

Trabajo Fin de Grado

El consumo de alcohol en jóvenes
Alcohol consumption in young people

Autor/es

Pilar Aguerri Osta

Director/es

Pablo García Ruiz

RESUMEN

El consumo de alcohol actualmente se encuentra normalizado por la sociedad española y por ende en la población joven. El comportamiento de estos en relación con esta sustancia es de suma preocupación. El presente estudio busca analizar cómo es el comportamiento de la sociedad joven española en relación al alcohol.

Analizaremos este trabajo a través de dos técnicas diferentes, cualitativa y cuantitativa, es decir, entrevistas en profundidad y encuesta. De este modo conoceremos de primera mano cuales son los motivos, consecuencias y comportamiento de compra en aquellos más jóvenes.

ABSTRACT

Alcohol consumption is currently normalized by Spanish society and therefore in the young population. Their behavior in relation to this substance is a major concern. This project seeks to analyze how the behavior of young Spanish society is in relation to alcohol.

We will analyze this work through two different techniques, qualitative and quantitative, that is, in-depth interviews and a survey. In this way we will know first-hand what are the motives, consequences and purchasing behavior in those who are younger.

Índice

1.	Introducción	1
2.	Marco teórico	3
2.1	Qué es el alcohol	3
2.2	El consumo de alcohol en nuestra sociedad	4
2.3	Motivos del consumo de alcohol en jóvenes.....	7
2.4	Consecuencias del consumo de alcohol en jóvenes.	9
2.5	Comportamiento de compra de alcohol en jóvenes.....	11
3.	Metodología	14
4.	Análisis de los resultados	15
4.1	Resultados de la entrevista	16
4.1.2	Consumo de alcohol en jóvenes	17
4.1.3	Motivos del consumo de alcohol en jóvenes.....	18
4.1.4	Consecuencias del consumo de alcohol en jóvenes	19
4.1.5	Comportamiento de compra	21
4.2	Resultados de la encuesta.....	22
4.2.1	Consumo de alcohol en jóvenes	22
4.2.2	Motivos del consumo de alcohol en jóvenes.....	24
4.2.3	Consecuencias del consumo de alcohol en jóvenes	25
4.2.4	Comportamiento de compra	26
5.	Conclusiones	27
6.	Bibliografía	30
7.	Anexo	32

1. Introducción

El consumo de alcohol en la sociedad actual, es motivo de preocupación debido a la frecuencia con la que se realiza y la cantidad de consumo. Más aún cuando esta práctica la realiza la población juvenil, lo que incluye a menudo a menores de edad. La preocupación reside en el comportamiento de los adolescentes y jóvenes puesto que comienzan con estos hábitos nocivos y lo convierten en un estilo de vida.

En este trabajo, analizaremos el comportamiento de los jóvenes en relación al consumo de alcohol y daremos respuesta a una variedad de interrogantes, entre ellos si se trata de una moda o por el contrario un estilo de vida. Otra de las finalidades de este estudio, será averiguar cuáles son los motivos y las consecuencias de realizar esta práctica.

La elección de este tema, nace de la curiosidad y la necesidad de dar respuesta a un comportamiento que es extremadamente común en la sociedad española. Conocer las razones del consumo de alcohol dentro de la población juvenil y descubrir que les lleva a ello, es la principal fuente de motivación de este ensayo. Cabe destacar que se trata de un análisis que a cualquier miembro de esta sociedad podría interesarle. Además, podría causar cierta inquietud y tal vez llegar a replantearse el concepto que tenemos sobre el consumo de esta sustancia.

El objetivo principal de este estudio, será analizar si el comportamiento de los jóvenes enfocado al consumo de alcohol es una moda o un estilo de vida. Por otro lado, los objetivos específicos serán, averiguar cuáles son los motivos por los que adolescentes y jóvenes ingieren este tipo de sustancias. Se detallarán las consecuencias de consumir alcohol con frecuencia y en grandes cantidades. Por último, se analizará el comportamiento de compra. Para ello daremos respuesta a distintas incógnitas entre ellas, cuáles son las razones por las que se comienza a consumir alcohol o hasta qué punto nuestra sociedad normaliza el consumo de este.

La estructura de este trabajo se dividirá en función de los objetivos desde lo más general a lo más específico. Comenzaremos por abordar que es el alcohol y el consumo de este en la sociedad en general, para dar paso después al consumo en la población joven. Hablaremos de los motivos por los cuales se consume, las consecuencias que este puede producir. Para completar esta investigación indagaré acerca del comportamiento de compra, como por ejemplo, donde se compran bebidas alcohólicas, cada cuanto tiempo se realiza esto, si el nivel socioeconómico de cada individuo afecta...

La investigación del presente estudio comenzará con el análisis y descripción de diferentes estudios y trabajos realizados previamente por diferentes autores. Después, se realizarán dos análisis de carácter cualitativo y cuantitativo, primero con entrevistas y posteriormente con encuesta. De este modo, con la entrevista puedo conseguir información detallada y puedo permitir que los entrevistados se expliquen y profundicen. Después de este análisis, se realizará una encuesta en la cual tendré claro qué temas abordar directamente y cuales son aquellas preguntas que necesito responder de forma masiva para poder sacar conclusiones claras. Con el conjunto de todas las líneas de investigación y análisis se pretende dar respuesta a todos los interrogantes planteados con respecto a los objetivos mencionados.

2. Marco teórico

2.1 Qué es el alcohol

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define el alcohol como una **sustancia psicoactiva con propiedades causantes de dependencia**. Sin embargo, el organismo también reconoce que se ha utilizado "ampliamente" en muchas culturas durante siglos. El uso nocivo del alcohol causa una alta carga de morbilidad y tiene importantes consecuencias sociales y económicas.

El consumo de alcohol puede ser la causa de hasta 200 enfermedades, traumatismos y otros trastornos de la salud. Además, puede provocar la aparición de trastornos mentales, incluyendo el alcoholismo, "enfermedad crónica por la que una persona siente deseo de tomar bebidas alcohólicas y no puede controlar ese deseo". El consumo nocivo también afecta a familiares, amigos, compañeros de trabajo...

Una proporción importante de la carga de morbilidad atribuible al consumo de alcohol consiste en traumatismos intencionales o no intencionales, sobre todo aquellos relacionados con accidentes de tráfico, violencia y suicidios.

El modelo cultural de la globalización vende la idea del consumo de drogas como sinónimo de placer, socialización y éxito, pero luego rechazan a quienes abusan de estas. El problema real no es el abuso de las sustancias, ya que la sociedad ha convivido con ellas durante milenios, usándolas para fines lúdicos, de placer o de conocimiento; el verdadero problema es que no hay un estudio exhaustivo donde se analice acerca del abuso de drogas (Clavel, 2013).

Uno de los factores que influyen a la normalización del consumo de esta droga, es la tolerancia social que existe y la escasa percepción de riesgo. Gran parte de esta distorsión

del riesgo podría deberse a la asociación del consumo de alcohol con diversión entre otras muchas causas.

El alcohol, se encuentra ampliamente extendido entre los adolescentes, a nivel mundial (Salomó, Gras, y Font, 2010). Las lesiones mortales relacionadas con esta sustancia, suelen afectar en mayor medida a grupos de personas jóvenes.

El vínculo que los jóvenes españoles mantienen con el alcohol se basa principalmente en el uso de este durante su tiempo de ocio. El consumo de drogas, especialmente de alcohol, ha hecho mella en los más jóvenes, hasta convertir esta práctica en un elemento esencial de la cultura juvenil y de sus formas de ocio.

El consumo de alcohol ha pasado a ser un componente protagonista y dinamizador del ocio de muchos jóvenes, en concreto durante la vida nocturna del fin de semana.

Una vez conocido lo que es el alcohol de una manera global, vamos a indagar acerca del consumo del alcohol en nuestra sociedad, específicamente la conducta en jóvenes y adolescentes.

2.2 El consumo de alcohol en nuestra sociedad

Debido a la prevalencia y repercusión del consumo de alcohol a nivel mundial, la adicción a este lo reconoce como la actual toxicomanía de mayor relevancia, cuyas consecuencias se manifiestan como enfermedad y muerte. Sin embargo, todavía no se reconoce si se trata de un problema de salud o un problema social, ya que no afecta sólo a individuos sino también a la sociedad.

El tabaquismo y el alcoholismo según la OMS son las drogodependencias más extendidas en nuestra sociedad, representan, la primera y tercera causa de años de vida con algún tipo de discapacidad. Uno de los últimos informes del Observatorio español sobre Drogas

y las adicciones (OEDA), afirma que gran parte de españoles consume bebidas alcohólicas esporádica y habitualmente.

España ha estado caracterizada por tener un patrón de consumo de tipo mediterráneo, lo que se traduce en la ingesta de pequeñas dosis de bebidas alcohólicas a lo largo del día. Sin embargo, durante los últimos años, gran parte de la juventud ha adoptado una nueva forma de consumición denominada “Binge Drinking”, que consiste en tomar grandes cantidades de alcohol durante un corto periodo de tiempo realizándose principalmente los fines de semana (Calafat et al., 2005; Cortés, Espejo & Giménez, 2007).

Este nuevo patrón de consumo, denominado atracón de alcohol o binge drinking (5 unidades de alcohol los varones y 4 unidades las mujeres en un intervalo aproximado de 2 h), se realiza habitualmente bajo la práctica del “botellón” o “salir de marcha” (Calafat et al., 2000).

Cabe indicar que entre aquellas actividades de ocio más practicadas por estudiantes, se encuentra en segundo lugar el ir de bares o discotecas (el 74,8% de los encuestados, realiza esta actividad), tan solo superada por salir con amigos/as (Pardo, 2002).

De hecho, actualmente embriagarse ha pasado de ser un hecho ocasional y fortuito a ser la meta en sí misma; el joven busca emborracharse, y lo percibe y acepta como un hecho normal (Calafat et al., 2000; Coleman & Cater, 2005).

Tal y como menciona la Organización Mundial de la Salud citada por Monteiro (2007), la adolescencia es una etapa de especial riesgo, en la que se comienza a experimentar con el alcohol. Entre los jóvenes, el alcohol es la droga predilecta, este no solo es una sustancia cuyas consecuencias pueden ser graves, sino que los adolescentes carecen de las habilidades de criterio y resistencia para manejar el alcohol con prudencia.

Actualmente, el excesivo consumo de alcohol por parte de los más jóvenes es motivo de alerta y preocupación entre los adultos. Los datos acerca del consumo de alcohol entre estudiantes de Enseñanzas Secundarias en España, aseguran que una gran mayoría de ellos consume alcohol, con una destacable similitud con la población adulta. El 34% de los escolares, subrayan haber salido por las noches todos los fines de semana durante el último año (Pardo, 2002).

Como podemos observar en la encuesta realizada sobre drogas a la población escolar, durante 2018 el 77,9% de los encuestados decían haber probado el alcohol alguna vez en la vida, cabe destacar que la muestra usada para este estudio fueron escolares en una edad comprendida entre los 14 y los 18 años. Además, el 75,9% dicen haber consumido alcohol en los últimos 12 meses y el 58,5% en los últimos 30 días. Son unas cifras alarmantes, gran parte de los porcentajes han aumentado, lo que se traduce en un aumento de consumo de alcohol en los más jóvenes. (Ver Anexo gráfico 2.1.2.1).

En España, el consumo intensivo de alcohol en jóvenes se relaciona con el politoxiconsumo, es decir, el consumo de diferentes sustancias, esto es un factor de riesgo para posibles desarrollos en un futuro de abuso y dependencia alcohólica (Balodis, Potenza & Olmstead, 2009). Además, las urgencias hospitalarias relacionadas con el consumo de alcohol en jóvenes, se elevan cuantiosamente durante los fines de semana o festivos (Sanchez, Redondo, García & Velázquez, 2012). Gran parte de los jóvenes tienen una percepción distorsionada de los efectos adversos de esta sustancia, a pesar de disponer de información con respecto a estos efectos negativos (Moral & Ovejero, 2011; Morales et al., 2015).

Según el Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones, durante los años 2018 y 2019, casi la mitad de los estudiantes (44,5%), se emborrachó en el último año, mientras que el 24,3% se emborrachó en el último mes. La primera borrachera, en promedio, sucedió a los 14,8 años, anterior al inicio del consumo semanal de alcohol (15,2 años).

