

Consumo de alcohol en menores de 18 años en Colombia: 2008

---

un estudio con jóvenes escolarizados de 12 a 17 años

---

en 7 capitales de departamento y dos municipios pequeños

---

Augusto Pérez Gómez, Ph.D.  
Orlando Scoppetta D.G, M.Sc.

C O R P O R A C I Ó N N U E V O S R U M B O S

## **Corporación Nuevos Rumbos**

Augusto Pérez Gómez, Ph.D.  
Orlando Scoppetta DG, M.Sc.

### **Trabajo de campo**

#### **Dirección**

Stella Quinayás Delgado  
Carlos Lanziano Molano

#### **Coordinación Nacional**

Natalia Quinayás Ramos

#### **Coordinadores Regionales**

Alba Inés García  
Laura D. López  
Andrés Páez  
Juan Carlos Hernández  
Daniel López M.  
Guido Sepúlveda

#### **Producción Estadística**

Orlando Scoppetta DG.

#### **Muestreo y Apoyo Estadístico**

Carlos Lanziano Molano

#### **Apoyo al Procesamiento de Encuestas**

Luis Artemo González  
Universidad Militar Nueva Granada

#### **Asistentes de Investigación**

Marcela Correa Muñoz  
Jorge Rodríguez  
Liliana González Bernal

ISBN: 978-958-44-4451-6

#### **Dupligráficas Ltda.**

239 7089 - 272 3164

#### **Carátula**

Marcela Correa Muñoz

#### **Diseño**

John J. Gutiérrez R.

#### **Agradecimientos**

Este estudio se realizó gracias al apoyo de las Secretarías de Educación de Barranquilla, Bucaramanga, Bogotá DC, Florencia, Puerto Boyacá, Sabanalarga, Tunja, y de las 173 instituciones educativas que participaron, cuyo nombre se reserva. Gracias a todos los rectores, coordinadores, docentes y estudiantes.

# INDICE

Introducción .....	5
Iª PARTE: Marco teórico.....	7
Referencias .....	21
IIª PARTE: EL ESTUDIO .....	27
Consolidado Nacional.....	27
Informes individuales por ciudad.....	54
Barranquilla .....	54
Bogotá .....	68
Bucaramanga.....	82
Cali.....	96
Florencia .....	109
Medellín .....	123
Puerto Boyacá.....	137
Sabanalarga .....	150
Tunja .....	164
Conclusiones y recomendaciones .....	177
ANEXOS	
1. Instrumento.....	180
2. Legislación .....	182
3. Reporte técnico de la investigación .....	185



## **Introducción**

La investigación sobre el consumo de sustancias psicoactivas debe ser una prioridad para todas las sociedades contemporáneas, pues de ello depende un adecuado diseño e implementación de políticas destinadas a prevenir y tratar los problemas asociados con esas conductas. Esto es particularmente cierto para el alcohol, la principal sustancia de inicio, cuyo consumo temprano permite predecir la aparición de problemas a ciertas edades y la probabilidad del uso de otras sustancias.

Este estudio se realizó en 9 localidades de Colombia, que incluyen siete capitales de departamento y dos municipios pequeños. Los resultados se presentan de forma consolidada, inicialmente, y luego de manera individual. Se procuró presentar el conjunto de la manera más sencilla posible para que personas sin conocimientos de estadística puedan utilizarlos, pero colateralmente se preparan varios trabajos que serán objeto de publicaciones para un público de especialistas. En la parte final del consolidado se presenta un breve resumen del análisis de correspondencias múltiples que se llevó a cabo, y que muestra las relaciones entre ciertos patrones de consumo y algunas conductas, actitudes y experiencias de los sujetos.

Esperamos que estos resultados contribuyan a que las autoridades civiles, los educadores y los responsables de desarrollar políticas de prevención tomen las medidas necesarias para disminuir el consumo de alcohol en menores de 18 años, pues como se verá en las páginas que siguen, ese consumo es muy elevado.

*APG y OSD-G*



# I<sup>ra</sup>. PARTE: | MARCO TEORICO

## El problema global del consumo de alcohol en menores de edad

### I. ADOLESCENCIA Y CONSUMO DE ALCOHOL

Uno de los períodos más importantes dentro del ciclo vital del ser humano y que determina en gran parte la identidad sexual del individuo, las bases morales, la personalidad y el estilo de pensamiento, es la etapa de la adolescencia. Este es un momento de transición entre la niñez y la edad adulta que va desde los 11 a los 19 años de edad, aproximadamente. Durante este período el joven entra en un proceso de cambios biológicos y psicológicos importantes que explican gran parte de su repertorio cognitivo y conductual, considerado muchas veces por los adultos como incipiente y desafiante.

El consumo de alcohol y otras sustancias psicoactivas (SPA) en los adolescentes es motivo de constantes preocupaciones en la sociedad actual, pues es precisamente en este momento de la vida en la que las continuas presiones del medio, junto con las crisis “psicológicas” propias de la edad, hacen del joven un ser expuesto y vulnerable. Esta preocupación se incrementa al constatar que el alcohol es la puerta de entrada para iniciar el consumo de otras SPA, especialmente —en el caso de Colombia— marihuana y cocaína entre los 18 y los 24 años de edad. (Kandel, 1975; Kosterman y cols., 2000; Pérez Gómez, 2007)

En nuestro país, como en muchos otros del mundo occidental, el disfrute del ocio y de las relaciones sociales suele estar asociado con el uso de sustancias psicoactivas (Espada et al 2003), lo que hace que el consumo de alcohol ocurra por lo general los fines de semanas en contextos de recreación y esparcimiento.

Los datos arrojados por la Encuesta Domiciliaria sobre Consumo de Drogas en España, (2001), mostraron que una de expresiones del consumo abusivo de alcohol es el fenómeno llamado “el botellón”, en el que muchos jóvenes se reúnen los fines de semana en espacios abiertos con el objetivo de embriagarse a través de la mezcla de varios alcoholes de bajo precio y por ende de muy baja calidad (Rodríguez, Angulló, y Angulló (2003); en Colombia este tipo de cultura recreativa puede apreciarse en ciertas zonas de las ciudades grandes, donde los jóvenes se congregan de forma masiva en parques, plazoletas, espacios cercanos a algunas universidades en las que hay un número considerable de bares, discotecas y sitios de venta; la falta de control por parte de los agentes policiales, el incumplimiento de las normas legales frente al expendio y la venta de alcohol a menores de edad, o en los alrededores de entidades educativas, hacen que tanto en España como en Colombia, y seguramente en otros países de Latinoamérica, el consumo de alcohol entre los jóvenes sea muy fácil y que tienda a incrementarse.

Este aumento en el abuso de alcohol y otras drogas en determinados contextos, se ve influido por un aumento importante en la oferta que hace la industria para el tiempo libre a los jóvenes como la ampliación horaria, el número de locales, las actividades relacionadas con consumo de alcohol donde la música también marca un aspecto importante en los jóvenes de hoy en día. (Calafat, 1999). Sin embargo, estas no son las únicas razones por las cuales un menor de edad puede iniciar el consumo; además de la generalización y normalización como una característica propia de nuestra cultura, hay otros factores que lo disparan como las actitudes favorables hacia el consumo, una baja percepción de riesgo, influencias normativas inadecuadas y representaciones sociales o creencias positivas frente al consumo de alcohol (Hawkins, Catalana y Miller, 1992; Moncada, 1997; Becoña, 1999; Martínez, 2006). Estos cuatro aspectos en última instancia predicen la intención de consumo en el adolescente y serán revisadas más adelante.

## II. ALGUNAS CONSECUENCIAS DEL CONSUMO DE ALCOHOL EN MENORES DE 18 AÑOS

Teniendo en cuenta las leyes y normas existentes en nuestro país (ver Anexo 2) es importante saber que tanto el diseño como la aplicación de estas frente al tema del alcohol en menores de edad, tiene una lógica de fondo: el enorme daño que produce en los jóvenes a nivel de salud como producto de su abuso, y todas las implicaciones sociales y económicas no sólo para el individuo mismo sino para el país en general. Por ejemplo Brailowsky (1995), Escotado (1995), Pérez (2004), entre otros, aseguran que el consumo de alcohol en menores de edad puede afectar las siguientes áreas de funcionamiento.

### A. Consecuencias en la Salud.

Las consecuencias del abuso de alcohol sobre la salud son muy variadas y sus efectos negativos sobre órganos y sistemas ocurren de manera progresiva y pueden llegar a ser irreversibles.

#### El cerebro

Quizá una de las consecuencias más graves que trae el consumo de alcohol es el compromiso de varias áreas y funciones del cerebro, lo cual hace que el desempeño a nivel intelectual no sea el más adecuado.

Se ha comprobado en algunos estudios, que ciertas regiones del cerebro como la corteza prefrontal (encargada de la toma de decisiones, planeación, raciocinio, solución de problemas y control de impulsos), junto con el hipocampo (responsable parcialmente del aprendizaje, la memoria y ciertos procesos de abstracción) se muestran fuertemente afectados con el consumo frecuente de alcohol en adolescentes; la razón es que el cerebro solo alcanza su máximo desarrollo hasta los 21 años de edad; el beber alcohol antes de esa edad afecta el progreso madurativo del cerebro en el niño trayendo como consecuencia dificultades a nivel cognoscitivo. (Society for Neuroscience, 2002). Un ejemplo de ello, es la investigación realizada por la universidad de San Diego en California donde se compararon los cerebros de dos jóvenes de 15 años de edad; uno de ellos era un fuerte consumidor de alcohol y el otro era simplemente abstemio; se observó una clara diferencia entre ellos: el joven abstemio presentaba indicaciones de elevada actividad en algunas áreas cerebrales responsables de ciertos procesos cognoscitivos importantes, mientras que el joven consumidor mostraba una actividad mucho menor en esas mismas áreas, lo que reflejaba un cerebro de funcionamiento inapropiado, sobre todo en tareas de memoria. Los estudios de la Universidad de Duke (White y Swartzwelder, 2006) y de la Universidad de San Diego (Brown y Tapert, 2008) muestran de forma contundente que en los adultos jóvenes que como adolescentes fueron consumidores frecuentes de alcohol hay un desempeño pobre en pruebas de memoria verbal y no verbal, dificultades para focalizar la atención y en el manejo de abstracciones espaciales, como la lectura de mapas.

#### Otros órganos y sistemas:

Además del cerebro, otros órganos y sistemas se ven altamente comprometidos con la ingesta crónica de alcohol<sup>1</sup>; uno de ellos es el sistema autoinmune, en donde el alcohol aparentemente predispone o incrementa

---

<sup>1</sup>La información científica disponible se refiere fundamentalmente a población adulta. Entre más temprano se comience a abusar del alcohol, mayores las probabilidades de observar problemas en diferentes sistemas del organismo. En realidad la mayor parte de los estudios muestran predisposiciones o correlaciones, pero la demostración de causalidad todavía está lejos de lograrse, inclusive para la cirrosis hepática.



la severidad y aparición de un gran número de infecciones por la dificultad que tienen las células blancas de combatir bacterias. Las enfermedades más frecuentes están relacionadas con infecciones respiratorias y con la incapacidad de coagulación de la sangre.

Los sistemas cardiovascular y digestivo también se ven altamente implicados en este proceso, pues la ingestión crónica de alcohol, además de subir la presión sanguínea, conlleva a alteraciones en el ritmo cardíaco y problemas de dilatación y pérdida de la fuerza de contracción del corazón.

En cuanto al hígado las consecuencias son igual de desfavorables, pues este órgano es el encargado del procesamiento metabólico del alcohol. La incapacidad de absorción de nutrientes en el intestino delgado, puede causar problemas de salud en los huesos y en el sistema endocrino. Según el National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (2000), una de las principales causas de trastornos y muertes en los Estados Unidos es por enfermedades hepáticas.

En los riñones el consumo de alcohol afecta el balance de iones y agua que necesita el cuerpo para regular su metabolismo, afectando de esta manera el desarrollo normal del joven; los problemas de sobrepeso son más comunes ya que los adolescentes que beben tienen más probabilidades de engordar o padecer problemas de salud. La Universidad de Washington reveló en una de sus investigaciones que las personas que consumían normalmente cinco o más bebidas alcohólicas, una detrás de la otra, desde los 13 años, eran más propensas al sobrepeso o a la hipertensión a la edad de 24 años que aquellas que no bebían alcohol.

Las repercusiones sobre la salud como consecuencia del consumo de alcohol también pueden ser vistas en términos de salud mental; por ejemplo las niñas entre 12 y 16 años de edad que beben alcohol actualmente tienen cuatro veces más probabilidades de sufrir depresión que las niñas de la misma edad que no beben (Hanna, Hsaio-Ye y Dufour, 2000); esto puede exacerbar o desencadenar otro tipo de trastornos psicológicos en el adolescente, como conductas oposicionista y desafiantes, agresividad, dificultades de aprendizaje y consumo de otras sustancias psicoactivas.

## **B. Consecuencias Académicas.**

A partir de las implicaciones que tiene el consumo de alcohol sobre el funcionamiento cerebral, el bajo rendimiento académico puede ser una consecuencia significativa en el joven; lo que ocurre usualmente es que el aprendizaje se vuelve mucho más lento en comparación con otros niños. De la misma manera, los procesos atencionales, de memoria y pensamiento se ven involucrados negativamente. Una prueba de ello son las investigaciones realizadas por Brown, Tapert, Granholm et al. (2000), quienes indican que los adolescentes que abusan del alcohol recuerdan un 10 por ciento menos de lo que aprendieron comparados con los adolescentes que no toman.

Es importante resaltar otro aspecto que se encuentra inmerso dentro de esta problemática: el ausentismo y la deserción escolar. Hay estudios que muestran que estudiantes de la Escuela Secundaria que usan alcohol u otras drogas, tienen cinco veces más probabilidad de abandonar la escuela que los estudiantes no consumidores de alcohol (NCASCU, 2001).

## C. Conductas de Riesgo como Consecuencias del Consumo de Alcohol.

Uno de los aspectos que más se destaca en la adolescencia es el sentimiento de invulnerabilidad con relación a situaciones de peligro que podrían ocurrirles en determinado momento; frecuentemente los estudiantes que beben grandes cantidades de alcohol, comparados con los que no beben, exhiben más conductas de riesgo para sí mismos y para los demás (Hingson, Heeren y Winter 2006). A esto se añade el que, en general, las medidas de protección a los adolescentes son mínimas, sobre todo en lo que se refiere al ejercicio de su sexualidad, lo que se refleja en el número creciente de embarazos no deseados y de casos de infecciones de transmisión sexual.

En un estudio realizado por IREFREA, (2008) se observó que más de 1.300 jóvenes de nueve países europeos (incluida España) y con edades comprendidas entre 16 y 35 años, reconocían que el consumo de alcohol y determinadas drogas los llevaban a «alterar sus decisiones» y a mantener relaciones sexuales «de las cuales luego se arrepentían»; aquellos que eran consumidores habituales de cocaína presentaban cinco veces más probabilidades de haber tenido cinco o más parejas sexuales en los últimos doce meses o de «pagar para tener sexo», por lo que el riesgo de ejercer la sexualidad de forma irresponsable se incrementa conforme se exploran otras sustancias.

Otro problema asociado a esta problemática es el suicidio. En el año 2000, jóvenes de 12 a 17 años de edad que dijeron haber bebido alcohol en el último año presentaron el doble de probabilidad de estar en riesgo de suicidio (19.6 %) que aquellos que no habían bebido durante este periodo (8.6 %) (NHSDA, 2002); esto parece ser bastante consistente si se tienen en cuenta las alteraciones que produce el alcohol sobre el funcionamiento de ciertos procesos superiores como la toma de decisiones, la solución de problemas y el control de impulsos propios de una persona con este tipo de ideación y de consumo exagerado de alcohol.

Una tercera conducta de riesgo son los accidentes vehiculares. La National Highway Safety Traffic Association (2007), aseguró en uno de sus reportes que de todos los niños menores de 14 años de edad en Estados Unidos, involucrados en accidentes automovilísticos en el año 2006, el 23% murieron por causa de accidentes relacionados con el uso de alcohol .

En Colombia, los accidentes vehiculares no son ocasionados únicamente por quien conduce, sino también por la irresponsabilidad de algunas personas que no cumplen las normas peatonales; en este caso el joven que se encuentra en estado de embriaguez puede ser la víctima perfecta para ser arrollado por algún vehículo de transporte público (cuyos conductores tienen una temible reputación). En el año 2005 murieron 989 jóvenes entre los 13 y 24 años en accidentes de tránsito y otros 8.396 quedaron heridos. Del total de muertos, 346 eran pasajeros, 279 motociclistas, 197 peatones, 96 ciclistas, 64 conductores y de 7 no se posee información.

A continuación se presentan algunos datos suministrados por el Fondo de Prevención Vial, en un estudio realizado en marzo del año 2006 y en el que participaron 500 jóvenes entre los 13 y 24 años de edad, tanto de colegios como de universidades (51% eran hombres y el 49% eran mujeres).

1. La edad de inicio de consumo de alcohol es alrededor de los 13 años.
2. El 48% de los jóvenes encuestados saben manejar vehículo, pero tan sólo el 25% tomó un curso de conducción en una escuela, el 70% aprendieron porque les enseñó un familiar o amigo.

3. El 57% de los jóvenes se subirían al carro de un amigo o novio que maneje con tragos.
4. El 47% de los jóvenes considera que se exagera cuando se dice que después de tomar un trago no se debe manejar.
5. El 46% señala que para ocasionar un accidente grave de tránsito después de ingerir licor se necesita haber tomado mucho.
6. El 24% de ellos piensa que si la persona maneja bien no importa que consuma unos pocos tragos

#### **D. Consecuencias Sociales.**

Tal vez las consecuencias sociales más importantes en jóvenes consumidores, es que tienen mayores probabilidades que otros de participar o ser víctimas de crímenes violentos, como abuso sexual, asalto agravado, robos en estado de embriaguez. Según Pérez (2007) el rechazo y el aislamiento que se le hace al consumidor (señalamiento negativo por parte de la familia y la sociedad, la desconfianza, agresiones con alto nivel de conflicto y hostilidad), son las principales características del consumo de alcohol y otras drogas. Esto, en últimas, destaca la existencia de consecuencias negativas no sólo para el mismo adolescente y su familia, sino para la sociedad en general.

### **III. FACTORES PROTECTORES Y DE RIESGO**

Como muy bien sabemos el alcohol es una de las sustancias psicoactivas con mayor protagonismo en la población juvenil; hablamos de una sustancia de producción, distribución y consumo legales por lo que su uso está normalizado en nuestra cultura (García, López y Quiles, 2006). Desde este punto de vista se despliega una gran variedad de factores de riesgo que impulsan al joven a iniciarse en el consumo; el objetivo principal de los programas preventivos es, entonces, retrasar el consumo de alcohol y trabajar sobre estos factores de riesgo.

En ese orden de ideas, los factores de riesgo son todas aquellas circunstancias, características personales o ambientales que, combinadas entre sí, podrían resultar predisponentes o facilitadoras para el inicio o mantenimiento del uso y abuso de drogas; mientras que los factores de protección se definen como aquellas variables que contribuyen a modular o limitar el uso de sustancias psicoactivas (Secades y Fernández ,2001)

#### **FACTORES DE RIESGO**

Tal como lo mencionan Secades y Fernández (2001), los factores de riesgo se han dividido en factores individuales y contextuales. Los primeros se refieren a aquellas características personales que presentan un mayor grado de susceptibilidad ante influencias sociales que favorecen el consumo de drogas. Los factores contextuales contienen factores macrosociales de riesgo, son externos al individuo y operan a una escala extensa y alejada del consumo, es decir comprenden aspectos de carácter estructural, social, económico y cultural. Los factores microsociales se refieren a contextos más inmediatos en los que el sujeto se desenvuelve y participa directamente, como el grupo de pares, la familia y la escuela (p.11)

Algunos de los factores de riesgo que comparten varios autores ( Becker, 1974; Bandura 1977; Kaplan 1980; Weis 1985, Hawkins, Catalano y Miller, 1992; Becoña, 1999) y que fueron sintetizados por Espada, Griffin, Botvin y Mendez (2003) son<sup>2</sup>:

### **Factores macrosociales**

- a.** Disponibilidad y accesibilidad de las sustancias (por ejemplo la disponibilidad del alcohol por ser una droga legal, escaso control de la ley, precio, horario de venta, lugares de venta).
- b.** Institucionalización y aprobación social de las drogas legales ( el alcohol es una droga aceptada socialmente y la televisión, el cine, la prensa muestran personajes famosos divirtiéndose y bebiendo alcohol).
- c.** Publicidad como una fuente de presión social hacia el consumo y presencia de mensajes persuasivos en el que los jóvenes no tienen una actitud crítica frente a los medios audiovisuales.
- d.** Asociación del alcohol y drogas de síntesis con el ocio (ligado al tiempo libre, fines de semana a ciertos lugares como discotecas y a la búsqueda de nuevas sensaciones y experiencias).

### **Factores microsociales**

- a.** Estilos de vida inadecuados: ambigüedad en normas familiares, exceso de protección
- b.** Falta de comunicación y clima familiar conflictivo: la comunicación satisfactoria evita el aislamiento, educa para las relaciones extrafamiliares, promueve la expresión de sentimientos y facilita el desarrollo personal.
- c.** Consumo familiar de alcohol

### **Factores personales:**

- a.** Desinformación y prejuicios: falta de conocimiento o información errónea sobre las drogas, repercusiones negativas etc.
- b.** Actitudes favorables hacia el consumo: Son predictores del inicio del consumo de alcohol y otras drogas.
- c.** Déficits y problemas del adolescente: Constituyen factores de riesgo porque el adolescente puede evitarlo con el consumo de alcohol, el consumo se asocia con baja autoestima y locus de control externo, trastornos de ansiedad y del estado de ánimo.

