2. Publicidad: Sesento García (2015) nos dice que: Ahora que los medios de comunicación han influido en el desarrollo de los jóvenes, es necesario destacar su influencia en su autoexpresión y en su camino hacia la relación consigo mismo, con los amigos cercanos y con los pares. Los medios de comunicación están mostrando una influencia cada vez mayor como los creadores de la cultura, ya que determinan en gran medida nuestros pensamientos, hábitos y costumbres. Esto indica que están involucrados en la educación de las nuevas generaciones, moldeando gustos, tendencias.

La imagen transmitida, en las estrategias publicitarias de las marcas de bebidas alcohólicas frecuentemente, asocia el consumo con diversión, emociones de carácter positivo como el éxito o la popularidad, influyendo directamente en la comunicación de un mensaje positivo alentando al consumo. Además, que los referentes en estos comerciales suelen ser personas jóvenes, desenvolviéndose en escenarios comunes para la población adolescente, normalizando el consumo y proyectándolo como un comportamiento atractivo y deseable (García 2018).

En los últimos años, la estrategia de marketing de las empresas alcoholeras se ha dirigido fundamentalmente a los/as jóvenes, convertidos en el segmento estratégico de sus campañas publicitarias, siendo éstos un colectivo especialmente receptivo a los mensajes publicitarios. La industria del alcohol ve en ellos un objetivo prioritario, ya que, si logran despertar su curiosidad e introducir dentro de sus hábitos el consumo de este producto, probablemente consigan consumidores para toda la vida. Por esta razón, cada campaña publicitaria se idea con la premisa de que todo vale: por una parte, en muchos casos se olvidan las normas y restricciones establecidas en cuanto al diseño de los anuncios, por otra parte, se bombardea una y otra vez desde todos los frentes posibles (tv, radio, carteles, vallas, Internet, etc.)

(Sánchez, 2017). Los medios de comunicación son un factor importante para el consumo de alcohol en los adolescentes, debido a que a través de la publicidad llaman la atención del adolescente con imágenes o videos donde se observa principalmente personas jóvenes consumiendo alcohol y divirtiéndose, reflejando que el consumo de alcohol es algo normal y que para divertirse se necesita consumir alcohol. Además, que los adolescentes tienen acceso a las distintas redes sociales en las cuales hoy en día se promocionan la gran mayoría de productos como las bebidas alcohólicas.

3.5.3. Acceso a bebidas alcohólicas: Resulta inevitable asumir que la fácil disponibilidad del alcohol ejerce un efecto positivo significativo en la incidencia del alcoholismo. Desde la infancia, los condicionamientos sociales hacen del alcohol una sustancia fácilmente accesible y facilitan el uso y el abuso de esta sustancia. (Laespada, 2003). La disponibilidad de las mismas para los potenciales sujetos consumidores es un factor que correlaciona claramente con el consumo. Al respecto se ha demostrado que la percepción de fácil accesibilidad a la droga es un factor de alto riesgo en el inicio y mantenimiento del consumo (Álvarez 2005)

La disponibilidad de las mismas para los potenciales sujetos consumidores es un factor que correlaciona claramente con el consumo. Al respecto, se ha demostrado que la percepción de fácil accesibilidad a la droga es un factor de alto riesgo en el inicio y mantenimiento del consumo y que cuanto más alta es la permisividad al consumo, las cifras de consumo tienden a ser mayores (Peñañel, 2009).

Su accesibilidad y disponibilidad, hacen que sea de gran relevancia entrenar a las personas en resistir la presión hacia el consumo de drogas. Los/as adolescentes, especialmente, y los/as adultos jóvenes, van a tener contacto con ellas porque su disponibilidad es alta y el marketing de conseguir nuevos clientes está bien diseñado y dirigido especialmente a ellos o presentes en los lugares donde se mueven (lugares de ocio y diversión) (Becoña, 2000). La disponibilidad dependerá, en primera instancia, de la presencia física de la sustancia en el medio social, en la casa, en el local de ocio, en el comercio, etc., y de su facilidad de adquisición (Pons y Buelga, 2011). Lamentablemente la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad hacen que el adolescente tenga un fácil acceso al alcohol, esto se debe al poco control por parte de la policía a las distintas tiendas pero principalmente a las licorerías, en Bolivia se tiene la ley 259 que prohíbe la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad

actualmente se puede observar que esta ley no se está cumpliendo, por lo cual las autoridades pertinentes deben trabajar en una restructuración de esta ley y hacer un mayor seguimiento para que se cumpla.

3.5.4. Cultura: El consumo de alcohol es parte de un paso social y cultural, que está presente en diversas de las actividades de los individuos y las familias, por lo que los adolescentes son influidos a través de la observación de esta conducta en el medio ambiente en que vive y se socializa, atribuyéndole al consumo de alcohol efectos estimulantes o positivos que le auxilian a afrontar un mundo cada vez más problemático por ellos (Álvarez, 2010)

De acuerdo con el Modelo Teórico Cognitivo Social de Bandura (1969), considera que el sujeto aprende a través de la observación e imitación, es decir se adquiere conocimiento, sin la experiencia directa del sujeto, dicho aprendizaje se produce por la determinación de elementos como: el ambiente, los factores personales y la conducta. En relación con el consumo de drogas, permite dar respuesta a la situación del porque el consumo de drogas en el ser humano (Becoña, 2007).

El alcohol es una sustancia legal que es considerada popularmente como “droga social”, dado que su consumo es utilizado en numerosos ritos sociales, como por ejemplo brindar con champán para celebrar un evento de gran relevancia, como una boda o un ascenso laboral, por lo que el uso de esta sustancia está estrechamente vinculado al ocio. Hoy en día, este ocio cada vez tiene más importancia, dejando en un segundo plano el ámbito laboral o académico, al que se le dedica solo una parte del día, y permite una serie de días libres, por lo que cada vez se dispone de más tiempo libre (Becoña, 2000).

Tarija se destaca por ser un departamento con un gran número de festividades culturales (Carnaval, la vendimia, etc.) donde se observa un gran consumo de bebidas alcohólicas en presencia de adolescente mostrando que el consumo de alcohol es normal y que esta aceptado en nuestra sociedad motivando a los adolescentes a consumir bebidas alcohólicas. También se debe mencionar que en los eventos familiares como bodas, cumpleaños, graduaciones, etc. Existe el consumo de bebidas alcohólicas

3.5.5. Relación con los padres o relación familiar: Al respecto Oliva, Parra y Sánchez (2002) indican que las relaciones familiares se ven favorecidas cuando existe una

combinación entre afecto y comunicación y la supervisión y sobre todo el favorecimiento de la individualidad de los hijos. A su vez Mercado, Oudhof y Robles (2016) hacen mención de dimensiones claves en la dinámica familiar y los cuales son: comunicación, apoyo, afecto, control y límites y manejo de conflictos.

De acuerdo a Telumbre en la familia se han identificado numerosos factores de riesgo y/o protección en relación con el consumo de sustancias, ya que es en ella donde en su mayoría, las conductas adecuadas e inadecuadas se adquieren y fortalecen. Además, es necesario considerar que las pautas de interacción familiar, como, por ejemplo, la comunicación deficiente, los frecuentes conflictos, la baja cohesión, el excesivo castigo o el consumo de los propios padres, repercuten de forma directa en el consumo de los hijos/as (Telumbre 2019).

Los cambios en la estructura familiar, la desorganización, la falta de apoyo, el desinterés, un control muy rígido-autoritario, distante-relajado o cohesión; un comportamiento paterno negativo, una baja supervisión paterna y una pobre relación, influyen directamente sobre la conducta de los adolescentes (Solorzano 2016). Por lo tanto, los padres y madres deben reconocer la importancia de la reorganización de roles en donde es imprescindible que exista mayor comunicación y tolerancia hacia sus hijos/as adolescentes, porque al no recibir apoyo y cariño tratan de buscar nuevas experiencias que los llevan a realizar hábitos dañinos para la salud como es el consumo de alcohol (Arias, 2013).

La relación de padres e hijos es de gran importancia para evitar el consumo de alcohol en adolescentes, porque una relación donde no hay una buena comunicación, confianza, fomenta que los adolescentes busquen sentirse comprendidos y aceptados por otras personas dichas personas pueden exponer a los adolescentes a prácticas peligrosas como el consumo de alcohol.

3.5.6. Conducta de los padres: El consumo de alcohol de los padres, se asocia a un inicio precoz de consumo por parte de los hijos. De hecho, diversos estudios muestran que la percepción que tienen los hijos de la actitud de los padres hacia el alcohol ejerce una influencia directa sobre su en relación con el mismo, y que la influencia paterna es aún más fuerte que la influencia de los compañeros en este sentido. Los padres pueden compensar eficazmente esas influencias y retrasar el inicio del consumo de alcohol si emprenden

acciones al respecto (Kovacs, 2008). En aquellas familias en las que los padres son consumidores de alcohol, los adolescentes muestran una mayor probabilidad de consumir: estos entienden como adecuado el consumo de alcohol en sus relaciones porque es lo que han observado en su ambiente familiar y han normalizado ese consumo como algo habitual en las relaciones sociales (Solórzano 2016).

Por lo tanto, los padres y madres deben reconocer la importancia de la reorganización de roles en donde es imprescindible que exista mayor comunicación y tolerancia hacia sus hijos/as adolescentes, porque al no recibir apoyo y cariño tratan de buscar nuevas experiencias que los llevan a realizar hábitos dañinos para la salud como es el consumo de alcohol (Arias, 2013).

Una actitud familiar permisiva en donde alguno de sus miembros consume algún tipo de bebida alcohólica, expone al adolescente a un riesgo mayor de ser víctima del consumo de alcohol dentro del propio hogar y a temprana edad, en la mayoría de estos casos alentado por algún familiar. Un adolescente expuesto a estas condiciones, es propenso y se vuelve vulnerable al consumo de alcohol (Mendoza, 2019). Los padres que permiten el consumo de bebidas alcohólicas en los adolescentes sin llamar la atención, promueve que los adolescentes puedan llegar al alcoholismo es por eso que los padres no deben permitir la práctica de conductas dañinas para los adolescentes.

3.5.7. Entorno familiar: Igualmente, existe una enorme influencia que ejerce en ellos la presencia en el hogar de un familiar alcohólico, sea el padre, la madre o cualquier otro familiar. De forma paralela, haber tenido un mal ambiente en casa durante la infancia se asocia de forma estadísticamente significativa con el abuso de alcohol (López, Antolín, Barceló, Pérez, Ballesteros y García, 2001).

La familia es el primer entorno social en el que se desarrolla un individuo. Es considerada el primer órgano de modelado, aprendizaje y socialización, por lo tanto, es allí donde radica la influencia que ha sido reconocida como factor condicionante en el inicio del consumo de drogas. Esto puede explicarse a través de la Teoría del Aprendizaje Social, que propone que los individuos son capaces de aprender por experiencia indirecta, es decir, por medio de la observación de un modelo o de instrucciones, sin que la persona cuente necesariamente con

la experiencia de propia y esta se obtiene en primera instancia de su entorno más cercano, o sea, de su familia. (Mosqueda, 2011).

Se ha demostrado que el entorno familiar influye en la probabilidad de consumo de bebidas alcohólicas por parte de sus miembros, ya que el individuo interioriza desde su niñez los patrones de consumo de sus padres y madres, llegando a normalizarlo, e incluso imitarlo. Por lo que una educación parental adecuada es determinante en cuanto a la relación con esta sustancia sobre todo en los/as adolescentes (Pascual y Guardia, 2012). Un entorno familiar desintegrado, conflictivo y lleno de problemas hace que los adolescentes consuman bebidas alcohólicas para olvidar los problemas familiares y sentirse mejor. El entorno familiar donde los adolescentes se sientan comprendidos ayuda a que los adolescentes eviten el consumo de alcohol.

3.6. Estilos de crianza o conducta de los padres: La conducta de los padres juega un papel importante en el desarrollo de los adolescentes y toma de decisiones es por eso que a continuación abordaremos los estilos de crianza.