Como hemos podido comprobar, el consumo de bebidas alcohólicas entre estudiantes de instituto es altamente frecuente. Existiendo en la mayoría de casos permiso parental para la realización de esta conducta (Cicua, Méndez, y Muñoz, 2008; López y Rodríguez-Arias, 2010).

La disponibilidad y aceptación social de drogas legales ha dado paso al desmedido uso y consumo de estas por parte de los jóvenes en nuestra sociedad (Inglés et al., 2007).

2.3 Motivos del consumo de alcohol en jóvenes

La adolescencia es la etapa en la cual una persona pasa de ser niño a ser adulto, es por ello que es un momento vital en el que el hábito social de consumo de alcohol es altamente probable. Este periodo de transición, está distinguido por una “cultura de edad” de la que el adolescente se siente miembro y en la que va configurando sus propios comportamientos, interiorizando valores y compartiendo espacios y tendencias normativas, de manera que contribuye a la conformación de su identidad psicosocial. Durante esta fase comienza la toma autónoma de decisiones en aspectos relativos a vínculos interpersonales, la pertenencia a determinados grupos de iguales y la propia construcción de aspectos identitarios (Faílde, Dapía, Alonso & Pazos, 2015; Pedreira, Blanco, Pérez-Chacón & Quirós, 2014).

Esta etapa es clave dado que se caracteriza por no tener configurada y afianzada la personalidad completamente, por lo tanto la persona es fácilmente influenciable en esta etapa vital (Ruiz-Juan, De la Cruz, Ruiz-Ruisueño y García, 2008) y en ella se construye el estilo de vida. Durante su conformación, aumenta la propensión al consumo, pero en caso de no adoptar hábitos nocivos durante este periodo, es menos probable que los adquiera una vez llegado a la etapa adulta. Por ello, es de gran importancia la adopción de hábitos saludables desde edades tempranas, para que estas conductas prosigan durante la etapa adulta.

Las principales razones por las cuales se consumen sustancias psicoactivas están asociadas a la búsqueda de identidad y libertad, nuevas emociones, la curiosidad por los efectos que estas provocan, además de la vía de escape que puede suponer el consumo de estas (Monsalve et al., 2011).

La prevalencia de conductas saludables o perjudiciales depende en gran medida de las rutinas adoptadas en esta época de cambios individuales y sociales. Los adolescentes componen el colectivo social más vulnerable, incomprendido y desprotegido. Es de suma

importancia tener en cuenta los factores que pueden influir en esta etapa, sobre todo si conllevan riesgo, como la familia, el grupo de iguales o los docentes, entre otros (Ruiz-Juan, y Ruiz Risueño, 2011).

La influencia familiar juega un papel fundamental para explicar la aparición de diversas conductas. Los hábitos familiares influyen en gran medida a la hora de fijar, mantener o eliminar las pautas de comportamiento del adolescente. (Abad et al., 2012). Es por ello, que puede ser un factor de protección o riesgo. También, es elemental en los jóvenes la percepción que tienen acerca del riesgo que conlleva este consumo y sus representaciones sociales. La sociedad construye una serie de representaciones que conforman una identidad social y marca las relaciones de los jóvenes, dando paso a diversos problemas de consumo (Jiménez et al., 2020).

En varias investigaciones, se ha confirmado que los adolescentes imitan en gran medida el comportamiento de consumo de alcohol que perciben en los adultos de su entorno social, en concreto en su entorno familiar.

España es uno de los países con mayor nivel de producción de bebidas alcohólicas (el tercero del mundo en producción de vino, el octavo en bebidas destiladas, el noveno de cerveza), lo cual junto con el gran arraigo social que tiene el alcohol en nuestra cultura y la gran accesibilidad y oferta que hay, es el primero dentro de la Unión Europea en estos aspectos, agrava enormemente el problema (Gómez et al., 2001).

La decisión final es lo que dictamina la conducta de cada individuo, sin embargo, hay factores psicológicos, sociales, psicosociales y biológicos que influyen de cierto modo a la ingesta de alcohol por parte de los más jóvenes. Entre estos factores podemos destacar el hecho de consumir estas sustancias para olvidar problemas personales, para sentir emociones y sensaciones nuevas, para superar la timidez y de esta forma poder relacionarse mejor... Además, como venimos analizando, la gran influencia de factores

socioculturales es clave a la hora de que el adolescente acepte el disfrutar del ocio a través del consumo de alcohol. (Ver Anexo gráfico 2.2.1).

Como podemos ver en la encuesta realizada por el Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (OEDA), destacaría como el 26,3% de las respuestas están relacionadas con problemas psicológicos (consumir alcohol ayuda cuando estás deprimido). Además el 6,5% está estrechamente relacionado con el hecho de dejar de ser uno mismo para poder ser de una manera determinada y poder encajar dentro de un nicho social. Lo cual puede ser preocupante si ese consumo se convierte en algo recurrente para poder pertenecer a un grupo.

Todas estas motivaciones relacionadas con el consumo de alcohol pueden llevar al consumo de forma habitual y de esta forma provocar consecuencias irreparables tanto en la vida personal como en la sociedad en general.

2.4 Consecuencias del consumo de alcohol en jóvenes.

El consumo de drogas a edades tempranas es habitual en los espacios de ocio nocturno, donde los jóvenes llevan a cabo un proceso de identificación mediante la recreación. En estos entornos, se realizan todo tipo de actividades de carácter socio-lúdico, tales como la participación en bares, discotecas o el gran aclamado “botellón”. Los jóvenes socializan a través de estas prácticas, las cuales normalmente incluyen el consumo de sustancias. Todo ello puede dar lugar a consecuencias problemáticas como agresiones, la conducción bajo los efectos producidos por los estupefacientes, la violencia sexual... (Jiménez et al., 2020b)

Según el informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2014), el consumo de alcohol representa una amenaza para la salud pública de nuestra sociedad. Además, son múltiples los factores asociados a su consumo, como las urgencias debido a accidentes de

tráfico en donde el alcohol es protagonista, intoxicaciones agudas, altercados violentos, suicidios, entre otras (Bejarano & Sáez, 2008; Farke & Anderson, 2007; Galicia, Alonso & Nogué, 2014; Isorna, Fariña, Sierra & Vallejo-Medina, 2015). Se estima que el alcohol por sí solo provoca aproximadamente un 3,44% de las defunciones en España y un 26,6% de las urgencias hospitalarias (García y Portella, 2002; Oliva y Rivera, 2006; Scandurra, García, y Nebot, 2011).

Las drogas legales tienen consecuencias en diferentes grados, no solo se limitan a daños físicos y psicológicos, sino que pueden derivar en problemas de comportamiento como el aumento de conductas violentas (Kose et al, 2015; Krahe et al, 2015), o la disminución del rendimiento académico (Vinader-Caerols, Monleón y Parra, 2014). Además también puede favorecer a la aparición de anomalías neurocognitivas en jóvenes (López-Caneda et al., 2014).

El abuso de alcohol en adolescentes puede ser el principal factor de riesgo por el cual pueden perder sus años de vida los jóvenes con edades entre los 10 y 24 años (Gore et al., 2011), esto es un problema global ya que es el causante de millones de muertes, incluyendo a miles de jóvenes (Organización Mundial de la Salud, 2011).

Como solución al consumo de drogas como el alcohol, diversos autores sugieren adquirir hábitos saludables que estén asociados a un estilo de vida saludable como puede ser la práctica de actividades deportivas (Cerkez et al., 2015).

En definitiva, son los patrones de consumo los que definen los beneficios y daños: dónde, qué, cómo, cuándo, con qué frecuencia y con quien bebe la sociedad, todo ello son influencias importantes. El consumo de alcohol, como otras miles de conductas, se aprende, puede estar acompañado de elecciones responsables y puede prevenirse la posibilidad de que cause daño.

2.5 Comportamiento de compra de alcohol en jóvenes

El proceso de compra, de manera habitual, se caracteriza por ser el conjunto de pasos que se realizan de forma consecuente, a veces con retornos hacia atrás, hasta llegar a la decisión final, que se traduce como compra. La mayoría coincide en que este proceso consiste en las siguientes etapas: el despertar, identificar o reconocer las necesidades; recopilación de la información; formulación de la elección; incluyendo la evaluación de las consecuencias (Dubois & Rovira, 1998).

Gran parte de los estudios coinciden en que este proceso de una u otra manera está influido por unas circunstancias, aspectos o factores internos y externos (Khan, 2001).

La definición de consumidor según la Real Academia Española (RAE) es, “persona que adquiere productos de consumo o utiliza ciertos servicios”. Sin embargo, Kotler y Armstrong lo definen como aquel que usa o dispone de un producto o servicio que tiene pensado adquirir para satisfacer sus necesidades. Además, Rivera et al. (2009) define el comportamiento del consumidor como “proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando buscan, evalúan, adquieren y usan o consumen bienes, servicios o ideas para satisfacer sus necesidades”.

Los distintos estilos de compra, relacionados con la compra de productos, se caracterizan por percibir y ejecutar un proceso de toma de decisiones (Harren, 1979). Diferentes autores como Sproles, definen estilos de compra como una orientación mental que caracteriza a un consumidor cuando toma una decisión de compra. La orientación mental se compone de factores psicológicos, los rasgos de personalidad y todo el universo de cuestiones comportamentales y situacionales que determina al sujeto.

Desde un punto de vista más sociológico, la sociedad en general de diferentes países se mueve con facilidad, se comunican y compran aprovechando las nuevas tecnologías (Ruiz, Sanz y Hernandez, 2011), esto provoca que el mercado sea cada vez más homogéneo (Küster, Aldás, Rodríguez y Vila, 2010).

La disponibilidad objetiva de alcohol, entendiendo este concepto como el conjunto de negocios que venden bebidas alcohólicas, depende del consumo de alcohol (Foster et al., 2017; Paschall, Grube, Thomas, Cannon, & Treffers, 2012; Rowland et al., 2014). Estos negocios se clasifican en locales donde se consume la propia sustancia alcohólica adquirida (bares, restaurantes...) y locales donde se consume el alcohol fuera de este (licorerías, supermercados...) (Gruenewald, 2011). Además, el hecho de disponer con facilidad de estos locales, genera el riesgo de presentar un consumo episódico excesivo de alcohol (Montejano et al., 2019).

El volumen total de ventas de bebidas alcohólicas efectuadas en 2020 se sitúa en 4.372 millones de litros y es menor que en 2019, rompiendo así la tendencia al alza observada hasta 2019. Esto se debe a un cambio relacionado con la pandemia.

Cabe destacar que según el afamado publicista David Ogilvy, “el 32% de los bebedores de cerveza beben el 80% de la cerveza... El 14% de las personas que bebe ginebra consumen el 80% del total”.

Dentro de este tipo de consumo, existe un colectivo especialmente vulnerable y es que los jóvenes son el principal objetivo de la industria del alcohol. Su publicidad va expresamente dirigida a este segmento de la población donde se les muestra una vida ideal compuesta entre otras cosas por éxito, diversión, sexo... Los protagonistas de los distintos anuncios son atractivos, divertidos, es decir, de una forma u otra se trata de una publicidad que a los más jóvenes les persuade de comprar este tipo de bebidas. Como es de esperar en este tipo de anuncios publicitarios no aparece ningún tipo de riesgo o preocupación con respecto a la salud y lo que el alcohol puede afectar a esta. Los límites en este tipo de publicidades, son escasos, ni desde el Gobierno ni las Comunidades Autónomas ponen empeño en poner “líneas rojas”.

Según un estudio (Observatorio Español sobre Drogas, 2000), entre las preferencias de los escolares por los distintos tipos de bebidas, destacan los combinados o cubatas, (el 47,3% lo consumió), seguidos de la cerveza y la sidra (30,5%), los licores de frutas (25,8%) y el vino y champán (24,7%). Dentro de estos consumos, hay diferencias entre los fines de semana y días laborales, de este modo, la cerveza es la bebida preferida en

los días de trabajo y durante los fines de semana lo son los combinados. (Ver Anexo tabla 2.4.1).