Por otro lado autores como Navarro Botella (2000), sostienen que los factores de riesgo más importantes relacionados con el consumo de drogas en jóvenes entre 15 y 29 años son los relacionados con la percepción que se tiene sobre las drogas, su presencia social, estereotipos, ocio, tiempo libre y valores sobre las drogas; sin embargo uno de los factores de riesgo más sobresalientes en la época actual es el enunciado por el instituto

---

<sup>2</sup>Las enumeraciones que siguen fueron tomadas textualmente del artículo de Espada et al (2003)

de Deusto de Drogodependencias (Universidad de Deusto), el cual dice que “la conformación de la estructura familiar y la ausencia en la disciplina familiar, explicada como una inconsistencia o inexistencia de la disciplina, y bajas aspiraciones de los padres sobre la educación de sus hijos”, constituyen un factor de riesgo importante; mientras que el establecimiento de relaciones afectivas positivas entre padres e hijos se correlacionan con una menor probabilidad de que la juventud presente problemas de conducta (Laspada, Iraurgi y Aróstegui, 2004).

Lo anterior indica que las familias con alto nivel de conflicto influyen sobre el desarrollo de consumo de sustancias psicoactivas y hay menos posibilidad de que los hijos de familias altamente cohesionadas entren en contacto con las mismas (Alonso, 1994). Pérez y Mejía (1998) encontraron resultados virtualmente idénticos.

Y por último NIDA (2001) propone 2 grandes categorías en las cuales se agrupan los siguientes factores de riesgo:

- Ambiente familiar caótico, particularmente cuando los padres abusan de alguna sustancia o padecen enfermedades mentales.
- Paternidad ineficaz, especialmente con niños de temperamentos difíciles y con desórdenes de conducta, tales como: comportamiento inadecuado de timidez y agresividad, fracaso escolar, dificultad en las relaciones sociales, afiliación con compañeros de conducta desviada y percepción de aprobación del uso de drogas en el ambiente escolar y social.

Aunque el solo conocimiento de los factores de riesgo no tiene ningún sentido si no se interviene sobre ellos, es de vital importancia tener en cuenta lo que Moncada (1997) cita como 6 aspectos básicos que serán de gran ayuda para realizar programas preventivos:

- (1) Existen factores asociados al uso de drogas y factores relacionados con la abstinencia de las mismas. Los factores de riesgo y protección no son extremos; es decir, que la ausencia de un factor de riesgo no se considera como un factor de protección ni viceversa.
- (2) Estos factores se refieren a dos clases: los relacionados con el individuo (intrapersonales e interpersonales) y los relacionados con el contexto (ambientales).
- (3) Cuanto mayor sea la concentración de estos factores mayor será el riesgo o protección.
- (4) Existen diferentes factores de riesgo para los diferentes tipos de sustancias.
- (5) Los factores de riesgo del inicio del uso de sustancias no tienen por qué coincidir con otras etapas del consumo.
- (6) Algunos factores de riesgo tienen una influencia constante a lo largo del desarrollo, mientras que otros agudizan su impacto en determinadas edades.

### **Factores Protectores**

La reversión de los factores de riesgo descritos anteriormente actuarían de forma distinta en el adolescente y sus implicaciones serían de forma positiva, pues en vez de constituir un riesgo constante para el sujeto pasarían a ser un elemento con función protectora.

Hawkins y sus colaboradores (Hawkins, Catalano y Miller, 1992) mencionan algunos factores protectores que no solo previenen el consumo temprano de alcohol en jóvenes sino que controlan el desarrollo de comportamientos antisociales como por ejemplo los lazos sociales (adhesión y compromiso con la familia, la escuela y los compañeros), las coacciones externas (normas claras y consistentes contra el consumo de drogas mantenidas por personas ligadas al individuo) y las habilidades sociales (poseer estrategias de solución de problemas para afrontar asertivamente las situaciones y resistir las presiones a la transgresión de normas). El establecimiento de una buena relación afectiva entre padres e hijos son otros factores protectores importantes. Por lo general los padres que no consumen drogas, que cumplen las normas sociales, que presentan intolerancia frente a las drogas y revelan cierto inconformismo frente al consumo de sustancias legales como el alcohol marcan una baja probabilidad para que sus hijos inicien el consumo de drogas (Recio, 1999)

#### **IV. FACTORES RELACIONADOS CON INTENCION DE CONSUMO**

La intención de consumo se encuentra enmarcada dentro de un gran universo constituido “por las creencias que se tienen frente a las drogas, actitudes, normas interiorizadas, valores e intenciones que se tengan sobre las distintas drogas y que en última instancia van a ser predictores de la experimentación, de su posterior consumo o abstinencia” (Becoña 1999, p. 288). Por lo tanto el que un joven tenga una baja percepción de riesgo, actitudes favorables hacia el consumo, una baja influencia normativa, creencias o imaginarios que justifiquen el consumo de sustancias psicoactivas y una débil formación en valores, anticipan el consumo de SPA, incluidos el alcohol y el cigarrillo.

##### **A. Percepción De Riesgo**

La percepción de riesgo es entendida como el nivel de identificación que hace una persona de los peligros potenciales de llevar a cabo una conducta, en este caso de consumir o no algún tipo de sustancia psicoactiva. Se piensa que tal percepción en los jóvenes ha venido disminuyendo en el caso de algunas SPA (Becoña, 2002; González y Moncada, 2003); en ese sentido el consumo o no consumo es considerado como una relación inversamente proporcional, ya que a menor percepción de riesgo mayor probabilidad de consumo y viceversa.

Usualmente las personas toman decisiones a partir de las consecuencias positivas que van a recibir y evitan las consecuencias negativas que obtendrán. (Martínez, 2006), pero los altos índices de consumo en nuestro país y los programas de prevención de muy bajo impacto hacen que esta percepción de riesgo sea bastante baja, y como asegura Calafat (2001) “la falta de temor a las consecuencias derivadas del uso de sustancias anticipan el uso posterior de ellas”. Igualmente las representaciones o creencias construidas socialmente acerca de las drogas, la aceptación social del consumo de ciertas sustancias, el consumo de los amigos, las expectativas frente a ellas, las experiencias pasadas, la normalización del consumo, las conductas de riesgo y la obtención de placer, facilita la baja percepción de riesgo.

Autores como Graña y Muñoz-Rivas (2000; Muñoz-Rivas y Graña, 2001), quienes van en una dirección muy similar a la de Hawkins, Catalano y Miller (1992), sostienen que existen variables relacionadas con el consumo de drogas que tienen pesos relativos diferentes y que pueden tener una fuerte influencia en los adolescentes; ellas son:

- **La edad**
- **El aprovechamiento académico**
- **Las actitudes frente a las drogas legales**
- **Dificultad percibida en el acceso a las drogas**
- **Consumo percibido en los amigos**
- **Tipo de hábitos de ocio**
- **Conflicto percibido con la familia**
- **Aceptación familiar del consumo de drogas legales e ilegales**
- **Actitudes de los amigos ante las drogas**
- **Percepción de maltrato familiar**
- **Rechazo de la escuela**
- **Consumo de alcohol en el padre**

La valoración cognitiva que el sujeto otorgue a ciertos aspectos relacionados con el consumo y su estilo de vida, determinarán no solo el inicio sino el mantenimiento del uso del alcohol y otras drogas.

## **B. Actitudes Favorables hacia el Consumo**

Sabemos que las actitudes y las expectativas que tengan los jóvenes hacia la experimentación de sustancias legales e ilegales pueden ser tomadas tanto como factores protectores como factores de riesgo. Cuando se habla de actitudes, se refiere a la valoración de la droga como algo favorable o desfavorable para el propio sujeto; cuando esta es favorable, se convierte en un fuerte predictor del consumo y a esta actitud se puede llegar por el modelado o ejemplo actitudinal de los padres o familiares, así como por el grupo de pares que con dicha actitud aumentan la probabilidad de consumo (Becoña, 2002).

Se ha hallado un estrecho vínculo entre las actitudes favorables y de rechazo hacia las drogas y la conducta de consumo (Botvin y Botvin, 1992), pues se constata que aquellos individuos que abusan de las drogas tienen unas expectativas diferentes de los no consumidores respecto a la experimentación: los usuarios reelaboran las percepciones de riesgo y valoran las consecuencias positivas del consumo de drogas.

En definitiva, tanto las variables cognitivas como las actitudes (Ballester, Gil y Guiraldó, 2000; Moral, Sirvent y Rodríguez, 2004), las emociones, los valores (Bolinches, de Vicente, Reig, Haro, Martínez-Raga y Cervera, 2003) y las distorsiones en la percepción de riesgo (Castellana y LLadó, 1999) son también determinantes del consumo (Secades y Fernández, 2003). Estos factores también fueron identificados como determinantes en el estudio realizado por Trujillo, Fors i Fontacana y Pérez Gómez (2007) en un estudio comparativo de adolescentes de Barcelona y Bogotá.

Las actitudes hacia las drogas también son consideradas moduladoras del consumo, de modo que los adolescentes que abusan de las drogas "iniciativas" y los consumidores de drogas ilegales tienden a mostrar actitudes más permisivas (Moral y Ovejero, 2003); se ha llegado a la conclusión que tales diferencias actitudinales se asocian a varios factores como la manifestación de crisis de identidad por las cuales pasan todas las personas en la adolescencia (Kloep, Hendry, Ingebrigsten, Glendinning y Espness, 2001), desajustes socio comportamentales y búsqueda de atención del grupo de iguales (Chassing, Presson, Sherman y Mangolis, 1988; Chassing, Presson, Sherman, McLaughlin y Giorgia 1985), la insatisfacción hacia el ámbito académico,

el absentismo escolar (López-Frías, Fernández, Planells, Miranda, Mataix y Llopis, 2001) junto con la falta de apoyo y desestructuración familiar (Martinez, Fuertes, Ramos y Hernández, 2003; Muñoz-Rivas y Graña, 2001; Tarter, Schultz, Kirisci y Dunn, 2001)(Secades y Fernández, 2003).

Según Moral, Rodriguez y Sirvent (2006), al realizar un análisis sobre las variables más relacionadas con el consumo juvenil de alcohol y otras sustancias psicoactivas, las actitudes hacia la experimentación y actitudes favorables, se encontró lo siguiente:

1. El contacto con cierto tipo de ambientes, los amigos con las que se inició el consumo, las manifestaciones de búsqueda de atención y la conducta desviada aumentan la actitud favorable hacia el consumo de drogas.
2. Existe una relación significativa entre las actitudes hacia el consumo en los adolescentes que evidencian crisis a nivel personal y el ausentismo escolar, la conducta violenta y el rechazo familiar.
3. Los jóvenes que consumen cigarrillo y alcohol presentan más creencias distorsionadas sobre efectos y consecuencias del consumo y tienen poca resistencia a la presión de grupo.

Con base en lo anterior sabemos que la percepción de riesgo está estrechamente ligada con la actitud favorable hacia el consumo posterior de drogas (Becoña, 2002; Calafat, 2004), y por ende tenemos que ver cuáles son los procesos a los cuales se atribuye el cambio de actitudes con el fin de orientar y sugerir un adecuado trabajo preventivo y de este modo entender la dinámica que se maneja en el consumo de alcohol y otras sustancias psicoactivas. Estos procesos son:

1. Observación de la conducta de los padres al consumir alcohol y medicamentos.
2. Interpretación de las actitudes de los padres sobre el consumo de estas sustancias
3. Observación del consumo entre el grupo
4. La interpretación de las actitudes y normas del grupo de iguales y la religión (Martinez, 2006)

Se puede entender entonces, que el verdadero trabajo preventivo incluye modificación de actitudes, desmitificación de las creencias que giran en torno al consumo de alcohol y aumento en la percepción de riesgo e influencia normativa.

### **C. Influencia Normativa**

Cuando se habla de influencia normativa, se está haciendo referencia a la percepción que tiene el sujeto sobre lo que piensan personas o instituciones significativas con respecto a que realice o no determinada conducta; es decir, que si el joven cree que el llevar a cabo un comportamiento conducirá a unos resultados que él mismo valora de forma positiva, si hay facilidad en el control de la ejecución de la acción, si se presentan de pocos obstáculos y además cree que las personas a las que respeta y cuyo criterio tiene importancia para él piensan que debería llevarlo a cabo, entonces habrá muchos facilitadores para ello (teoría de la conducta planificada) (Martinez, 2006)



Es importante no perder de vista que definitivamente la familia, la escuela y el grupo de amigos son los tres actores más importantes para regular la conducta del joven; el establecimiento de una influencia normativa adecuada sólo se logra a través de la creación y el cumplimiento de normas claras por parte de dichos actores; tales normas deben garantizar un actuar responsable en el adolescente y manifestar explícitamente el rechazo a ciertos aspectos que usualmente son considerados como inaceptables por la sociedad en general, como lo es el consumo de sustancias.

#### **D. Imaginarios sociales y su relación con mitos percepción de riesgo y actitud hacia el consumo.**

La noción de representación social considerada por Jodelet (1993) implica el compromiso de dos elementos fundamentales, el psicológico o cognitivo y el social, ya que el conocimiento se constituye a partir de las experiencias propias de cada persona y de las informaciones y modelos de pensamiento que construimos a través de la sociedad; las representaciones sociales surgen como un proceso de elaboración mental e individual en el que se toma en cuenta la historia de la persona, su experiencia y sus construcciones personales propiamente cognitivas (Banch 1991).

Algunos imaginarios son transmitidos por la conversación entre amigos y conocidos, al igual que por los medios de comunicación, lo que a su vez proporciona a las personas nuevos elementos de conocimiento, imágenes y metáforas que son «buenas para pensar», pero que no son necesariamente verdaderas en el sentido estricto del término (Billig, 1993; Wagner, Lahnsteiner y Elejabarrieta, 1993). De esta manera, las creencias se construyen socialmente y se difunden convirtiéndose en parte de un discurso social, que en el caso de las drogas muchas veces termina legitimando el consumo de las mismas (Martinez, 2006).

El conjunto de creencias que muchas veces tienen las personas acerca de la salud y el consumo se encuentra estrechamente relacionado con la actitud positiva o negativa hacia el consumo. Algunas de las creencias y expectativas frente al consumo de alcohol son las siguientes:

El consumo de alcohol y otras sustancias facilita la integración social, la expresión de los sentimientos, desinhibe la conducta, incrementa la respuesta sexual, reduce la tensión física y psicológica, aumenta la agresividad y los sentimientos de poder, y aceptación en el grupo de pares. (Mora Ríos y Natera, 2001).

Otros imaginarios como el de “consumir drogas y alcohol es una experiencia agradable”, junto con la creencia de que las drogas les hacen olvidar los problemas suelen ser ideas frecuentes entre la población juvenil. Muchas de estas y otras creencias más parecen ir acompañadas de una infravaloración o desconocimiento de los peligros para la salud y que son atribuidos a las drogas (Ortega, Minguez y Pagan, 1993). Curiosamente, en este estudio el sexo parece tener algún tipo de relación con ciertas actitudes: por ejemplo, las mujeres consideran en un mayor porcentaje que los hombres de que las drogas perjudican la salud. Sin embargo no hay muchos estudios que exploren esta relación.

Sierra, Pérez, Pérez y Muñoz (2005), en un estudio de adolescentes escolarizados de escasos recursos económicos, encontraron que la sustancia de mayor popularidad entre los jóvenes es el alcohol, que en la gran mayoría de los casos es introducida y ofrecida por primera vez por los padres o familiares. Muchos jóvenes asocian los efectos positivos al entretenimiento y recreación, pero también a las consecuencias físicas de su ingesta: la experiencia placentera del alcohol se relaciona con el cambio en la percepción de la temperatura

corporal y con el cambio sensorial que se experimenta cuando el alcohol ha hecho efecto pero todavía no se ha consumido mucho. Por otro lado, los jóvenes piensan que *“los borrachos siempre dicen la verdad”* y que lo bueno del alcohol es que *“lo vuelve a uno sincero”* y le permite desahogarse, al mismo tiempo que permite el diálogo. Por otra parte, también hay discursos sobre los beneficios que éste trae para el organismo bajo “ciertas circunstancias”: de acuerdo con un muchacho de 17 años, *“es que una copita en la mañana es saludable, ayuda para el organismo, entonces de que se trate más que todo por sentirse bien sin ir a emborracharse, ni cambiar de personalidad, sentir lo delicioso que es y pues, estar alegre, no creo que sea malo, ni exagerado”*.

Pero incluso cuando las personas no encuentran el tomar alcohol placentero, otros factores estimulan su consumo. Uno de los más importantes es porque *“todo el mundo lo hace”*, otro es porque lograr distraer a la persona de sus preocupaciones y otra es que el alcohol *“tranquiliza”* y permite *“pensar mejor”*.

Todos estos factores, adicionalmente al hecho de que su consumo sea legal para los mayores a 18 años y su uso frecuente en el medio, podrían hacer pensar en la banalización de su consumo por parte de los menores de edad. Algunos jóvenes no pensaban que el alcohol es una droga hasta que así se presentó dentro del grupo focal. En este sentido, los aspectos negativos del alcohol no se asocian con la sustancia sino con el exceso de consumo, y para la gran mayoría de los jóvenes, el alcohol es una sustancia que se puede controlar. En este grupo, beber alcohol en la juventud también se relaciona con un comportamiento ‘obligatorio’ en una etapa de la vida, sin el cual piensan que se han perdido de algo (p. 354).

En síntesis, el estudio de Sierra, Pérez, Pérez y Muñoz (2007) mostró la existencia de diferencias en las representaciones sociales que tienen los jóvenes consumidores y no consumidores, en relación con el alcohol, las drogas y su uso. Así, lo que los jóvenes piensan, entienden o interactúan con las drogas se da a través de algunas representaciones sociales básicas: los efectos que se les atribuyen a las drogas, la percepción de peligrosidad de las mismas, la percepción de normalidad o no de su consumo, el imaginario de control del consumo, y asociado a éste, el tipo de consumo que se realice de la sustancia. Dependiendo de si se es consumidor o no, los jóvenes mantienen una posición a favor o en contra. Siendo así, la evaluación de las anteriores representaciones en un joven podrá determinar con buena posibilidad de predicción la “dirección” de su conducta de consumo. Es importante considerar que según los resultados del estudio, las representaciones sociales varían según la droga en exploración. Mantener estas diferencias claras es importante en el momento de planear las estrategias de prevención. Y en el caso que nos ocupa, las representaciones sociales favorables al consumo de alcohol son las más notables.

Para terminar, se plantea que el conjunto de creencias del consumo se encuentran estrechamente relacionadas con la actitud positiva y/o negativa hacia el consumo; si las expectativas de los adultos son positivas se aumenta la probabilidad de que los jóvenes adopten estas mismas creencias, generando una mayor exposición a situaciones de abuso. (Carmona y Chávez, 1991)

## **E. Los Valores**

La formación en valores es un elemento muy importante dentro de la educación de los jóvenes, pues estos, transmitidos adecuadamente por los adultos, pueden llegar a ser un factor protector bastante fuerte. Moreno (2006) sostiene que la educación en valores parece ser una de las claves para lograr un desarrollo adecuado tanto de actitudes como de conductas preventivas; igualmente explica cómo las actitudes permisivas favorecen el consumo de alcohol por su papel de facilitadoras sociales.

Los valores como el “poder”, entendido como una forma de buscar estatus, recursos, prestigio, control sobre las personas, influyen de manera positiva al adolescente. Igualmente valores de estimulación (búsqueda de excitación, de novedad y de cambio) y seguridad (preservar la estabilidad de sí mismo y de la sociedad) influyen fuertemente a la hora de tener una actitud permisiva hacia el uso de alcohol. El valor conformidad (control de los impulsos y del propio comportamiento de acuerdo a las normas y expectativas sociales) influye negativamente sobre ambas actitudes (Moreno, 2006).

Se encontró también, que los alumnos con actitudes hedonistas (cuya meta es búsqueda de placer y gratificaciones sensoriales) tienen actitudes más favorables hacia el consumo. Sin embargo hay algunos valores que se destacan en el estudio realizado por García, López, y Quiles (2006), que establecen toda una gama de valores que consideran como los más importantes para los jóvenes en cuanto a lo que el consumo de alcohol se refiere:

1. La libertad
2. Disfrute del tiempo libre
3. Atracción sexual

Otros valores relacionados con la desobediencia como:

1. Transgresión
2. La rebeldía

Los relacionados con el altruismo

1. Solidaridad
2. Comportamientos éticos
3. Compromiso social
4. la propia realidad, mantener y cuidar la salud, y otros asociados a comportamientos éticos o compromiso social.

Una anotación importante que hacen estos autores se refiere a la constante dinámica en la que se mueven los valores, pues estos cambian de importancia continuamente tanto a nivel grupal como a nivel individual; por ejemplo, la familia es un valor que cobra más peso a nivel individual que grupal, igual pasa con prepararse para el futuro y el esfuerzo personal.

En conclusión, y a pesar de que no son muchos los estudios realizados respecto a la relación entre valores y consumo de alcohol en los jóvenes, parece ser que los valores de tipo idealista como libertad, capacidad de elegir construcción de la propia realidad, independencia y amistad, se hallan en el primer lugar de importancia. Los valores altruistas se ubican en un segundo lugar en el universo valorativo de los jóvenes, pero al ubicarlos en la perspectiva del grupo, pasan a ocupar el último lugar (García, López, y Quiles, 2006).