Los estilos de crianza son un conjunto de conductas de los padres expresados hacia sus hijos lo cual tendrá como consecuencia un clima emocional positivo o negativo de acuerdo a la relación que haya entre padres e hijos. Teniendo en cuenta esta definición, los estilos de crianza, son un grupo de emociones, estrategias e ideas que usan los padres en la educación y formación de sus hijos, el cual se va a asociar al clima emocional y constituirá el cimiento del vínculo entre padres e hijos (Darling y Steinberg, 1993).

Steinberg (2001), realiza una discriminación entre las prácticas parentales, por ello, propone tres conductas fundamentales de los padres, los cuales son los siguientes:

a) Compromiso: Es la forma en que los hijos interpretan las conductas de afectividad por parte de sus padres, en otras palabras, es el interés de los padres por impulsar un acercamiento afectivo entre padres e hijos, este componente es esencial, ya que, es necesario para los hijos que sus padres manifiesten interés por ellos, este componente también hace referencia al interés que tienen los padres por las dificultades y/o problemas que presentan sus hijos. Se refiere al interés y la importancia que muestran los padres de familia por sus hijos, como también el brindarles apoyo emocional y afectivo.

b) Control conductual: Es el nivel en que los padres son percibidos como controladores y supervisores del comportamiento de sus hijos, cabe señalar que, el nivel alto de este componente está presente en estilos de crianza de padres autoritarios. Hace referencia al grado donde el adolescente descubre que el padre interviene y controla su conducta. Por lo que esto es la medida del comportamiento en la forma de crianza parental, siendo la exigencia de los progenitores, las instancias que ellos ejecutan a los menores para que consigan integrarse en todas las acciones familiares, mediante sus demandas.

c) Autonomía psicológica: Es la manera en que los padres gestionan métodos democráticos, en otras palabras, es el grado de libertad que tienen los hijos dentro de la familia. Esta dimensión es fundamental en la formación de la responsabilidad en los hijos, ya que, los hijos que no tienen autonomía psicológica, tienden a no tener responsabilidad, lo cual los expone a diferentes factores de riesgo, sobre todo en la adolescencia. Hace referencia al grado que el adolescente está a la mira con relación a la conducta de sus padres que guían y utilizan habilidades demócratas, animando a la personalidad e autonomía en sus hijos.

Steinberg plantea estilos de crianza, o también se le puede llamar tipos de padres. Dichos estilos de crianza provienen de las dimensiones Compromiso, Control Conductual y Autonomía psicológica.

3.6.1. Padres autoritarios: Según Vergara (2002), este tipo de padres se muestran exigentes cuando establecen reglas o normas, las cuales se deben cumplir sin reclamos ni discusiones, incluso pueden hacer uso del castigo físico, estos padres son altamente demandantes, exigentes y les cuesta demostrar afecto a sus hijos. Donde los padres manifiestan un control excesivo sobre los menores. De tal forma que para ellos es primordial la obediencia y que se respeten las normas sin que haya alguna objeción, por lo que para llegar a conseguir esa conducta en sus hijos pueden aplicar la fuerza, es por ello que suelen ser poco afectivos, no saben cómo acercarse a sus hijos para brindarles apoyo afectivo ante alguna circunstancia agradable o difícil. (Steinberg 1993).

3.6.2. Padres negligentes: Según Vergara (2002), este tipo de padres se muestran poco comprometidos con su rol, no tienen un verdadero interés en poner límites a sus hijas e hijos, son padres con niveles bajo de afectividad y exigencia hacia sus hijos. Referente al aspecto

académico, estos padres no se hacen partícipes con lo que les sucede a sus hijos en ningún aspecto, generalmente son padres fríos y distantes. Se caracteriza por que los papás que poseen esta forma de ser con sus hijos manifiestan características donde no logran involucrarse con el rol de padres o el que deben ejercer, ya que les importa más sus actividades que las de los menores, desentendiéndose totalmente de ellos. De tal manera, tampoco existe normas y reglas impuestas por los padres además de no mostrar afecto o cariño a sus hijos. (Steinberg 1993).

3.6.3. Padres permisivos: Henao y García (2009), refieren que este tipo de padres consienten que sus hijos e hijas manifiesten sin restricción sus emociones e impulsos y escasamente ejercen un firme control respecto a sus conductas de los mismos. Los progenitores que lo utilizan se caracterizan por no interferir en moldear el comportamiento de sus hijos, de manera que en casa no hay normas o no se proponen normas; de tal manera, que los menores son quienes deciden como administrar sus actividades, no preguntan a sus padres y deciden por ellos mismos. Por tal motivo los padres demuestran a sus hijos un grado nivel de afectividad y cariño, de manera que desde ese nivel de afectividad buscan que sus hijos realicen lo que ellos quieren que realicen, sin embargo si el menor no desea cumplir los mandatos los padres no entran en debate ni confrontar al menor, dejándolo pasar por alto. (Steinberg 1993).

3.6.4. Padres autoritativos: En 2005, Ramírez, refiere que este tipo de padres presentan porcentajes altos en exigencia de la madurez, control y comunicación. En consecuencia, impulsan el comportamiento positivo, evitando represiones, así también, son receptivos a las solicitudes de atención de sus hijos, no son benévolos, ya que guían y controlan a sus hijos teniendo en cuenta sus sentimientos y habilidades, además, ponen límites, escuchan y no imponen, sino de lo contrario llegan a acuerdos con sus hijos. Es utilizado por padres que además de estar pendientes de que sus hijos muestren un adecuado comportamiento, también les importa que se desenvuelvan en un ambiente de cariño y confort.

Por lo tanto, manifiestan ciertas reglas de conducta proponiendo normas y reglas claras y adecuadas a la edad de sus hijos, también tiene altas expectativas con relación a los menores, de manera que los alientan y apoyan en la toma de sus decisiones. Además, logran conservar una comunicación establecida en la asertividad. (Steinberg 1993).

Las relaciones interpersonales son muy importantes en la vida del ser humano principalmente en la etapa de la adolescencia es por eso que a continuación se abordaran las siguientes definiciones.

3.7. Relaciones interpersonales:

La aceptación social conlleva a mantener adecuadas relaciones interpersonales, mismas que son consideradas como el conjunto de vínculos e interacciones establecidas entre seres humanos, determinadas por factores de acuerdo a la etapa de vida y el rol o papel desempeñado en un ámbito social. Con ello se enfatiza en que las relaciones interpersonales no presentan un carácter estable debido a que existen algunos aspectos que inciden de manera directa e indirecta en su desarrollo y características, modificando de esta manera su respuesta a situaciones diversas en el que se desempeña el individuo (Ibargüen, 2014).

Las relaciones interpersonales, atraviesan tres fases básicas: formación, mantenimiento y disolución, durante la primera fase las atribuciones reducen la ambigüedad, facilitan la comunicación y el entendimiento de la relación. En la fase de mantenimiento, disminuye la necesidad de juicios de valor, porque se ha construido la personalidad y las relaciones estables con base en experiencias previas. La fase de disolución se caracteriza por un aumento de las atribuciones a fin de recuperar una comprensión de la relación (Havey y Fincham 2015)

Las habilidades sociales están presentes en todos los ámbitos de la vida cotidiana, se refiere a las conductas concretas (forma de actuar ante una situación determinada), de complejidad variable, implicando el cambio constante de interacción social dependiendo del contexto en donde se desenvuelve el individuo y también puede generar un sentimiento de satisfacción en diferentes entornos y escenarios sociales obteniendo gratificación social, hacer nuevos amigos, mantener las amistades a largo plazo, expresar a otros sus necesidades, compartir las experiencias y enfatizar con las vivencias de los demás, defender sus intereses, entre otras actividades fortalece su autoconcepto y ayuda el proceso de socialización; por otro lado al no realizar dichas actividades puede conducir al sujeto a provocar diversos problemas como; académicos, psicológicos, insatisfacción laboral, aislamiento social, y conflictos sociales (García y Vizcay, 2014).

Los estilos de crianza, la comunicación intrafamiliar, el tiempo que los padres pasan con sus hijos, una buena relación interpersonal con amigos, compañeros o pareja parecen tener un efecto protector, disminuyendo el riesgo del consumo de alcohol, por otro lado aquellos sujetos que mantienen malas relaciones con sus padres (como apoyo parental, y especialmente, emocional), son más vulnerables en establecer amistades dañinas que influyan a desencadenar la ingesta de bebidas alcohólicas (Florenzano y Guzmán, 2015).

Así mismo cabe precisar, como han causado en los consumidores problemáticas a considerar con sus relaciones interpersonales, cada partícipe de la investigación señala como ellos han fortalecido de manera indirecta acciones relacionadas al rechazo o la evitación sufrida, debido al consumo activo de drogas; se logra evidenciar afirmaciones en común, acerca de la manera y el nivel de afectación, con los conflictos originados y generados, sobre todo con aquellas personas situadas como importantes. Lo anterior nos permite entrar en consideraciones acerca de, como el consumo de sustancias psicoactivas tiene la capacidad de afectar las relaciones interpersonales, por lo cual no solo genera malestar en la salud, sino derrumba el núcleo familiar y afecta contextos laborales, sociales o escolares del consumidor (Alfonso y Reyes, 2022). Una de las habilidades sociales más importante para que se dé una interacción recíproca entre dos más personas es la asertividad.

Según Inglés (2000), a partir de su modelo teórico sobre las dificultades interpersonales plantea una medida de esta variable, la misma que sometido a revisión empírica por validez de constructo por análisis factorial, comprobando cinco factores.

Aserción (Asertividad), es la capacidad del adolescente para entablar conversación con personas que se dedican a la atención, como además de poder establecer conversaciones con conocidos o desconocidos en la calle.

Relaciones con el otro sexo, es la capacidad del adolescente para entablar una relación con personas de su sexo opuesto, implica un grado de habilidad social para poder expresarse sin que la ansiedad les impida formar una comunicación.

Relaciones con iguales, es la destreza del adolescente para entablar interacciones con sus pares en aula ya sean varones o mujeres, produciendo un grado adecuado de amicalidad.

Hablar en público, es la capacidad del adolescente para poder enfrentarse en plenaria a un público, especialmente en un auditorio, esto equivale a la contraparte de la ansiedad o fobia social, en la que el adolescente puede desenvolverse sin sentir amenaza de su ambiente.

Relaciones familiares, es la capacidad para que el adolescente interactúe con sus padres y/o hermanos, en este punto requiere de una buena relación parento-filial, siendo necesario no solo destrezas de los adolescentes sino de los mismos padres.

Según el autor Herriko (2011), existen 3 tipos de Relaciones interpersonales:

3.7.1. Relaciones íntimas (Pareja) o afectivas (Amigos). Se trata de vínculos de enorme confianza y que buscan perdurar en el tiempo, asociados a sensaciones placenteras y de protección, solidaridad y pertenencia. Tal es el caso de relaciones de pareja y amistad (Herriko 2011).

La satisfacción general con la vida está estrechamente asociada al estado de las relaciones interpersonales íntimas, la cual abarca con los vínculos de pareja y de amistad, en otras palabras, todos estamos destinados a formar parte de diversos vínculos sociales, cada uno con una diversidad de formas de convivencia por lo que estas interacciones exhiben una gama variada de sentimientos que influyen tanto en las relaciones individuales como en las actividades que se llevan a cabo. (Chenche 2023).

3.7.2. Relaciones superficiales. Se trata de vínculos pasajeros, no demasiado importantes ni centrales en la vida emocional del individuo (a diferencia de los íntimos). Es el tipo de relaciones que forjamos con desconocidos, con personas que sabemos efímeras o con el compañero de asiento de un avión, a quien nunca volveremos a ver (Herriko 2011).

Este vínculo es de sumo interés en el entorno social, debido a que cuentan con una peculiaridad que la diferencia de las demás, ya que son cortas, pero si relevantes en su determinado momento, las relaciones superficiales son aquellas en la cual no se comparte tanto nivel de intimidad como en una amistad verdadera, pero a pesar de eso, se llevan a cabo momentos agradables, aunque sean de otra perspectiva, estas relaciones aunque no cuenten con una fuerte intensidad de relación, son significativas en el instante que se comparte en el mismo entorno, en la mayoría de los casos lo que prevalece son los valores, ya que no concurre un alto nivel de confianza como en una pareja o buenos amigos (Chenche 2023).