Además, como podemos ver, estarían muy igualadas las preferencias de compra entre supermercados y bares o pubs (54%), seguido muy de cerca por tiendas de barrio (49,9%). También donde más se consumen estas bebidas son en bares o pubs y en zonas públicas, esto guarda una gran relación con que sean jóvenes ya que tal vez en algunas discotecas no tienen autorizada la entrada de manera legal. (Ver Anexo tabla 2.4.2).

Por otro lado, algunos estudios (Gabhain y François, 2000) han encontrado una relación significativa entre el consumo de alcohol en los más jóvenes y el nivel socioeconómico, afirmando que el consumo es más alto en adolescentes de clase media y alta (Bernabeu, Olmeda y Díaz, 2005). (Ver Anexo tabla 2.4.3).

Por último, podemos destacar el poco compromiso que tiene la sociedad de cara al consumo de los jóvenes y adolescentes. La imagen que se traslada desde distintos estudios es que este colectivo tiene casi completa libertad y pocas restricciones a la hora ingerir este tipo de sustancias tal y como hemos podido comprobar.

3. Metodología

Antes de describir la metodología llevada a cabo en este trabajo, vamos a abordar las distintas hipótesis en base a las investigaciones realizadas en los diferentes estudios de campo. Después, analizaremos si los datos que hemos recogido las confirman o no para la población objeto de nuestro estudio.

- Los jóvenes comienzan a beber a la edad de 14 años.
- La mayoría de los jóvenes han probado el alcohol al menos una vez en la vida y parte de ellos se han emborrachado en los últimos 30 días.
- Gran parte de los jóvenes que beben lo hacen por diversión, pero también hay un leve porcentaje que lo hace para evadirse de sus problemas.
- Un elevado porcentaje de los jóvenes han tenido problemas de salud derivados del consumo de alcohol.
- Donde más compran las personas jóvenes es en supermercados y bares, y donde más se consumen son en bares y en zonas públicas.
- La consumición que más bebe la gente joven son los cubatas, seguido de la cerveza.
- Aquellos con nivel socioeconómico más alto, consumen más bebidas alcohólicas.

En lo que ha metodología se refiere, voy a explicar cuál ha sido la forma de extraer información para el presente estudio.

Para comenzar, con el fin de obtener una idea más general de las prácticas y los hábitos de los jóvenes en torno al alcohol, he realizado entrevistas en profundidad. Se trata de una técnica cualitativa, donde se pueden abordar temas tabúes como pueden ser diferentes conversaciones que parten como origen del consumo de alcohol. Además, consideré que era una buena forma para hacer un paso previo a realizar una encuesta ya que de esta forma podría obtener una información más detallada y podría indagar más a fondo.

Posteriormente, tal y como he indicado, hice una encuesta, se trata de una técnica cuantitativa. Esta la realicé a través de Google Forms, ya que desde mi punto de vista podía llegar a más personas y sobre todo gente más joven, las cuales conviven con las nuevas tecnologías. Todas las encuestas se han realizado desde el anonimato, brindado a los encuestados la oportunidad de ser completamente sinceros además de dar libertad y comodidad a la hora de responder.

A continuación voy a presentar los resultados obtenidos de ambas técnicas.

4. Análisis de los resultados

Antes de comenzar con los distintos análisis de las técnicas de obtención de información llevadas a cabo, voy a detallar cuáles han sido los diferentes perfiles en los que he centrado mi investigación.

La primera técnica de ellas, ha sido la entrevista, en la cual he entrevistado a tres perfiles diferentes con el fin de conseguir una información más amplia acerca del tema de estudio. Las características principales de los entrevistados han sido las siguientes:

- E1 (Entrevistada 1): Se trata de una mujer, de 22 años. Reside en Zaragoza. Está finalizando sus estudios universitarios a la vez que los compagina con un trabajo los fines de semana y festivos. En su tiempo libre le gusta pasar tiempo con sus amigos, leer, ver series...
- E2 (Entrevistada 2): Se trata de una mujer de 26 años. Reside en Zaragoza. Trabaja en una entidad bancaria. En su tiempo libre, le gusta pasar tiempo con sus amigos, la naturaleza y jugar a rugby.

- E3 (Entrevistado 3): Se trata de un hombre de 24 años. Reside en Zaragoza. Trabaja como integrador social en un centro de menores. En su tiempo de ocio, le gusta pasar tiempo con su novia, con sus amigos y salir de fiesta.

En la segunda técnica utilizada, la cual ha sido una encuesta, el perfil de encuestado principal ha sido la población joven. He querido poner el foco en personas de entre 18 y 30 años, no obstante no he excluido a ninguna persona por su edad sea cual sea esta, anteriormente han tenido la edad de objeto de estudio, por lo tanto habría cierta información que tal vez podría ser útil.

4.1 Resultados de la entrevista

4.1.1 Consumo de alcohol en nuestra sociedad

Para comenzar, todos los entrevistados han coincidido en algo concreto y es que el alcohol está completamente normalizado en nuestra sociedad y en nuestra cultura. Además, tanto E1 como E3, sostienen que el consumo de alcohol está directamente relacionado con celebrar y se asocia estrechamente con un sentimiento positivo. También coinciden en que al estar tan normalizado, se desconoce lo que es realmente una bebida alcohólica y los riesgos que esta puede llegar a tener en la sociedad. E2, sostiene que el alcohol se idealiza porque está asociado a socializar, evadirte...

Muy ligado a lo comentado anteriormente, la adicción al consumo de alcohol es algo difícil de percibir dada la normalización que se tiene de esto. Tanto E1 como E2 coinciden en que solo se percibe si la situación es extremadamente grave, como por ejemplo cuando comienza a afectar a su día a día de una forma llamativa como puede ser llegar tarde al trabajo de manera reiterada. Por otro lado, E3 sostiene que si se percibe cuando una persona es alcohólica pero considera que es un problema de menor gravedad que otras adicciones por la normalización que reside en nuestra sociedad. Además, destaca que en caso de adicción al alcohol, es complicado ponerle solución debido a que es algo que está al alcance de cualquiera.

La pandemia fue una época convulsa para la sociedad en general, es por ello que también afectó al consumo de alcohol en la población. Tanto E1 como E2 destacan que fue un momento que afectó de manera negativa, es más E2 va más allá y profundiza en qué afectó al hecho de normalizar beber solo en casa. E3, considera que el COVID-19 afectó tanto positivamente como negativamente, hay personas que comenzaron a beber más, sin embargo otras comenzaron a realizar deporte.

Si hay algo en lo que hay unanimidad es en la bebida más consumida por nuestra sociedad, sin lugar a dudas es la cerveza, durante las entrevistas no dudaron un segundo en su respuesta. Algo en lo que también han coincidido ha sido en el lugar donde se comienza a consumir antes, destacando que en poblaciones pequeñas se comienza antes. Puesto que los círculos son más amplios en edad es más fácil comenzar a beber alcohol. E1 comenta al respecto que también depende de las influencias y el grupo de personas de las que te rodeas.

4.1.2 Consumo de alcohol en jóvenes

Algo que podría prevenir el nivel de consumo en jóvenes serían las campañas de prevención. Sin embargo, tanto E2 como E3, afirman que no existe una campaña que les importe y que les pueda afectar, nuevamente el que esté tan arraigado el consumo de alcohol provoca que la población joven de poca credibilidad a estas acciones. E1 es más optimista con respecto a esto, ella cree que una campaña impactante sí que podría conmover a los jóvenes.

En cuanto a la flexibilidad por parte de los padres a la hora de que sus hijos consuman alcohol, E1 subraya que los padres no se toman en serio que sus hijos consuman alcohol. Además E3, destaca que es algo que se permite más que otras cosas, aunque también procede a mencionar que hay padres que si intentan poner barreras o remedios a este tipo de comportamientos. Por su parte, E2 cree que depende de cada familia, hay progenitores que incluso les compran bebidas alcohólicas a sus hijos.

Algo que es extraño pero no debería serlo en nuestra sociedad, es el hecho de que haya personas que no consuman alcohol. Tanto E2 como E3 coinciden en que aquellos jóvenes que no consumen es porque han visto de cerca la adicción al alcohol y lo perjudicial que puede ser el consumo de este. Personalmente, E1 no consume alcohol por motivos religiosos, también considera que hay personas que no consumen por sus propias convicciones, por su círculo de amistades, o simplemente no les atrae la idea. Por otro lado, existen personas que aunque consumen alcohol, no les gusta en sí la bebida, con respecto a esto todos ellos piensan que los efectos que produce es una de las razones por las que beben. E1 y E2 profundizan un poco más alegando que otras de las causas son la sociabilización, pertenecer a un grupo y encajar.

Pasando a la cantidad de alcohol que se suele consumir por parte de los más jóvenes. E1 cree que por lo general se consumen 3-4 cubatas por noches, E2 cree que la media de consumiciones suelen ser 5 por noche. Además, E2 y E3 coinciden en que la población joven suele consumir alcohol entre 3 y 4 días a la semana. Los lugares en los que más se suele consumir según los entrevistados es, si eres adolescente en parques y si tienes más edad en bares y discotecas. Por último, el binge drinking y la práctica del botellón es algo que se realiza frecuentemente, todos han coincidido en esta respuesta.

4.1.3 Motivos del consumo de alcohol en jóvenes

Un tema de debate es cuales son los motivos que llevan a la población joven a consumir alcohol. El hecho de encajar es uno de esos motivos, todos ellos coinciden en esto, otros de los motivos son socializar, ser parte de un grupo y la presión social. Estas razones también van muy ligadas al hecho de seguir consumiendo tras haberlo realizado por primera vez.

Por otro lado, tanto E1 como E3 coinciden en que habría que alertar y proteger a los más jóvenes de lo que es el alcohol y lo que conlleva tener una adicción, además, E1 opina

que esta prevención parte de dos focos, uno de ellos los adolescentes y el otro los padres. E2 cree que es inevitable que se consuma alcohol pero también piensa que habría que enseñar la realidad del hecho de consumir.

Profundizando un poco más en las causas del consumo de alcohol. Todos los entrevistados opinan que los problemas psicológicos y emocionales están considerablemente relacionados con el consumo. E2 considera que es una vía de escape.

4.1.4 Consecuencias del consumo de alcohol en jóvenes

Las consecuencias a futuro del consumo de alcohol debería ser una fuente de preocupación en nuestra sociedad. Sin embargo, E1 y E2 transmiten que la sociedad ni es consciente ni les importa lo que pueda suceder en un futuro debido al consumo de esta sustancia. Creen que es algo negativo el hecho de que no exista una enfermedad clara asociada al consumo excesivo de alcohol. Además, E2 menciona que socialmente no se está poniendo una medida para parar el consumo de alcohol. Por su parte, E3 opina que hay población a la que sí le importan estas consecuencias pero hay otra parte a la que no.

A veces, el hecho de consumir alcohol puede ir asociado al consumo de otras drogas, en este caso E2 y E3 coinciden en que esta situación está muy relacionada entre sí. E3 cree que el alcohol puede ser la puerta al consumo de otras sustancias. E2 sigue la misma línea ya que piensa que todo está hilado y el alcohol es el principio de todo. Por otro lado, E1 subraya que no está relacionado el consumo de alcohol con consumir otras sustancias, pero que el ambiente donde se consume es clave, es decir, las influencias pueden jugar un papel primordial.

Otras de las consecuencias, es el efecto que produce el consumo en el rendimiento académico, E2 y E3, lo tienen claro, beber alcohol sí que afecta al rendimiento académico. En el caso de E2, desde su punto personal, a ella no le ha afectado. Por el contrario, E1

destaca que depende del estilo de vida que tenga cada persona puede ser un problema o no.

Un punto a destacar, es la violencia, en este aspecto, todos los entrevistados han estado de acuerdo, la violencia está altamente relacionada con el consumo de alcohol. Las razones que dan es que cuando consumes lo sueltas todo (E1), el alcohol te hace ser muchas veces lo que no eres (E2), pierdes la noción, no se es consciente de los actos que se hacen (E3)...

Siguiendo en la misma línea, la seguridad muchas veces es un motivo de alerta y preocupación. E3 cree que sí deberían incrementar la seguridad. Por otro lado, E1 y E2 coinciden en que no debería incrementarse, ambas dan razones diferentes al respecto. Si hay mucha seguridad tal vez pueda suponer que acudan menos personas al establecimiento porque piensan que algo malo puede ocurrir (E1), la entrevistada termina diciendo que tal vez en algunos lugares sí que debería haber más seguridad. El motivo que da E2, es que el problema está en nosotros que no sabemos comportarnos, el problema no es del sitio si no de las personas.