## **F. Razones y principales motivadores de consumo**

Existe una gran variedad de razones por las cuales se establece el primer contacto con el alcohol y otras drogas; muchas de ellas mantienen el consumo y responden a todo un amplio patrón conductual en el que se integran actitudes, búsqueda de sensaciones, crisis en la identidad psicosocial, motivaciones hedónicas,

imperativos grupales, tendencias socioculturales y otros factores coadyuvantes; (Carballo et al, 2004; Ellickson, Tucker, Klein y McGuigan, 2001; Espada, Méndez, Griffin y Botvin, 2003; Hombrados y Domínguez, 2004; Jessor, 2002; Minehan, Newcomb y Galaif, 2000; Pérez, Díaz y Vinet, 2005) En este contexto, no se puede dejar de mencionar que algunas de las motivaciones, y quizás las más importantes, que empujan a los adolescentes al consumo de drogas, son la curiosidad, el deseo de vivir nuevas experiencias y sensaciones más fuertes (EDIS, 1984; CIS, 1988; Pérez, 2000 y 2007). Algunos estudios (Elzo, 1984; EDIS, 1984; CIS, 1988) ponen de manifiesto que una de las motivaciones más frecuentemente aducidas para el inicio del consumo de drogas, aparte de la curiosidad y de tener experiencias nuevas, es la búsqueda del placer y la huída de situaciones personales desagradables.

Según el Fondo de Prevención Vial (2006), el 45% de los jóvenes colombianos consume alcohol porque los hace sentir contentos, alegres y simpáticos frente a su grupo de amigos.

1. El 24% siente que se desinhibe, les representa un cambio de ánimo y los vuelve espontáneos.
2. Un 23% dice que lo hace por motivos de integración y unión con su grupo social
3. El 21% porque les produce sensación de relajación y descanso y que les hace sentir placer.
4. El 10% lo hace porque les agrada el sabor y un 4% porque les quita la sed.
5. El resto lo hace por el efecto que produce o simplemente por nada.

La mayoría de los jóvenes que participaron en dicho estudio mencionaron haber consumido alcohol los días sábados (89%); el 76% lo hace los viernes, el 7% dice hacerlo los jueves y al 8% le es indiferente el día, dependiendo de la oportunidad. La frecuencia con que consumen licor también es alta, el 5% reconoce que lo hace dos veces a la semana, el 20% una vez a la semana y otro 20% cada 15 días. Consideran igualmente que la situación en la que les es imposible no tomar son las rumbas, fiestas, encuentros con amigos, fin de semestres, parciales o reuniones familiares. Los sitios escogidos por ellos para tomar son los bares y rumbadores y las casas o apartamentos de ellos o de sus amigos.

## **V. SITUACION DEL CONSUMO DE ALCOHOL EN COLOMBIA EN MENORES DE EDAD**

Desde hace algunos años el consumo de alcohol en Colombia en menores de edad se ha venido agravando progresivamente, no solo por la gran cantidad de aspectos que intervienen y disparan el consumo sino también por las implicaciones que se generan a nivel social, político, económico y en salud pública; sabemos muy bien que los altos índices de alcoholismo, los diferentes tipos de accidentalidad, la adquisición de enfermedades de transmisión sexual, embarazos prematuros, suicidios, consumo de otras SPA y otras conductas irresponsables, son apenas un reflejo de tal situación que ponen más en riesgo la integridad de los jóvenes. Aun cuando existen normas legales que regulan el consumo y la venta de alcohol en menores, esto no es suficiente para controlar ni reducir su impacto en las diferentes regiones y esferas socioeconómicas del país.

Según el estudio realizado por el Programa Presidencial Rumbos (Pérez Gómez et al, 2002), se observa un notable incremento en el primer contacto que tienen los jóvenes no solo con el consumo de alcohol sino con otras sustancias psicoactivas, lo cual ocurre cada vez a edades más tempranas; en lo que se refiere al alcohol, la tendencia es a iniciar a los 12 años de edad (MPS/CICAD, 2004; Rumbos, 2002). Se afirma que el 83.8% de los jóvenes menores de 17 años ha consumido alcohol alguna vez en la vida, y el 65.4% lo hicieron en el último año (MPS/CICAD, 2006); pero quizás lo más preocupante y la prueba del por qué el abuso de alcohol se está complejizando cada vez más en población juvenil, es el posicionamiento de Colombia como

el país de Latinoamérica en el que se inicia el consumo a más temprana edad y con el mayor número de menores de 14 años que ha consumido esta sustancia en el último mes (37.6%), en comparación con otros países latinoamericanos como Brasil (34,9%) , Uruguay (30,7%), Paraguay (25,2%) y Chile (21,8%). Teniendo en cuenta estas estadísticas, es lógico pensar que un gran número de jóvenes y adultos no sabe que ese primer contacto puede llegar a ser un poderoso predictor de un futuro abuso y dependencia al alcohol, pues más del 40 % de las personas que comienzan a beber antes de cumplir los 15 años, abusarán o dependerán de él en algún momento de sus vidas (NIH Publication, 2005): esto es, tendrán virtualmente el doble de probabilidades de tener problemas con el alcohol en la adultez. Entre más temprano se relacionen los jóvenes con la bebida, los daños serán más severos, sobre todo a nivel orgánico, pues como se vio anteriormente su desarrollo cerebral no ha culminado completamente, lo cual genera de forma paralela un sinnúmero de implicaciones adversas que un menor de edad no puede controlar.

## REFERENCIAS

- Banchs, M. (1991). Representaciones sociales: pertinencia de su estudio y posibilidades de su aplicación. *Boletín de AVEPSO, (XIV)*, 3, 3-16.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, N. J.:Prentice Hall.
- Becker, M. H. (1974). *The health belief model and personal health behavior*. Thorofare, N.J.: Slack.
- Ballester, R, Gril, M.D. y Guirado, M.D. (2000). Behaviours and attitudes related to alcohol consumption in adolescents between 15 and 17 years old. *Annual Modification Conductual*, 26, 855-895.
- Becoña, E (1999). *Bases teóricas que sustentan los programas de prevención de drogas*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Becoña, E. (2002). *Bases científicas de la prevención de las drogodependencias*. Madrid. Ed. Ministerio del interior. Plan nacional sobre drogas.
- Billing, M. (1993). Studing the thinking society: Social representations, rethoric and attitudes. En M.G. Breakwell y D.V. Canter (eds.), *Empirical approaches to social representations*. Oxford: Oxford University Press.
- Bolinches, F., de Vicente, P., Reig, M.J., Haro, G., Martinez-Raga, J. y Cervera,G. (2003). Emociones, motivacion y trastornos adictivos: un enfoque biopsicosocial. *Trastornos Adictivos*, 5, 335-345
- Botvin, G.J. Botvin, E.M. (1992). Adolescent tobacco, alcohol and drug abuse: prevention strategies, empirical findings and assessment issues. *Developmental and behavioral pediatrics*, 13, 290-301.
- Brailowsky, S. (1995). *Las sustancias de los sueños: Neuropsicofarmacología*. FCE-CONACYT, México.
- Brown S.A., Tapert, S.F., Granholm E., et al. 2000. Neurocognitive functioning of adolescents: Effects of protracted alcohol use. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 24 (2), 164-171.
- Brown, S,A. y Tapert, S.F. (2008). Adolescence and the trajectory of alcohol use: basic to clinical studies. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1021, 232-244.
- Calafat, A. (2001) Replantear la prevención del uso recreativo de drogas.

En *IV Jornadas Municipales sobre drogodependencias*. Bilbao: Ayuntamiento de Bilbao, p. 15-24.

Carballo, J.L., García, O., Secades, R., Fernández, J.R., García, E., Errasti, J.M. y Al-Halabi, S. (2004). Construcción y validación de un cuestionario de factores de riesgo interpersonales para el consumo de drogas en la adolescencia. *Psicothema*, 16, 674-679.

Carmona, A y Chávez, R. (1991). Expectativas de efectos positivos de alcohol adquiridos en el ambiente temprano (alcohólicos y no alcohólicos). *Avances en Psicología Clínica Latinoamericana*, 9, 151-162.

Castellana, M. y Llado, M. (1999). Adolescencia y juventud: prevención y percepción del riesgo al consumo. *Revista Española de Drogodependencias*, 24, 118-130.

Chassing, L., Presson, C.C., Sherman, S.L., McLaughlin, L. y Giorgia, D. (1985). Psychosocial correlates of adolescent smokeless tobacco use. *Addictive Behaviors*, 10, 431-435.

Chassing, L., Presson, C.C., Sherman, S.L. y Margolis, S. (1988). The social image on smokeless tobacco use in three different types of teenagers. *Addictive Behaviors*, 13, 107-112.

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (1988). Actitudes y opiniones de los españoles ante la droga. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. Nº 43, Madrid.

EDIS (1981). La población española ante las drogas. *Documentación Social*. Nº 42, Enero-Marzo.

EDIS (1984). *La juventud y la droga*. Madrid: Mineo.

Ellickson, P.L., Tucker, J.S., Klein, D.J. y McGuigan, K.A. (2001). Risk prospective factors for problems related with alcohol in last adolescence. *Journal of Studies on Alcohol*, 62, 773-782.

Elzo, J. (1984). *Drogas y escuela*. Caja de Ahorros Municipal. San Sebastián

Escohotado, A. (1995). *Historia General de las Drogas*, (tres tomos), Alianza, España.

Espada, J, Méndez, X., Griffin, K. y Botvin, G;. (2003). Adolescencia: Consumo del alcohol y otras drogas. *Papeles del psicólogo*, 23, (84), 9-17.

Fernández, J., Alvarez, E., Secades, R., Jiménez, J.M., Cañada, A., Donate, I., et al. (2003). Consumo de drogas de síntesis en estudiantes de secundaria del principado de Asturias (España). *Adicciones*, 15(1), 31-37.

Fondo de Prevención Vial (2007). <http://www.fonprevial.org.co/index.php?op=info&idC=34>

García, J., López, C., Quiles, Ma. (2006). Consumo de alcohol actitudes y valores en una muestra de estudiantes universitarios de la provincia de Alicante. *Salud y drogas*, 6 (2).

Graña, J.L. y Muñoz, M.J. (2000). Factores psicológicos de riesgo y de protección para el consumo de drogas en adolescentes. *Psicología conductual*, 8, 249-269.

Hanna EZ, Hsaio-Ye Y, Dufour M. (2000). The relationship of drinking alone and other substance use alone and in combination to health and behavior problems among youth aged 12-16: Findings from the Third National Health and Nutrition Examination Survey (NHANES III). Paper presented at the *23rd Annual Scientific Meeting of the Research Society on Alcoholism*, June 24-29, Denver CO.

- Hawkins, J.D., Catalano, R.F. y Miller, J.Y. (1992) Risk and protective factors for alcohol and other drug problems in adolescence and early adulthood: implications for substance abuse prevention. *Psychological Bulletin*, 112, 64-105
- Hawkins, J., Weis, J (1985). The social development model: and integrated approach to delinquency prevention. *Journal of primary prevention*.
- Hingson R.W., Heeren, T., y Winter, M.R. (2006). Age at drinking onset and alcohol dependence: Age at onset, duration, and severity. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 160, 739-746.
- Hombrados, M.I. y Dominguez, J.M. (2004). El consumo de drogas en adolescentes: factores de riesgo y protección. *Encuentros en Psicología Social*, 2, 95-101.
- Irefrea (2008) El consumo de drogas y alcohol de los jóvenes europeos fomenta una sexualidad sin precauciones segun estudio. <http://ecodiario.eleconomista.es/salud/noticias/677045/07/08/>
- Jessor, R. (1992). Risk behavior in adolescence: a psychosocial framework for understanding and action. *Developmental Review*, 12, 374-390.
- Jodelet, D. (1993). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici (ed.) *Psicología social II*. Barcelona: Paidós, pp. 469-494.
- Kandel, D. (1975). Stages in adolescent involvement in drug use. *Science*, 190: 912-914.
- Kaplan, H.B. (1980). *Deviant behavior in defense of self*. New York: Academic Press.
- Kloep, M., Hendry, L.B., Ingebrigtsen, J.E., Glendinning, A. y Espness, G.A. (2001). Young people in 'drinking' societies? Norwegian, Scottish and Sweedish adolescents' perception of alcohol use. *Health Education Research*, 16, 279-291.
- Kosterman, R., Hopkins, J., Guo, J., Catalano, R y Abbot, R. (2000). The dynamics of alcohol and marijuana initiation: Patterns and predictors of first use in adolescence. *American Journal of Public Health*, 90, 360-366=
- Laspada, T., Iraurgi, L., Aróstegui, E. (2004). *Factores de riesgo y de protección frente al consumo de drogas: hacia un modelo explicativo del consumo de drogas en jóvenes de la CAPV*. España: Instituto Deusto de Drogodependencias
- Lopez-Frías, M., Fernández, M.F., Planells, E., Miranda, M.T., Mataix, J. y Llopis, J. (2001). Alcohol consumption and school efficiency in Spanish secondary school students. *Journal Studies Alcohol*, 62, 741-744.
- Martínez, E., (2006). *Hacia una prevención con sentido*. Bogotá: Colectivo Aquí y Ahora.
- Martínez, J.L., Fuertes, A., Ramos, M. y Hernández, A. (2003). Consumo de drogas en la adolescencia: importancia del afecto y la supervisión parental. *Psicothema*, 15, 161-166.
- Ministerio de Sanidad y Consumo (2007). *Informe sobre alcohol*. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas de España.

- Moncada, Sonia. (1997). Factores de riesgo y de protección en el consumo de drogas. En: *Prevención de las drogodependencias. Análisis y propuestas de actuación*. Madrid. Plan Nacional sobre Drogas.
- Moral, M.V. y Ovejero, A. (2003). Actitudes ante el consumo de sustancias psicoactivas y mentalidades del usuario en adolescentes de Secundaria. *Entemu*, 15, 151-175.
- Moral, M., Rodriguez, F., Sirvent, C. (2004). Motivadores de consumo de alcohol en adolescentes: análisis de diferencias intergénero y propuesta de un continuum etiológico. *Adicciones*. 17, (2), 105-120.
- Moral, M., Rodriguez, F., Sirvent, C. (2006). Factores relacionados con las actitudes juveniles hacia el consumo de alcohol y otras sustancias psicoactivas. *Psicothema*, 18, (1), 52-58 .
- Mora y Natera. (2001). Expectativas, consumo de alcohol y problemas asociados en estudiantes de la ciudad de México. *Salud Publica de México*, 43, (2).
- Moreno, J. (2006). Valores , actitudes hacia el alcohol y consumo en adolescentes varones. *Red de revistas científicas de America Latina y el Caribe, España y Portugal*, Vol 1, N° 013.
- MPS/CICAD (2004). *Encuesta Nacional sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas en Jóvenes Escolarizados de 12 a 17 años en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Protección Social.
- Muñoz, M.J. y Graña, J.L. (2001). Factores familiares de riesgo y de protección para el consumo de drogas en adolescentes. *Psicothema*, 13 (1), 87-94.
- National Center on Addiction and Substance Abuse at Columbia University. (2001). *Malignant Neglect: Substance Abuse and America's Schools*. New York: Columbia University.
- National Highway Safety Traffic Association (NHTSA) (2007). Traffic Safety Facts 2006— Children. *DOT HS Report No. 810 803*. Washington, DC: NHTSA, National Center for Statistics and Analysis
- National Institute on Drug Abuse (2001). *Preventing drug use among children and adolescents. A research-based guide*. <http://www.nida.nih.gov/Prevention/CONTENT.HTML> [10 Octubre 2001].
- National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. 2000. *10th Special Report to the US Congress on Alcohol and Health*. Rockville, MD: NIAAA.
- NIH Publication (2005) .Mantengamos a los niños libres de alcohol
- NHSDA Report (2002): Substance Abuse and Mental Health Services Administration. *Substance Use and the Risk of Suicide Among Youths*. Rockville, MD
- Navarro Botella, J. (2000). *Factores de riesgo y protección de carácter social* relacionados con el consumo de drogas. Madrid: Ayuntamiento de Madrid.
- Observatorio Español sobre drogas (2000). *Encuesta sobre drogas a población escolar* . Madrid: Ministerio del Interior
- Ortega, P., Mínguez, R., Pagán, F. (1993). Actitudes hacia las drogas en los alumnos de la región Murciana. *Revista Anales de Psicología*. 9 (1), 7-18.



- Pérez Gómez, A. (2000). *El libro de las drogas: manual para la familia*. Bogotá: Presidencia de la República.
- Pérez Gómez, A. (2002). *Colombia: consumo de SPA en jóvenes 2001*. Bogotá: Programa Presidencial RUMBOS.
- Pérez Gómez, A. (2007). *Transiciones en el consumo de drogas en Colombia*. Bogotá: DNE-Dupligráficas
- Pérez Gómez, A. y Mejía Motta, I.E. (1998). Patrones de interacción de familias en las que no hay consumidores de sustancias psicoactivas. *Adicciones*, 10 (2), 111-121.
- Pérez, Ma.V., Díaz, A. y Vinet, E. (2005). Características psicológicas de adolescentes pertenecientes a comunidades educativas vulnerables. *Psicothema*, 17, 37-42.
- Recio, J.L., Santos, C., Sanchez, M.A., Escamilla, JP, Barahona. M.J. y Plaza. L.A. (1992). *Papel de la familia y la escuela en el abuso de drogas*. Madrid: Cruz Roja Española.
- Rodríguez, J., Agulló, y Agulló, M. (2003). Jóvenes, fin de semana y uso recreativo de drogas: evolución y tendencias del ocio juvenil. *Adicciones: Monografía de drogas recreativas*, 15 (2), 7-34.
- Secades, R., Fernández, J. (2001). *Consumo de drogas y factores de riesgo en los jóvenes del municipio de Oviedo*. España
- Sierra, D., Pérez Trujillo, M., Pérez Gómez, A. y Muñoz, M. (2005). Representaciones sociales en jóvenes consumidores y no consumidores de drogas. *Adicciones*, 17 (4), 349-360.
- Society for Neuroscience. ( 2002). Young brains on alcohol. *Brain Briefings*. Substance Abuse and Mental Health Services Administration.
- Tarter, R.E., Schultz, K., Kirisci, L. y Dunn, M. (2001). The risk of alcohol misuse increases in male sons the living together with a father that abuses drugs? Impact on individual, family, school and schoolmates vulnerability factors. *Journal of Child & Adolescent Substance Abuse*, 10, 59-70.
- Trujillo, A., Foros i Santacana, M. y Pérez Gómez, A. (2007). Uso de sustancias y percepción de riesgo: estudio comparativo entre jóvenes de Bogotá y Barcelona. *Adicciones*, 19 (2), 179-190.



## II<sup>da</sup>. PARTE: EL ESTUDIO

# Consumo de alcohol en estudiantes de secundaria de siete ciudades capitales departamentales y dos municipios pequeños de Colombia: informe consolidado.

### ALCANCE DE LA MUESTRA

La encuesta (ver Anexo 1) se aplicó en Barranquilla, Bogotá DC., Bucaramanga, Cali, Florencia, Medellín y Tunja. Con la selección de estas ciudades se quiso contrastar la evolución del consumo de bebidas alcohólicas en zonas que, según estudios anteriores, tienen patrones diversos de consumo. Adicionalmente se escogieron dos áreas urbanas relativamente pequeñas (Puerto Boyacá y Sabanalarga) y de zonas diferentes del país para contrastar el consumo con las grandes áreas urbanas de donde se obtuvo la muestra principal.

Aunque no se pretende con estas ciudades obtener indicadores nacionales de consumo de bebidas alcohólicas, es cierto que con el número total de encuestados y la alta prevalencia del evento en la población, las cifras obtenidas no se alejan de los resultados nacionales. En rigor, los resultados obtenidos son adecuados para las ciudades incluidas en el estudio, y con las debidas precauciones los indicadores conjuntos pueden considerarse cercanos a los arrojados por los estudios nacionales.

Los análisis se presentarán de manera separada para las ciudades capitales y para Puerto Boyacá y Sabanalarga.

### DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

Se encuestaron 9666 estudiantes de colegios de secundaria de los cuales 9276 fueron incluidos en el análisis, considerando el límite de edad superior (17 años) y otros factores.

**Tabla 1: Tamaño de la muestra**

Municipio	Total	Usados en análisis
Barranquilla	1049	990
Bogotá	1034	997
Bucaramanga	1045	1021
Cali	1135	1123
Florencia	1088	1018
Medellín	1037	993
Tunja	1144	1083
<b>Subtotal</b>	<b>7532</b>	<b>7225</b>
Puerto Boyacá	1106	1057
Sabanalarga	1028	994
<b>Subtotal</b>	<b>2134</b>	<b>2051</b>
<b>Total</b>	<b>9666</b>	<b>9276</b>

El análisis conjunto de capitales incluirá 7225 adolescentes y el de los municipios pequeños 2051.

## EDAD Y SEXO

48% de los encuestados fueron hombres y 52% mujeres. El promedio de edad fue de 14 años, sin diferencias importantes entre hombres y mujeres y entre ciudades. Para mayor ilustración se recomienda ver los capítulos con información de cada entidad territorial incluidos más adelante.

## JORNADA Y TIPO DE ENTIDAD

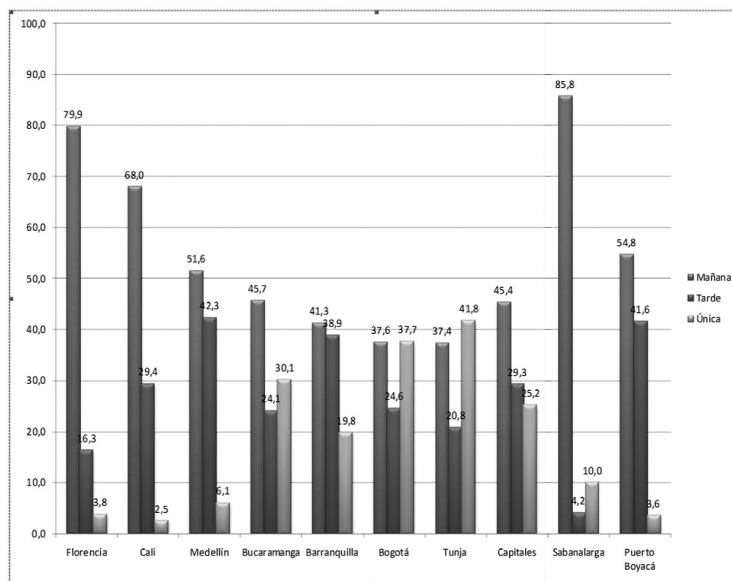
Tanto en la jornada como en el tipo de entidad, hubo variaciones en la muestra dependiendo del marco de muestreo utilizado para el estudio.