3.7.3. Relaciones familiares. En esta categoría se encuentran las personas junto a las cuales nacimos y con las que nos vincula un árbol familiar o genealógico, es decir, con las que compartimos un vínculo consanguíneo. Además, en general podrían ser más o menos profundas o superficiales, pero a diferencia de las demás, suelen persistir enormemente en el tiempo. Obviamente en esta categoría el ejemplo ideal son nuestros padres (Herriko 2011).

Las relaciones familiares, constituyen de una forma fundamental en la comunicación entre todos sus miembros, este ámbito es crucial, debido a que en él se expresa el amor, sentimientos e inquietudes dando así un buen complemento de lazos afectivos, con ello, se puede manifestar que la forma de vida en el entorno familiar es el reflejo hacia la sociedad, ya que si los adolescentes disfrutan de este ambiente sano tienden a manifestar motivación en los diversos aspectos de su vida, siendo así una buena fuente de inspiración para quienes lo rodean (Chenche 2023).

Las relaciones interpersonales son de gran importancia para los adolescentes ya que si ellos tienen buenas relaciones interpersonales pueden funcionar como un factor protector ante el consumo de alcohol previniendo esta problemática. El consumo de alcohol no solo afecta lo biológico sino también afecta la parte social del adolescente ya que se ven afectadas sus relaciones interpersonales con la familia, amigos, etc.

CAPÍTULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO

4. METODOLOGÍA

4.1. AREA A LA CUAL PERTENECE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación pertenece al área de la psicología social, Regader 2015 señala que la psicología social analiza los procesos de índole psicológica que influyen en el modo en que funciona una sociedad, así como la forma en que se llevan a cabo las interacciones sociales. También se suele describir a la psicología social como la ciencia que estudia acerca de los fenómenos sociales, como el consumo de alcohol, una problemática que afecta a gran parte de la población, además de ser una problemática que no solo afecta a la persona que consume alcohol sino también a las personas de su alrededor (familia, amigos, etc.). El alcohol es la droga más aceptada por la sociedad por lo cual se tiene un fácil acceso al momento de adquirir bebidas alcohólicas y está presente con frecuencia en acontecimientos sociales.

En la mayoría de los países latinoamericanos el uso de bebidas alcohólicas forma parte de la vida cotidiana, como un acto social y cultural consolidado dentro de las costumbres sociales. Además de existir una tolerancia para el consumo de alcohol riesgoso, sobre todo cuando el abuso está ligado a situaciones de fiesta y diversión (Meloni y Laranjeira, 2004). Es considerada la droga legal más consumida que ha formado parte del entorno social y cultural a través de los años, su devenir histórico la ha convertido en una sustancia ampliamente utilizada y con una enorme aceptación social. El consumo de alcohol en los adolescentes es el reflejo de la adaptación a la sociedad. (Pons, Buelga 2011). Es por eso que la presente investigación se enmarca en área social.

4.2. TIPIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Según el propósito:

Básica o Teórica, el principal objetivo de este tipo de investigación es comprender los fenómenos naturales o sociales, descubrir principios generales y establecer teorías. En general, se realiza con el propósito de expandir el acervo de conocimientos en una determinada disciplina y no se centra resolver problemas específicos (Ballestin y Fabregues, 2019). La presente investigación busca generar información de los principales

factores asociados al consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de 5° a 6° de nivel secundario en los colegios de la primera sección de la provincia Arce

Según alcance o resultado:

La investigación descriptiva se enfoca en especificar las propiedades, características y rasgos relevantes de cualquier fenómeno analizado, describiendo las tendencias de un grupo o población (Hernández, 2006). A través de la aplicación de los instrumentos que evalúan las variables de estudio, se busca definir y describir detalladamente los factores familiares, sociales y las dificultades en las relaciones interpersonales, lo cual permitirá proporcionar resultados claros y precisos, facilitando una mejor comprensión de la investigación.

Según el enfoque:

Es de enfoque cuantitativo, ya que este utiliza la recolección de datos para probar hipótesis mediante la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer patrones de comportamiento y validar teorías (Hernández, 2006). En este estudio, se procedió a la medición y tratamiento estadístico de las variables relacionadas con factores familiares, factores sociales y dificultades en las relaciones interpersonales de los adolescentes de 5° a 6° de nivel secundario de la primera sección de la provincia Arce. La información recolectada fue sometida a un análisis estadístico y presentada en tablas que cuantificaron los resultados más relevantes en términos de frecuencias y porcentajes

Según el tiempo de estudio:

Transversal, pues se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (Hernández, 2006). Es de tipo transversal debido que la información necesaria para la investigación se recolectara en un momento determinado. Además, que el estudio y análisis de las variables de investigación (factores familiares, sociales y dificultades en las relaciones interpersonales) se realizara en la gestión 2024.

4.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

4.3.1. Población

La población para el presente trabajo fueron los adolescentes de 16 a 18 años de los cinco colegios de la primera sección de la provincia Arce. Dichos adolescentes se encuentran cursando el 5° y 6° de secundaria. No hay una información precisa de la población total de adolescentes entre 16 a 18 años que consumen bebidas alcohólicas.

La información detallada a continuación fue proporcionada por la dirección distrital de Padcaya

Cuadro N° 1
Población de Estudio

Colegios	N°de Estudiantes
Colegio Rene Barrientos Ortuño	140
Colegio José Quiroga Laine	22
Colegio 23 de Marzo	37
Colegio Oscar Alfaro	18
Colegio de cañas	48
Total	265

Fuente: (Dirección Distrital de Padcaya)

4.3.2. Muestra

El tipo de muestreo que asume la investigación es no probabilístico intencionado, El muestreo no probabilístico es un método que sirve para seleccionar los individuos que formarán parte de la muestra de la investigación. En particular, en el muestreo no probabilístico se seleccionan a los individuos basándose en ciertos criterios subjetivos requeridos por el investigador. A diferencia en el muestreo probabilístico, donde cada miembro de la población tiene una posibilidad conocida de ser seleccionado, en el muestreo no probabilístico, no todos los miembros de la población tienen la oportunidad de participar en el estudio. El principal criterio para la selección de la muestra fue:

-Adolescentes que puntúen entre 16 a 40 puntos correspondientes a la zona III y IV (Esta información se obtendrá a través del cuestionario AUDIT). Una puntuación de 16 a 19 puntos (zona III) significa que se necesita terapia breve y monitorización continuada y una puntuación de 20 a 40 (zona IV) significa derivación al especialista para una evaluación diagnóstica y tratamiento.

Después de aplicar el cuestionario AUDIT nuestra muestra quedo conformada por 106 estudiantes.

4.4. MÉTODOS Y TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:

4.4.1 Métodos:

Método Analítico: Es un procedimiento que descompone un todo en sus elementos básicos y, por tanto, que va de lo general a lo específico. También es posible concebirlo también como un camino que parte de los fenómenos para llegar a las leyes, es decir, de los efectos a las causas (Ortega 2021).

Este método fue aplicado tanto en la identificación del problema de investigación como en la interpretación de los resultados obtenidos.

Método Deductivo: Según Barchini (2006) menciona que el método deductivo consiste en extraer razonamientos lógicos de aquellos enunciados ya dados, en síntesis, este método va de la causa al efecto, de lo general a lo particular, es prospectivo y teórico; comprueba su validez basándose en datos numéricos precisos. El método deductivo cuenta con un enfoque el cual es el cuantitativo.

El método deductivo se utilizó al momento de definir el problema de investigación, formular las hipótesis de investigación, y se utilizara al momento de corroborar las hipótesis formuladas.

Método Estadístico: La medición y estimación de las magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación, y se pregunta cada cuánto ocurren y con qué magnitud, Es decir, que la información recolectada la fundamenta en la medición de las variables o conceptos contenidos en las hipótesis, en el sentido estricto de que se puedan probar. (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014).

El método estadístico se utilizará en la investigación al momento de procesar los datos obtenidos a través del programa de excel y realizar la medición de las variables de estudio (factores familiares, sociales y dificultades en las relaciones interpersonales).

Técnicas

Cuestionario: Es una técnica de recolección de datos utilizado comúnmente en los trabajos de investigación científica. Consiste en un conjunto de preguntas presentadas y enumeradas en una tabla y una serie de posibles respuestas que el encuestado debe responder (Arias, 2020). Además, las preguntas se deben formular de manera sencilla, que le permita al encuestado responderla en el menor tiempo posible (Hurtado 2000).

Test: Como indican Anastasi y Urbina (2000), los test psicológicos pueden considerarse esencialmente como una medida objetiva y estándar de una muestra de comportamiento, que no miden directamente las capacidades y funciones, sino una muestra representativa del fenómeno estudiado.

Escala: De acuerdo con la clasificación de Namakforoosh (2000) puede ubicarse como modalidad del método de interrogatorio. Este método de recopilación de datos es el más conocido especialmente en ciencias sociales y humanas, donde frecuentemente el objeto de estudio lo constituyen seres humanos, quienes tienen la información necesitada o pueden ofrecer testimonios.

4.4.2. Instrumentos:

CUESTIONARIO DE FACTORES ASOCIADOS AL CONSUMO DE ALCOHOL

El instrumento fue elaborado y diseñado por la estudiante Anahy Nieves Tolaba, el instrumento consta está compuesto por dos áreas (FACTORES SOCIALES Y FAMILIARES).

El principal objetivo del cuestionario es evaluar los factores sociales y familiares relacionados al consumo de bebidas alcohol

*En los factores sociales el cuestionario consta de las siguientes dimensiones (Amistades, Publicidad, Acceso a bebidas alcohólicas y cultura)

Amistad: ítems son 1, 2, 3, 4, 5, 6,7

Publicidad: Ítems 8 y 9

Acceso a las bebidas alcohólicas: Ítems 10, 11,12

Cultura: Ítems 13, 14, 15, 16, 17,18

Sus escalas son: Nunca, Con frecuencia, Siempre

*En los factores familiares el cuestionario consta de las siguientes dimensiones (Relación con los padres, Comportamiento de los padres, Entorno familiar)

Relación con los padres o tutores: Ítems 19, 20, 21, 22, 23, 24,25,26,27,28,29,30,31,32

Comportamiento de los padres: Ítems 33, 34,35

Entorno familiar: Ítems 36,37,38,39,40,

Sus escalas son: Nunca, Con frecuencia, Siempre y el ítem 35 (mamá, papá y otros)

Aplicación: De 14 años en adelante

Validez: El cuestionario fue revisado y validado por dos docentes de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho de la Carrera de Psicología: Lic. Fernando Montero y Lic. Blanca Montaña. (Ver anexo N° 6)

Escalas

Cuadro N°2
Escalas de factores sociales y familiares

Factores Sociales	No Asociado	Medianamente Asociado	Asociado
Amistad	1-7	8-14	15-21
Publicidad	1-2	3-4	5-6
Acceso a las bebidas alcohólicas	1-3	4-6	7-9
Cultura	1-6	7-12	13-18
Factores Familiares	No asociado	Medianamente Asociado	Asociado
Conducta de los Padres	1-3	4-6	7-9
Entorno Familiar	1-5	6-10	11-15
Relación familiar	Mala	Buena	Muy Buena
Relación con la madre	1-7	8-14	14-21
Relación con el padre	1-7	8-14	14-21

Fuente: (Elaboración propia)

CUESTIONARIO CEDIA

FICHA TÉCNICA DEL CEDIA

Nombre: CEDIA. Cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales en la Adolescencia.

Autores: Cándido J. Inglés Saura, María Soledad Torregrosa Díez. Área de Psicología Evolutiva y de la Educación. Dpto. de Psicología de la Salud. Universidad Miguel Hernández de Elche. F. Xavier Méndez. Dpto. de Personalidad, Evaluación y Tratamiento Psicológicos. Universidad de Murcia. María D. Hidalgo. Dpto. de Psicología Básica y Metodología. Universidad de Murcia.

Administración: Individual o colectiva.

Duración: Variable, aproximadamente 15 minutos.

Aplicación: Adolescentes con edades comprendidas entre los 12 y los 18 años.

Objetivo: Evaluar las dificultades interpersonales que presentan los adolescentes en un amplio rango de relaciones y situaciones sociales.

Material: Manual del CEDIA, cuestionario, hoja de perfil y lápiz.