Para adentrarnos un poco más en problemas causados debido al excesivo consumo de alcohol, se les preguntó si habían vivido algún episodio en el que hubieran tenido algún problema de salud. Todos ellos han vivido de cerca lo que es sufrir un coma etílico (E1 destaca que es algo común), caídas, hacerse heridas... E2 narra un episodio escalofriante en el cual una amistad suya entró en parada cardíaca siendo adolescente.

4.1.5 Comportamiento de compra

Para finalizar, un tema que no podía faltar dentro de la entrevista era el comportamiento de compra, dado que para consumir se tiene que llevar a cabo este proceso.

El lugar donde los entrevistados compran alcohol, es diverso. E1 como anteriormente he mencionado no consume, pero cree que los adolescentes compran en supermercados o tiendas de barrio y la población que es un más mayor en bares. Desde su propia experiencia, E2 compra alcohol tanto en supermercados como en bares (60% bares, 40% supermercados). Por su parte, E3 consume normalmente en bares, discotecas... Todos los entrevistados compran a menudo alcohol (E1 habla desde la experiencia de su entorno). E2 profundiza y da datos más claros, ella compra bebida alcohólica mínimo cinco días a la semana. Si antes comentaban que la bebida por excelencia en la sociedad en general es la cerveza, los jóvenes por su lado, lo que más consumen son cubatas.

Algo que puede afectar negativamente en la población más joven es toda la publicidad creada en relación a consumir alcohol. E2 y E3 son contundentes, la publicidad es engañosa. Hay marcas que patrocinan festivales y hay personas que se van a lugares idílicos de la mano de marcas de bebida alcohólica (E2). Además, el alcohol está en todos los sitios, series, películas... Personas que puedes considerar héroes muchas veces consumen alcohol, esto también afecta (E3). Rompiendo esta opinión, E1 transmite que la publicidad no va dirigida a jóvenes, pero desde su punto de vista la publicidad en torno a esta sustancia es atractiva. Hay marcas que tienen buen branding que tal vez solo la comprarías por el packaging, las campañas con influencers. Este tipo de publicidad está descontrolada.

Por último, algo indispensable a analizar era el vínculo entre el nivel socioeconómico y el alcohol. Todos coinciden en que a mayor nivel socioeconómico, más consumo. Sin embargo, E1 y E3 también mencionan que si un individuo quiere beber lo va a hacer, porque se puede hacer de forma barata. Siguiendo la misma opinión, E2 destaca que tal

vez se puede consumir de manera igualitaria pero que una persona con más dinero va a beber alcohol de calidad.

4.2 Resultados de la encuesta

Posteriormente a las entrevistas realizadas, ya comentado anteriormente, se lanzó una encuesta donde el público objetivo era la población joven en general. Inicialmente, la muestra obtenida fue de 152 respuestas. Finalmente, las respuestas válidas han sido 147. A pesar de no excluir a nadie de contestar la encuesta, dada la poca información que he obtenido por parte de individuos de más de 30 años, me he focalizado en los restantes grupos de edad.

Los grupos de edad que más han contestado la encuesta han sido los de 18 años a 21 años (42,8%) y los de 22 a 25 años (39,5%). Además, el género ha sido equitativo siendo el 54,6% mujeres y el 45,4% hombres. Por otro lado, la renta más común ha sido de 1001€ a 3000€ y gran parte de los encuestados tienen estudios universitarios.

4.2.1 Consumo de alcohol en jóvenes

Para comenzar, una pregunta obligatoria era la regularidad con la que los jóvenes beben alcohol. Como podemos observar la mayoría de encuestados beben alcohol con regularidad. Tanto aquellos de entre 18 y 21 años (26,53%) como de 22 y 25 años (25,17%), consumen de forma similar con regularidad. Además, las mujeres de entre 22 y 25 años consumen menos alcohol que los hombres. Un dato a destacar es que del total de hombres de entre 22 y 25 años (19,05%), el 14,29% consume alcohol con regularidad. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.1.1).

Estrechamente relacionada con la primera pregunta realizada, se les preguntó cuándo había sido la última vez que se habían embriagado. Los mayores porcentajes de respuestas

se sitúan en los últimos 30 días. Si hay un colectivo que hay que destacar es aquellos de entre 18 y 21 años, dado que del 44,22% siendo el total, el 34,01% de los encuestados se han emborrachado en los últimos 30 días. Nuevamente se puede subrayar que las mujeres beben ligeramente menos alcohol que el género masculino. De hecho en el grupo de 22 a 25 años, el 10,2% de los que se han embriagado en el último año el 8,84% lo componen mujeres, compensando de esta forma el excesivo consumo de alcohol. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.1.2).

El número de días que se suelen consumir bebidas alcohólicas es entre uno y dos días por semana. El grupo de encuestados más jóvenes suele consumir entre uno y dos días (34,69%), seguido de ningún día (6,12%), a pesar de que este es el segundo porcentaje más alto, destaca el alto porcentaje de encuestados que beben entre unos y dos días, ya que quiere decir que consumen todas las semanas.

Más preocupante es el grupo de entre 22 y 25 años, el 23,13% consumen entre uno y dos días, pero el 12,24% lo hacen entre 3 y 4 días por semana, un dato que es ciertamente alarmante. Además el último grupo de edad (26 a 29 años), el consumo de entre un día y dos días y tres y cuatro días, está ligeramente empatado siendo respectivamente un 6,8% y un 6,12%.

Nuevamente si nos fijamos en el género podemos ver que los datos son equitativos, pero podemos ver que los hombres de entre 22 y 25 años beben algo más que las mujeres. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.1.3).

Además, una cuestión relevante a investigar era la edad en la que comenzaron a beber. Los datos obtenidos, constatan que el rango de edad más común para comenzar a beber es de los 13 a los 15 años. Si tenemos que destacar dos edades, son los 14 y los 15 años. Lo cual considerando las edades preguntadas en las encuesta, no se trata de las más tempranas, aún con esto es una edad precoz.

En este caso, las mujeres comienzan a beber más tarde, surgiendo un ligero pico en la edad de 14 años. Sin embargo el 9,52% de ellas comienzan a beber más tarde de los 16 años, siendo un 4,16% los hombres que comienzan a esta edad. Siguiendo con el género masculino, el 6,12% de ellos comienza a consumir a los 12 años, este porcentaje es mayor que aquellos que comienzan más tarde de los 16 (4,76%), desde luego es un dato a marcar en rojo.

4.2.2 Motivos del consumo de alcohol en jóvenes

Tras preguntar a los encuestados cuáles son sus motivaciones personales para consumir alcohol, los datos recopilados transmiten que el 39% de ellos lo hace por diversión. Además, podemos ver como muchos de los jóvenes consumen alcohol para socializar (29%), esto es inquietante ya que es un porcentaje alto. Esto se podría traducir en que muchas veces una persona no logra ser ella misma con su círculo de amistades y para ello tiene que recurrir al consumo de bebidas alcohólicas. La tercera motivación con un porcentaje más bajo es el hecho de beber para emborracharse, es decir, la meta en sí del consumo de alcohol es embriagarse. (Ver Anexo gráfico 4.2.2.1).

Además, para profundizar en la investigación y el análisis, se ha comparado con el sexo y la edad, ya que tal vez nos puede aportar datos valiosos. En este caso, el grupo de entre 18 y 21 años, beben por diversión (39,06%), seguido de socializar (26,56%). El hecho de que este último porcentaje sea tan alto, sumado al 2,34% de las respuestas siendo encajar en un grupo y el 3,91% evadirse de los problemas, es preocupante. Dada la poca edad que tienen estos encuestados, puede derivar en diferentes problemas, como pueden ser los que están relacionados con la salud mental. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.2.2).

En el rango de edad de los 22 a los 25 años, podemos ver cómo socializar (32,54%) y emborracharse (38,10%) son dos motivos principales para beber. Un dato a resaltar en comparación con el primer rango de edad es que en este caso el porcentaje que señala consumir para evadirse de los problemas pasa de 3,91% a 4,76%. Algo que podríamos

comentar entre los diferentes sexos de este rango de edad, es que hay más mujeres que eligen consumir alcohol para divertirse y más hombres que beben para emborracharse, pero las diferencias son minúsculas. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.2.3).

Finalmente, también en el rango de edad de los 26 a los 29 años, las principales motivaciones son divertirse (37,5%) y socializar (27,08%). En este caso, tiene un repunte beber para evadirse de los problemas siendo un 10,42%, dado que es una población ya más adulta, tal vez las responsabilidades que se comienza a tener a esta edad como emanciparse, trabajar... Pasa en cierto modo factura. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.2.4).

4.2.3 Consecuencias del consumo de alcohol en jóvenes

Dado que todo en exceso, normalmente tiene consecuencias negativas, el alto consumo de alcohol no podía ser menos. Es por ello que una de las preguntas lanzadas en la encuesta, era si el consumo de alcohol les afecta en el día a día (siendo 10, cuando esto afecta mucho y siendo 0 cuando no afecta nada). Pues bien, el 76,19% afirma que no les afecta en su día a día, siendo el 37,41% dentro de este porcentaje 0, es decir, la menor puntuación posible. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.3.1).

Además, la salud se puede ver afectada cuando se bebe alcohol de forma desproporcionada. Sin embargo, el 92,52% de los jóvenes que han respondido a la encuesta dice no haber tenido ningún problema. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.3.2).

Si la salud se puede ver afectada, también puede ser el caso del rendimiento académico. En cambio, el 91,84% de las respuestas aseguran que no les ha perjudicado. Un dato a tener en cuenta es que el 4,08% en edad entre 22 y 25 años considera que sí ha condicionado a su rendimiento académico. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.3.3).

A veces, el consumo de alcohol revela lo peor de cada persona, por lo tanto otra cuestión relevante a considerar era la relación que este tiene con la violencia. En este caso, el

83,67% consideran que la violencia está altamente relacionada con este hecho. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.3.4).

4.2.4 Comportamiento de compra

Si hay algo en lo que no cabe duda, es en que la bebida alcohólica más consumida es la cerveza. Un detalle a destacar es que si bien la cerveza es la más consumida a rasgos generales, en el grupo de 18 a 21 años, lo más consumido son los cubatas con un 22,45% dentro de un total de 44,22%. Otro dato relevante, es que el género femenino, consume más vino que los hombres, con una diferencia del 4%. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.4.1).

El lugar de consumo predilecto, es también claro, los bares (76,19%). En el caso del grupo de menor edad también lo hacen en discotecas, en casas y en zonas públicas. Tiene lógica dado que los más jóvenes tal vez no disponen de tanto dinero para gastar. En el caso del grupo más mayor (de 26 a 29 años), no consumen en discotecas, tal vez pueda deberse a que a esta edad se prefiere salir en pubs o tienen ya un concepto más adulto del consumo de alcohol. (Ver Anexo gráfico y tabla 4.2.4.2).

De sobra es sabido que para consumir, hay que comprar. A rasgos generales, donde más se compra es en bares y supermercados. En el caso del grupo de edad de los 18 a los 21 años, se compra más en supermercados, tal y como se menciona anteriormente, esto puede deberse a que no disponen de tanto dinero. Por otro lado, los dos últimos grupos lo hacen más en bares. Es sorprendente cómo a pesar de que es un nicho de la población que convive con las últimas tecnologías, no compra prácticamente nada de bebidas alcohólicas por internet. (Ver Anexo gráficos y tablas 4.2.4.3, 4.2.4.4, 4.2.4.5).

5. Conclusiones

Por último, abordaré las conclusiones que podemos obtener del presente estudio. Sí hay una palabra que puede describir parte del análisis obtenido de la muestra, es normalización. El consumo de alcohol está completamente normalizado y arraigado en la sociedad española. Además, es una sustancia a la cual no se le asocia una enfermedad que de opciones de frenar su consumo. Por lo tanto, esto provoca que las preocupaciones de lo que pueda suceder en un futuro a causa de este consumo sean escasas. Otra de las consecuencias de este habitual comportamiento, es que es más complejo tratar y ayudar a una persona adicta debido a que se encuentra con gran facilidad y está al alcance de casi cualquier persona.