En las capitales, el 63% de los encuestados estaban inscritos en entidades oficiales y el 37% en no oficiales, aunque hubo variaciones importantes por ciudades: por ejemplo, en Florencia casi toda la muestra correspondió a entidades oficiales.

**Tabla 2:**  
**Tipo de entidades educativas**

Tipo de entidad	Oficial	No oficial
Florencia	96,2	3,8
Tunja	79,2	20,8
Medellín	73,2	26,8
Barranquilla	71,2	28,8
Bucaramanga	68,6	31,4
Bogotá	59,5	40,5
Cali	55,7	44,3
Capitales	63,3	36,7
Sabanalarga	86,5	13,5
Puerto Boyacá	87,7	12,3

Como se observa en el gráfico 1, hubo predominancia de la jornada de la mañana en la muestra, particularmente en el caso de Sabanalarga. En las capitales, 45,4% de la muestra se ubicó en la jornada de la mañana, 29,3% en la jornada de la tarde y 25,5% en jornada única.



**Gráfico 1:**  
**Jornadas estudiantiles en la muestra**

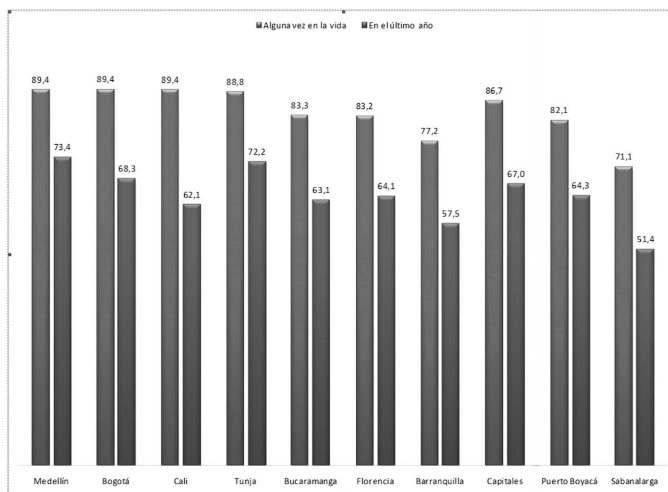
## PREVALENCIAS DE CONSUMO

86,7% de los encuestados en las capitales declararon haber consumido bebidas alcohólicas alguna vez en su vida.

**Tabla 3:**  
**Prevalencias de consumo por sexo**

Prevalencias	Hombres	Mujeres	Total
Alguna vez en la vida	87,9	85,8	86,7
En el último año	69,0	65,2	67,0
En el último mes	32,0	24,5	27,9
En la última semana	15,6	10,8	13,0

Como se observa en el gráfico 2, las prevalencias de consumo son altas en todos los casos y estadísticamente no habría mayor diferencia entre el conjunto de ciudades. No obstante, Barranquilla y Sabanalarga muestran indicadores de consumo que corresponden a lo que en otros estudios se ha visto: bajas prevalencias en la región Caribe en comparación con otras regiones del país. Medellín y Tunja mostraron la mayor cantidad de consumidores activos de alcohol en la población investigada.



**Gráfico 2:**  
**Prevalencias de consumo alguna vez en la vida y de último año**

En la tabla 4 y en los informes de cada entidad territorial pueden verse los comportamientos particulares de las prevalencias. El análisis por sexo muestra que en general los hombres tienden a consumir bebidas alcohólicas en mayor proporción que las mujeres, pero que esa distancia no es muy grande. En algunos casos, sin que estadísticamente sea importante la diferencia, se observa que el consumo de las mujeres tiende a ser mayor que el de los hombres.

**Tabla 4:**  
**Prevalencias de consumo por ciudades y por sexo**

Ciudad	Prevalencias <sup>3</sup>	Hombres	Mujeres	Total
<b>Barranquilla</b>	Alguna vez en la vida	82,8	73,1	77,2
	En el último año	64,1	52,8	57,5
	En el último mes	27,8	15,0	20,4
	En la última semana	16,2	8,0	11,5
<b>Bogotá</b>	Alguna vez en la vida	90,1	88,9	89,4
	En el último año	69,8	67,0	68,3
	En el último mes	30,6	22,9	26,3
	En la última semana	12,6	8,3	10,2

<sup>3</sup>Las prevalencias de último mes y última semana en las entidades territoriales, deben leerse con precaución puesto que están sujetas a eventos que afectan la probabilidad de consumo reciente y a errores de muestreo altos.

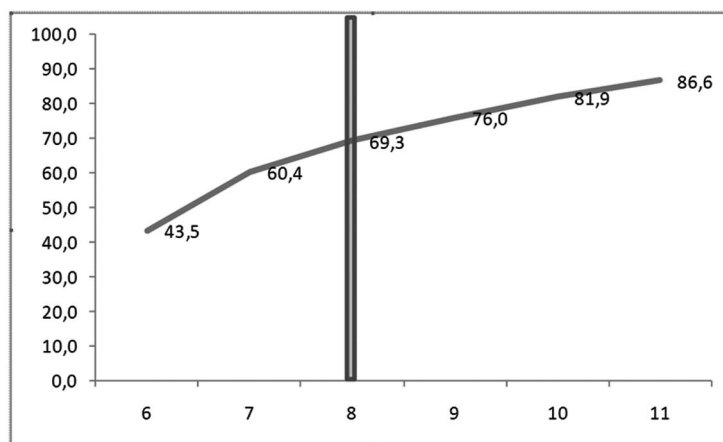
<b>Bucaramanga</b>	Alguna vez en la vida	82,7	84,1	83,3
	En el último año	65,0	60,9	63,1
	En el último mes	26,4	24,1	25,3
	En la última semana	13,5	11,9	12,8
<b>Cali</b>	Alguna vez en la vida	92,2	86,7	89,4
	En el último año	61,7	62,5	62,1
	En el último mes	27,4	22,8	25,1
	En la última semana	14,4	8,7	11,5
<b>Florencia</b>	Alguna vez en la vida	84,7	81,7	83,2
	En el último año	70,2	58,1	64,1
	En el último mes	23,9	20,3	22,1
	En la última semana	11,8	9,1	10,4
<b>Medellín</b>	Alguna vez en la vida	92,2	86,7	89,4
	En el último año	76,6	70,2	73,4
	En el último mes	44,5	37,7	41,1
	En la última semana	26,0	22,8	24,4
<b>Tunja</b>	Alguna vez en la vida	88,7	88,9	88,8
	En el último año	72,0	72,4	72,2
	En el último mes	32,3	28,1	30,2
	En la última semana	14,3	14,3	14,3
<b>Puerto Boyacá</b>	Alguna vez en la vida	84,1	80,5	82,1
	En el último año	67,9	61,3	64,3
	En el último mes	29,0	18,9	23,4
	En la última semana	12,4	9,4	10,7
<b>Sabanalarga</b>	Alguna vez en la vida	77,0	63,6	71,1
	En el último año	57,9	43,2	51,4
	En el último mes	17,9	15,6	16,9
	En la última semana	10,4	10,1	10,3

Como se ha visto en la historia del consumo de sustancias psicoactivas en Colombia, al comienzo las diferencias entre hombres y mujeres es alta, luego comienzan a acortarse, de manera tal que el incremento

en las cifras de consumo tienden a aumentar por el mayor número de mujeres consumidoras. En el caso del alcohol, es patente que el consumo en las mujeres tiende a crecer más aceleradamente que en los hombres. Esto se confirma al observar que en las regiones de menor consumo es mayor la diferencia entre hombres y mujeres consumidores.

Es de esperarse que el consumo aumente con la edad y en consecuencia que a mayor grado escolar, mayor sea el consumo. Los datos sugieren que el consumo crece no solamente por el aumento en la edad, sino por la socialización en los colegios, ya que el incremento de consumidores de alcohol activos muestra un salto importante entre el grado 6 y el grado siete, desde donde continúa creciendo de manera sostenida.

**Gráfico 3:**  
**Incremento de consumidores activos de alcohol por grado académico**



La línea vertical indica el punto de la prevalencia conjunta de consumidores actuales, lo que indica que hay dos segmentos de población en términos de consumo: antes y después del grado 8. La prevalencia de consumo del grado 11 es muy diferente a la prevalencia del inicio, pues prácticamente se ha duplicado.

No se encontraron diferencias significativas según el tipo de entidad y las prevalencias en la jornada de la tarde fueron ligeramente superiores, aunque dentro del margen estadístico.

## **INICIO DE CONSUMO**

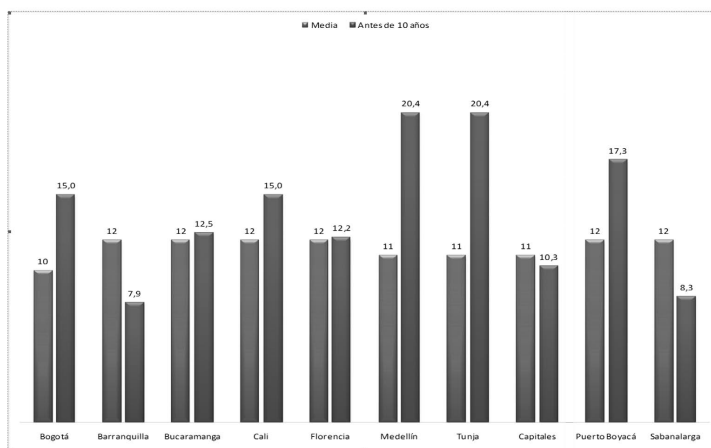
La media y la mediana muestran el inicio del consumo alrededor de los 11 años en general, lo mismo que para las mujeres. Los hombres tendieron a iniciar el consumo hacia los 10 años de edad. En todos los estudios aparecen algunos casos con edades de inicio muy tempranas. Dado que la observación, los estudios sociales y el análisis clínico muestra que esto es posible, no hay razón para omitir estas edades del análisis.

Algo más del 10% de los encuestados inició el consumo antes de los 10 años. En el caso de los hombres este indicador se ubicó en el 12,8% y en las mujeres en 8,1%, para el caso conjunto de las capitales.



Aunque Bogotá DC, tiene el promedio de edad de inicio de consumo más bajo (10 años), la proporción de los que iniciaron el consumo antes de los 10 años es mucho más alta en Medellín y Tunja que en el resto de las entidades territoriales estudiadas.

**Gráfico 4:**  
**Edad promedio de inicio de consumo de alcohol e inicio antes de los 10 años**

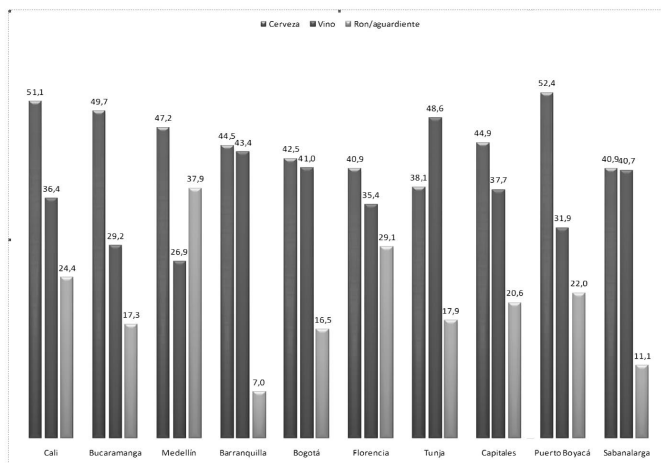


El tipo de bebida más frecuente con la que se iniciaron los encuestados, fue la cerveza (44,9%), con algunas variaciones por ciudad.

**Tabla 5:**  
**Bebida de inicio**

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	48,6	41,6	44,9
Vino	33,0	41,9	37,7
Ron/aguardiente	21,1	20,2	20,6
Importados (tequila, whisky...)	7,6	6,8	7,2
Cocteles/aperitivos	4,5	8,7	6,7
Chirrinchi/chicha	3,7	2,6	3,1
Otros	1,6	1,9	1,8

Como se observa en el gráfico 5, Cali es la ciudad donde la bebida de inicio más frecuente es la cerveza (51,1%). Donde más se reporta el inicio con vino es Tunja (48,6%) y con ron o aguardiente, Medellín, con un 37,9%.



**Gráfica 5:**  
**Bebida de inicio por ciudades**

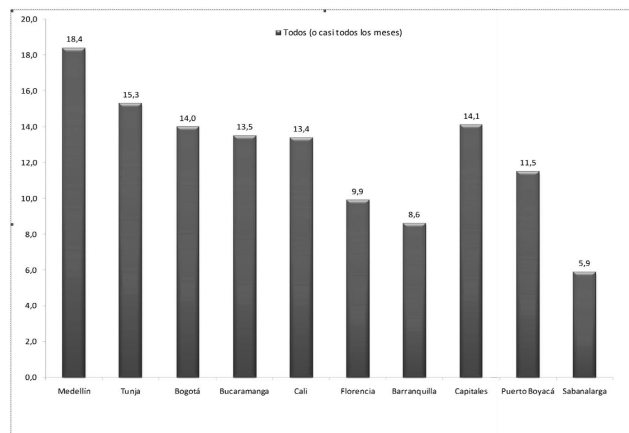
## CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMO

Una aproximación a la intensidad del consumo se logra preguntando por la frecuencia de éste. Como se puede ver, quienes afirman no tomar constituyen un porcentaje muy cercano al complemento de la prevalencia de consumo en el último año. La intensidad de consumo es mayor en los hombres.

**Tabla 6:**  
**Frecuencia de consumo**

Frecuencia de consumo	Hombre	Mujer	Total
No toma	32,3	36,0	34,3
Menos de seis veces al año	40,6	44,7	42,8
Todos (o casi todos los meses)	15,6	12,8	14,1
Todas (o casi todas las semanas)	6,1	2,9	4,4
Varias veces a la semana	4,3	3,2	3,7
Todos (casi todos los días)	0,7	0,2	0,4

La ciudad con un indicador más alto de consumo, todos o casi todos los meses, es Medellín (18,4%). La intensidad de consumo es más alta en las capitales que en Puerto Boyacá y Sabanalarga.



**Gráfico 6:**  
**Consumo de alcohol todos (o casi todos) los meses**

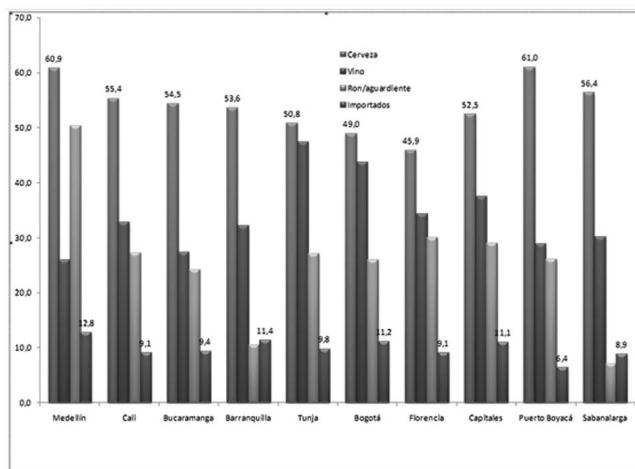
El tipo de bebida más consumida regularmente es la cerveza. Las bebidas fuertes al gusto suelen ser más consumidas por hombres, y las más suaves (vino, cocteles) por las mujeres.

**Tabla 7:**  
**Tipo de bebida más consumida por sexo**

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	56,3	49,2	52,5
Vino	33,7	40,8	37,5
Ron/Aguardiente	28,5	29,5	29,0
Importados (Tequila, Whisky...)	12,7	9,7	11,1
Cocteles/aperitivos	6,3	13,3	10,1
Chirrinchi/Chicha	4,9	3,8	4,3
Otros	1,9	3,7	2,9

En Puerto Boyacá y Medellín es donde la cerveza tiene el lugar de consumo más alto entre los bebedores.

La ciudad donde se informó del consumo más alto de bebidas importadas fue Medellín. El vino suele ser la bebida con el segundo lugar de preferencias, salvo en Medellín, donde este sitio lo ocupan el ron y el aguardiente. Las bebidas importadas como el whisky y el tequila son más consumidas en Medellín.



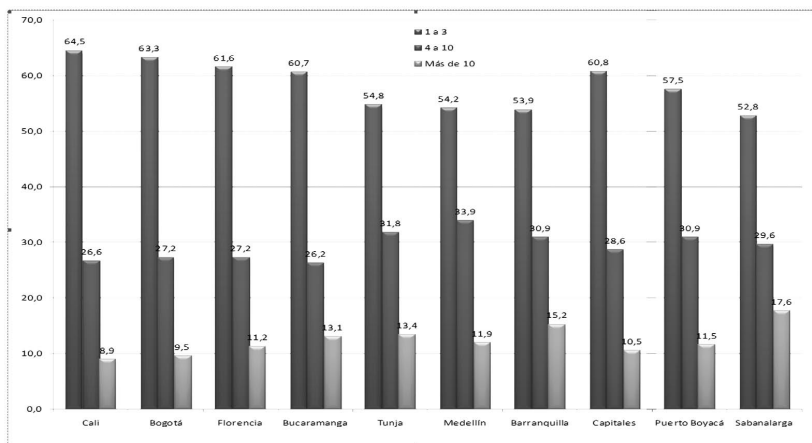
**Gráfico 7:**  
**Tipo de bebida por ciudad**

Siendo la cerveza la bebida más usada al inicio de la historia de consumo y la más consumida actualmente, se preguntó por el número de cervezas tomadas la última vez que se bebió, encontrándose que el 60,8 tomaron entre una y 3 cervezas y 10,5% tomaron más de 10 cervezas.

**Tabla 8:**  
**Número de cervezas consumidas en la última ocasión**

Cervezas	Hombre	Mujer	Total
1	24,3	34,8	29,7
2	17,6	20,6	19,1
3	11,2	12,6	11,9
4	8,9	8,4	8,6
5	6,7	6,1	6,4
6	3,9	2,8	3,3
7	2,3	1,7	2,0
8	2,5	2,3	2,4
9	2,3	1,0	1,6
10	5,2	3,6	4,3
Más de 10	15,2	6,2	10,5

El promedio de cervezas tomadas fue de 5 para los hombres, 4 para las mujeres y 4 en total. Como se observa en el gráfico 8, quienes bebieron de 4 a 10 cervezas se ubican en su mayoría en Medellín y Tunja; y tiende a ser uniforme la distribución de quienes bebieron más de 10 cervezas aunque mayoritariamente están en Barranquilla y Sabanalarga.



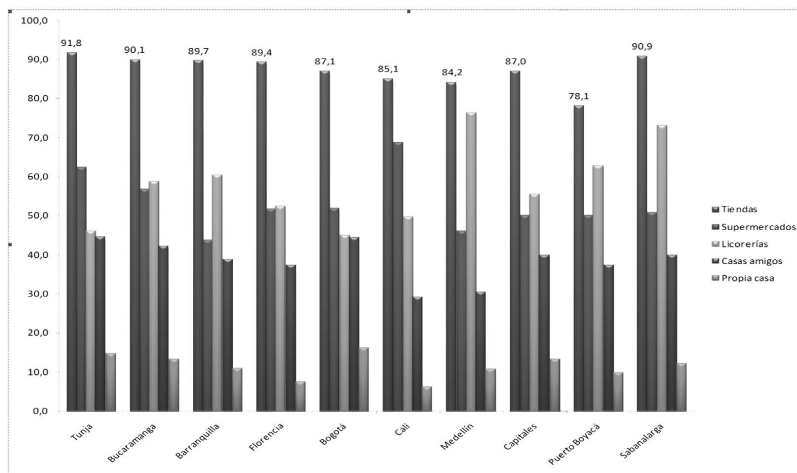
**Gráfico 8:**  
**Número de cervezas consumida en la última ocasión**

Quienes respondieron que eran bebedores actuales, informaron que obtenían bebidas alcohólicas predominantemente en tiendas (87,0%) y licorerías (55,6%). Llama la atención que también se surten en las casas de los amigos en una proporción mucho más alta que en la propia casa.

**Tabla 9:**  
**Sitios donde los menores de 18 años adquieren alcohol**

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	85,8	88,1	87,0
Licorerías	56,5	54,8	55,6
Supermercados	46,3	53,5	50,1
Las casas de amigos	37,8	42,0	40,0
Su propia casa	13,2	13,6	13,4
Otros sitios	9,4	7,4	8,4

En todas las ciudades se referenció con toda claridad que las tiendas son el lugar más probable de aprovisionamiento. En algunas ciudades como Tunja, Bogotá y Cali, el segundo lugar lo tienen los supermercados; en el resto, son las licorerías o estancos los sitios donde consiguen bebidas alcohólicas los menores de 18 (gráfico 9).