Fiabilidad: Las correlaciones ítem-factor fueron elevadas: 52 - 67 (Asertividad), 65 - 79 (Relaciones con el otro Sexo), 58 - 69 (Relaciones con Amigos), 57 - 75 (Hablar en Público) y 66 - 70 (Relaciones Familiares). Se decidió conservar únicamente aquellos ítems cuyas correlaciones ítem-test fueran iguales o mayores de 30. La correlación ítem-test más alta fue 62, de los ítems 22 ¿Tienes dificultad para invitar a alguien del otro sexo a ir al cine? y 35 ¿Tienes dificultad para iniciar una conversación con una persona del otro sexo que te atrae?, y la más baja fue 29, del ítem 34 ¿Tienes dificultad para quejarte a tus padres cuando no te dejan ir a la excursión que ha organizado tu centro escolar? El 51% de los ítems obtuvo una correlación ítem test igual o superior a 50 y el 74% igual o superior a 45, mostrando un buen comportamiento de la mayoría de los ítems con respecto al total de la prueba. La confiabilidad determinada por medio del coeficiente de consistencia interna, aplicando el coeficiente de Alfa de Cronbach da como resultado $\alpha=0,882$.

Validez: Se realizó un análisis factorial de componentes principales con rotación oblicua para explorar la estructura subyacente del cuestionario mediante el paquete estadístico SYSTAT 8.0 (Wilkinson, 1997). La solución factorial fue determinada a partir del procedimiento del Scree-plot, ya que la investigación ha demostrado que el criterio Káiser de autovalores mayores que 1 puede sobreestimar o infraestimar el número adecuado de factores (Floyd y Widaman, 1995). Se decidió que los factores obtenidos sólo incluirían aquellos ítems con una saturación factorial mayor de 0,35. La solución factorial se compuso de 36 ítems, agrupados en cinco factores, que explicaron el 42,86% de la varianza. Cada una de las subescalas era de 0-200 y 0-50 respectivamente. El banco inicial de 200 ítems quedó reducido a 83. Aunque las propiedades psicométricas eran adecuadas, la prueba presentaba varios inconvenientes: Con el objetivo de subsanar estas deficiencias, los autores propusieron la necesidad de elaborar una nueva medida de auto informe para los adolescentes. La elaboración y selección de los ítems del CEDIA se realizó en varias fases hasta tener los 36 ítems que conocemos en la actualidad. Estos ítems se agruparon en 5 factores (Asertividad, relaciones heterosexuales, hablar en público y relaciones familiares y amigos). La validez de

constructo por correlaciones ítem-test aplicando el coeficiente de correlación de Pearson, determinó que el instrumento es válido ($r > 0,25$; $p < 0,01$).

Dimensiones:

-Asertividad (ítems 1,4,6,10,13,14,15,17,18,19,24,28,29,33,34,35)

-Relaciones heterosexuales (ítems 2,8,11,21,26,32,36)

-Hablar en público (ítems 3,5,7,16,20)

-Relaciones familiares (ítems 9,23,25,31)

-Amigos (ítems 12,22,27,30)

Escala:

Cuadro N° 3
Escalas del CEDIA

Nivel	Percentil
Dificultad Máxima	76-99
Dificultad Alta	56-75
Dificultad Media	26-55
Dificultad Mínima	0-25

Fuente: (Elaboración propia)

ESCALA DE ESTILO DE CRIANZA DE STEINBERG

FICHA TECNICA:

Nombre: Escala de estilos de crianza de Steinberg

Autores: Steinberg

Año: 2001

Administración: Individual y Colectiva

Tiempo de Aplicación: aprox. 30 minutos

Ámbito de Aplicación: Adolescentes de 11 a 19 años, existe dos versiones una para mujeres y otra para varones

Objetivo: Reconocer el tipo de estilo de Crianza

Material: Inventario de Preguntas, Lápiz, Borrado

Fiabilidad: La interpretación de los puntajes es directa, es decir mientras mayor es la puntuación, mayor es el atributo que refleja tal puntuación. Para la escala de control conductual, igualmente, se suman las respuestas de los ítems. En las sub escalas de compromiso y autonomía, la puntuación mínima es 9 y la máxima es 36. En control, la puntuación mínima es 8 y la máxima es 32. Confiabilidad del cuestionario utilizaron el coeficiente de consistencia interna alfa de Cronbach, alcanzando un índice general de 0.90, y también por escalas. Compromiso: 0,82; Control Conductual: 0,83 y Autonomía Psicológica: 0,91, lo que evidencia que el instrumento es confiable.

Validez: Se aplicó una prueba piloto de 221 adolescentes de 4to y 5to de secundaria de una institución educativa nacional de José Leonardo Ortiz y se procedió a determinar los índices de discriminación de cada uno de ellos, mediante el método de correlación ítems test, lo que permitió conocer la validez de los ítems, obteniendo como resultado índices de discriminación que oscila entre 0.41 hasta 0.07. Posteriormente se procedió a determinar la validez del instrumento haciendo uso del método de contrastación de grupos, (ordenando los puntajes de mayor a menor), del test estilos de crianza de Steinberg con sus escalas obteniendo como resultado que la prueba es válida a un nivel de significancia de 0.05.

Dimensiones:

-Compromiso (ítems 1,3,5,7,9,11,13,15,17)

-Autonomía Psicológica (ítems 2,4,6,8,10,12,14,16,18)

-Control Conductual (ítems 19,20, 21a,21b,21c, 22a,22b,22c)

Escala:

Cuadro N° 3

Escalas de Estilos de crianza

Estilo de crianza	Compromiso	Control Conductual	Autonomía Psicológica
Padres Autoritativos	Encima del promedio	Encima del promedio	Encima del promedio
Padres Negligentes	Debajo del promedio	Debajo del promedio	
Padres Autoritarios	Debajo del promedio	Encima del promedio	
Padres Permisivos	Encima del promedio	Debajo del promedio	
Padres Mixtos	Encima del promedio	Encima del promedio	Debajo del promedio
Dimisión	Debajo del promedio	Encima del promedio	
Compromiso	9- 18		19-36
Autonomía	9-18		19-36
Control Conductual	8-16		17-32

Fuente: (Elaboración propia)

CUESTIONARIO AUDIT

FICHA TECNICA DEL AUDIT (Este instrumento será utilizado para la recolección de la muestra)

Nombre: Cuestionario para Identificación de Trastornos debidos al Consumo de Alcohol – AUDIT

Autores: Organización Mundial de la Salud (OMS) en colaboración con J. Saunders, T. Babor, J. Higgins-Biddle y M. Monteiro.

Tiempo de aplicación: Entre 2 a 3 minutos

Rango de aplicación: 13 años en adelante

Objetivo: Detección temprana de personas con problemas de alcohol

Fiabilidad: En la prueba original se obtuvo una confiabilidad por consistencia interna de .860, la cual indicó ser altamente confiable. En esta investigación se verificó la confiabilidad a

través de la aplicación de la prueba en un grupo piloto donde se encontró una consistencia interna de 0.807, en el cociente de Alfa de Cronbach, lo cual indicó que el instrumento presentó una alta confiabilidad.

Validez: En la versión original se obtuvo una validez aceptable, con una puntuación por encima de 0,90 en distintos países junto a otros criterios adicionados, según lo validado por el comité de expertos de la OMS. En esta investigación se verificó la validez a través de la aplicación de la prueba en un grupo piloto, donde en la validez de constructo del cuestionario, se utilizaron las medidas Kaiser-Meyer-Olkin (K-M-O), adquiriendo una puntuación de 0,851; asimismo la prueba de Esfericidad de Bartlett presentó un valor menor a 0.05, lo cual demostró ser significativo ($p = 0.000$).

Dimensiones:

- Consumo de riesgo alto (ítems son 1,2,3)
- Síntomas de dependencia (ítems son 4,5,6)
- Consumo perjudicial del alcohol (ítems 7,8,9,10)

Escala

Nivel de riesgo	Puntuación	Intervención
Zona I	0-7	Educación sobre el alcohol
Zona II	8 -15	Consejo simple
Zona III	16 -19	Consejo simple más terapia breve y monitorización continua
Zona IV	20-40	Derivación al especialista para una evaluación diagnóstica y tratamiento

Fuente: (Elaboración propia)

4.5. PROCEDIMIENTO

A continuación, se presenta las diferentes fases del proceso de investigación:

1. Revisión bibliográfica: La revisión de la bibliografía es de gran importancia porque permite comprender más a profundidad la problemática de estudio. Antes de comenzar con la investigación se revisó distintas teorías acompañadas de sus autores para plantear las hipótesis y objetivos del trabajo de investigación. Para luego recopilar toda la necesaria para el marco teórico del trabajo, toda la bibliografía utilizada se encuentra citada.

2. Selección de los instrumentos: Al igual que la revisión bibliográfica la selección de instrumentos es fundamental para la investigación que se va a realizar, porque son los encargados de evaluar y medir las variables de estudio. Los instrumentos a utilizar cuentan con la confiabilidad y validez necesaria, al momento de seleccionar los instrumentos se tomó en cuenta que sean de fácil comprensión y acorde a la edad de la muestra seleccionada.

3. Coordinación con la población: Antes de seleccionar nuestra población de estudio, se realizó el contacto con los directores de las unidades educativas para que se otorgue el permiso para trabajar con los adolescentes y seleccionar la muestra correspondiente al trabajo de investigación. También la coordinación sirvió para concretar los horarios en los cuales se aplicarán los instrumentos.

4. Aplicación de instrumentos: Se procedió a la aplicación de los distintos instrumentos para la evaluación de las variables de estudio, los instrumentos fueron aplicados de manera grupal durante un tiempo determinado, al momento de aplicar los instrumentos se brindó las indicaciones necesarias a los participantes para que así no se presente ninguna dificultad durante la aplicación de los instrumentos.

5. Procesamiento de la información: Se procedió a la corrección de los distintos instrumentos aplicados a la muestra de estudio para luego pasarlos al programa de Excel para así obtener los resultados finales de la investigación mismos que están expresados en gráficas y porcentajes que sirvieron para el análisis e interpretación de los resultados. Estos resultados finales son de gran importancia para el trabajo de investigación.

6. Análisis e interpretación de resultados: Esta fase es de gran importancia porque es la parte central del trabajo de investigación ya que después de procesar la información se realizó el análisis e interpretación de los resultados obtenidos para aceptar o rechazar las hipótesis planteadas en el trabajo de investigación. En esta fase se logró conocer la magnitud de la problemática de estudio y el estado actual en el cual se encuentra.

7. Redacción del informe final: Es la última fase de la investigación al momento de concluir la investigación se procedió a la redacción del informe final donde se exponen los resultados obtenidos y en las conclusiones a las que se ha llegado después de todo el trabajo realizado,

también se realizaron las recomendaciones pertinentes. Este informe servirá como base de futuras investigaciones.