Otra conclusión que puedo extraer, es que el círculo y las personas de las que uno se rodea son clave a la hora de consumir cualquier sustancia ya sea alcohol u otro tipo de drogas. En jóvenes y adolescentes, muchas veces es esto lo que lleva a empezar a consumir, además de estar en una etapa de la vida que se caracteriza por querer probar cosas nuevas y explorar sensaciones diferentes. El rango de edad en el cual se suele comenzar a beber alcohol es entre los 13 y los 15 años y la muestra confirma que la mayoría se han embriagado en el último mes.

Por otro lado, el alcohol, sumando todo lo mencionado anteriormente, puede ser una puerta al consumo de drogas más fuertes.

Vivimos en una sociedad en la que nunca se para, vivimos en continuo movimiento con grandes estímulos, lo cual produce estrés y otros trastornos. Esto desencadena en el consumo de alcohol puesto que es una forma de desconectar y evadirse.

Los motivos principales para consumir alcohol en jóvenes son la diversión y socializar. En la cultura española, en reuniones y festejos el alcohol es actor protagonista y es algo frecuente. Esto tal vez conduce a que a la población le cueste en según qué contexto relacionarse. Para los más jóvenes convivir con esto desde que se es un niño hace que

cuando tengan más edad vean normal beber alcohol. En añadido, hay progenitores que ni siquiera ponen barreras con respecto a estos comportamientos.

Toda esta normalidad, tiene consecuencias y una de ellas es que no exista campaña de prevención que pueda hacer cambiar de opinión a la población joven. Dado que no consideran que pueda tener ciertos riesgos consumir bebidas alcohólicas. Si bien es cierto que hay jóvenes que no consumen, esto puede deberse a que han vivido de cerca la adicción con un familiar o han visto las consecuencias graves que este consumo de manera reiterada puede causar. Tal vez puedan empezar por ahí para el desarrollo de una campaña eficaz.

La violencia guarda una estrecha relación con el consumo de alcohol. Queda claro que depende de la persona, su personalidad, carácter... Pero este consumo muchas veces lleva a comportamientos violentos y situaciones de riesgo. Además, nuestros entrevistados consideran que no se debería incrementar la seguridad en lugares de ocio nocturno, sino que es más bien un problema como sociedad.

Algo que me ha sorprendido e inquietado es que gran parte de la muestra dicen no haber sufrido problemas de salud a causa del alcohol. Sin embargo, sí nos guiamos por las entrevistas sí que son conocedores de casos en los que la salud ha estado en peligro.

Entre jóvenes se suele consumir 1 o 2 días por semana, lo podríamos reflejar en el fin de semana, ya que es el tiempo que este dura. Además la media de consumiciones aproximadamente está en 3-5 por noche dependiendo de la persona. La bebida más consumida es el cubata y la cerveza y el lugar donde más se consume es en bares.

El nivel socioeconómico de cada joven puede influir, pero queda evidenciado que si un joven quiere consumir lo puede hacer de una forma barata sin tener que desembolsar una suculenta cantidad de dinero. Podrá influir en la calidad de la bebida pero en cantidad no tiene porqué.

Como conclusión final, subrayaría que el consumo de alcohol es un problema en la sociedad, que para comenzar, no se considera un problema. Que un niño vea desde que nace, como el alcohol es parte de a veces el día a día, y sea un medio para celebrar, ser feliz... Es una equivocación. Además, se trata de una cuestión educativa, se tendría que concienciar desde una edad temprana de que el alcohol es un problema o podría derivar en ello, como sucede con otros problemas como puede ser el tabaquismo. Para cambiar la mentalidad como sociedad con respecto a esta sustancia psicoactiva, se necesita un cambio general en el concepto que engloba lo que es el alcohol.

6. Bibliografía

- Abad, J. D., Ruiz-Juan, F., & Rivera, J. (2012). Alcohol y tabaco en adolescentes españoles y mexicanos y su relación con la actividad físico-deportiva y la familia. *Rev Panam Salud Publica* 31(3), 31(3), 211-220. <https://doi.org/10.1590/s1020-49892012000300005>
- Alejandra, S. M. (s. f.). *Consumo de alcohol en jóvenes universitarios*. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1794-47242011000100007
- Alía, J. F. S. (2010). *El consumo de alcohol en los estudiantes de enseñanzas secundarias: un aprendizaje extraescolar*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4070283>
- Clavel, L. C. (2013). Uso y abuso de sustancias psicoactivas: Cultura y sociedad. *Revista Policía y Seguridad Pública*, 65-111. <https://doi.org/10.5377/rpsp.v2i0.1192>
- De La Rosa, M. C. (2012). El consumo de alcohol como un problema de salud pública. *Revista Cubana de Higiene y Epidemiología*, 50(3), 425-426. <http://scielo.sld.cu/pdf/hie/v50n3/hie17312.pdf>
- *Diccionario de cáncer del NCI*. (s. f.-a). Instituto Nacional del Cáncer. <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionarios/diccionario-cancer/def/alcoholismo>
- Folgar, M. I., Rivera, F. F., Sierra, J. C., & Vallejo-Medina, P. (2015). Binge drinking: conductas sexuales de riesgo y drogas facilitadoras del asalto sexual en jóvenes españoles. *Suma Psicológica*, 22(1), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.sumpsi.2015.05.001>
- García, N. J., & De La Villa Moral Jiménez, M. (2018). Consumo de alcohol y conducta antisocial e impulsividad en adolescentes españoles. *Acta colombiana de psicología*, 21(2), 110-130. <https://doi.org/10.14718/acp.2018.21.2.6>
- Jiménez, R. (2020, 25 julio). *LA SEXUALIDAD Y EL CONSUMO DE DROGAS EN EL OCIO NOCTURNO JUVENIL: UN ESTUDIO DE CASOS EN GRANADA*. <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/292>

- Linares, J. J. G., Del Carmen Pérez Fuentes, M., Del Mar Molero Jurado, M., Martínez, Á. M., Fernández, F. J., Martín, A. B. B., Carrión, J. S., Garzón, A., & Mercader, I. (2015). Adaptación Española del Cuestionario de Expectativas del Alcohol en Adolescentes, versión breve. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education* 2015, Vol. 5, N° 3 (Págs. 357-369), 5(3), 357-369. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5388953.pdf>
- Mezquita, L., Stewart, S. H., Kuntsche, E., & Grant, V. J. (2016). Estudio transcultural del modelo de cinco factores de motivos de consumo de alcohol en universitarios españoles y canadienses. *Adicciones*, 28(4), 215. <https://doi.org/10.20882/adicciones.822>
- Monografía Alcohol 2021: consumo y consecuencias. (2021).
- Portal Plan Nacional sobre Drogas - Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (OEDA). (s. f.). <https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/home.htm>
- Ruiz-Juan, F., Folgar, M. I., Abad, J. D., Vaquero-Cristóbal, R., & España. (2014). Consumo e ingesta de alcohol en españoles mayores de 16 años y su relación con la actividad físico-deportiva, la familia y el consumo de tabaco. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 9(2), 323-351. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4941498.pdf>
- Sánchez, M. C., Ortega, F. Z., Cuberos, R. C., Garcés, T. E., Martínez, A. M., & Pérez-Cortés, A. J. (2017). Sustancias nocivas y actividad física en adolescentes. *Sportis*, 3(2), 223-240. <https://doi.org/10.17979/sportis.2017.3.2.1748>
- Suárez, C. A., Del Moral Arroyo, G., Martínez, B. P., John, B., & Musitu, G. (2016). El patrón de consumo de alcohol en adultos desde la perspectiva de los adolescentes. *Gaceta sanitaria*, 30(1), 11-17. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2015.06.004>

7. Anexo

GUIÓN DE LA ENTREVISTA

PRESENTACIÓN DEL ENTREVISTADOR

Hola, buenos días. Mi nombre es Pilar Aguerri , estudiante del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Estoy realizando mi trabajo de fin de grado para la universidad acerca del consumo de alcohol en jóvenes. Quiero conocer diferentes puntos de vista sobre este tema y por eso me gustaría saber tu opinión. Todo lo que me cuentes me ayudará a completar el estudio. Dado que es una entrevista me gustaría que te expresaras con total libertad pudiendo extenderte en las respuestas todo lo que quieras. Para poder recoger la información de una forma más fácil me gustaría poder grabar la entrevista; si lo deseases en cualquier momento podemos parar. ¿Tienes alguna pregunta? Si estás de acuerdo, comenzamos con la entrevista.

Centrándonos ya en el tema del estudio...

Que es el alcohol

¿Sabrías decirme que es el alcohol?

NO - crees que sería necesario que inculcaran ya sea desde la infancia que es realmente el alcohol? (ya sea desde casa o en una entidad educativa)

En relación a todo esto...

¿Crees que la idealización del consumo de esta sustancia ayuda a la sociedad? (Por ejemplo: el hecho de relacionar palabras como placer, socialización, éxito con el consumo de alcohol)

SI/NO - ¿Por qué?

Pasando un poco al consumo de alcohol en nuestra sociedad

El consumo de alcohol en nuestra sociedad

¿Hasta qué punto la sociedad normaliza o desconoce lo que provoca el consumo de alcohol?

¿La sociedad reconoce cuando una persona es adicta al alcohol o como está tan normalizado no se percibe?

¿El estrés y el ritmo frenético del día a día influyen en el consumo de alcohol?

SI/NO - ¿Por qué?

¿Crees que ha afectado la pandemia al uso del alcohol en nuestra sociedad?

SI/NO - ¿Por qué? ¿Crees que fue una época donde la población consumió más alcohol?

¿Qué tipo de alcohol es el más consumido entre la sociedad?

¿Dónde comenzaron a beber antes en una ciudad o en un pueblo?

Pueblo/Ciudad - ¿Crees que es más fácil que en un **pueblo/ciudad** se empiece a beber?

Enfocandonos un poco en los más jóvenes...

¿A los jóvenes/sociedad les importa realmente las campañas/acciones preventivas?

¿Qué tipo de acciones o campañas crees que generarías más impacto en los jóvenes?

¿Existe mucha flexibilidad a la hora de controlar si un adolescente/joven bebe alcohol?

- ¿Por qué crees que esto es así?

¿Cuáles son las reacciones que los padres suelen tener al enterarse de que sus hijos consumen alcohol?

¿Cuál es la razón por la que hay ciertos adolescentes que no consumen?

¿Cuántas veces a la semana consume una persona joven alcohol?

¿El sabor de las distintas bebidas alcohólicas gusta? En caso de no gustar ¿Si no gusta porque se consume?

¿Qué lugares son los preferidos para consumir alcohol? O ¿Dónde suelen consumir alcohol?

¿Cuál es la media de consumiciones en una noche de fiesta? Y en relación a esto ¿Conoces el término Binge Drinking? Si no lo conocen es (consiste en tomar grandes cantidades de alcohol durante un corto periodo de tiempo realizándose principalmente los fines de semana)

- ¿Crees que es una práctica que se realiza a menudo?

Pasando a los motivos por los cuales los jóvenes consumen alcohol

Motivos del consumo de alcohol en jóvenes

¿Sabrías decirme qué es la adolescencia? es la etapa en la cual una persona pasa de ser niño a ser adulto

¿Crees que son un colectivo al que habría que proteger o alertar acerca de ciertas conductas? ¿Como cuales?

¿Cuáles son las razones o motivaciones por las que se comienza a consumir alcohol?

¿Por qué una vez consumido alcohol por primera vez se decide seguir bebiendo?

¿En qué medida crees que está relacionado el alcohol con problemas emocionales/psicológicos?

Consecuencias del consumo de alcohol en jóvenes

¿Crees que el consumo de alcohol está relacionado con comenzar a consumir otro tipo de drogas?

¿Le preocupa a la sociedad las consecuencias a futuro del consumo del alcohol?

¿Crees que el consumo de alcohol afecta a los jóvenes en su rendimiento académico?

¿Existe relación entre la violencia con el consumo de alcohol?

- **SI:** ¿Por qué crees que esto es así?

¿En los lugares donde se suele consumir alcohol (pubs, discotecas, bares...) deberían incrementar la seguridad y la preocupación por el bienestar de los clientes?

¿Conoces a alguien que haya tenido algún problema de salud o haya tenido que ir al hospital como consecuencia del consumo de alcohol?