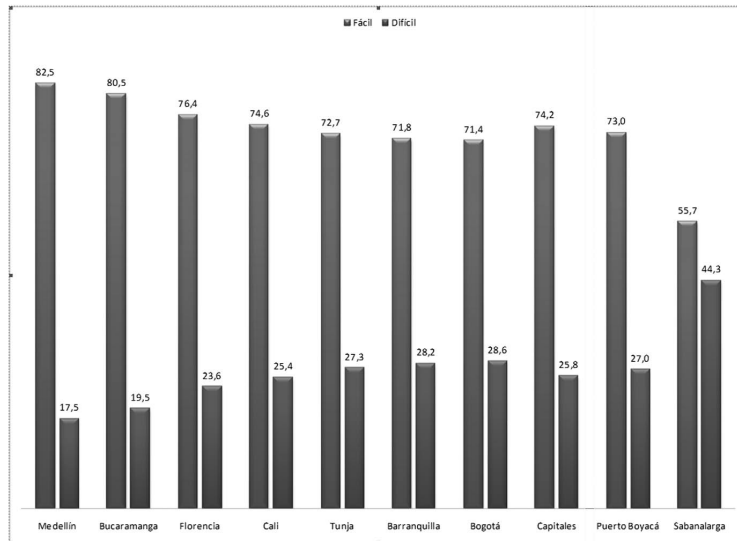
**Gráfico 9:**  
**Sitios de adquisición de alcohol por ciudades**

Siguiendo este hilo de análisis, se estableció que el 74% de los encuestados consideran que es fácil o muy fácil conseguir bebidas alcohólicas a su edad, sin que existan diferencias importantes entre hombres y mujeres.

**Tabla 10:**  
**Dificultad para conseguir bebidas alcohólicas**

	Hombre	Mujer	Total
Muy fácil	41,7	31,8	36,4
Más o menos fácil	34,7	40,5	37,8
Difícil	14,1	16,1	15,2
Muy difícil	9,5	11,5	10,6
Total	100	100	100

De las ciudades estudiadas, fue Medellín donde hubo mayor acuerdo con la idea de que es fácil obtener bebidas alcohólicas siendo menores de edad y Sabanalarga el municipio con donde no hay tanto consenso acerca de que sea fácil acceder a las bebidas alcohólicas (gráfico 10).



**Gráfico 10:**  
**Dificultad para obtener alcohol por ciudades**

En cuanto al último sitio en donde bebió el encuestado, se nota que los expendios públicos son los menos frecuentes en las capitales. En concordancia con la respuesta sobre el sitio donde pueden conseguir bebidas alcohólicas, se observa que la respuesta más frecuente ubica nuevamente la casa de un amigo, aunque en segundo lugar aparece la propia casa; esto parece indicar que el lugar donde se consigue la bebida alcohólica es distinto al lugar donde se consume.

**Tabla 11:**  
**Sitios donde suele ingerir alcohol**

Sitios	Hombre	Mujer	Total
En la casa de un amigo	24,6	27,9	26,4
En su casa	21,3	23,7	22,6
En la calle o en un parque	15,8	9,7	12,5
En otro sitio	10,4	11,0	10,7
En una tienda	5,0	2,2	3,5
En un bar, taberna o discoteca	2,8	2,9	2,9
En un billar	2,6	0,7	1,6
En una licorería (estanco)	0,7	0,4	0,5
En una panadería	0,3	0,2	0,2

Los encuestados informaron que en su mayoría tienden a beber en la compañía de amigos (55,4%) y en muy pocos casos, solos (cerca del 4%); pero si se tiene en cuenta la edad de estos jóvenes, ese último porcentaje puede resultar muy significativo. Los estudios pilotos para esta investigación arrojaban una alta

frecuencia de consumo para familiares, por lo que se decidió dividir esa opción. El 42% respondió que suele beber en compañía de algún familiar.

**Tabla 12:**  
**Con quién toma usualmente**

Con quien toma generalmente	Hombre	Mujer	Total
Casi siempre con amigos	54,0	56,8	55,4
Otros familiares	13,0	14,3	13,7
Con tus padres	12,7	14,1	13,4
Con primos	12,5	10,4	11,4
Con tíos	4,7	3,1	3,9
Solo	4,6	2,8	3,7

Medellín y Tunja fueron los lugares donde se reportó una mayor frecuencia de bebida en compañía de los padres, y Cali la ciudad en la cual es más frecuente que los encuestados beban solos.

**Tabla 13:**  
**Personas con las que toma por ciudades**

Ciudad	Casi siempre con amigos	Otros familiares	Con sus padres	Solo
Barranquilla	58,2	26,9	9,5	4,2
Bogotá	50,2	32,4	16,3	2,5
Bucaramanga	56,0	27,8	12,8	3,5
Cali	57,2	26,8	9,7	8,4
Florencia	49,3	30,4	16,6	4,5
Medellín	47,8	35,2	17,8	2,7
Tunja	47,8	35,2	17,8	2,7
Puerto Boyacá	51,5	28,9	15,5	2,6
Sabanalarga	52,8	29,1	11,5	3,6

Con el ánimo de profundizar acerca de la permisividad familiar con el consumo de bebidas alcohólicas por parte de menores de edad, se formularon otras preguntas en las cuales se indagaba en este mismo sentido. Se estableció entonces que un alto porcentaje de los encuestados bebe o bebería en una fiesta en su propia casa (64%).



**Tabla 14:**  
**¿Bebería en una fiesta en su casa?**

Respuesta	Hombre	Mujer	Total
Si	22,2	16,7	19,2
No	34,7	36,4	35,6
A veces	43,2	46,9	45,2

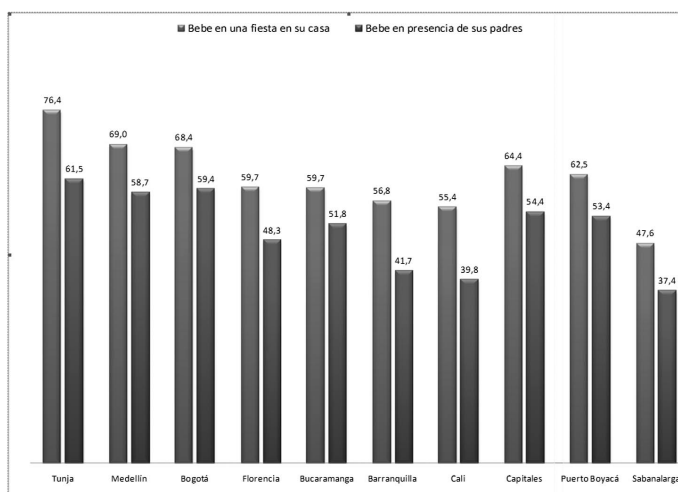
Para ver el comportamiento por ciudades, se sumaron las respuestas “sí” y “a veces”, como se muestra en el gráfico 11. En Sabanalarga serían menos los que consumirían bebidas alcohólicas en una fiesta en su propia casa; sin embargo, en todos los casos son considerables los porcentajes que sí lo harían.

El 54,4% de los encuestados reconoció que bebe o bebería en presencia de sus padres. Se dio el mismo tratamiento que la pregunta anterior (ver gráfico 11).

**Tabla 15:**  
**¿Bebes en presencia de tus padres?**

¿Bebes en presencia de tus padres?	Hombre	Mujer	Total
Si	17,0	17,4	17,2
No	46,8	44,6	45,6
A veces	36,2	38,0	37,2

Aunque son más los que afirman que beben o beberían en una fiesta, es evidente que esta variable se asocia al beber en presencia de los padres, como se observa en el gráfico 11. La ciudad donde más se presentan ambos eventos es Tunja, y Sabanalarga es el municipio donde es menos frecuente.



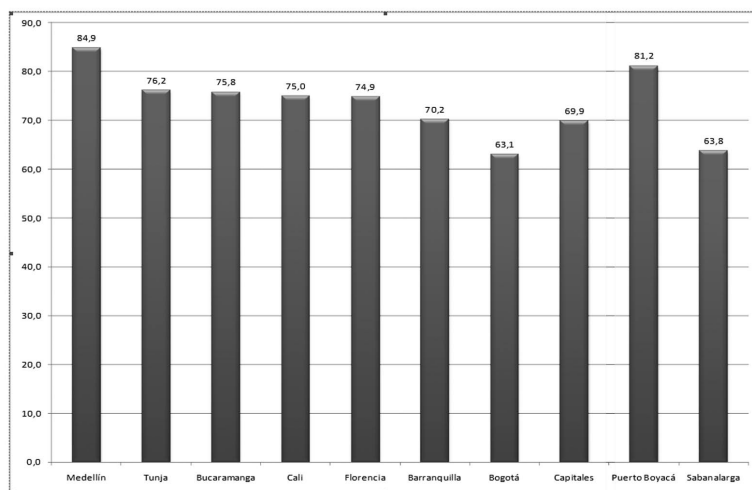
**Gráfico 11:**  
**Beber en fiestas en la propia casa y en presencia de los padres, por ciudad**

Otra información que da pistas acerca de la influencia familiar en el consumo de alcohol, es suministrada por la pregunta de si alguna vez fue mandado a comprar bebidas alcohólicas por alguien mayor. También se observa que en un alto porcentaje la respuesta es afirmativa.

**Tabla 15:**  
**¿Alguna vez un adulto te envió a comprar bebidas alcohólicas?**

	Hombre	Mujer	Total
Sí	74,6	65,9	69,9
No	25,4	34,1	30,1
Total	100	100	100

En todas las ciudades estudiadas es alto el porcentaje en que se les pide a los menores de edad comprar bebidas alcohólicas, siendo un fenómeno muy frecuente en Medellín (85%), y menos en Bogotá y Sabanalarga.



**Gráfico 12:**  
**Si fue enviado alguna vez a comprar bebidas alcohólicas por un adulto.**

A lo anterior se suma el reporte de que entre los que han intentado comprar bebidas alcohólicas, casi 50% informa que nunca se negaron a venderles tales productos.

**Tabla 16:**  
**¿Alguna vez se negaron a venderte bebidas alcohólicas?**

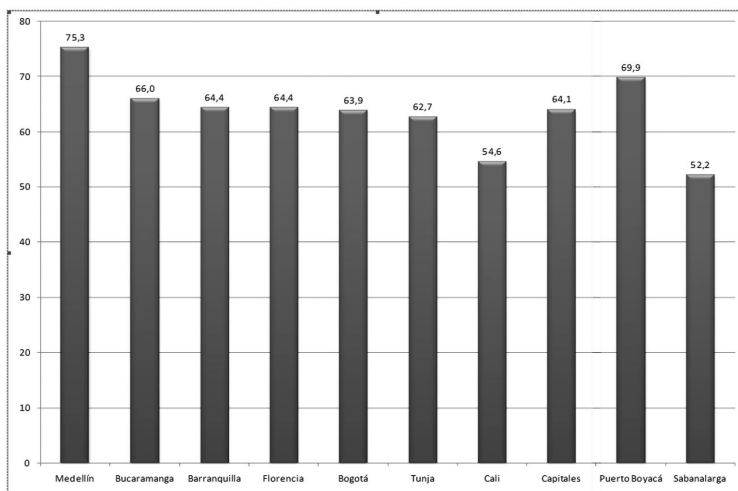
Se negaron a venderle bebidas alcohólicas	Hombre	Mujer	Total
Sí	51,8	49,5	50,6
No	48,2	50,5	49,4

Adicionalmente, la mayor parte de los encuestados (64%) ha estado en fiestas en las cuales se sirvió alcohol a menores de edad.

**Tabla 17:**  
**Fiestas en las que se sirvió alcohol a menores de edad**

Ha estado en fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad	Hombre	Mujer	Total
Si	63,2	64,9	64,1
No	36,8	35,1	35,9

Medellín es la ciudad donde fue más frecuente la asistencia a fiestas donde se sirvió alcohol a menores de edad, ocupando Puerto Boyacá el municipio con el segundo porcentaje más alto y Sabanalarga con el más bajo.



**Gráfico 13:**  
**Fiestas en las que se sirvió alcohol a menores de edad, por ciudades**

Siguiendo con la caracterización del consumo de alcohol, se indagó por los comportamientos más frecuentes relacionados con la bebida, encontrándose que casi la mitad tiende a embriagarse (si se suman lo que ellos entiende por "prendido o entonado" y beber hasta emborracharse).

**Tabla 18:**  
**Comportamiento cuando toma**

Comportamiento cuando toma	Hombre	Mujer	Total
Se entona (prende)	39,2	33,5	36,2
No toma más de dos tragos	26,2	35,8	31,3
Toma máximo cuatro tragos	22,6	25,8	24,3
Se emborracha	12,6	5,6	8,9

Estos datos se confirman parcialmente cuando se pregunta en qué momento se detiene el consumo de alcohol. La mayoría afirma que esto sucede cuando aparecen los signos de embriaguez.

**Tabla 19:**  
**Cuándo detiene el consumo**

Detiene el consumo	Hombre	Mujer	Total
Cuando se siente prendido	46,4	46,2	46,3
Al segundo trago	37,6	46,5	42,3
Cuando está borracho	10,1	3,8	6,8
Cuando los amigos le dicen que pare	5,7	3,6	4,6

Se encontró que estas dos variables están fuertemente asociadas con el último consumo de cerveza.

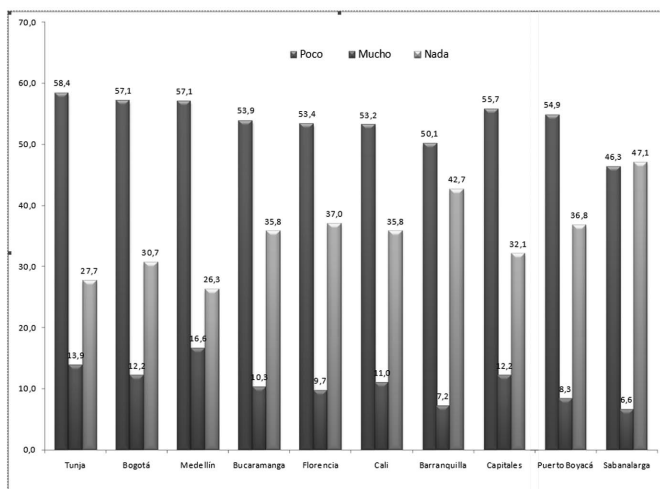
### ACTITUDES HACIA LA BEBIDA, GUSTO Y MOTIVOS

Es relativamente bajo el porcentaje de quienes afirman que el trago les gusta mucho. Sin embargo, es alto (68%) el de los que afirman que el trago les gusta en alguna medida.

**Tabla 20:**  
**Gusto por el trago**

Le gusta el trago	Hombre	Mujer	Total
Mucho	12,9	11,5	12,2
Poco	57,0	54,7	55,7
Nada	30,1	33,7	32,1
Total	100	100	100

En el gráfico 14 se observa que en Tunja y Medellín se informa el mayor gusto por la bebida.



**Gráfico 14: Gusto por el trago, por ciudades**

Las razones o motivos para beber señalados por los encuestados, fueron en primer lugar el celebrar ocasiones especiales, para estar con los amigos y por divertirse, especialmente por parte de las mujeres.

**Tabla 21:**  
**Razones para beber**

Razones para beber	Hombre	Mujer	Total
Celebrar ocasiones especiales	43,2	53,2	48,6
Por estar con los amigos	33,4	34,6	34,1
Por divertirse	28,9	37,1	33,3
Para pasarla bien en una fiesta	36,8	29,8	33,0
Experimentar cosas nuevas	20,3	21,2	20,8
Relajarse	16,4	13,9	15,1
Para no pensar en los problemas	11,7	14,3	13,1
Para superar la timidez	11,9	5,6	8,5
Sentirse mayor	6,0	2,1	3,9
Por caer bien en un grupo	5,1	1,7	3,3
Mantenerse despierto cuando sale	4,9	1,9	3,3
Conquistar a alguien	3,9	1,2	2,4
Por tener mejores relaciones	2,7	0,8	1,6

A quienes no son bebedores activos se les preguntó por las razones para abstenerse, encontrándose que el pensar en las consecuencias negativas de tomar es lo más frecuente, seguido por ‘no le gusta el trago’ y ‘no le llama la atención’.

**Tabla 22:**  
**Razones para no tomar**

Razones para no tomar	Hombre	Mujer	Total
Ha pensado en las consecuencias negativas de beber	20,7	23,7	22,3
No le gusta el trago	20,0	20,3	20,2
No le llama la atención	17,1	22,6	20,1
Puede tener problemas en casa	14,3	11,5	12,8
Probó y no le gustó	11,5	13,6	12,6
Su familia no lo deja	9,7	9,6	9,7
Cree que podría volverse alcohólico	10,7	5,9	8,1
Por principios morales	8,0	6,4	7,1
El trago le cae mal	7,9	5,6	6,7
Por su religión	2,0	3,5	2,8
Porque no le han ofrecido	2,4	1,4	1,9

Al preguntar por actividades acerca de actividades que se preferirían en lugar de tomar, oír música es lo más probable en el caso de las mujeres y hacer deporte en el de los hombres.

**Tabla23**  
**Alternativas a beber**

Qué prefiere hacer en lugar de beber	Hombre	Mujer	Total
Oír música	42,5	64,0	54,1
Salir con alguien	42,1	52,9	47,9
Hacer deporte	50,8	24,3	36,5
Ver televisión	33,2	31,7	32,4
Comer	32,0	28,9	30,4
Dormir	23,7	29,6	26,9
Salir o jugar con otras personas	25,2	20,3	22,6
Estudiar	13,4	17,0	15,4
Tomar energizantes	15,2	14,9	15,1
Fumar	5,2	3,8	4,4

Si la misma pregunta se hace a quienes son tomadores activos, tienden a mantenerse el mismo orden de las respuestas, con algunas variaciones, como que se reduce la probabilidad de que estudiar sea una opción para el grupo de bebedores activos.

**Tabla 24:**  
**Alternativas a beber de tomadores activos**

Qué prefiere hacer en lugar de beber	Hombre	Mujer	Total
Oír música	45,6	67,5	57,1
Salir con alguien	47,3	61,6	54,8
Hacer deporte	49,3	22,2	35,1
Comer	32,3	27,6	29,8
Ver televisión	28,2	28,1	28,1
Dormir	23,4	30,2	27,0
Salir o jugar con otras personas	24,1	17,8	20,8
Tomar energizantes	15,2	14,9	15,1
Estudiar	9,8	11,0	10,4
Fumar	7,3	5,2	6,2

Otro aspecto indagado relativo a las actitudes, tiene que ver con el comportamiento cuando un amigo está tomando mucho, a juicio del encuestado. Por supuesto, las respuestas de cada uno dependen de muchas

circunstancias, por ejemplo, del carácter de sus amigos y del propio carácter, por lo cual estas respuestas solamente tienen valor exploratorio. En general, las respuestas indican que no primaría la indiferencia en la situación descrita.

**Tabla 25:**  
**Si un amigo está tomando mucho**

Si un amigo está tomando mucho	Hombre	Mujer	Total
Le aconseja parar de tomar	52,0	62,1	57,5
Avisa a sus padres o a una persona mayor	10,2	16,9	13,8
Le aconseja comportarse	12,2	11,0	11,5
Le dice que coma algo	10,1	8,5	9,2
No le importa	9,7	3,0	6,1
Él hace lo mismo	4,2	1,7	2,9
No le corresponde corregirlo	3,4	1,1	2,1
Le da miedo la reacción de esa persona	1,7	2,3	2,0
Lo mira mal	1,9	1,2	1,5

### COMPORTAMIENTOS QUE INDICAN RIESGO

Aunque otras preguntas de esta investigación indican situaciones de riesgo, un conjunto de variables constituyen indicadores más específicos de problemas relacionados con el consumo de alcohol.

Ante la pregunta de si alguna vez han consumido bebidas alcohólicas justo antes de llegar al colegio, un 10,8 de los hombres dijo que sí, y un 7,8% de las mujeres.

**Tabla 26:**  
**Ha tomado alcohol justo antes de llegar al colegio**

Respuesta	Hombre	Mujer	Total
Si	10,8	7,8	9,2
No	89,2	92,2	90,8

En la misma dirección se preguntó si alguna vez había bebido estando en el colegio, ante lo cual el porcentaje de respuestas afirmativas fue mayor.

**Tabla 27:**  
**Ha tomado alcohol dentro del colegio**

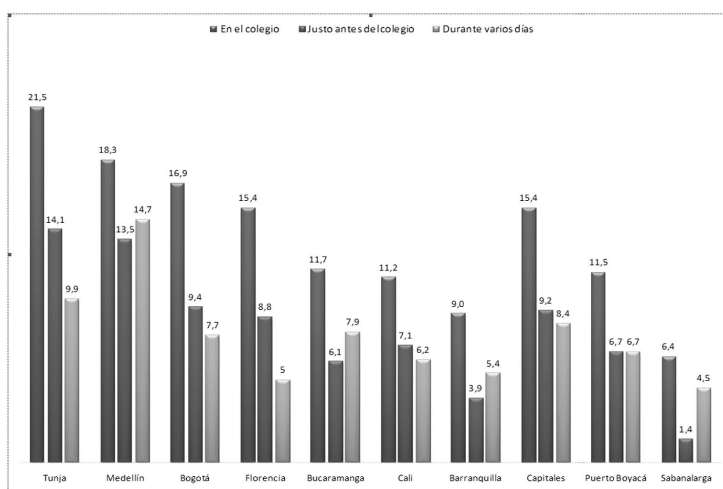
	Hombre	Mujer	Total
Si	16,9	14,1	15,4
No	83,1	85,9	84,6

También se quiso saber si los estudiantes alguna vez habían bebido durante varios días de seguido, por ejemplo, comenzando un viernes y terminando un domingo, encontrándose que se trata de una práctica poco común, pero de todos modos cierta en el 8,4% de los encuestados.

**Tabla 28:**  
**Alguna vez ha bebido varios días seguidos**

	Hombre	Mujer	Total
Si	11,3	5,9	8,4
No	88,7	94,1	91,6

Como se presenta en el gráfico 15, Tunja y Medellín fueron las ciudades con los mayores porcentajes de respuestas afirmativas a las tres preguntas anteriores.