4.6. CRONOGRAMA: Gestión 2023-2024

2023						2024								
Actividad	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Marz	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov
Revisión bibliográfica	X	X	X											
Selección de los instrumentos.				X										
Prueba piloto.						X								
Selección de la muestra.				X	X									
Recojo de la información.						X	X	X						
Procesamiento de la información.									X	X	X			
Redacción del informe final.													X	X

Fuente: (Elaboración propia)

CAPÍTULO V

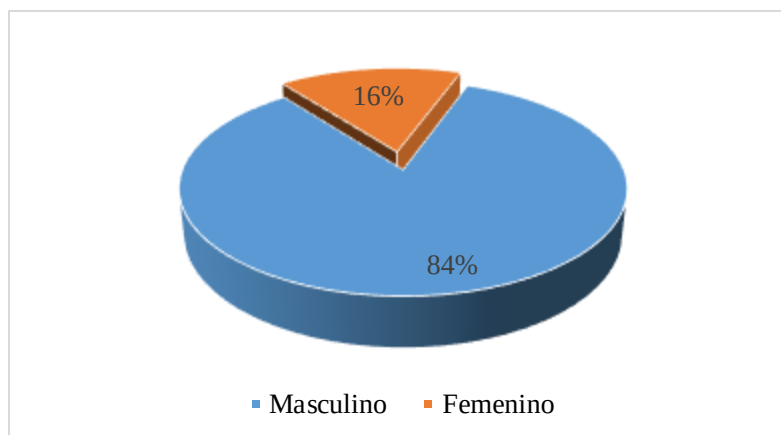
PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E

INTERPRETACIÓN DE LOS

RESULTADOS

Gráfico N°1

Género

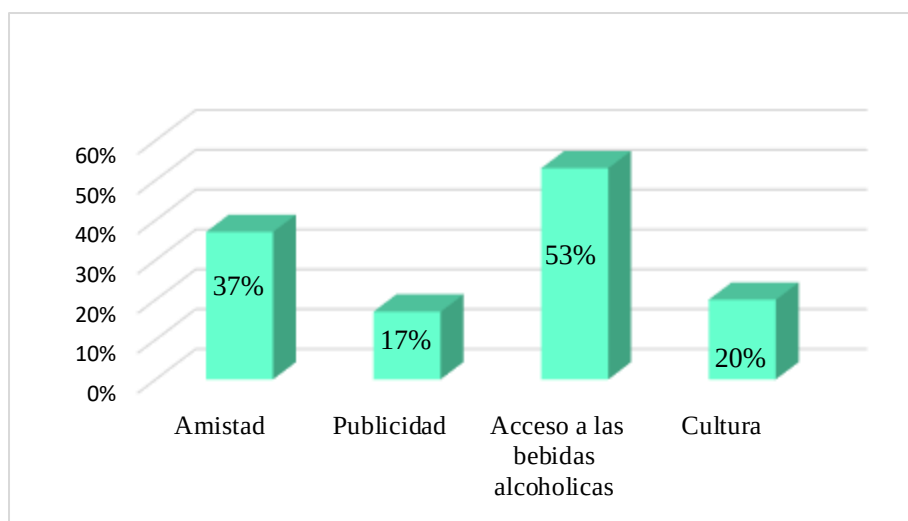


Fuente: (Elaboración propia)

En la muestra el 84% pertenece al género masculino y el 16% pertenece al género femenino demostrando que existe una prevalencia significativa en el consumo de alcohol por parte de los adolescentes varones, coincidiendo con los distintos autores que indica que los varones son los más afectados por esta problemática en la actualidad.

Gráfico N°2

Factores Sociales



Fuente: (Elaboración propia)

El consumo de alcohol en adolescentes es un fenómeno complejo que puede explicarse mediante una combinación de factores sociales, culturales y psicológicos. Según Mendoza (2017), los factores psicosociales actúan como variables de riesgo en el desarrollo de problemas conductuales, como el consumo de alcohol. Es así que, a partir de los datos ilustrados en el gráfico, se identifican cuatro factores claves que influyen en este comportamiento: el fácil acceso al alcohol, la influencia de amistades, el factor cultural y la publicidad.

El hecho de que el 53% de los adolescentes identifique el fácil acceso como el principal factor para el consumo de alcohol es alarmante, ya que refleja una vulnerabilidad sistémica. Según la Teoría de la Disponibilidad (Stockwell y Gruenewald, 2004), la accesibilidad de una sustancia está directamente relacionada con su consumo, es decir, cuanto más accesible sea el alcohol, mayor será el número de consumidores, especialmente entre poblaciones vulnerables como los adolescentes. Este hallazgo pone en evidencia la falta de control y regulación efectiva en la venta de alcohol a menores de edad, lo que sugiere una necesidad urgente de políticas públicas más estrictas.

La influencia del grupo de amigos ocupa el segundo lugar con un 37%, lo que destaca la importancia del entorno social en la formación de hábitos de consumo, los adolescentes observan y modelan el comportamiento de aquellos con quienes se relacionan, lo que sugiere que el consumo de alcohol se normaliza dentro de ciertos grupos sociales, este fenómeno no solo refuerza el comportamiento, sino que también crea una presión de grupo, donde el no participar podría interpretarse como una exclusión social. Por tanto, los adolescentes podrían estar consumiendo alcohol no solo por deseo personal, sino como una estrategia para encajar o ganar aceptación en su grupo de pares.

Por otro lado, el 20% de los adolescentes asocia su consumo de alcohol a festividades culturales, lo cual refleja la normalización del alcohol dentro de ciertos contextos sociales. En este caso, el alcohol forma parte del microsistema cultural de los adolescentes, donde las celebraciones y eventos tradicionales lo legitiman como una actividad socialmente aceptada. Esto es preocupante, ya que el uso del alcohol en contextos culturales no solo valida su consumo en la juventud, sino que también lo presenta como un rito de paso o una forma de

conectarse con sus raíces, lo que dificulta cuestionar estos hábitos a nivel familiar y comunitario. La publicidad influye en el consumo de alcohol en un 17%, lo que muestra cómo los medios de comunicación y la mercadotecnia pueden tener un impacto en la conducta de los adolescentes. En este caso, la publicidad de alcohol promueve la idea de que el consumo está asociado a la diversión, el éxito social o el estatus. Esto es particularmente significativo en adolescentes, quienes están en una etapa de desarrollo donde la identidad y la pertenencia son cruciales. La publicidad refuerza las narrativas sociales sobre el consumo de alcohol, creando una presión añadida para participar en este comportamiento.

Con todo lo mencionado, es importante señalar que estos factores no operan de manera aislada, sino que se interrelacionan; el fácil acceso al alcohol puede amplificar la influencia de las amistades, mientras que las normas culturales pueden validar los mensajes publicitarios, creando un entorno en el que el consumo de alcohol se percibe como inevitable. Este análisis revela que el consumo de alcohol entre adolescentes no es simplemente una cuestión individual, sino el resultado de un entramado de factores psicosociales. El fácil acceso, la influencia de los pares, las festividades culturales y la publicidad son factores que inciden en mayor o menor medida en la toma de decisiones de los jóvenes. Además, estos factores se sostienen y refuerzan entre sí, lo que crea un entorno propicio para la normalización del consumo de alcohol.

Cuadro N°5
Factores Sociales

Amistad	Nunca		Con frecuencia		Siempre		Total
	F	%	F	%	F	%	
1. ¿Alguna vez se sintió presionado por sus amistades para que consuma bebidas alcohólicas?	10	9%	60	57%	36	34%	100%
2. ¿Sus amistades consumen bebidas alcohólicas?	20	19%	56	53%	30	28%	100%
3. ¿Suele reunirse con sus amistades para consumir bebidas alcohólicas?	8	8%	68	64%	30	28%	100%
4. ¿Consume bebidas alcohólicas porque sus amistades lo hacen?	23	22%	56	53%	27	25%	100%
5) ¿Sus amistades le proporcionan bebidas alcohólicas, es decir ellos compran las bebidas alcohólicas?	49	46%	40	38%	17	16%	100%
6. ¿Si no consume bebidas alcohólicas sus amistades se molestan con usted?	20	19%	45	42%	41	39%	100%
7. ¿Consume bebidas alcohólicas por pertenecer a un grupo de amigos?	40	38%	36	34%	30	28%	100%
Publicidad							
8. ¿Crees que existe demasiada publicidad de bebidas de bebidas alcohólicas en las redes sociales?	20	19%	60	57%	26	24%	100%
9. ¿La publicidad de bebidas alcohólicas lo incentiva a consumir?	40	38%	36	34%	30	28%	100%
Acceso							
10. ¿En las tiendas puede conseguir bebidas alcohólicas fácilmente aun siendo menor de edad?	11	10%	35	33%	60	57%	100%
11. ¿Los dueños de las tiendas se negaron a venderle bebidas alcohólicas?	55	52%	36	34%	15	14%	100%
12. ¿Existe controles por parte de la Policía en la tiendas para evitar la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad?	60	57%	36	34%	10	9%	100%
Cultura							
13) ¿A las distintas fiestas que asiste consume bebidas alcohólicas?	20	19%	36	34%	50	47%	100%
14) ¿En las fiestas culturales (carnaval, festividades patrias, etc.) Acostumbra a consumir bebidas alcohólicas?	28	26%	38	36%	40	38%	100%
15. ¿Los habitantes de su municipio consumen bebidas alcohólicas en altas cantidades durante fiestas culturales?	10	9%	60	57%	36	34%	100%
16. ¿Durante fiestas culturales se tiene un fácil acceso a bebidas alcohólicas?	8	8%	30	28%	68	64%	100%
17. ¿Considera que la cultura tarijeña promueve el consumo de alcohol?	20	19%	30	28%	56	53%	100%
18. ¿Piensa que para disfrutar de las fiestas culturales es necesario el consumo de alcohol?	20	19%	40	38%	46	43%	100%

Fuente: (Elaboración propia)

El consumo de alcohol en adolescentes es un problema que está íntimamente ligado a varios factores sociales que contribuyen a la perpetuación de este comportamiento, en este sentido, los resultados reflejados en el presente cuadro revelan que variables como el fácil acceso al alcohol, las influencias culturales, la presión de los pares y la publicidad juegan un rol crucial en aumentar el riesgo de consumo en esta población.

El hecho de que el 57% de los adolescentes reporten un fácil acceso a las bebidas alcohólicas sugiere una debilidad en la regulación y control por parte de las autoridades. Según Peñafield (2009), el libre acceso a la compra de alcohol incrementa el riesgo de mantener la conducta de consumo. En este contexto, los adolescentes, al no enfrentar restricciones efectivas para adquirir bebidas alcohólicas, ven reforzada su conducta de consumo, lo que contribuye a normalizar este comportamiento.

Además, el bajo precio de algunas bebidas alcohólicas actúa como un incentivo adicional para el consumo, especialmente en adolescentes que suelen tener menos recursos económicos, según estudios en economía conductual, la elasticidad del precio en productos como el alcohol sugiere que una disminución en el costo aumenta la demanda, lo que explica por qué los adolescentes consumen más cuando las bebidas son más baratas.

Así mismo, el 47% de los adolescentes reporta consumir alcohol en fiestas sociales o culturales, lo que resalta el papel significativo de la cultura en el comportamiento de los adolescentes. La Teoría del Aprendizaje Social de Bandura, explica que el ser humano es influenciado por su entorno, lo que significa que la exposición constante a ambientes donde el consumo de alcohol es socialmente aceptado aumenta el riesgo de que los adolescentes adopten esta conducta.

En muchas culturas, como en la de Tarija, el consumo de alcohol está profundamente arraigado en las celebraciones y festividades, y se presenta como un componente normal de la vida social. Por otro lado, la presión de los amigos o grupos de pares aparece como otro factor relevante, con un 34% de los adolescentes indicando que consumen alcohol debido a la influencia de su círculo social. Este resultado es coherente con el hecho de que en la adolescencia los jóvenes buscan pertenecer y ser aceptados, lo que los lleva a imitar comportamientos de sus amigos, incluso si estos comportamientos son riesgosos, como el consumo de alcohol. La presión de los pares es particularmente potente en la adolescencia

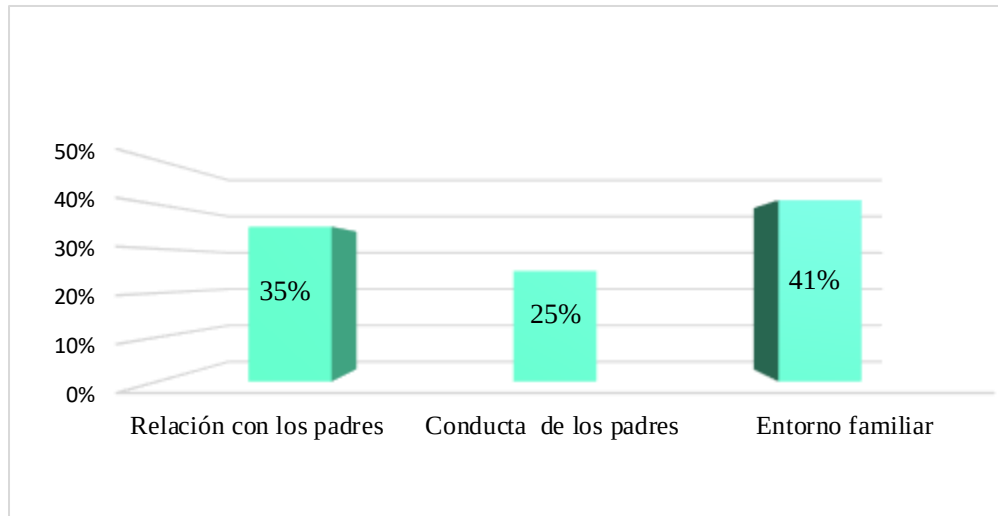
debido al desarrollo del sentido de identidad y la necesidad de aceptación social; los adolescentes que sienten una fuerte necesidad de integración social pueden ceder ante la presión del grupo. Por último, el 28% de los adolescentes señala que la publicidad influye en su decisión de consumir alcohol, la publicidad promueve la idea de que el consumo de alcohol está asociado a la diversión, la popularidad y el éxito social, reforzando narrativas que normalizan el consumo entre adolescentes.