Para finalizar esta entrevista, vamos hablar sobre el comportamiento de compra

¿Dónde sueles comprar habitualmente alcohol, en lugares donde lo consumes (bares, discotecas...) o en lugares donde no se consume (supermercados...)?

- **AMBOS** - ¿sabrías decirme qué sitio es más habitual aunque compres en ambos?

¿Cada cuanto tiempo sueles comprar bebidas alcohólicas?

¿Cuál crees que es el tipo de bebida alcohólica que suelen beber más los jóvenes?

¿Crees que la publicidad en este caso puede ser engañosa para los jóvenes?

- **SI:** ¿Por qué?

¿Crees que el nivel socioeconómico que tiene cada joven influye en el consumo de alcohol?

- **SI:** ¿Por qué?

PRESENTACIÓN DEL ENTREVISTADO

Para finalizar, me gustaría que hablastes UN POCO DE TI: quién eres, dónde vives, a qué te dedicas, qué te gusta hacer en tu tiempo de ocio, tus hobbies, si haces deporte habitualmente... • Si trabaja → Cuéntame algo de tu trabajo, si es tiempo completo o a tiempo parcial, si trabaja fuera de casa o desde casa (teletrabajo), si tiene que viajar mucho,...

CONCLUSIÓN DE LA ENTREVISTA

Con esto damos por concluida nuestra entrevista. No obstante, si quieres añadir alguna idea o aclarar algún punto... (Dejar 5 segundos. Si no añade nada...) Muchas gracias por la colaboración y el tiempo que nos has dedicado. Tus respuestas no han sido de gran ayuda

ENCUESTA

Consumo de alcohol en jóvenes.

¡Hola! Soy estudiante del grado de Marketing e Investigación de Mercados en la Universidad de Zaragoza. Estoy realizando mi Trabajo de Fin de Grado sobre el consumo de alcohol en jóvenes y me gustaría contar con tu opinión.

Este cuestionario es totalmente anónimo por lo cual puedes contestar con total libertad. Gracias por tu colaboración.

Obligatorio *

1. Edad *

 - Entre 18-23
 - Entre 24-29
 - Entre 30-35
 - Más de 35

2. ¿Consumes alcohol regularmente? *

 - Sí
 - No

3. ¿Cuál es tu motivación principal para consumir alcohol? *

 - Socializar
 - Encajar en un grupo

- Evadirte de los problemas
- Por diversión
- Para emborracharte
- Los estímulos que te produce
- Otra

(Pueden marcar todas las respuestas)

4. ¿Cuál es la bebida alcohólica que más sueles consumir? *

- Vino
- Cerveza
- Cubata
- Licor (Chupito)
- Otra

5. ¿Cuántos días a la semana consumes alcohol? *

- Entre uno y dos días
- Entre tres y cuatro días
- Más de 5 días
- Ningún día

6. ¿Dónde sueles consumir bebidas alcohólicas? *

- Bares
- Discotecas
- Parques, calles...
- En casa

7. ¿Dónde sueles comprar bebidas alcohólicas? * (Hasta aquí contestarían aquellos mayores de 30 años)

- Bares
- Discotecas
- Supermercados
- Hipermercados
- Internet
- Tiendas de barrio

(Pueden marcar todas las respuestas)

8. ¿A qué edad comenzaste a beber?

- 12 años
- 13 años
- 14 años
- 15 años
- Más tarde de los 16 años

9. ¿Cuándo fue la última vez que te emborrachaste?

- Alguna vez en mi vida
- En el último año
- En los últimos 30 días

10. ¿El consumo de alcohol ha afectado a tu rendimiento académico? *

- Sí
- No

11. Valorando del 0 al 10 ¿cuánto está relacionada la violencia con el consumo de alcohol? *

- Siendo 0= “Nada relacionada”, 10= ”Muy relacionada”

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

12. ¿Crees que el consumo de alcohol afecta a tu día a día? *

- Siendo 0= “No afecta nada”, 10= ”Afecta mucho”

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

13. ¿Has tenido algún problema de salud derivado del consumo de alcohol? *

- Sí
- No

14. Sexo

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decirlo

15. Renta mensual familiar *

- Menos de 1000€
- Entre 1001€ y 3000€
- Entre 3001€ y 5000€
- Más de 5000€

16. Nivel de estudios

- Sin estudios / E.primaria
- Educación Secundaria Obligatoria
- Grado medio /FPI
- Bachillerato
- Grado Superior/ FP II
- Formación universitaria

Gráfico 2.1.2.1

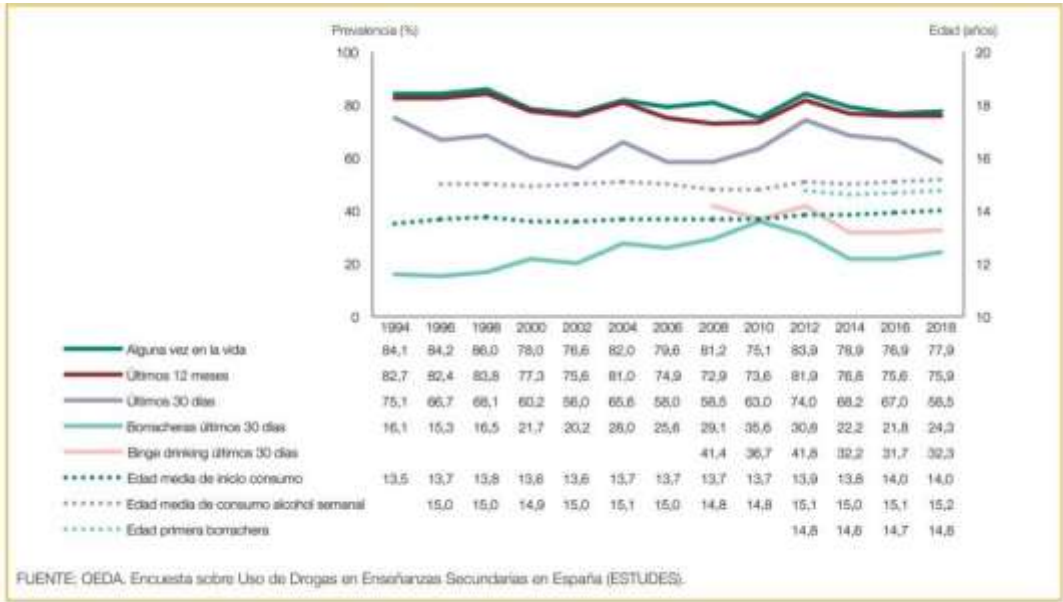


Gráfico 2.2.1

	Alcohol	Borracheras	Binge drinking	Botellón
Es saludable	3,7	3,7	4,2	4,3
Para encajar en un grupo	6,5	6,1	6,3	6,5
Para emborracharte	11,6	17,4	14,6	15,9
Para ligar más	21,5	27,7	24,7	25,4
Te ayuda cuando estás deprimido	26,3	32,1	30,6	32,3
Te gusta cómo te sientes	42,1	54,9	48,5	49,2
Por diversión	73,4	86,4	80,1	82,5

FUENTE: OEDA. Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES).