**Gráfico 15:**  
**Beber en el colegio, antes de entrar o durante varios días seguidos**

Otra manera de explorar el riesgo relacionado con la bebida, tiene que ver con situaciones problemáticas en las cuales se haya visto involucrado el encuestado. Aunque puede tratarse de eventos esporádicos, permiten una aproximación a exposiciones a circunstancias de daño físico, de peligro o de conflicto.



**Tabla 29:**  
**situaciones de riesgo**

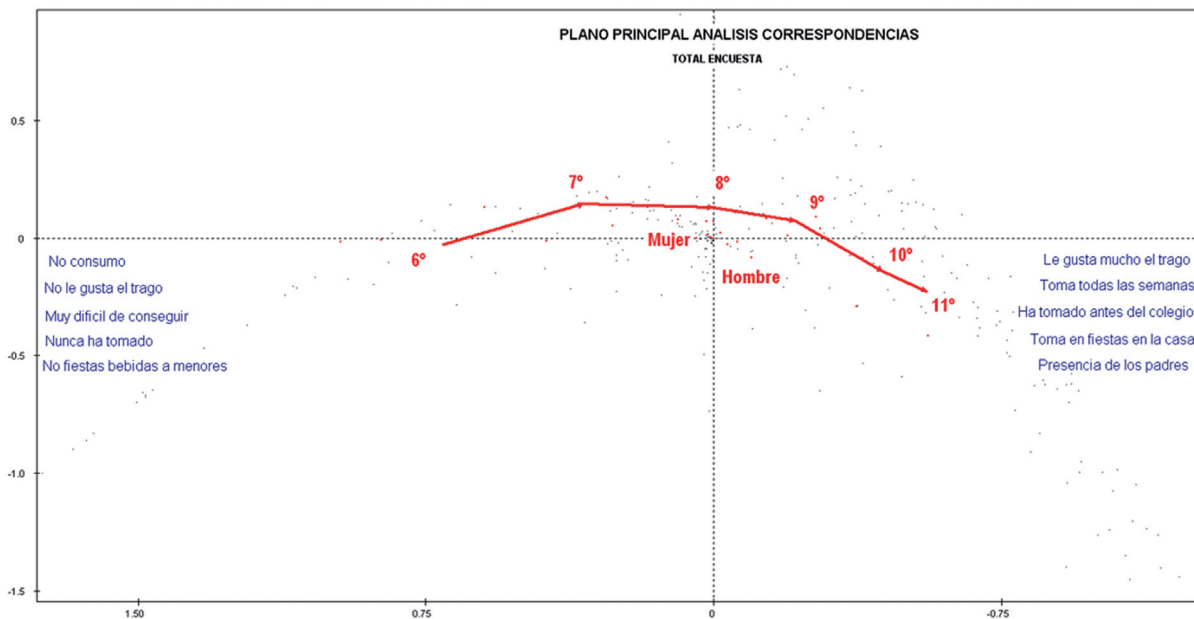
Situaciones de riesgo	Hombre	Mujer	Total
Se emborrachó	36,0	26,5	30,9
Tuvo vómito por haber bebido	24,3	23,1	23,7
Tuvo problemas en la casa por beber	20,0	17,8	18,8
Tuvo una pelea con su novio o novia por estar tomando	16,9	15,9	16,3
Llegó al colegio enguayabado	13,3	12,6	12,9
Lo sacaron de un bar/discoteca por ser menor de edad	15,6	9,3	12,2
Se quedó dormido bebiendo	13,0	7,7	10,1
Tuvo una pelea estando con tragos	12,3	4,9	8,3
Llegó al colegio con una botella de alguna bebida alcohólica	6,0	5,2	5,5
No fue al colegio por estar tomando	5,3	4,0	4,6
Tuvo problemas con la policía	6,5	2,4	4,3
Lo robaron estando con tragos	5,3	2,1	3,6
Tuvo un accidente de tránsito estando con tragos	1,4	0,3	0,8

Como se ve en la tabla 29, la circunstancia más común es haberse emborrachado y, en todos los casos, tales hechos fueron más comunes para los hombres que para las mujeres.

### **ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIAS MÚLTIPLES**

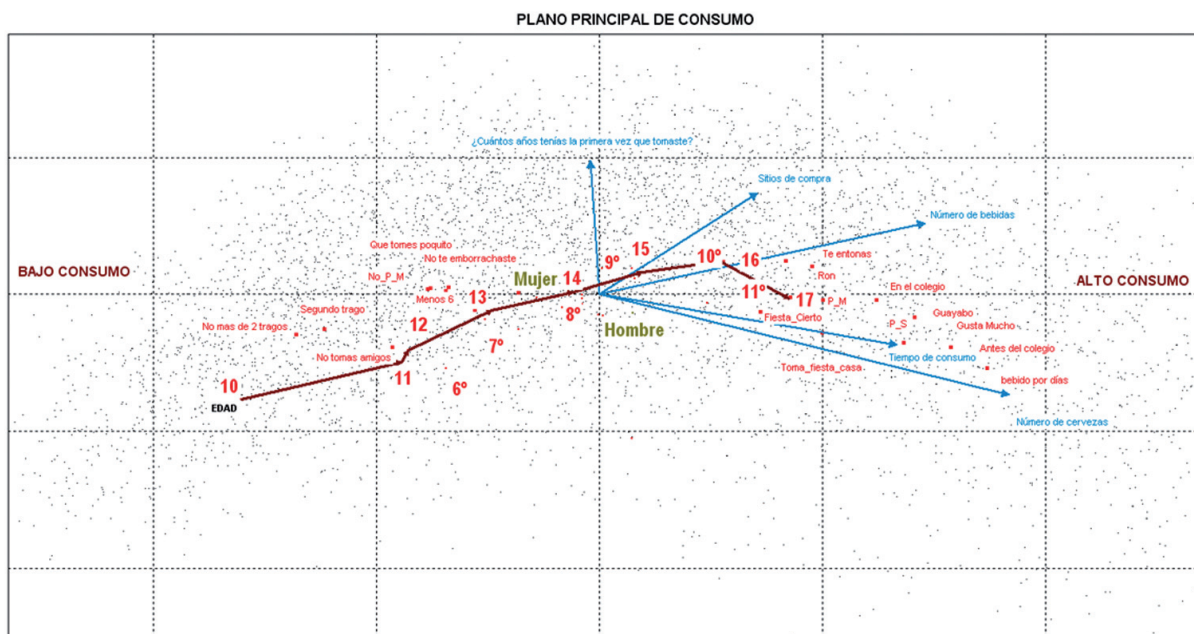
Como se mencionó en la introducción, los datos han sido presentados de forma tal que puedan serles útiles a todas las personas que se interesen por ellos. Pero es importante mencionar que es posible hacer análisis mucho más complejos, que muestran relaciones entre los diferentes temas evaluados a través del cuestionario; así, se realizó un análisis de correspondencias múltiples, con el propósito de estudiar simultáneamente la configuración de la muestra estudiada, según las variables incluidas en la encuesta. Por razones de espacio, se presenta solo un resumen de este análisis aquí.

Se encontró que existe un factor que resume un porcentaje alto de información de la encuesta y separa a los estudiantes que no consumen, que no les gusta el trago, que no han asistido a fiestas donde sirven trago a menores de edad, de los estudiantes a quienes les gusta el trago, presenta alto consumo, que toman en presencia de los padres, entre otras. Este factor está conformado por la mayoría de las variables de la encuesta, se presenta en situaciones en donde todas las variables tienden a estar asociadas y conforman una sola dimensión de las encuestas; este factor se denomina 'factor tamaño' por su importancia y capacidad de separar los estudiantes frente a las variables temáticas, como se muestra en el gráfico 16. Las variables ilustrativas asociadas a este factor son principalmente: edad y grado.



**Gráfico 16**  
**Factor de consumo por edad y grado**

A partir del factor de consumo fue posible establecer un plano donde se distribuyen los individuos según el consumo sea alto y bajo. El gráfico 17 muestra como las características de la población estudiada tienden a derecha o izquierda de acuerdo con el eje de consumo.



**Gráfico 17:**  
**Distribución de los sujetos por consumo**

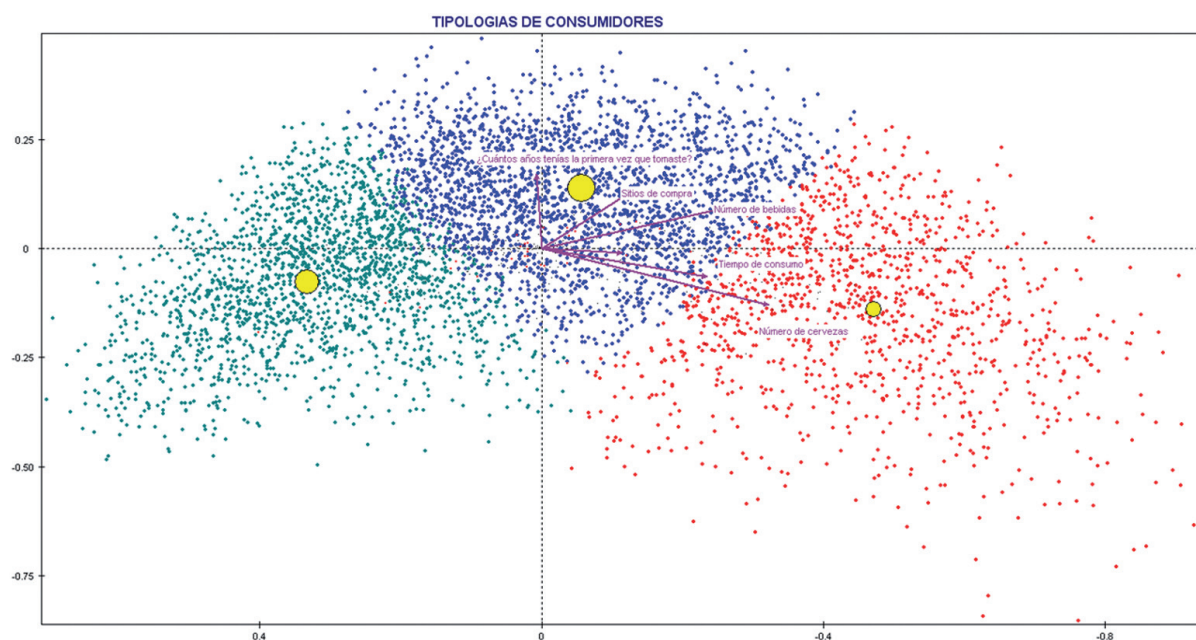
La tabla 30 muestra las grandes diferencias en prevalencias de consumo de los tres grupos:

**Tabla 30:**  
**Prevalencias de consumo de alcohol en grupos de bajo, medio y alto consumo**

Prevalencias	Consumo Inicial	Consumo con amigos	Alto consumo
	%	%	%
Prevalencia Anual	99,6%	99,9%	100,0%
Prevalencia Mes	13,1%	46,2%	90,7%
Prevalencia Semana	4,1%	15,2%	57,8%

El gráfico 18 muestra los tres segmentos claramente diferenciados según el factor de consumo ya mencionado.

Esta información es importante porque muestra que la población no es homogénea y las características de los diferentes grupos muestran variables que pueden ser objeto de más investigación, así como indicar pistas para prevenir el consumo futuro de otros jóvenes o una escalada de consumo problemático en los ya consumidores.



**Gráfico 18:**  
**Tipología de los sujetos por consumo**

Los tres grupos encontrados se denominaron *de consumo inicial*, *consumo y amigos* y *alto consumo*, por razón de las variables que los caracterizan. A continuación se presentan tablas que resumen las características más sobresalientes de estos grupos y que definen ciertos 'perfiles'. Si se desea mayor información sobre este análisis, esta puede ser suministrada por los autores del estudio.

### **Consumo inicial**

- *Detienen el consumo en el segundo trago*
- *No toman con los amigos*
- *No toman más de dos tragos*
- *No toman Ron/aguardiente*
- *Lo más común es que tomen poquito*
- *Toman menos de 6 veces año*
- *No han estado en fiestas donde servían trago a menores*
- *No han tomado en el colegio*
- *El trago le gusta poco*
- *No sabe cuántos amigos toman*
- *Está bien que la ley prohíba el consumo de bebidas*
- *Deberían sancionar a quienes den bebidas alcohólicas a menor*
- *Es falso que fiesta sin alcohol no es fiesta*
- *Nunca ha intentado comprar trago*
- *Tomas con padres/familiares*
- *Desacuerdo "si a uno le prohíben algo dan más ganas de hacerlo"*
- *Sus edades están entre 11 y 12 años*
- *Predominantemente de grados 6 y 7*
- *Consideran que es difícil conseguir bebidas alcohólicas*
- *Poco consumo cerveza*
- *Tienden a consumir vino*
- *Consideran que está mal hecho que personas de su edad tomen*
- *Toman con primos/tíos*
- *Se inventan disculpas para no tomar*
- *Toman para superar la timidez*
- *En lugar de tomar prefieren ver televisión*

### **Consumo y amigos**

- *Detienen el consumo cuando se siente prendido*
- *Casi siempre toman con los amigos*
- *Han estado en fiesta donde sirven trago a menores*
- *Generalmente toman hasta que se entonan*
- *El trago les gusta poco*
- *La mayoría de los amigos toman*
- *Toman en las casas de los amigos*
- *No toman con los padres*
- *No toman en la casa*
- *Toman para estar con los amigos*
- *Consideran que más o menos fácil conseguir trago*
- *No toman con otros familiares*
- *Si no toman salen con alguien*
- *Toman ron / aguardiente*
- *Consiguen trago en la casa de amigos*
- *Lo más común es que tomen lo que les ofrezcan*
- *Si un amigo toma mucho, le aconsejan que pare de tomar*
- *No han tomado antes del colegio*
- *Alguna vez se negaron a venderles bebidas alcohólicas*

- *Tienden a beber todos los meses*
- *Están cerca de los 16 años*
- *Predominantemente de grado 10 y 11*
- *Se han emborrachado y han tenido vomito*
- *Tienden a estar algo de acuerdo con que la ley prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a menores*
- *Tienden a estar algo de acuerdo con me invento disculpas para no tomar*
- *Tienden a estar algo de acuerdo/desacuerdo con que deberían sancionar a quienes den bebidas alcohólicas a menores*
- *Tienden a estar algo en desacuerdo con que está mal hecho que personas de su edad tomen*
- *Tienden a estar totalmente de acuerdo que si les prohíben algo dan más ganas de hacerlo*
- *Tienden a estar totalmente de acuerdo con que tomar es una tradición familiar*

#### **Alto consumo**

- *El trago les gusta mucho*
- *Tienden a un consumo mensual / semanal*
- *Han bebido durante varios días*
- *Han llegado al colegio enguayabados*
- *Se han emborrachado*
- *Generalmente cuando toman se emborrachan*
- *Han tomado justo antes de llegar al colegio*
- *Han tomado en el colegio*
- *Si en la casa hacen una fiesta, toman en esa fiesta*
- *Consideran que fiesta sin alcohol no es fiesta*
- *Han peleado estando con tragos*
- *Se han quedado dormidos*
- *Toman ron/ aguardiente*
- *Detienen el consumo cuando están borrachos*
- *Tienden a tomar todas las semanas*
- *Todos sus amigos toman*
- *Totalmente en desacuerdo con que está bien que la ley prohíba el consumo de bebidas*
- *Están totalmente en desacuerdo con que deberían sancionar a quienes den bebidas alcohólicas a menores de edad*
- *Han tenido vómito*
- *Toman con los amigos*
- *Si no toman, fuman*
- *Han peleado con la novia(o) por estar tomando*
- *Consideran muy fácil conseguir trago*
- *Están totalmente de acuerdo con que es mejor aprender a tomar desde pequeño*
- *Totalmente de acuerdo con que si a uno le prohíben algo dan más ganas de hacerlo*
- *Lo más común es que mezclen tragos*
- *Han tenido problemas con la policía*
- *Beben licores importados*
- *Han estado en fiestas donde sirven trago a menores*
- *Alguna vez faltaron al colegio por estar tomando*
- *Beben en presencia de los padres*
- *Los han mandado a comprar trago*
- *Beben para celebrar ocasiones especiales*

## INFORMES INDIVIDUALES POR CIUDAD

### Barranquilla

**Departamento:** Atlántico

**Ciudad:** Barranquilla, **población:** 1.5 millones de habitantes

**Encuestas realizadas:** 1049

**Encuestas utilizadas:** 990

### Descripción de la muestra

Hombres: **42,3%**; mujeres: **57.7%**

Edad	Hombres	Mujeres
Estadísticos		
Media	14	14
Mediana	14	14
Moda	16	13

En Barranquilla la muestra estuvo constituida principalmente por mujeres. Para discriminar los efectos de esto sobre las prevalencias de consumo y otros indicadores, siempre se presentarán los datos distinguiendo entre hombres y mujeres. La edad promedio de la muestra fue de 14 años.

### Niveles educativos, jornada e instituciones

Grados	Porcentajes
6	19,0
7	19,9
8	18,6
9	16,8
10	15,0
11	10,7
Total	100

Jornada	Porcentajes
Mañana	41,3
Tarde	38,9
Única	19,8

Tipo de institución	Porcentajes
Oficial	71,2
No oficial	28,8

La mayoría de los estudiantes de la muestra se aglutinan en los grados 6 a 9, y un 25% en los grados 10 y 11; el 80% pertenecen a las jornadas de la mañana o de la tarde, y 20% a jornada única. Más del 70% de los estudiantes pertenecen a entidades públicas.

### Prevalencias de consumo

Prevalencias	Hombres	Mujeres	Total
Alguna vez en la vida	82,8	73,1	77,2
En el último año	64,1	52,8	57,5
En el último mes <sup>4</sup>	27,8	15,0	20,4
En la última semana <sup>5</sup>	16,2	8,0	11,5

El 77% de los jóvenes encuestados ha consumido alcohol alguna vez en la vida, el 57% consumió el último año, el 20% lo hizo en el último mes y el 11.5 consumió en la última semana. Los dos últimos indicadores se refieren a consumidores habituales y problemáticos, y puede observarse en ellos que la diferencia entre hombres y mujeres es aproximadamente 2:1.

### Frecuencia de consumo

Frecuencia de consumo	Hombre	Mujer	Total
No toma	39,4	51,4	46,3
Menos de seis veces al año	38,8	37,9	38,3
Todos (o casi todos los meses)	11,1	6,8	8,6
Todas (o casi todas las semanas)	4,9	0,6	2,4
Varias veces a la semana	6,2	2,8	4,2
Todos (casi todos los días)	0,0	0,0	0,0

Mientras el 46% de los jóvenes afirma no tomar alcohol (lo cual no significa que no lo hayan probado) y otro 38% asegura no tomar más de seis veces por año, más del 15% toma todos los meses. Ninguno de los entrevistados respondió consumir alcohol a diario.

<sup>4</sup>Esta prevalencia se debe tomar con precaución. Aunque los datos de las demás ciudades se ubican en un rango similar, puede ser afectada por eventos de la historia reciente, como exámenes académicos u otros. Por otra parte, el error de muestreo está cercano al límite aceptable.

<sup>5</sup>A partir de este dato las prevalencias se presentan solamente para mostrar la tendencia, pero no deben asumirse como los datos de la población pues el error de la muestra está por encima del límite aceptable.

### Edad de inicio

Edad de inicio	Hombres	Mujeres	Total
Estadísticos			
Media	12	12	12
Mediana	12	12	12
Edad mínima	5	6	5
Edad máxima	17	17	17
Antes de 10 años	10,3	6,0	7,9

La edad promedio de inicio, al igual que en otros estudios previos, es de 12 años; el 8% comenzó a consumir alcohol antes de cumplir 10 años.

### Bebida de inicio

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	49,6	40,3	44,5
Vino	38,4	47,5	43,4
Ron/Aguardiente	10,2	4,5	7,0
Cocteles/aperitivos	4,2	6,3	5,4
Importados (Tequila, Whisky...)	9,8	7,1	8,3
Chirrinchi/Chicha	0,6	0,0	0,3
Otros	1,8	0,9	1,3

\*Algunos encuestados iniciaron con más de un tipo de bebida.

El 88% de los jóvenes se iniciaron con cerveza o vino, con una diferencia entre hombre y mujeres: la cerveza es la primera bebida de inicio para los hombres y el vino para las mujeres; más mujeres se inician con aperitivos o cocteles, mientras más hombres se inician con ron, aguardiente o bebidas importada. El ron y el aguardiente son la tercera clase de bebida con las que se inician.

### Bebida consumida normalmente

Qué toma normalmente

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	60,8	47,7	53,6
Vino	27,0	36,5	32,2
Ron/Aguardiente	15,0	6,8	10,5
Importados (Tequila, Whisky...)	13,2	9,9	11,4
Cocteles/aperitivos	3,3	13,4	8,9
Chirrinchi/Chicha	1,1	0,0	0,5
Otros	1,1	2,0	1,6



Las cifras presentan algunas variaciones con respecto a las bebidas de inicio: la cerveza y el vino son las más consumidas (85%), pero ahora la cerveza es la bebida más consumida tanto por hombres como por mujeres; los importados pasan a ocupar el segundo lugar debido al bajo consumo de ron y aguardiente entre las mujeres (la mitad del de los hombres); las mujeres consumen cuatro veces más cocteles o aperitivos que los hombres.

### Cantidad de cerveza

¿Cuántas cervezas tomó la última vez que tomó?

Cervezas	Hombre	Mujer	Total
1	18,4	33,5	26,1
2	15,8	19,5	17,7
3	10,4	9,9	10,1
4	8,0	6,8	7,4
5	9,0	5,6	7,2
6	3,5	3,4	3,5
7	2,3	2,8	2,5
8	0,6	2,1	1,3
9	2,8	1,2	2,0
10	7,4	6,3	6,9
Más de 10	21,9	8,8	15,2
	100,0	100,0	100
	78,1	91,2	84,8
	Hombre	Mujer	Total
Promedio	6	4	5

Mientras que el 34% de los hombres consumió una o dos cervezas, el 55% de las mujeres consumieron esa misma cantidad; por encima de tres cervezas los hombres aparecen con porcentajes superiores en casi todos los casos. El promedio de cervezas consumido es cerca del 30% superior en los hombres. Un fenómeno digno de mayor exploración es que a partir de la cerveza número 10, el porcentaje de personas (hombres y mujeres, pero más del doble de los primeros) aumenta considerablemente.

## Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	90,1	91,0	90,6
Supermercados	43,6	51,6	48,2
Licorerías	65,1	60,3	62,3
Las casas de amigos	29,1	33,5	31,6
Su propia casa	9,4	8,2	8,7
Otros sitios	13,3	11,4	12,2

Las tiendas y licorerías representan la inmensa mayoría de sitios donde los jóvenes pueden conseguir alcohol, seguidos por los supermercados y las casas de los amigos. Para esta población, las propias casas son los sitios menos usuales de obtención de bebidas alcohólicas.

## Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas\*

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	88,7	90,7	89,7
Supermercados	39,0	48,0	43,7
Licorerías	64,1	57,2	60,5
Las casas de amigos	33,6	43,9	39,0
Su propia casa	10,7	11,2	10,9
Otros sitios	14,5	10,1	12,2

\*Sólo para los que beben

Esta tabla incluye únicamente a los jóvenes que beben; las cifras son muy similares a las de la población general de jóvenes, salvo que las mujeres que beben parecen diversificar más su búsqueda, y le dan más importancia que los hombres a los supermercados y a las casas de los amigos.

## Dónde bebió la última vez

Sitios	Hombre	Mujer	Total
En la calle o en un parque	17,1	6,2	10,8
En una panadería	0,0	0,0	0,0
En tu casa	19,6	18,4	18,9
En una tienda	4,0	0,7	2,1
En un bar, taberna o discoteca	3,8	1,7	2,6

En una licorera (estanco)	2,3	0,6	1,3
En la casa de un amigo	21,9	25,0	23,7
En un billar	3,2	0,6	1,7
En otro sitio	9,1	10,6	10,0

El sitio más frecuente de consumo es la casa de los amigos, seguido por la propia casa, la calle y los parques. Esto significa que estos jóvenes no consumen, o lo hacen en un porcentaje muy bajo, en negocios en los que se expende alcohol, probablemente para evitar críticas o problemas con las autoridades o con adultos. Las mujeres recurren a tomar en los parques o en la calle mucho menos que los hombres (relación 1:3).

<b>Con quien toma generalmente*</b>	Hombre	Mujer	Total
Solo	5,8	2,7	4,2
Casi siempre con tus amigos	62,2	54,5	58,2
Con tus padres	9,8	9,2	9,5
Con tíos	3,1	4,9	4,0
Con primos	8,9	14,5	11,8
Otros familiares	9,3	12,6	11,1

\*Solamente para los que toman

Dos tercios de los jóvenes encuestados afirman que generalmente toman con sus amigos, y el resto se distribuyen equitativamente entre padres, primos y familiares. Un pequeño porcentaje (6% de hombres y 3% de mujeres) beben solos, y representan un grupo de alto riesgo al que valdría la pena hacerle seguimiento en términos epidemiológicos.<sup>6</sup>

### **Consumo de alcohol en fiestas caseras**

Si en tu casa hacen una fiesta ¿tú tomas en esa fiesta?

Respuesta	Hombre	Mujer	Total
Si	18,1	9,1	12,9
No	43,2	57,4	51,4
A veces	38,7	33,4	35,7

Esta tabla muestra que la tolerancia por parte de los padres para el consumo de alcohol en la casa por parte de menores de edad se encuentra alrededor del 50%, con una diferencia de cerca del 15% más tolerancia con respecto a los hombres que a las mujeres.

<sup>6</sup>Esto significa que en futuras encuestas a adultos hay que buscar la relación entre consumo solitario temprano y problemas de consumo problemático en la adultez.

## Razones para no tomar

Razones para no tomar	Hombre	Mujer	Total
No te gusta el trago	29,4	39,0	34,9
El trago te cae mal	16,4	12,9	14,4
Puedes tener problemas en casa	20,8	19,4	19,9
Probaste y no te gustó	14,6	18,2	16,7
Por principios morales	9,5	11,3	10,6
No te llama la atención	27,3	37,3	33,1
Crees que podrías volverte alcohólico	16,2	9,4	12,3
Tu familia no te deja	16,2	17,6	17,0
Por tu religión	7,6	5,2	6,3
Porque no te han ofrecido	5,6	4,0	4,6
Has pensado en las consecuencias negativas de beber	23,9	30,7	27,8

Las tres principales razones para no tomar son que no les gusta el trago, no les llama la atención o temor a las consecuencias negativas; estas son seguidas por el temor a tener problemas en la casa o a volverse alcohólico y a que el trago le cae mal. Los principios morales, la religión y la falta de oportunidad ocupan los lugares menos significativos; la importancia de las prohibiciones familiares tampoco parecen tener un peso especialmente grande.

## Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?	Hombre	Mujer	Total
Dormir	26,6	30,2	28,7
Hacer deporte	52,5	22,2	35,1
Salir con alguien	39,2	48,4	44,5
Comer	37,2	37,5	37,4
Oír música	38,6	60,8	51,4
Ver Televisión	28,9	33,3	31,4
Fumar	2,0	0,7	1,3
Salir o jugar con otras personas	25,1	19,1	21,7
Estudiar	24,2	24,4	24,3
Tomar energizantes	13,2	16,2	15,0

Hacer deporte, salir con alguien y oír música son las principales alternativas para los hombres, mientras que para las mujeres son oír música, salir con alguien y comer. Lo llamativo es que las diferencias en términos de porcentajes para cada opción son importantes dependiendo del sexo: 20% en lo que se refiere a la música, 30% en lo que se refiere al deporte, 10% en cuanto a salir con alguien. Tomar energizantes fue señalado por un número importante de estudiantes (15%). Fumar es la opción menos escogida tanto por hombres como por mujeres.

## Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?*	Hombre	Mujer	Total
Dormir	22,0	26,0	24,1
Hacer deporte	52,0	19,7	35,2
Salir con alguien	45,9	63,8	55,3
Comer	41,2	40,0	40,6
Oír música	39,8	63,1	51,9
Ver Televisión	26,2	28,9	27,6
Fumar	3,4	1,1	2,2
Salir o jugar con otras personas	26,9	14,7	20,5
Estudiar	16,7	14,5	15,5
Tomar energizantes	15,0	16,7	15,9

\*Con selección para los que toman

Nuevamente aparecen diferencias importantes entre hombres y mujeres: los primeros prefieren hacer deporte (52% versus 20%), salir con alguien (46% versus 64%) o comer, mientras las mujeres prefieren salir con alguien, oír música (40% versus 63%) y comer (los porcentajes para ambos son casi iguales).<sup>7</sup>

## Comportamiento cuando toma

Comportamiento cuando toma	Hombre	Mujer	Total
Se emborracha	14,16	3,41	8,52
Se entona (prende)	28,96	20,28	24,40
Toma máximo cuatro tragos	28,36	31,98	30,26
No toma más de dos tragos	28,90	43,85	36,75

Aproximadamente el triple de los hombres, con respecto a las mujeres, se emborracha cuando toma y un tercio más se 'entona' o 'prende'; el porcentaje de hombres y mujeres es casi igual en cuanto a poner un límite máximo de 4 tragos, y el número de mujeres que no se toma más de dos tragos es netamente superior al de hombres con igual comportamiento.

## Lo más común cuando toma

Lo más común cuando toma es que	Hombre	Mujer	Total
Que tome mucho	10,4	4,8	7,5
Que mezcle tragos	9,8	10,2	10,0
Que tome lo que le ofrezcan	13,3	9,5	11,3
Que tome poquito	62,8	74,0	68,7
Que se emborrache	5,3	2,1	3,6

<sup>7</sup>Esta información puede ser útil en el diseño de programas preventivos.

La mayor diferencia entre hombres y mujeres, nuevamente, se refiere al hecho de emborracharse o tomar mucho: la proporción es aproximadamente de 2:1. Estos datos son consistentes con los de tablas anteriores. "Debe resaltarse que más de dos terceras partes de los jóvenes consideran que lo más común es tomar poca cantidad."

### Cuándo detiene el consumo

Detiene el consume	Hombre	Mujer	Total
Al segundo trago	39,5	59,0	49,7
Cuando se siente prendido	38,1	31,9	34,8
Cuando los amigos le dicen que pare	7,0	6,4	6,6
Cuando está borracho	15,0	2,5	8,5

Estos datos también son consistentes con los precedentes: los hombres tienden a detener su consumo solo cuando están borrachos en una proporción de 5:2 con respecto a las mujeres; los hombres tienden a atender la solicitud de sus amigos de detener el consumo más frecuentemente que las mujeres, pero éstas se detienen en el segundo trago mucho en 20% más de los casos que los hombres.

### Le gusta el trago

Le gusta el trago	Hombre	Mujer	Total
Mucho	8,2	6,4	7,2
Poco	56,1	45,7	50,1
Nada	35,6	47,9	42,7
Total	100	100	100

Los porcentajes de hombres y mujeres a los que les gusta mucho el trago no son muy diferentes entre sí, y son inferiores al 10%, porcentaje de todas formas muy significativo. Como era de esperar, hay más hombres que mujeres a los que les gusta el trago, mientras que la proporción es inversa en lo que se refiere a rechazarlo.

### Cuántos amigos toman

Cuántos amigos toman	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	4,1	8,9	6,9
Algunos	32,9	34,5	33,8
La mayoría	32,4	23,8	27,5
Todos	9,0	8,4	8,6
No sé	21,6	24,4	23,2
Total	100,0	100,0	100,0

Más de las dos terceras partes de los amigos (69%) de cada estudiante encuestado consumen alcohol. Llama la atención el elevado porcentaje de respuestas 'no sé', dado lo común del comportamiento y el hecho de que no suele ser ocultado. Las mujeres tienen el doble de amigos que no toman con respecto a los hombres.

### ¿Bebes en presencia de tus padres?

¿Bebes en presencia de tus padres?	Hombre	Mujer	Total
Si	15,4	11,3	13,0
No	51,2	63,5	58,3
A veces	33,5	25,2	28,7

Esto datos son bastante consistentes con los que se observan en tablas anteriores que muestran las respuestas sobre si se consume alcohol en las fiestas caseras: la mayoría no lo hacen.

### ¿Qué tan fácil es conseguir bebidas?

Qué tan fácil es conseguir bebidas	Hombre	Mujer	Total
Muy fácil	47,4	29,6	37,1
Más o menos fácil	31,2	37,3	34,7
Difícil	8,9	17,0	13,6
Muy difícil	12,5	16,2	14,6
Total	100	100	100

Las mujeres perciben mayores dificultades que los hombres para conseguir bebidas en Barranquilla (33% versus 21%), pero no parece ser particularmente difícil: casi el 80% de los hombres lo consideran muy fácil o fácil, mientras que 67% de las mujeres piensan lo mismo.

### Fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad

Ha estado en fiestas en las que se servía alcohol	Hombre	Mujer	Total
Si	63,9	64,7	64,4
No	36,1	35,3	35,6
Total	100	100	100

En este aspecto no parece haber ninguna diferencia entre hombres y mujeres: dos tercios de ellos han estado en fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad, lo cual muestra la excesiva permisividad y la limitada supervisión por parte de los adultos.

### **Negativa a venderles bebidas alcohólicas**

¿Alguna vez se negaron a venderte bebidas alcohólicas por ser menor de edad?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	28,1	15,9	21,1
No	52,1	45,7	48,4
Nunca he intentado comprar	19,8	38,3	30,5
Total	100	100	100

Cerca del 50% de los jóvenes que han intentado comprar alcohol no han tenido ninguna dificultad para conseguirlo, lo cual pone en evidencia ya sea el desconocimiento de las normas vigentes o el desprecio por ellas; las mujeres menores de edad parecen tener más dificultades que los hombres para que les vendan alcohol.

### **¿Has bebido durante varios días de seguido?**

	Hombre	Mujer	Total
Si	9,5	2,4	5,4
No	90,5	97,6	94,6
Total	100	100	100

Cerca del 10 % de los hombres y 2.5% de las mujeres (proporción 4:1) de esta muestra han bebido durante varios días seguidos. Aun cuando esto puede estar relacionado con algunas costumbres propias del Caribe, el número de jóvenes involucrados en este comportamiento es muy elevado.

### **Tomar antes de entrar al colegio**

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas justo antes de llegar al colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	6,8	1,7	3,9
No	93,2	98,3	96,1
Total	100	100	100

Cerca del 4% de todos los jóvenes han ingerido alcohol alguna vez antes de entrar al colegio; de ellos la mayoría son hombres, en una proporción aproximada de 5:1.

### **Tomar en el colegio**

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas en el colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	14,2	5,2	9,0
No	85,8	94,8	91,0
Total	100	100	100



Algo menos del 10% de los estudiantes han ingerido alcohol en el colegio, lo cual es evidentemente una cifra muy elevada; la proporción hombres-mujeres es de 3:1.

### Enviar a comprar

¿Alguna vez alguien mayor te mandó a comprar cerveza u otras bebidas alcohólicas?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	81,1	62,2	70,2
No	18,9	37,8	29,8
Total	100	100	100

El 70% de los jóvenes ha tenido alguna vez la experiencia de ser enviados a comprar alcohol, lo cual constituye una cifra superior a la que ellos expresan relacionada con los problemas para que les vendan. Los varones son objeto de estas solicitudes con mayor frecuencia que las niñas.

### Situaciones de riesgo

Situaciones de riesgo	Hombre	Mujer	Total
Se quedó dormido bebiendo	8,8	1,9	4,8
Tuvo problemas con la policía	3,3	0,4	1,7
Tuvo una pelea estando con tragos	10,3	3,0	6,1
Llegó al colegio enguayabado	12,0	6,0	8,5
Lo robaron estando con tragos	3,6	1,6	2,5
Se emborrachó	29,2	12,1	19,3
Tuvo problemas en la casa por beber	16,1	9,8	12,5
No fue al colegio por estar tomando	7,4	2,4	4,5
Tuvo vómito por haber bebido	24,6	13,3	18,1
Tuvo un accidente de tránsito estando con tragos	1,6	0,6	1,0
Lo sacaron de un bar/discoteca por ser menor de edad	11,5	3,8	7,0
Llegó al colegio con una botella de alguna bebida alcohólica	4,8	0,7	2,4
Tuvo una pelea con su novio o novia por estar tomando	15,1	12,8	13,8

Los tres problemas más frecuentes son, en su orden, 'se emborrachó', 'tuvo vómito' y 'tuvo una pelea con la (el) novia(o)'; los problemas son los mismos en hombres y mujeres, pero presentan mayor frecuencia en los hombres. Las situaciones que implican riñas, mal comportamiento, sanciones y situaciones de peligro, son nuevamente más frecuentes entre las personas de sexo masculino.

## Razones para beber

Razones para beber	Hombre	Mujer	Total
Por estar con los amigos	37,2	29,4	32,7
Por caer bien en un grupo	7,3	2,2	4,4
Para no pensar en los problemas	8,6	9,0	8,8
Por tener mejores relaciones	2,5	1,0	1,7
Para superar la timidez	10,8	4,0	6,9
Experimentar cosas nuevas	16,3	16,9	16,6
Relajarse	13,0	8,9	10,7
Sentirse mayor	6,2	2,4	4,0
Mantenerse despierto cuando sale	3,5	3,7	3,6
Conquistar a alguien	6,4	0,4	2,9
Para pasarla bien en una fiesta	33,3	28,4	30,5
Celebrar ocasiones especiales	47,7	47,6	47,7
Por divertirse	32,0	28,2	29,8

Celebrar, pasarla bien en una fiesta o con los amigos son las razones más comunes citadas tanto por hombres como por mujeres; divertirse y experimentar cosas nuevas son el segundo grupo, con frecuencias aproximadamente de la mitad del grupo precedente; y en tercer lugar aparecen razones relacionadas con búsqueda de solución de dificultades (no pensar en problemas, superar la timidez, relajarse). La idea de usar el alcohol para conquistar a alguien hace parte del imaginario masculino, pero muy poco del femenino (proporción 16:1); tampoco situaciones sociales como caer bien o tener mejores relaciones parecen tener mucho peso entre las razones para tomar alcohol.

## Si un amigo está tomando mucho

Si un amigo está tomando mucho	Hombre	Mujer	Total
Le aconseja parar de tomar	55,6	67,4	62,4
Le aconseja comportarse	12,7	7,2	9,5
Le dice que coma algo	8,5	5,1	6,5
Avisa a sus padres o a una persona mayor	14,6	17,5	16,3
Lo mira mal	1,1	2,0	1,6
No le importa	5,1	2,0	3,3
No le corresponde corregirlo	1,8	0,7	1,1
Le da miedo la reacción de esa persona	1,0	1,8	1,5
Él hace lo mismo	2,5	0,7	1,5

La gran mayoría de los jóvenes de esta muestra están dispuestos a alertar a un amigo para que suspenda el consumo; con una proporción mucho menor (4 veces menos), estarían dispuestos a avisarle a un adulto o a sugerirle que se comporte. Las otras opciones tienen poco peso, exceptuando la sugerencia de comer algo.

### Está bien que la ley prohíba

Está bien que la ley prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	63,6	62,8	63,2
Algo de acuerdo	16,1	19,1	17,9
Algo en desacuerdo	8,7	6,3	7,4
Totalmente en desacuerdo	9,9	10,5	10,2
No responde	1,6	1,2	1,4

Más del 80% de los jóvenes respondieron que estaban de acuerdo por lo menos parcialmente con la prohibición, lo cual es superior a lo que se ha encontrado en algunos estudios sobre las opiniones de padres de familia a este mismo respecto.

### Sanciones a quienes den alcohol

Deberían sancionar a quienes dan bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	52,9	53,4	53,2
Algo de acuerdo	21,4	18,7	19,8
Algo en desacuerdo	13,2	11,2	12,0
Totalmente en desacuerdo	11,6	15,7	13,9
No responde	1,0	1,0	1,0

El 83% de los encuestados respondieron que están total o parcialmente de acuerdo con las sanciones. Eso no significa que personalmente no simpaticen con la idea de consumir ellos mismos, pero pueden estar respondiendo lo que creen que se espera de ellos.

**Departamento:** Cundinamarca

**Ciudad:** Bogotá D.C., **población:** 7.2 millones de habitantes

**Encuestas realizadas:** 1034

**Encuestas utilizadas:** 997

### Descripción de la muestra

Hombres: **43,9%**; mujeres: **56,1%**

Edad		
Estadísticos	Hombres	Mujeres
Media	14	14
Mediana	14	14
Moda	16	13

En Bogotá la muestra tuvo más mujeres que hombres, por lo que en todos los cuadros se presentarán las prevalencias separadamente para hombres y mujeres y también los totales; la edad promedio de la muestra fue de 14 años.

### Niveles educativos, jornada e instituciones

Grados	Porcentajes
6	20,5
7	19,4
8	17,9
9	16,3
10	14,6
11	11,3
Total	100

Jornada	Porcentajes
Mañana	37,6
Tarde	24,6
Única	37,7

Tipo de institución	Porcentajes
Oficial	59,5
No oficial	40,5

La mayoría de los estudiantes de la muestra se aglutinan en los grados 6 a 9, y un 25% en los grados 10 y 11; el 75% pertenecen a las jornadas de la mañana y única, y el 205% a la jornada de la tarde. El 60% de los estudiantes pertenecen a entidades públicas y el 40% a entidades privadas.

## Prevalencias de consumo

Prevalencias	Hombres	Mujeres	Total
Alguna vez en la vida	90,1	88,9	89,4
En el último año	69,8	67,0	68,3
En el último mes <sup>8</sup>	30,6	22,9	26,3
En la última semana <sup>9</sup>	12,6	8,3	10,2

El 90% de los jóvenes encuestados ha consumido alcohol alguna vez en la vida, casi el 70% consumió el último año, el 26% lo hizo en el último mes y el 10% consumió en la última semana. No hay prácticamente diferencias entre hombres y mujeres en los dos primeros indicadores; pero en los dos últimos, que se refieren a consumidores habituales y problemáticos, la diferencia se incrementa un poco, siendo los hombres los que más consumen.

## Frecuencia de consumo

Frecuencia de consumo	Hombre	Mujer	Total
No toma	31,3	33,8	32,7
Menos de seis veces al año	43,6	48,9	46,6
Todos (o casi todos los meses)	16,0	12,5	14,0
Todas (o casi todas las semanas)	4,9	2,6	3,6
Varias veces a la semana	3,3	2,1	2,6
Todos (casi todos los días)	0,8	0,0	0,3

Mientras el 33% de los jóvenes afirma no tomar alcohol (lo cual no significa que no lo hayan probado) y otro 47% asegura no tomar más de seis veces por año, más del 20% toma todos los meses y de ellos cerca del 3% toma varias veces a la semana. Ninguna mujer dijo consumir alcohol a diario, mientras que cerca del 1% de los hombres sí lo hace.

## Edad de inicio

Estadísticos	Hombres	Mujeres	Total
Media	9	10	10
Mediana	9	10	10
Edad mínima	3	5	3
Edad máxima	17	17	17
Antes de 10 años	19,2%	11,6%	15,0%

<sup>8</sup>Esta prevalencia se debe tomar con precaución. Aunque los datos de las demás ciudades se ubican en un rango similar, puede ser afectada por eventos de la historia reciente, como exámenes académicos u otros. Por otra parte, el error de muestreo está cercano al límite aceptable.

<sup>9</sup>A partir de este dato las prevalencias se presentan solamente para mostrar la tendencia, pero no deben asumirse como los datos de la población pues el error de la muestra está por encima del límite aceptable.