La publicidad utiliza imágenes y mensajes que asocian el alcohol con momentos de celebración y relajación, presentando el consumo como una conducta deseable y de estatus y para los adolescentes, que son particularmente vulnerables a los mensajes de los medios y están en proceso de formar su identidad, este tipo de publicidad puede ser muy persuasiva. Además, la publicidad puede crear una falsa percepción de que el consumo de alcohol es una actividad "sin riesgos" y ampliamente aceptada, lo que refuerza el comportamiento.

Estos resultados muestran que el consumo de alcohol en adolescentes no es simplemente una cuestión de elección personal, sino el resultado de una interacción compleja entre accesibilidad, cultura, presión social y medios de comunicación. La combinación de estos factores crea un entorno en el que el consumo de alcohol se normaliza y refuerza, lo que incrementa significativamente el riesgo de mantener este comportamiento a lo largo del tiempo.

Gráfico N°3

Factores Familiares



Fuente: (Elaboración propia)

Sola Valdés 2009 señala que: El ejemplo, de alguno de los progenitores o familiares consumidores de alguna droga; desintegración familiar; manejo inadecuado de los problemas cotidianos; falta de reconocimiento, aceptación, identificación, comprensión y orientación familiar presencia de violencia; presión por el dinero; inadecuada comunicación, todos estos factores aumentan el riesgo de consumo de alcohol en la adolescencia.

En el área de factores familiares, se observa que el 41% de los adolescentes viven en un entorno familiar donde se consume bebidas alcohólicas por lo cual se lo asocia al consumo de alcohol por parte de los adolescentes , continuando se tiene que 35% de los adolescentes tiene una mala relación con sus padres, por lo cual no hay una buena comunicación entre padres e hijos , motivando a los adolescentes a consumir bebidas alcohólicas, así también el 25% de los adolescentes ingiere bebidas alcohólicas porque sus padres lo permiten . Estos resultados muestran que la familia influye en gran medida en el consumo de bebidas alcohólicas.

Cuadro N°6

Factores Familiares

Relación con los padres o tutor a cargo	Nunca		Con frecuencia		Siempre		Total
	F	%	F	%	F	%	
19. ¿Su madre le brinda espacios para poder entablar conversaciones sobre distintos temas?	48	45%	38	36%	20	19%	100%
20. ¿Su padre le brinda espacios para poder entablar conversaciones sobre distintos temas?	26	33%	33	41%	25	31%	100%
21. ¿Tu madre te presta atención cuando le cuentas tus problemas?	40	38%	30	28%	36	34%	100%
22. ¿Tu padre te presta atención cuando le cuentas tus problemas?	30	38%	25	31%	25	31%	100%
23. ¿Confía en su madre para poder hablar de tus problemas?	20	19%	50	47%	36	34%	100%
24. ¿Confía en su padre para poder hablar de tus problemas?	37	46%	23	29%	20	25%	100%
25. ¿Tu madre respeta tus opiniones?	50	47%	20	19%	36	34%	100%
26. ¿Tu padre respeta tus opiniones?	33	41%	30	38%	17	21%	100%
27. ¿Tu padre te brinda afecto o cariño?	10	13%	29	36%	41	51%	100%
28. ¿Tu madre te brinda afecto o cariño?	8	8%	30	28%	68	64%	100%
29. ¿Te sientes seguro(a) cuando estas con tu padre?	5	6%	5	6%	70	88%	100%
30. ¿Te sientes seguro(a) cuando estas con tu madre?	0	0%	2	2%	104	98%	100%
31. ¿Compartes tus emociones (tristeza, frustraciones, miedos) con tu padre?	30	38%	33	41%	17	21%	100%
32. ¿Compartes tus emociones (tristeza, frustraciones, miedos) con tu madre?	40	38%	28	26%	38	36%	100%
Comportamiento de los padres							
33. ¿Tus padres te permiten consumir bebidas alcohólicas?	68	64%	30	28%	8	8%	100%
34. ¿Tus padres te llaman la atención si consumes alcohol?	10	9%	36	34%	60	57%	100%
35. ¿Consume bebidas alcohólicas en presencia de sus padres?	68	64%	26	25%	12	11%	100%
Entorno Familiar							
36. ¿Tu madre consume alcohol?	55	52%	36	34%	15	14%	100%
37. ¿Tu padre consume alcohol?	9	11%	56	70%	15	19%	100%
38. ¿Tus familiares consumen alcohol?	18	17%	68	64%	20	19%	100%
39. ¿En fiestas familiares (cumpleaños, bautizos, etc.) se consumen bebidas alcohólicas?	20	19%	36	34%	50	47%	100%
40. ¿Consume bebidas alcohólicas cuando tiene problemas familiares (problemas económicos, problemas de salud, discusiones, etc. ?	40	38%	28	26%	38	36%	100%

Fuente: (Elaboración propia)

La familia es el entorno más importante para el desarrollo del adolescente, es en la familia donde el ser humano aprende ciertas conductas que formaran parte de su vida, así también la familia puede actuar como un factor de protección o de riesgo ante ciertas problemáticas como el consumo de alcohol, la familia es el primer vínculo social que el adolescente tiene por lo cual todo lo que suceda en su familia impactara de manera positiva o negativa en él.

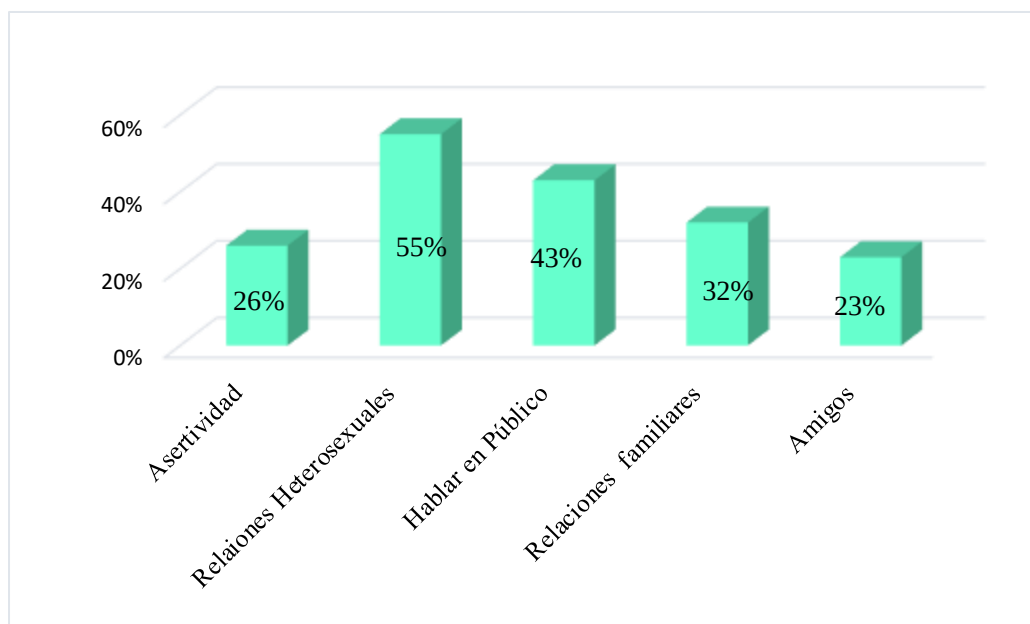
En la investigación se obtuvo que el 47% de los adolescentes conviven en un entorno familiar donde se consume bebidas alcohólicas, principalmente cumpleaños, bautizos, graduaciones, etc. Por lo cual los adolescentes están expuestos a consumir alcohol a tempranas edades, como indica Pascual y Guardia 2012, el entorno tiene una gran influencia en el consumo de bebidas alcohólicas debido a que el individuo llega a normalizar el consumo de esta droga por parte de su familia, el riesgo aumenta cuando es el padre o la madre quien consume alcohol porque son ellos quienes están más cerca del adolescente.

La relación entre padres y adolescente es un factor que influye en la conducta del adolescente, al no haber un vínculo sólido contribuye a distintas problemáticas una de ellas el consumo de alcohol, el 45% de los adolescentes señala que sus madres no les brindan espacios para poder platicar, así también se puede evidenciar que el 33% de los padres tampoco brindan espacios a sus hijos para poder entablar conversaciones.

Finalmente se obtuvo que el 28% de los adolescentes consumen bebidas alcohólicas porque sus padres lo permiten, de igual manera el 25% de los adolescentes indica que consume bebidas alcohólicas en presencia de sus padres aumentando el riesgo que el adolescente llegue al alcoholismo. Si bien el porcentaje que se obtuvo no es alto contribuye a que la problemática siga en crecimiento por lo cual es importante que se tenga en cuenta la percepción de los padres ante el consumo de alcohol de sus hijos.

Gráfico N°4

Dificultades en las Relaciones Interpersonales



Fuente: (Elaboración propia)

La aceptación social conlleva a mantener adecuadas relaciones interpersonales, mismas que son consideradas como el conjunto de vínculos e interacciones establecidas entre seres humanos, determinado por factores de acuerdo a la etapa de vida y el rol o papel desempeñado en un ámbito social. (Ibargüen, 2014).

Se puede observar en el gráfico que el 55% de los adolescentes tienen dificultades en sus relaciones heterosexuales por lo que se les dificulta entablar relaciones con personas del sexo opuesto, el 43% de los adolescentes tiene dificultad al momento de hablar en público lo cual indica que se les dificulta expresarse ante los demás, el 32% de los adolescentes tiene dificultad en sus relaciones familiares evidenciando que no existe una buena interacción entre padres e hijos, el 26% de los adolescentes tiene dificultad en el área de asertividad esta habilidad es importante al momento de expresar nuestros pensamientos, el 23% de los adolescentes tiene dificultad en las relaciones con sus amigos, por lo cual podemos decir que algunos adolescentes no tienen buenos vínculos con sus amistades.

Cuadro N°7

Dificultades en las Relaciones Interpersonales

(Primera parte)

Asertividad	N. D.		P. D.		M. D.		B. D.		Máx. D.		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Decirle a la cajera del supermercado que te ha devuelto tres euros menos	40	38%	26	25%	15	14%	15	14%	10	9%	100%
4. Pedir a un camarero que te atienda a ti primero porque tú estabas antes	44	42%	18	17%	30	28%	10	9%	4	4%	100%
6. Decirle a un desconocido que intenta colarse en la cola para el cine que guarde su turno	32	30%	30	28%	24	23%	15	14%	5	5%	100%
10. Quejarte a un camarero cuando te sirve comida o bebida en mal estado	58	55%	30	28%	10	9%	8	8%	0	0%	100%
13. Pedir a un desconocido que apague su cigarrillo porque te molesta	15	14%	31	29%	20	19%	33	31%	7	7%	100%
14. Vender lotería por la calle para el viaje de estudio	32	30%	24	23%	20	19%	17	16%	13	12%	100%
15. Pedir información a un camarero si tienes dudas sobre el menú	20	19%	19	18%	30	28%	26	25%	11	10%	100%
17. Preguntar a un desconocido una dirección cuando te pierdes en un barrio que no conoces	50	47%	26	25%	20	19%	9	8%	1	1%	100%
18. Preguntar en la ventanilla de tu banco o caja de ahorros qué hay que hacer para abrir una libreta de ahorros	20	19%	24	23%	30	28%	29	27%	3	3%	100%
19. Decirle a un familiar (abuelos, tíos, etc.) que te molestan sus bromas pesadas	32	30%	30	28%	24	23%	15	14%	5	5%	100%
24. Decirle a un vecino que no te deia estudiar con el ruido que está haciendo	16	15%	23	22%	30	28%	24	23%	13	12%	100%
28. Devolver un compact-disk defectuoso a la tienda donde lo compraste.	62	58%	20	19%	18	17%	6	6%	0	0%	100%
29. Decir que no a un amigo/a que te pide prestada la bici o la moto	30	28%	58	55%	10	9%	4	4%	4	4%	100%
33. Decir que no a un mendigo que te pide dinero	30	28%	25	24%	26	25%	15	14%	10	9%	100%
34. Pedirle a un desconocido que te ayude si te caes de la bicicleta o moto	26	25%	20	19%	47	44%	10	9%	3	3%	100%
35. Pedir a un camarero que te cambie el refresco de cola que te ha servido por el zumo de naranja que habías pedido	13	12%	47	44%	20	19%	26	25%	0	0%	100%

Fuente: (Elaboración propia)

Las relaciones interpersonales son de gran importancia para el ser humano, el ser humano al ser un ser social, que necesita estar en contacto con su entorno, las relaciones interpersonales es un proceso de interacción entre dos o más personas, las relaciones interpersonales tienen que estar basadas en la empatía, respeto, una buena comunicación, también las habilidades sociales adquiridas son importantes al momento de interactuar con las personas de nuestro entorno.