Gráfico 4.2.1.1

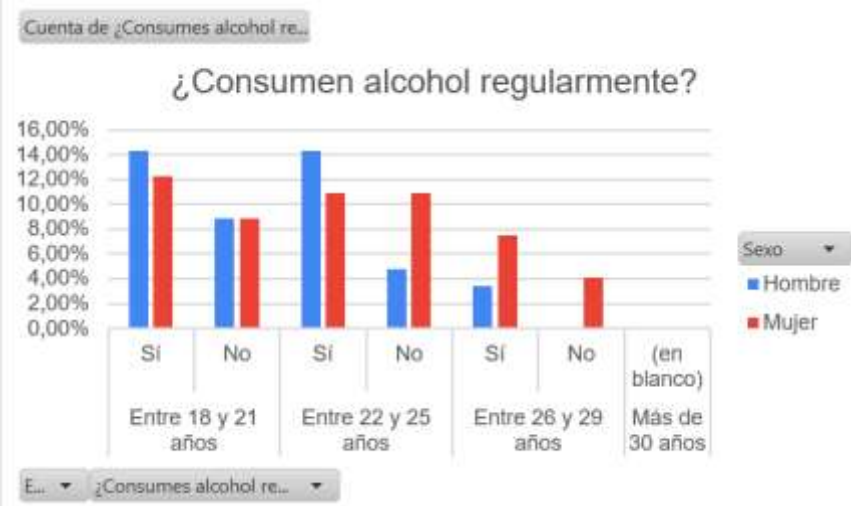


Gráfico 4.2.1.2



Gráfico 4.2.1.3

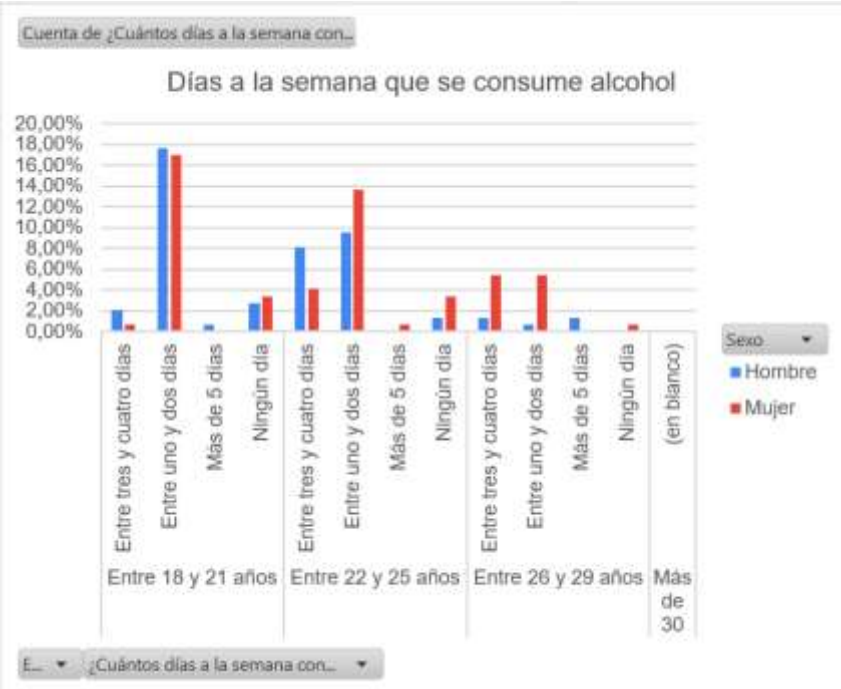


Gráfico 4.2.1.4



Gráfico 4.2.2.1



Gráfico 4.2.2.2

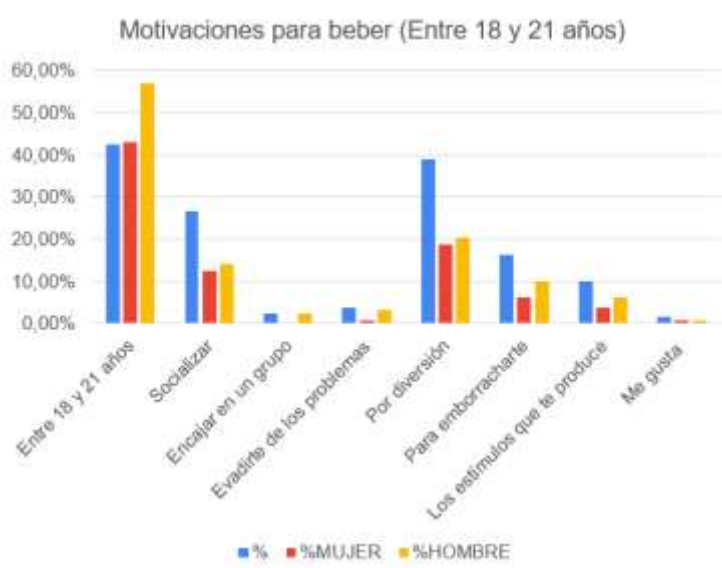


Gráfico 4.2.2.3



Gráfico 4.2.2.4

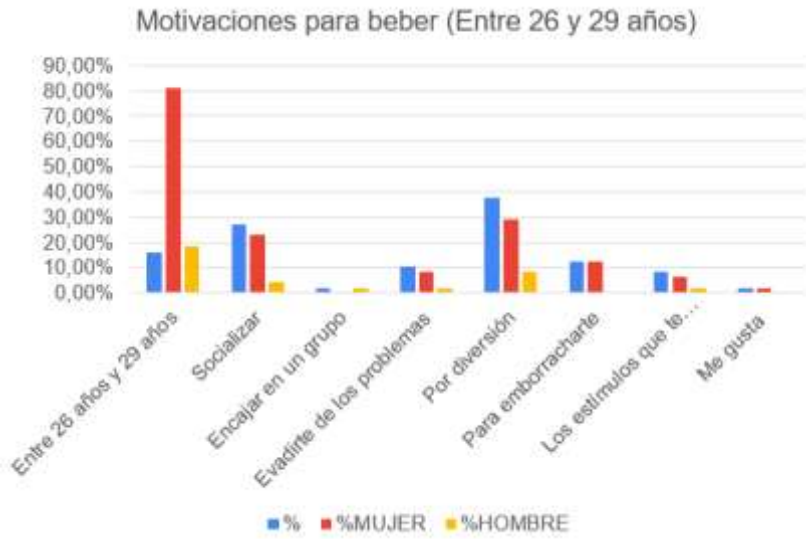


Gráfico 4.2.3.1

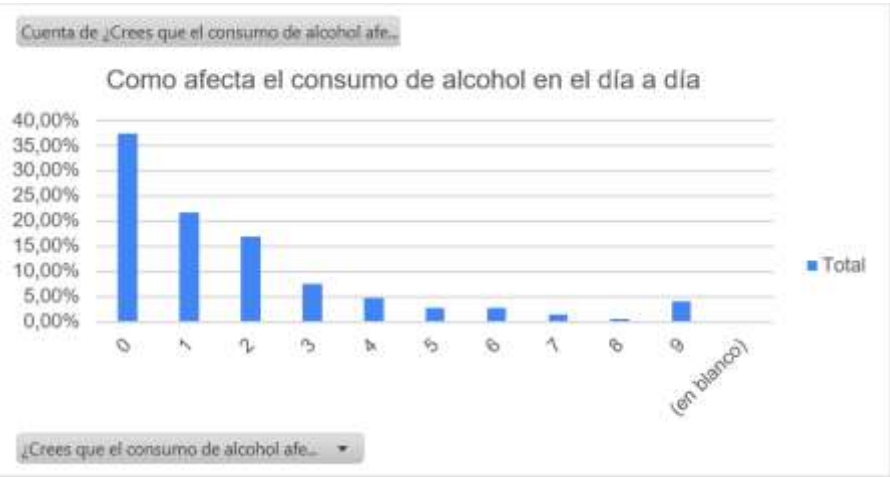


Gráfico 4.2.3.2



Gráfico 4.2.3.3



Gráfico 4.2.3.4



Gráfico 4.2.4.1

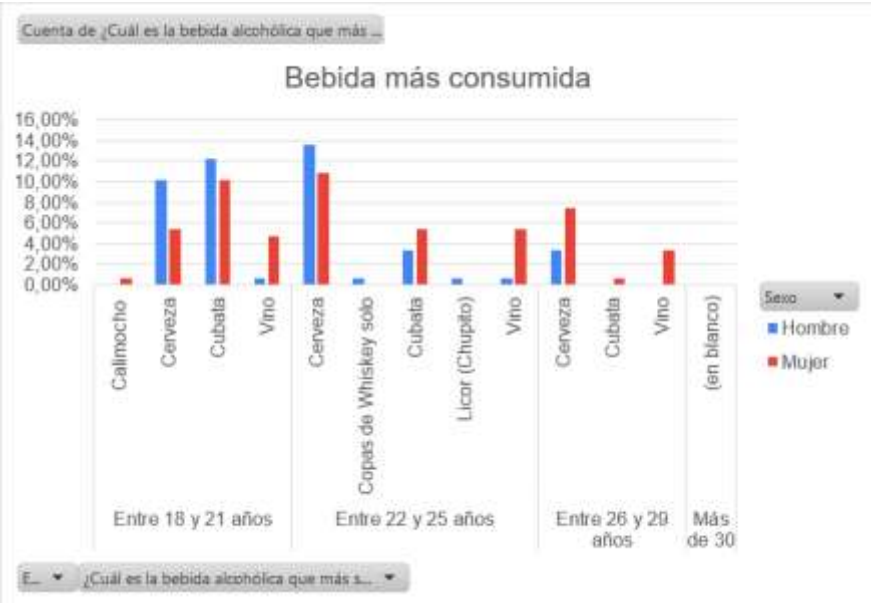


Gráfico 4.2.4.2

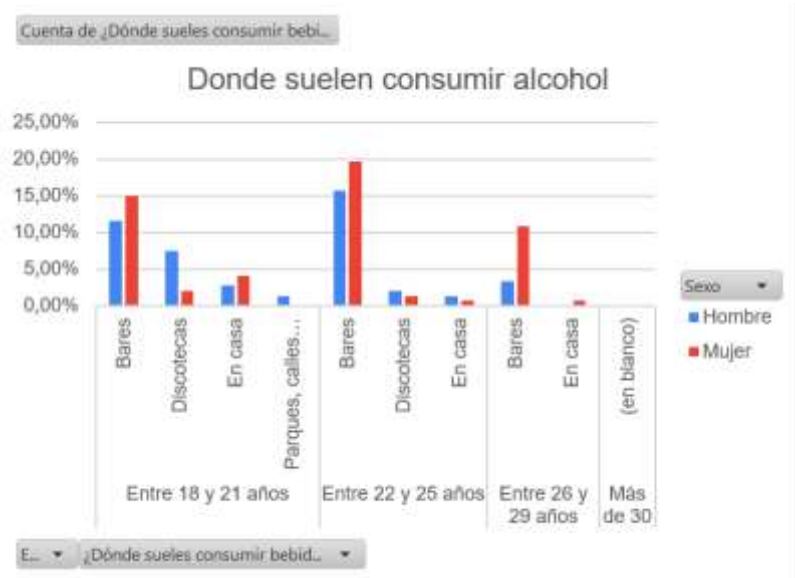


Gráfico 4.2.4.3

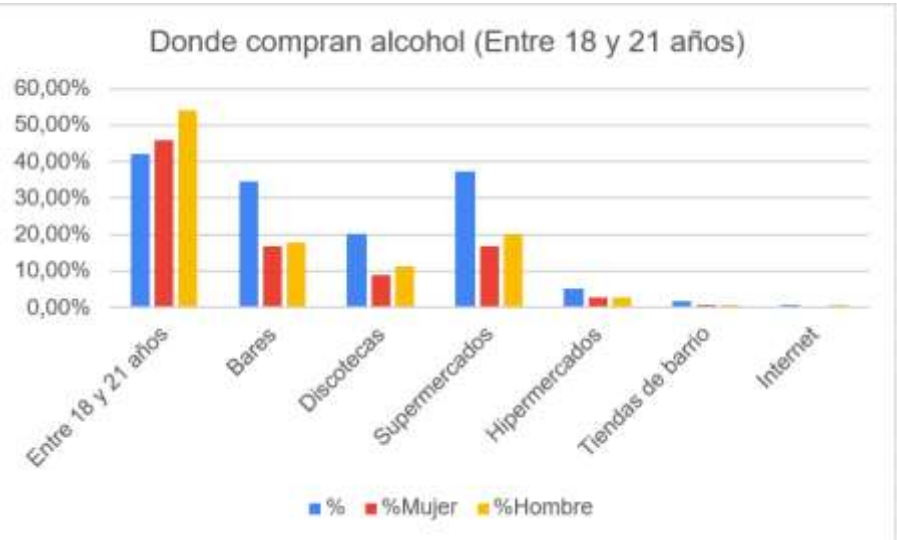


Gráfico 4.2.4.4

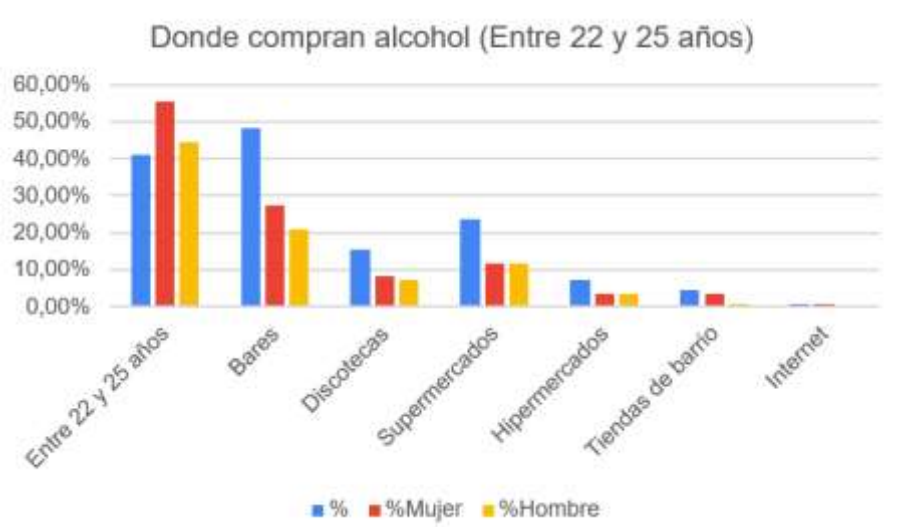


Gráfico 4.2.4.5

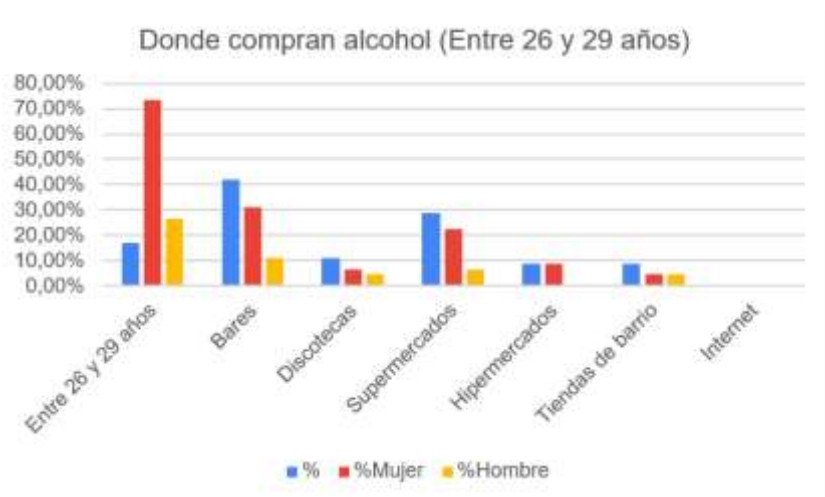


Tabla 2.4.1

Tabla 4. Tipo de bebidas alcohólicas consumidas por los estudiantes de Secundaria en los últimos 30 días, distribución por días laborables y fin de semana. España, 2000.

	Consumo últimos 30 días		
	Total	Días Laborables	Fines de Semana
Vino/champán	24,2	5,1	22,9
Cerveza/sidra	30,5	10,1	28,9
Aperitivos	9,9	1,7	9,4
Combinados/cubatas	47,3	4,4	47,0
Licores de Frutas solos	25,8	3,8	25,0
Licores Fuertes solos	21,7	2,2	21,4

FUENTE: Encuesta sobre Drogas a Población Escolar, 2000. DGPNSD. Observatorio Español sobre Drogas.

Tabla 2.4.2

	COMPRADO/CONSEGUIDO			CONSUMIDO		
	Total	14-17	18	Total	14-17	18
Supermercados	54,0	52,4	71,4	-	-	-
Bares o pubs	54,0	52,5	70,4	54,8	53,2	73,4
Discotecas	43,6	42,0	61,0	47,8	46,4	63,6
Tiendas de barrio, quioscos, bodegas	49,9	50,8	39,0	-	-	-
Hipercarros	21,9	21,0	32,8	-	-	-
Casa de otras personas	30,4	30,6	28,4	43,5	43,6	41,9
Casa donde vives	22,0	21,4	28,2	24,6	23,9	34,6
Internet	1,2	1,2	1,3	-	-	-
Venta ambulante	4,4	4,4	3,4	-	-	-
En calles, plazas, parques, playas o espacios públicos abiertos	-	-	-	50,9	51,6	43,1

FUENTE: OEDA. Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES).