Inglés, Xavier y Dolores (2000), menciona que las dificultades interpersonales se les pueden definir como los problemas que experimenta una persona en diferentes contextos sociales, esto debido a la carencia de habilidades sociales, por lo que es importante trabajar en la adquisición de las mismas para tener una mejor interacción con los demás. Las dificultades interpersonales son un componente predictivo para el consumo de alcohol.

La asertividad es una habilidad social que permite expresar opiniones, ideas, necesidades y sentimientos de manera adecuada, la asertividad también está ligada a la inteligencia emocional y la comunicación con los demás es decir la capacidad de comunicarnos de manera efectiva, por otra parte la asertividad se relaciona con la capacidad de manejar y reaccionar ante los conflictos. La asertividad es importante para facilitar la comunicación y mejorar las relaciones interpersonales.

En el área de asertividad el 23% de los adolescentes manifiestan que tienen dificultad al momento de decir a su vecino que no los dejan estudiar por el ruido que está haciendo, como así también al momento de pedir ayuda en caso de necesitarlo, esto implica que los adolescentes no tienen habilidades para expresar sus opiniones o pensamientos en el momento oportuno y de forma adecuada.

Cuadro N°7

Dificultades en las Relaciones Interpersonales

(Segunda parte)

Relaciones Heterosexuales											
2 Hacer cumplidos (elogios, piropos, etc.) a un chico por el que te interesas	36	34%	20	19%	20	19%	18	17%	12	11%	100%
8 Iniciar una conversación con un chico de tu edad al que no conoces en la parada del autobús	10	9%	20	19%	26	25%	47	44%	3	3%	100%
11. Decirle a una chica que acaban de presentarte lo mucho que te gusta como viste	12	11%	20	19%	24	23%	41	39%	9	8%	100%
21 .Invitar a una chica a ir al cine	10	9%	26	25%	30	28%	25	24%	15	14%	100%
26 .Acercarte y presentarte a una chica que te gusta	6	6%	18	17%	20	19%	52	49%	10	9%	100%
32. Iniciar una conversación con una chica que te atrae	15	14%	31	29%	33	31%	20	19%	7	7%	100%
36. Pedirle salir a una chica	26	25%	20	19%	50	47%	10	9%	0	0%	100%
Hablar en Público											
3. Exponer en clase un trabajo que has preparado	20	19%	31	29%	18	17%	29	27%	8	8%	100%
5. Expresar tu opinión en una asamblea de estudiantes cuando no estás de acuerdo con lo que dicen	15	14%	30	28%	22	21%	26	25%	13	12%	100%
7. Preguntarle al profesor en clase cuando no entiendes algo de lo que ha explicado	12	11%	20	19%	30	28%	40	38%	4	4%	100%
16. Salir voluntario a la pizarra a pesar de que llevas preparada la lección	8	8%	10	9%	30	28%	44	42%	14	13%	100%
20. Expresar tu punto de vista ante tus compañeros de clase	36	34%	20	19%	20	19%	12	11%	18	17%	100%
Relaciones Familiares											
9. Opinar en contra si no estás de acuerdo con tus padres	12	11%	21	20%	30	28%	43	41%	0	0%	100%
23 .Defenderte cuando tus padres te culpan de algo que no has hecho	14	13%	22	21%	30	28%	33	31%	7	7%	100%
25. Defenderte cuando tu hermano/a te acusa de haberle estropeado algo suyo (libro, prenda de vestir, etc.)	56	53%	28	26%	17	16%	5	5%	0	0%	100%
31. Quejarte a tus padres cuando no te dejan ir a la excursión que ha organizado tu centro escolar	10	9%	52	49%	20	19%	18	17%	6	6%	100%
Amigos											
12. Dar las gracias a tus amigos/as cuando salen en tu defensa	60	57%	30	28%	10	9%	6	6%	0	0%	100%
22. Dar las gracias a un/a amigo/a que te ayuda en tus tareas escolares	60	57%	20	19%	10	9%	10	9%	6	6%	100%
27. Disculparte con un/a amigo/a con quien te pasaste discutiendo	43	41%	30	28%	21	20%	12	11%	0	0%	100%
30. Defender a un amigo/a tuyo/a cuando está siendo criticado/a por otros	43	41%	30	28%	20	19%	9	8%	4	4%	100%

Fuente: (Elaboración propia)

Se puede observar que el 44% de los adolescentes señalan que tienen bastante dificultad al momento de iniciar una conversación con una persona del sexo opuesto, por lo cual se les dificulta entablar relaciones heterosexuales, debido a que no cuentan con las habilidades sociales necesarias.

El 42 % de los adolescentes tienen dificultad al momento de salir voluntariamente a exponer un tema que tienen preparado, además de tener dificultad al expresar sus puntos de vistas ante sus compañeros, afectando el desempeño escolar de los adolescentes.

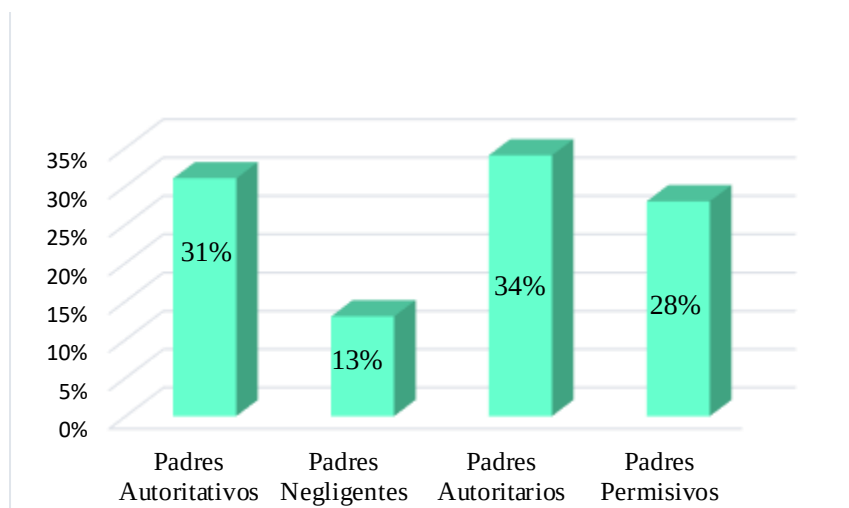
Una de las relaciones interpersonales más importantes para el ser humano es la relación que se tiene con la familia Chenche 2023 menciona que la comunicación de todos sus miembros es fundamental como también los lazos afectivos que se forman en la familia debido que si los adolescentes disfrutan de un ambiente sano se verá reflejado en diversos aspectos de su vida.

Florenzano y Guzmán 2015 indica la comunicación en la familia, el tiempo que comparten padres e hijos, la elección de amistades y pareja actúan como factores de protección, evitando el consumo de alcohol en los adolescentes por el contrario el tener malas relaciones vuelve a los sujetos más vulnerables al consumo de alcohol .En el área familiar el 41% indica que tiene bastante dificultad, al momento de expresar u opinar que no están de acuerdo con sus padres, recordemos que los adolescentes que tienen problemas en sus relaciones familiares son propensos al consumo de alcohol.

Por último, el 11% de los adolescentes se les dificulta pedir disculpas a un amigo/a con quien discutió, la relación con los amigos es una de las más importantes después de las relaciones con la familia.

Gráfico N° 5

Estilos de Crianza



Fuente: (Elaboración propia)

El estilo de crianza de los padres se asocia en gran medida al comportamiento de los hijos, cuando hablamos de estilos de crianza nos referimos a las conductas de los padres hacia sus hijos como también la interacción que tienen con ellos, Steinberg define a los estilos de crianza como conductas de los padres expresados a sus hijos lo cual tendrá como consecuencia un clima emocional positivo o negativo de acuerdo a la relación que haya entre padres e hijos.

El gráfico muestra que el estilo de crianza que predomina es el autoritario con el 34%, este estilo de crianza se caracteriza por padres que, establecen reglas por lo cual la obediencia es primordial, llegan a aplicar la fuerza por lo que no suelen ser afectivos con sus hijos. En segundo lugar, tenemos el estilo de crianza autoritativo con el 31% en este estilo de crianza los padres están pendientes de sus hijos, logran tener una buena comunicación con sus hijos, motivan el comportamiento positivo además de poner límites y escuchar. En tercer lugar, tenemos el estilo de crianza permisivo, con el 28%, de acuerdo Steinberg los padres ejercen poco control sobre sus hijos, no proponen normas, además de mostrar afecto en gran medida, por último, el estilo de crianza negligente con el 13% este estilo de crianza los padres muestran poco interés por sus hijos, no impone normas o reglas además de no mostrar cariño a sus hijos.

Cuadro N°8

Estilos de Crianza

(Primera parte)

Compromiso	M.D.		A.D.		A. A.		M.A.		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Puedo contar con la ayuda de mis padres si tengo algún problema	12	11%	38	36%	30	28%	26	25%	100%
3. Mis padres me animan para que haga lo mejor que pueda, en las cosas que yo haga	15	14%	20	19%	31	29%	40	38%	100%
5. Mis padres me animan para que piense por mí mismo	15	14%	24	23%	30	28%	37	35%	100%
7. Mis padres me ayudan con mis tareas escolares, si hay algo que no entiendo	50	47%	24	23%	20	19%	12	11%	100%
11. Cuando saco una baja nota en el colegio, mis padres me animan a tratar de esforzarme	13	12%	18	17%	33	31%	42	40%	100%
9. Cuando mis padres quieren que algo, me explican el por qué	10	9%	23	22%	26	25%	47	44%	100%
13. Mis padres conocen quienes son mis amigos	15	14%	18	17%	26	25%	47	44%	100%
15. Mis padres dan de su tiempo para hablar conmigo	12	11%	26	25%	30	28%	38	36%	100%
17. En mi familia hacemos cosas para divertirnos o pasarla bien juntos	19	18%	28	26%	36	34%	23	22%	100%
Autonomía Psicológica									
2. Mis padres dicen o piensan, que uno no debería discutir con los adultos	8	8%	13	12%	27	25%	58	55%	100%
4. Mis padres dicen que uno debería no seguir y ceder, en vez de hacer que la gente se moleste con uno	12	11%	20	19%	32	30%	42	40%	100%
6. Cuando saco una baja nota en el colegio, mis padres me hacen la vida imposible	19	18%	24	23%	27	25%	36	34%	100%
8. Mis padres me dicen que sus ideas son correctas y que yo no debería contradecirlas	16	15%	23	22%	30	28%	37	35%	100%
10. Siempre que discuto con mis padres, me dicen cosas como, lo comprenderás mejor cuando seas mayor	5	5%	18	17%	21	20%	62	58%	100%
12. Mis padres me dejan hacer mis propios planes y decisiones, para las cosas que quiero hacer	16	15%	23	22%	30	28%	37	35%	100%
14. Mis padres actúan de una manera fría y poca amigable, si yo hago algo que no les guste	6	6%	10	9%	30	28%	60	57%	100%
16. Cuando saco mala nota en el colegio mis padres me hacen sentir culpable	11	10%	18	17%	25	24%	52	49%	100%
18. Mis padres no me dejan hacer algo o estar con ellos cuando hago algo que a ellos no les gusta	19	18%	23	22%	28	26%	36	34%	100%

Fuente: (Elaboración propia)

Suarez, los estilos de crianza pueden ser definidos como ideas, emociones, formas, estrategias y pautas de comportamiento usadas por los padres en la formación y desarrollo de sus hijos, con el fin de asegurar una buena calidad de vida, constituyendo una base fundamental para la relación padre-hijo.

Steiner (2001), realiza una discriminación entre las prácticas parentales, por ello, propone tres conductas fundamentales de los padres, los cuales son: Compromiso, control conductual y autonomía psicológica.

En la dimensión de compromiso, se observa que el 36% de los adolescentes no pueden contar con la ayuda de sus padres en caso de tener problemas, lo que indica una tendencia hacia un estilo de crianza negligente, caracterizado por la falta de afecto, comunicación deficiente y falta de apoyo emocional, cuando se habla de compromiso se hace referencia al interés que tienen los padres por los problemas que presentan sus hijos. Así también la importancia que muestran los padres de familia por sus hijos, como también el brindarles apoyo emocional y afectivo.

En el área de autonomía psicológica, el 35% de los adolescentes señala que sus padres no les permiten tomar sus propias decisiones o hacer planes. Esta dimensión es fundamental en la formación de la responsabilidad en los hijos, ya que, los hijos que no tienen autonomía psicológica, tienden a no tener responsabilidad, lo cual los expone a diferentes factores de riesgo, sobre todo en la adolescencia, la autonomía psicológica se refiere al grado en que los adolescentes sienten que sus padres les permiten actuar de manera independiente y tomar decisiones por sí mismos, y que también abarca cómo los padres gestionan los conflictos y las diferencias de opinión con sus hijos.

Cuadro N°8
Estilos de Crianza
(Segunda Parte)

Control conductual	N.E.P.		A. de las 8		8 a 8:59		9 a 9:59		10 a 10:59		11 a más		T.C.Q.		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
19. Hasta que hora puedes quedarte de fuera de casa de L. a J.	5	5%	12	11%	15	14%	36	34%	20	18%	13	12%	5	5%	100%
20. Hasta que hora puedes quedarte de fuera de casa de V. a S.	5	5%	12	11%	13	12%	15	14%	20	18%	36	34%	5	5%	100%
21. Que tanto tus padres tratan de saber.....									No tratan		T. Poco		T. Mucho		Total
									F	%	F	%	F	%	
a)Dónde vas en la noche									22	21%	32	30%	52	49%	100%
b)Lo que haces con tu tiempo libre									27	25%	41	39%	38	36%	100%
c)Donde estas mayormente en las tardes después del colegio									24	23%	46	43%	36	34%	100%
22. Que tanto tus padres realmente saben.....									No saben		S. Poco		S. Mucho		Total
									F	%	F	%	F	%	
a)Dónde vas en la noche									23	22%	27	25%	56	55%	100%
b)Lo que haces con tu tiempo libre									28	26%	36	34%	42	40%	100%
c)Donde estas mayormente en las tardes después del colegio									24	23%	37	35%	45	42%	100%

Fuente: (Elaboración propia)

En el componente de control conductual se encontró que el 26% de los padres no saben lo que sus hijos hacen con su tiempo libre, así también se observa que el 22% de los padres no saben dónde van sus hijos cuando salen en la noche, los padres al no controlar las conductas de sus hijos, facilitan que sus hijos estén expuestos al consumo de alcohol, es importante que los padres estén atentos a las actividades que los adolescentes realizan durante su tiempo libre para prevenir la práctica de conductas dañinas como el consumo de alcohol.

Al hablar de control conductual se refiere al nivel en que los padres son percibidos como controladores y supervisores del comportamiento de sus hijos, cabe señalar que, los niveles altos de este componente están presente estilos de crianza de padres autoritarios. Hace referencia al grado donde el adolescente descubre que el padre interviene y controla su conducta.

Este análisis sugiere que las familias podrían beneficiarse de intervenciones orientadas a fomentar el equilibrio entre apoyo parental y la promoción de la independencia, promoviendo un entorno donde los adolescentes puedan desarrollar su identidad de manera segura y autónoma.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES Y

CONCLUSIONES

6.1 Conclusiones

Una vez analizados los resultados se presentan las siguientes conclusiones:

1º Objetivo específico: Determinar los factores sociales que se encuentran asociados al consumo de bebidas alcohólicas

El consumo de alcohol entre adolescentes está asociado por el fácil acceso a bebidas alcohólicas, la presión social, y la influencia de la cultura y la publicidad. El 57% de los adolescentes puede adquirir alcohol sin restricciones, lo que incrementa su consumo.

La presión de grupo también juega un papel importante, ya que el 37% de los adolescentes se siente influenciado por sus amigos para consumir alcohol, un comportamiento que es típico de la etapa de la adolescencia, donde la necesidad de pertenencia y aceptación es primordial, además, el 20% de los adolescentes consume alcohol en fiestas sociales o culturales, evidenciando el impacto de la cultura y el entorno social, donde el consumo es aceptado como parte de la interacción cotidiana.

Finalmente, el 17% de los adolescentes reconoce la influencia de la publicidad, que proyecta el consumo de alcohol como un sinónimo de diversión, demostrando el papel de los medios de comunicación en la normalización de esta conducta.

Respondiendo a la 1º hipótesis: El fácil acceso a la compra de bebidas alcohólicas y la influencia de los amigos son factores sociales que están asociados al consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de 5º a 6º de nivel secundario en los colegios de la primera sección de la provincia Arce, se confirma debido que según los datos analizados el factor social que predomina es el fácil acceso a las bebidas alcohólicas con el 53%, continuando se tiene a la influencia de los amigos con el 37% , por lo cual son factores altamente significativos para el consumo de bebidas alcohólicas .

2 ° Objetivo específico: Establecer los factores familiares que se encuentran asociados al consumo de bebidas alcohólicas

Los factores familiares al parecer juegan un rol importante en el consumo de alcohol por parte de los adolescentes. El 41% de los adolescentes vive en un entorno familiar donde el consumo de alcohol es habitual, lo que contribuye a la normalización de esta conducta desde el núcleo familiar. Además, un 35% de los adolescentes reporta una mala relación con sus padres, lo que sugiere que la falta de comunicación efectiva y vínculos afectivos podría estar asociada a una mayor predisposición hacia el consumo de alcohol como vía de escape o rebeldía. Otro factor preocupante es que el 25% de los adolescentes afirma que sus padres permiten el consumo de bebidas alcohólicas, lo que refuerza la idea de que la permisividad en el hogar potencia el riesgo de adquirir y mantener esta conducta.

Respondiendo a la 2° hipótesis: Un entorno familiar donde se consume bebidas alcohólicas y una mala relación con los padres son factores familiares que están asociados al consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de 5° a 6° de nivel secundario en los colegios de la primera sección de la provincia Arce, se confirma debido a que, de acuerdo a los datos obtenidos, el 41% de los adolescentes vive en un entorno familiar donde se consume alcohol.

Así también el 35% de los adolescentes indican tener una mala relación con sus padres lo aumenta el riesgo del consumo de bebidas alcohólicas.

3 ° Objetivo específico: Evaluar si los adolescentes que consumen alcohol presentan dificultades en sus relaciones interpersonales.

Los adolescentes que consumen alcohol tienden a presentar dificultades significativas en sus relaciones interpersonales, los jóvenes que tienen padres con actitudes frías o distantes o que imponen sus ideas sin permitir contradicciones muestran una mayor incidencia de conflictos interpersonales, especialmente en sus relaciones con pares. Estos adolescentes pueden sentir inseguridad y falta de habilidades comunicativas efectivas, lo cual afecta su capacidad para establecer relaciones saludables.

Así también, el escaso diálogo entre padres e hijos, podría estar asociado a una menor capacidad de los adolescentes para resolver conflictos de manera asertiva, incrementando su vulnerabilidad a mantener relaciones disfuncionales y a adoptar conductas evasivas como el consumo de alcohol.

En los resultados se puede observar una prevalencia significativa, donde el 55% de los adolescentes tienen dificultad en sus relaciones heterosexuales, mientras el 32% reporta tener dificultades en sus relaciones familiares y el 23% señala tener dificultades en las relaciones con sus amigos.

Respondiendo a la 3° hipótesis: Los adolescentes que consumen alcohol presentan alta dificultad en sus relaciones interpersonales, en cuanto hipótesis se confirma, ya que los resultados muestran que el 55% de los adolescentes tienen dificultad en sus relaciones heterosexuales, mientras que el 32% de los adolescentes manifiesta que tienen dificultad en sus relaciones familiares y por último el 23% de los adolescentes tienen dificultad en las relaciones con sus amigos.

4° Objetivo específico: Identificar el estilo de crianza que predomina es los adolescentes que consumen alcohol

El estilo de crianza autoritario es el que predomina en los adolescentes que consumen alcohol, evidenciado por el alto porcentaje de jóvenes que reportan que sus padres actúan de manera fría, si ellos hacen algo que no es del agrado de sus padres (57%), les hacen sentir culpables por malas calificaciones (49%), o los excluyen cuando hacen algo que no les gusta (34%).

Estos comportamientos sugieren un ambiente familiar controlador y poco afectivo, lo que puede llevar a los adolescentes a buscar en el alcohol una forma de escapar de la presión y las expectativas rígidas impuestas por sus padres. En menor medida, algunos adolescentes con un estilo de crianza permisivo o negligente también presentan un alto consumo de alcohol, ya que la falta de límites claros y la baja supervisión fomentan la experimentación con sustancias.

Respondiendo a la 4° hipótesis: El estilo de crianza que predomina en los adolescentes que consumen bebidas alcohólicas es el permisivo, esta hipótesis es rechazada, debido que, según los datos analizados, el estilo de crianza que predomina con el 34% es el autoritario.

6.2 Recomendaciones:

De acuerdo con los resultados se presentan las siguientes recomendaciones:

A los padres de familia

- Evitar el consumo de bebidas alcohólicas en presencia de los adolescentes, para reducir la normalización de esta conducta.
- Fortalecer la comunicación y el apoyo emocional, estableciendo una comunicación abierta y efectiva con sus hijos, escuchándolos y ofreciéndoles apoyo emocional.
- Conocer el entorno social de los hijos, supervisar las amistades y el grupo de pares de los adolescentes es clave para identificar posibles influencias negativas. Deben involucrarse en la vida social de sus hijos sin ser invasivos, promoviendo actividades familiares que refuercen el sentido de pertenencia en un ambiente sano.
- Establecer límites claros con amor y comprensión, mantener un equilibrio entre la disciplina y el afecto, con reglas claras y explicaciones sobre las razones detrás de estas normas.

A los profesionales del área:

- Implementar programas basados en la terapia familiar que aborden la dinámica interna de las familias y promuevan estilos de crianza más saludables. Intervenciones centradas en mejorar la comunicación, la resolución de conflictos y el apoyo emocional pueden ayudar a prevenir el consumo de alcohol entre adolescentes.
- Capacitación constante en formación en temas de prevención de conductas de riesgo, manejo de problemas de adicción y desarrollo de habilidades sociales.

A futuros investigadores:

- Realizar más estudios que profundicen en cómo los diferentes estilos de crianza (autoritativo, autoritario, permisivo y negligente) impactan en la conducta de consumo de alcohol y otras sustancias en los adolescentes.
- Ampliar el análisis del entorno cultural, investigar más a fondo cómo los factores culturales y el entorno social influyen en la percepción del consumo de alcohol en adolescentes. Esto permitiría identificar áreas de intervención clave, como el uso del

alcohol en festividades o rituales, y formular estrategias que promuevan cambios culturales positivos.

- Trabajar de manera conjunta con las instituciones (Alcaldía, policía, sud gobernación, etc.) para implementar estrategias y programas de prevención.

A las autoridades públicas:

- Reforzar la legislación sobre la venta de alcohol a menores, es necesario que las autoridades locales aseguren el cumplimiento estricto de las leyes que prohíben la venta de alcohol a menores de edad.
- Aumentar la vigilancia y aplicar sanciones más severas a los establecimientos que no cumplan con normativas referidas a la venta de alcohol para disminuir el acceso de los adolescentes a las bebidas alcohólicas.
- Regular la publicidad de bebidas alcohólicas, se recomienda limitar la exposición de anuncios que asocien el consumo de alcohol con la diversión o el éxito social, especialmente en medios masivos y redes sociales.