Tabla 2.4.3

Tabla 4.3. Indicadores de consumo y compra de bebidas

Características e Indicadores		% muestra- Alcohol	% muestra- No alcohol
¿Cuántos euros gasta por semana en cada tipo de bebida?			
	No gasta nada	14,84	1,75
	Menos de 15 euros por semana	47,82	27,55
	De 15 a 29 euros por semana	22,89	50,44
	De 30 a 49 euros por semana	7,66	10,67
	De 50 a 100 euros por semana	5,63	7,95
	Más de 100 euros por semana	1,16	1,65
¿Qué cantidad (en %) de las siguientes bebidas consume en una semana?			
	Copas de vino (10-12cl)	40	--
	Cañas de cerveza (25cl)	42	--
	Copas de licores (10-12cl)	18	--
	Botellas agua mineral (1 litro)	--	30
	Copas de refrescos (25cl)	--	24
	Tazas de café	--	30
	Tazas de té	--	16

Tabla 4.2.1.1

Cuenta de ¿Consumes alcohol regularmente?		Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila		Hombre	Mujer	Total general
Entre 18 y 21 años		23,13%	21,09%	44,22%
	Sí	14,29%	12,24%	26,53%
	No	8,84%	8,84%	17,69%
Entre 22 y 25 años		19,05%	21,77%	40,82%
	Sí	14,29%	10,88%	25,17%
	No	4,76%	10,88%	15,65%
Entre 26 y 29 años		3,40%	11,56%	14,97%
	Sí	3,40%	7,48%	10,88%
	No	0,00%	4,08%	4,08%
Más de 30 años		0,00%	0,00%	0,00%
	(en blanco)	0,00%	0,00%	0,00%
Total general		45,58%	54,42%	100,00%

Tabla 4.2.1.2

Cuenta de ¿Cuándo fue la última vez que te emborrachaste? Etiquetas de columna			
Etiquetas de fila	Hombre	Mujer	Total general
Entre 18 y 21 años	23,13%	21,09%	44,22%
Alguna vez en mi vida	1,36%	0,00%	1,36%
En el último año	3,40%	3,40%	6,80%
En los últimos 30 días	18,37%	15,65%	34,01%
Nunca	0,00%	2,04%	2,04%
Entre 22 y 25 años	19,05%	21,77%	40,82%
Alguna vez en mi vida	1,36%	2,04%	3,40%
En el último año	1,36%	8,84%	10,20%
En los últimos 30 días	16,33%	10,20%	26,53%
Nunca	0,00%	0,68%	0,68%
Entre 26 y 29 años	3,40%	11,56%	14,97%
En el último año	0,00%	3,40%	3,40%
En los últimos 30 días	3,40%	7,48%	10,88%
Nunca	0,00%	0,68%	0,68%
Más de 30	0,00%	0,00%	0,00%
(en blanco)	0,00%	0,00%	0,00%
Total general	45,58%	54,42%	100,00%

Tabla 4.2.1.3

Cuenta de ¿Cuántos días a la semana consumes alcohol? Etiquetas de columna			
Etiquetas de fila	Hombre	Mujer	Total general
Entre 18 y 21 años	23,13%	21,09%	44,22%
Entre tres y cuatro días	2,04%	0,68%	2,72%
Entre uno y dos días	17,69%	17,01%	34,69%
Más de 5 días	0,68%	0,00%	0,68%
Ningún día	2,72%	3,40%	6,12%
Entre 22 y 25 años	19,05%	21,77%	40,82%
Entre tres y cuatro días	8,16%	4,08%	12,24%
Entre uno y dos días	9,52%	13,61%	23,13%
Más de 5 días	0,00%	0,68%	0,68%
Ningún día	1,36%	3,40%	4,76%
Entre 26 y 29 años	3,40%	11,56%	14,97%
Entre tres y cuatro días	1,36%	5,44%	6,80%
Entre uno y dos días	0,68%	5,44%	6,12%
Más de 5 días	1,36%	0,00%	1,36%
Ningún día	0,00%	0,68%	0,68%
Más de 30	0,00%	0,00%	0,00%
(en blanco)	0,00%	0,00%	0,00%
Total general	45,58%	54,42%	100,00%

Tabla 4.2.1.4

Cuenta de ¿A qué edad comenzaste a beber? Etiquetas de columna			
Etiquetas de fila	Hombre	Mujer	Total general
12 años	6,12%	2,04%	8,16%
13 años	10,20%	8,84%	19,05%
14 años	10,88%	19,05%	29,93%
15 años	13,61%	14,97%	28,57%
Más tarde de los 16 años	4,76%	9,52%	14,29%
(en blanco)	0,00%	0,00%	0,00%
Total general	45,58%	54,42%	100,00%

Tabla 4.2.2.2

Edad	%	%MUJER	%HOMBRE
Entre 18 años y 21 años	42,38%	42,97%	57,03%
Socializar	26,56%	12,50%	14,06%
Encajar en un grupo	2,34%	0,00%	2,34%
Evadirte de los problemas	3,91%	0,78%	3,13%
Por diversión	39,06%	18,75%	20,31%
Para emborracharte	16,41%	6,25%	10,16%
Los estímulos que te produce	10,16%	3,91%	6,25%
Me gusta	1,56%	0,78%	0,78%

Tabla 4.2.2.3

Edad	%	%MUJER	%HOMBRE
Entre 22 años y 25 años	41,72%	48,41%	51,59%
Socializar	32,54%	16,67%	15,87%
Encajar en un grupo	2,38%	0,79%	1,59%
Evadirte de los problemas	4,76%	2,38%	2,38%
Por diversión	38,10%	19,84%	18,25%
Para emborracharte	12,70%	3,97%	8,73%
Los estímulos que te produce	8,73%	3,97%	4,76%
Me gusta	0,79%	0,79%	0,00%

Tabla 4.2.2.4

Edad	%	%MUJER	%HOMBRE
Entre 26 años y 29 años	15,89%	81,25%	18,75%
Socializar	27,08%	22,92%	4,17%
Encajar en un grupo	2,08%	0,00%	2,08%
Evadirte de los problemas	10,42%	8,33%	2,08%
Por diversión	37,50%	29,17%	8,33%
Para emborracharte	12,50%	12,50%	0,00%
Los estímulos que te produce	8,33%	6,25%	2,08%
Me gusta	2,08%	2,08%	0,00%

Tabla 4.2.3.1

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Crees que el consumo de alcohol afecta a tu día a día?
0	37,41%
1	21,77%
2	17,01%
3	7,48%
4	4,76%
5	2,72%
6	2,72%
7	1,36%
8	0,68%
9	4,08%
(en blanco)	0,00%
Total general	100,00%

Tabla 4.2.3.2

Cuenta de ¿Has tenido algún problema de salud derivado del consumo de alcohol?	Etiquetas de colum	Hombre	Mujer	Total general
Etiquetas de fila				
Entre 18 y 21 años		23,13%	21,09%	44,22%
Sí		1,36%	0,00%	1,36%
No		21,77%	21,09%	42,86%
Entre 22 y 25 años		19,05%	21,77%	40,82%
Sí		2,04%	3,40%	5,44%
No		17,01%	18,37%	35,37%
Entre 26 y 29 años		3,40%	11,56%	14,97%
Sí		0,00%	0,68%	0,68%
No		3,40%	10,88%	14,29%
Más de 30		0,00%	0,00%	0,00%
(en blanco)		0,00%	0,00%	0,00%
Total general		45,58%	54,42%	100,00%

Tabla 4.2.3.3

Cuenta de ¿El consumo de alcohol ha afectado a tu rendimiento académico?	Etiquetas de colum	Hombre	Mujer	Total general
Etiquetas de fila				
Entre 18 y 21 años		23,13%	21,09%	44,22%
Sí		0,68%	2,04%	2,72%
No		22,45%	19,05%	41,50%
Entre 22 y 25 años		19,05%	21,77%	40,82%
Sí		2,72%	1,36%	4,08%
No		16,33%	20,41%	36,73%
Entre 26 y 29 años		3,40%	11,56%	14,97%
Sí		0,00%	1,36%	1,36%
No		3,40%	10,20%	13,61%
Más de 30		0,00%	0,00%	0,00%
(en blanco)		0,00%	0,00%	0,00%
Total general		45,58%	54,42%	100,00%

Tabla 4.2.3.4

Etiquetas de fila	¿Cuánto está relacionada la violencia con el consumo de alcohol?
0	2,04%
1	0,68%
2	2,04%
3	3,40%
4	2,04%
5	6,12%
6	10,20%
7	20,41%
8	24,49%
9	22,45%
10	6,12%
(en blanco)	0,00%
Total general	100,00%

Tabla 4.2.4.1

Cuenta de	¿Cuál es la bebida alcohólica que más sueles consumir?	Etiquetas de columna	
Etiquetas de fila	Hombre	Mujer	Total general
Entre 18 y 21 años	23,13%	21,09%	44,22%
Calimocho	0,00%	0,68%	0,68%
Cerveza	10,20%	5,44%	15,65%
Cubata	12,24%	10,20%	22,45%
Vino	0,68%	4,76%	5,44%
Entre 22 y 25 años	19,05%	21,77%	40,82%
Cerveza	13,61%	10,88%	24,49%
Copas de Whiskey solo	0,68%	0,00%	0,68%
Cubata	3,40%	5,44%	8,84%
Licor (Chupito)	0,68%	0,00%	0,68%
Vino	0,68%	5,44%	6,12%
Entre 26 y 29 años	3,40%	11,56%	14,97%
Cerveza	3,40%	7,48%	10,88%
Cubata	0,00%	0,68%	0,68%
Vino	0,00%	3,40%	3,40%
Más de 30	0,00%	0,00%	0,00%
(en blanco)	0,00%	0,00%	0,00%
Total general	45,58%	54,42%	100,00%

Tabla 4.2.4.2

Cuenta de ¿Dónde sueles consumir bebidas alcohólicas? Etiquetas de columna			
Etiquetas de fila	Hombre	Mujer	Total general
Entre 18 y 21 años	23,13%	21,09%	44,22%
Bares	11,56%	14,97%	26,53%
Discotecas	7,48%	2,04%	9,52%
En casa	2,72%	4,08%	6,80%
Parques, calles...	1,36%	0,00%	1,36%
Entre 22 y 25 años	19,05%	21,77%	40,82%
Bares	15,65%	19,73%	35,37%
Discotecas	2,04%	1,36%	3,40%
En casa	1,36%	0,68%	2,04%
Entre 26 y 29 años	3,40%	11,56%	14,97%
Bares	3,40%	10,88%	14,29%
En casa	0,00%	0,68%	0,68%
Más de 30	0,00%	0,00%	0,00%
(en blanco)	0,00%	0,00%	0,00%
Total general	45,58%	54,42%	100,00%

Tabla 4.2.4.3

Edad	%	%Mujer	%Hombre
Entre 18 y 21 años	42,16%	46,02%	53,98%
Bares	34,51%	16,81%	17,70%
Discotecas	20,35%	8,85%	11,50%
Supermercados	37,17%	16,81%	20,35%
Hipermercados	5,31%	2,65%	2,65%
Tiendas de barrio	1,77%	0,88%	0,88%
Internet	0,88%	0,00%	0,88%

Tabla 4.2.4.4

Edad	%	%Mujer	%Hombre
Entre 22 y 25 años	41,04%	55,45%	44,55%
Bares	48,18%	27,27%	20,91%
Discotecas	15,45%	8,18%	7,27%
Supermercados	23,64%	11,82%	11,82%
Hipermercados	7,27%	3,64%	3,64%
Tiendas de barrio	4,55%	3,64%	0,91%
Internet	0,91%	0,91%	0,00%

Tabla 4.2.4.5

Edad	%	%Mujer	%Hombre
Entre 26 y 29 años	16,79%	73,33%	26,67%
Bares	42,22%	31,11%	11,11%
Discotecas	11,11%	6,67%	4,44%
Supermercados	28,89%	22,22%	6,67%
Hipermercados	8,89%	8,89%	0,00%
Tiendas de barrio	8,89%	4,44%	4,44%
Internet	0,00%	0,00%	0,00%