La edad promedio de inicio de consumo de alcohol en Bogotá sería menor que la del promedio nacional, según estudios previos y también comparada con la edad de inicio en otras ciudades de este mismo estudio, que es de 12 años: en el caso de Bogotá esa edad fue de 10 años. Cerca del 20% de los hombres y alrededor del 12% de las mujeres dicen haber empezado a consumir alcohol antes de cumplir 10 años.

### Bebida de inicio

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	46,2	39,5	42,5
Vino	37,0	44,2	41,0
Ron/Aguardiente	15,7	17,2	16,5
Cocteles/aperitivos	5,3	10,1	8,0
Importados (Tequila, Whisky...)	6,9	6,4	6,6
Chirrinchi/Chicha	4,6	2,9	3,6
Otros	2,0	2,3	2,2

\*Algunos encuestados iniciaron con más de un tipo de bebida.

Cerca del 84% de los jóvenes se iniciaron con cerveza o vino, con una diferencia entre hombre y mujeres: la cerveza es la primera bebida de inicio para los hombres y el vino para las mujeres; más mujeres se inician con aperitivos o cocteles; las diferencias entre hombre y mujeres con respecto a iniciar su consumo con ron, aguardiente o bebidas importadas es mínima. Más hombres se inician con bebidas baratas o tradicionales como la chicha y el chirrinchi.

### Bebida consumida normalmente

Qué toma normalmente			
Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	53,8	45,2	49,0
Vino	40,3	46,5	43,8
Ron/Aguardiente	23,5	27,8	26,0
Cocteles/aperitivos	7,1	13,9	10,9
Importados (Tequila, Whisky...)	14,5	8,7	11,2
Chirrinchi/Chicha	6,0	4,1	5,0
Otros	2,3	5,1	3,9

Las tendencias coinciden de cerca con las observadas en la tabla sobre bebida de inicio: la cerveza y el vino son las más consumidas (92%), el ron y el aguardiente ocupan el tercer lugar (siendo preferidos por las mujeres, lo cual implica un interés por alcoholes fuertes); las mujeres consumen el doble de cocteles o aperitivos que los hombres, y estos consumen más bebidas importadas que las mujeres (algo menos del doble). El consumo de bebidas como el chirrinchi o la chicha es ampliamente superior al de otras regiones del país.

## Cantidad de cerveza

¿Cuántas cervezas tomó la última vez que tomó?

Cervezas	Hombre	Mujer	Total
1	24,6	36,8	31,3
2	18,5	21,4	20,1
3	11,2	12,3	11,8
4	8,5	10,0	9,3
5	4,9	6,0	5,5
6	4,6	2,5	3,4
7	1,9	1,3	1,6
8	3,1	2,1	2,6
9	2,1	0,3	1,1
10	4,8	2,9	3,8
Más de 10	15,9	4,4	9,5
	100,0	100,0	100
	84,1	95,6	90,5

Mientras que el 43% de los hombres consumió una o dos cervezas, el 58% de las mujeres consumió esa misma cantidad; entre tres y cinco cervezas las mujeres aparecen con porcentajes superiores de consumo, pero éste disminuye a partir de la 6ª cerveza. Al igual que en otras ciudades, después de la 10ª cerveza el porcentaje de personas que ingieren tal cantidad se incrementa sustancialmente.

## Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	86,7	89,6	88,3
Supermercados	47,2	60,2	54,5
Licorerías	49,0	50,5	49,8
Las casas de amigos	36,8	39,3	38,2
Su propia casa	13,5	13,8	13,7
Otros sitios	11,3	7,6	9,2

En Bogotá las tiendas y supermercados representan los principales sitios donde los jóvenes pueden conseguir alcohol, seguidos por las licorerías y las casas de los amigos. Para esta población, las propias casas son los sitios menos usuales de obtención de bebidas alcohólicas.

## Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas\*

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	85,4	88,4	87,1
Supermercados	46,7	56,0	51,9
Licorerías	45,6	44,6	45,1
Las casas de amigos	42,3	46,3	44,5
Su propia casa	15,7	16,5	16,2
Otros sitios	10,8	7,8	9,1

\*Sólo para los que beben

Esta tabla incluye únicamente a los jóvenes que beben; el orden de importancia de los sitios son idénticos a los de la población general de jóvenes, salvo que las mujeres que beben parecen diversificar más su búsqueda, y le dan algo más de importancia que los hombres a los supermercados y a las casas de los amigos.

## Dónde bebió la última vez

Sitios	Hombre	Mujer	Total
En la calle o en un parque	11,3	7,0	8,9
En una panadería	0,2	0,3	0,3
En su casa	24,2	27,6	26,1
En una tienda	5,7	2,6	4,0
En un bar, taberna o discoteca	2,6	2,3	2,4
En una licorera (estanco)	0,2	0,0	0,1
En la casa de un amigo	26,2	30,1	28,4
En un billar	3,3	0,7	1,9
En otro sitio	11,3	11,4	11,3

El sitio más frecuente de consumo es la casa de los amigos, seguido por la propia casa, otros sitios, la calle y los parques. Esto significa que estos jóvenes no consumen, o lo hacen en un porcentaje muy bajo, en negocios en los que se expende alcohol, probablemente para evitar críticas o problemas con las autoridades o con adultos críticos. Las mujeres recurren a tomar en los parques o en la calle mucho menos que los hombres (relación inferior a 1:2). Las mujeres no consumen en los estancos, y solo muy pocas personas lo hacen en panaderías.



### Con quién toma

Con quien toma generalmente*	Hombre	Mujer	Total
Solo	2,7	2,4	2,5
Casi siempre con tus amigos	46,5	53,1	50,2
Con tus padres	15,7	16,8	16,3
Con tíos	4,6	2,8	3,6
Con primos	16,0	11,2	13,3
Otros familiares	15,5	15,4	15,5

\*Solamente para los que toman actualmente

La mitad de los jóvenes encuestados afirman que generalmente toman con sus amigos, y el resto se distribuyen equitativamente entre padres, primos y familiares, en proporciones muy similares con cada uno de esos grupos. Un pequeño porcentaje de hombres de mujeres (menos del 3%) beben solos, y representan un grupo de alto riesgo al que valdría la pena hacerle seguimiento en términos epidemiológicos.<sup>10</sup>

### Consumo de alcohol en fiestas caseras

Si en tu casa hacen una fiesta ¿tú tomas en esa fiesta?

Respuesta	Hombre	Mujer	Total
Si	24,2	15,5	19,3
No	31,2	32,0	31,6
A veces	44,6	52,5	49,0

Los datos de esta tabla muestran que la tolerancia por parte de los padres para el consumo de alcohol en la casa por parte de menores de edad se encuentra cerca del 70%, y que no hay diferencias a ese respecto entre hombres y mujeres. Este elemento puede ser un predictor importante de consumo, por lo que es importante compararlo con la situación en otras ciudades.

### Razones para no tomar

Razones para no tomar	Hombre	Mujer	Total
No te gusta el trago	18,5	16,6	17,5
El trago te cae mal	6,5	4,5	5,4
Puedes tener problemas en casa	10,7	10,4	10,5
Probaste y no te gustó	10,5	13,7	12,3

<sup>10</sup>Esto significa que en futuras encuestas a adultos hay que buscar la relación entre consumo solitario temprano y problemas de consumo problemático en la adultez.

Por principios morales	9,2	6,4	7,7
No te llama la atención	17,2	21,4	19,5
Crees que podrías volverte alcohólico	10,2	4,1	6,8
Tu familia no te deja	9,5	8,7	9,1
Por tu religión	1,0	4,1	2,8
Porque no te han ofrecido	1,7	1,2	1,4
Has pensado en las consecuencias negativas de beber	21,9	24,1	23,1

Las tres principales razones para no tomar son temor a las consecuencias negativas, que no les gusta el trago, o que no les llama la atención; estas son seguidas por el temor a tener problemas en la casa o a volverse alcohólico y a que probó y no le gustó. Los principios morales, la religión y la falta de oportunidad ocupan lugares menos significativos; la importancia de las prohibiciones familiares tampoco parecen tener un peso especialmente grande. Este ordenamiento de razones es muy similar en otras ciudades del país.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?	Hombre	Mujer	Total
Dormir	23,7	29,3	26,8
Hacer deporte	49,7	25,2	35,9
Salir con alguien	41,9	55,3	49,4
Comer	30,4	23,3	26,5
Oír música	44,8	68,3	58,0
Ver Televisión	35,9	32,9	34,2
Fumar	4,8	3,8	4,3
Salir o jugar con otras personas	29,1	23,4	25,9
Estudiar	11,0	13,1	12,2
Tomar energizantes	14,6	13,4	14,0

Hacer deporte, oír música y salir con alguien son las actividades alternativas más escogidas por los hombres, mientras que para las mujeres son oír música, salir con alguien y ver televisión. Pero las diferencias en términos de porcentajes para cada opción son importantes dependiendo del sexo: 24% en lo que se refiere a la música, 25% en lo que se refiere al deporte, 13% en cuanto a salir con alguien. Tomar energizantes fue señalado por un número importante de estudiantes (14%). Fumar es la opción menos escogida tanto por hombres como por mujeres, lo cual ocurrió también en otras ciudades.

## Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?*	Hombre	Mujer	Total
Dormir	24,2	30,3	27,6
Hacer deporte	47,4	23,4	34,2
Salir con alguien	46,1	62,9	55,4
Comer	31,4	20,0	25,1
Oír música	47,6	72,0	61,1
Ver Televisión	30,6	29,4	29,9
Fumar	6,6	5,1	5,8
Salir o jugar con otras personas	28,3	21,6	24,6
Estudiar	9,0	8,7	8,8
Tomar energizantes	15,0	15,5	15,3

\*Con selección para los que toman

Nuevamente aparecen diferencias importantes entre hombres y mujeres: los primeros prefieren hacer deporte (47% versus 23%), salir con alguien (46% versus 63%) o comer, mientras las mujeres prefieren salir con alguien, oír música (47% versus 72%) y comer (31% contra 20%).<sup>11</sup>

## Comportamiento cuando toma

Generalmente cuando toma*	Hombre	Mujer	Total
Se emborracha	12,5	5,1	8,4
Se entona (prende)	39,6	31,9	35,3
Toma máximo cuatro tragos	22,9	27,0	25,2
No toma más de dos tragos	25,8	36,8	32,0

\*Solamente para los que toman

Un poco más del doble de los hombres, con respecto a las mujeres, se emborracha cuando toma y un cuarto más se 'entona' o 'prende'; el porcentaje de hombres y mujeres es similar en cuanto a poner un límite máximo de 4 tragos, y el número de mujeres que no se toma más de dos tragos es netamente superior al de hombres con igual comportamiento.

## Cuándo detiene el consumo

Detiene el consumo*	Hombre	Mujer	Total
Al segundo trago	38,6	47,6	43,6
Cuando se siente prendido	46,9	46,7	46,8
Cuando los amigos le dicen que pare	5,2	2,8	3,9
Cuando está borracho	9,2	3,6	6,1

\*Solamente para los que toman

<sup>11</sup>Esta información puede ser útil en el diseño de programas preventivos.

Los hombres tienden a detener su consumo solo cuando están borrachos en una proporción de 2.5:1 con respecto a las mujeres; los hombres tienden a atender la solicitud de sus amigos de detener el consumo más frecuentemente que las mujeres (aun cuando ninguno de los dos le dan mucha importancia a esto), pero ellas se detienen en el segundo trago en 10% más de los casos que los hombres. En conjunto, porcentajes por encima del 40% paran cuando se sienten ‘prendidos’ (es decir, relativamente ebrios) o al terminar el segundo trago (lo más razonable).

### Le gusta el trago

Le gusta el trago	Hombre	Mujer	Total
Mucho	13,4	11,2	12,2
Poco	56,4	57,7	57,1
Nada	30,2	31,1	30,7
Total	100	100	100

Las diferencias entre hombres y mujeres no son muy diferentes con respecto a ninguna de las opciones, situación que contrasta con la de otras ciudades. En conjunto el 65% de estos jóvenes expresan gusto por el alcohol.

### Cuántos amigos toman

Cuántos amigos toman	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	4,8	4,4	4,6
Algunos	36,6	36,5	36,5
La mayoría	26,0	31,0	28,8
Todos	10,1	6,9	8,3
No sé	22,5	21,3	21,8
Total	100,0	100,0	100,0

Más de las dos terceras partes de los amigos (72%) de cada estudiante encuestado consumen alcohol. Llama la atención el elevado porcentaje de respuestas ‘no sé’, dado lo común del comportamiento y el hecho de que no suele ser ocultado. Más mujeres que hombres respondieron que la mayoría de sus amigos toman, pero menos dijeron que ‘todos’ sus amigos toman.

### ¿Bebes en presencia de tus padres?

¿Bebes en presencia de tus padres?	Hombre	Mujer	Total
Si	17,9	18,3	18,1
No	42,6	39,1	40,6
A veces	39,6	42,6	41,3

En Bogotá cerca del 60% de los jóvenes beben en presencia de sus padres, a diferencia de lo que pasa en otras ciudades. No hay diferencias entre hombres y mujeres.

### ¿Qué tan fácil es conseguir bebidas?

Qué tan fácil conseguir bebidas	Hombre	Mujer	Total
Muy fácil	36,0	26,9	30,9
Más o menos fácil	38,1	42,5	40,6
Difícil	17,5	18,9	18,3
Muy difícil	8,4	11,7	10,3
Total	100	100	100

Parecería que en Bogotá las mujeres tienen mayores dificultades que los hombres para conseguir alcohol: menos lo encuentran 'muy fácil' y más lo encuentran 'muy difícil'. Pero en conjunto más del 70% lo consiguen fácilmente, mientras que solo el 10% tienen dificultades serias.

### Fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad

Ha estado en fiestas en las que se servía alcohol	Hombre	Mujer	Total
Si	63,1	64,5	63,9
No	36,9	35,5	36,1
Total	100	100	100

En este aspecto no parece haber ninguna diferencia entre hombre y mujeres: dos tercios de ellos han estado en fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad, lo cual muestra la excesiva permisividad y la limitada supervisión por parte de los adultos.

### Negativa a venderles bebidas alcohólicas

¿Alguna vez se negaron a venderte bebidas alcohólicas por ser menor de edad?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	48,5	42,7	45,3
No	28,6	24,1	26,1
Nunca he intentado comprar	22,9	33,1	28,6
Total	100	100	100

Menos del 50% de los jóvenes que han intentado comprar alcohol no han tenido ninguna dificultad para conseguirlo, lo cual pone en evidencia ya sea el desconocimiento de las normas vigentes o el desprecio por ellas; las mujeres menores de edad parecen tener en Bogotá más o menos las mismas dificultades que los hombres para que les vendan alcohol.

### ¿Has bebido durante varios días de seguido?

	Hombre	Mujer	Total
Si	11,4	4,8	7,7
No	88,6	95,2	92,3
Total	100	100	100

Más del 11 % de los hombres y casi el 5% de las mujeres (proporción 2:1) de esta muestra han bebido durante varios días seguidos. Teniendo en cuenta la edad de estas personas, el porcentaje resulta preocupante.

### Tomar antes de entrar al colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas justo antes de llegar al colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	10,9	8,2	9,4
No	89,1	91,8	90,6
Total	100	100	100

Cerca del 10% de todos los jóvenes han ingerido alcohol alguna vez antes de entrar al colegio; de ellos la mayoría son hombres, en una proporción ligeramente superior a la de las mujeres.

### Tomar en el colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas en el colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	17,5	16,4	16,9
No	82,5	83,6	83,1
Total	100	100	100

Casi el 20% de los estudiantes han ingerido alcohol en el colegio, lo cual significa que uno de cada cinco lo ha hecho; la proporción hombres-mujeres es virtualmente igual.

### Enviar a comprar

¿Alguna vez alguien mayor te mandó a comprar cerveza u otras bebidas alcohólicas?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	67,4	59,7	63,1
No	32,6	40,3	36,9
Total	100	100	100

El 63% de los jóvenes ha tenido alguna vez la experiencia de ser enviados a comprar alcohol, lo cual constituye una cifra superior a la que ellos expresan relacionada con los problemas para que les vendan. Los varones son objeto de estas solicitudes con mayor frecuencia que las niñas.

### Situaciones de riesgo

Situaciones de riesgo	Hombre	Mujer	Total
Se quedó dormido bebiendo	14,0	9,1	11,3
Tuvo problemas con la policía	7,0	3,0	4,8
Tuvo una pelea estando con tragos	14,1	5,4	9,2
Llegó al colegio enguayabado	12,5	12,6	12,6
Lo robaron estando con tragos	6,2	2,1	3,9
Se emborrachó	37,4	29,5	32,9
Tuvo problemas en la casa por beber	20,0	19,8	19,9
No fue al colegio por estar tomando	5,5	4,6	5,0
Tuvo vómito por haber bebido	22,1	23,2	22,8
Tuvo un accidente de tránsito estando con tragos	1,2	0,0	0,5
Lo sacaron de un bar/discoteca por ser menor de edad	16,3	8,8	12,1
Llegó al colegio con una botella de alguna bebida alcohólica	6,4	6,6	6,5
Tuvó una pelea con su novio o novia por estar tomando	17,2	15,4	16,2

Los tres problemas más frecuentes son, en su orden, 'se emborrachó', 'tuvo vómito' y 'tuvo problemas en la casa por beber'; los problemas son los mismos en hombres y mujeres, pero salvo algunas excepciones presentan mayor frecuencia en los hombres. Las situaciones que implican riñas, mal comportamiento, sanciones y situaciones de peligro, son nuevamente más frecuentes entre las personas de sexo masculino, aun cuando las diferencias en la mayor parte de los casos son marginales.

### Razones para beber

Razones para beber	Hombre	Mujer	Total
Por estar con los amigos	30,1	37,4	34,2
Por caer bien en un grupo	4,7	1,1	2,7
Para no pensar en los problemas	11,2	14,3	13,0
Por tener mejores relaciones	2,8	0,4	1,4
Para superar la timidez	11,6	5,2	8,0
Experimentar cosas nuevas	22,4	22,6	22,5
Relajarse	15,3	14,6	14,9
Sentirse mayor	5,3	1,3	3,1
Mantenerse despierto cuando sale	6,3	1,3	3,5

Conquistar a alguien	3,2	1,2	2,1
Para pasarla bien en una fiesta	39,4	29,9	34,1
Celebrar ocasiones especiales	45,9	56,6	51,9
Por divertirse	27,0	37,4	32,8

Celebrar, pasarla bien en una fiesta o con los amigos son las razones más comunes citadas tanto por hombres como por mujeres; divertirse y experimentar cosas nuevas son el segundo grupo, con frecuencias aproximadamente de la mitad del grupo precedente; y en tercer lugar aparecen razones relacionadas con búsqueda de solución de dificultades (no pensar en problemas, superar la timidez, relajarse). La idea de usar el alcohol para conquistar a alguien hace parte del imaginario masculino, pero muy poco del femenino (proporción: menos de 3:1); tampoco situaciones sociales como caer bien, sentirse mayor o tener mejores relaciones parecen tener mucho peso entre las razones para tomar alcohol, razones que hace unos 20 años habrían tenido mucha mayor acogida.

### Si un amigo está tomando mucho

Si un amigo está tomando mucho	Hombre	Mujer	Total
Le aconseja parar de tomar	50,5	60,2	55,9
Le aconseja comportarse	12,7	11,0	11,7
Le dice que coma algo	12,0	9,6	10,7
Avisa a sus padres o a una persona mayor	8,1	17,4	13,3
Lo mira mal	2,2	1,3	1,7
No le importa	10,0	4,0	6,7
No le corresponde corregirlo	3,5	0,9	2,1
Le da miedo la reacción de esa persona	1,8	2,2	2,0
Él hace lo mismo	3,9	1,4	2,5

La gran mayoría de los jóvenes de esta muestra están dispuestos a alertar a un amigo para que suspenda el consumo; con una proporción mucho menor (4 veces menos), estarían dispuestos a avisarle a un adulto o a sugerirle que se comporte. Las otras opciones tienen poco peso, exceptuando la sugerencia de comer algo.

### Está bien que la ley prohíba

Esta bien que la ley prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	55,3	61,1	58,6
Algo de acuerdo	20,7	16,7	18,5
Algo en desacuerdo	12,2	12,5	12,4
Totalmente en desacuerdo	11,1	9,6	10,3
No responde	0,6	0,0	0,3



Cerca del 80% de los jóvenes respondieron que estaban de acuerdo por lo menos parcialmente con la prohibición, lo cual es superior a lo que se ha encontrado en algunos estudios sobre las opiniones de padres de familia a este mismo respecto.

### Está mal que los menores tomen

Está mal hecho que personas de mi edad tomen

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	0,3	0,0	0,1
Algo de acuerdo	48,2	45,5	46,7
Algo en desacuerdo	24,9	25,8	25,4
Totalmente en desacuerdo	15,7	16,8	16,3
No responde	10,3	12,0	11,2

No parece haber diferencias entre hombres y mujeres en las respuestas a esta pregunta. La respuesta cercana al 50% de 'algo de acuerdo' a esta pregunta puede reflejar incertidumbre o temor a ser 'anticuado' si se responde de manera más tajante. En esta respuesta aparece una inconsistencia con las respuestas a la pregunta anterior: si están de acuerdo con la prohibición, ¿por qué están menos de acuerdo en pensar que está mal que los jóvenes consuman alcohol? Es posible que quienes respondieron estén influenciados por lo que creen que se espera de ellos: ser 'libertarios', creer que 'todo es igual a todo', y que las posiciones intermedias en las que no se 'juzga' nada, son las mejores.

### Sanciones a quienes den alcohol

Deberían sancionar a quienes dan bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	45,4	47,1	46,4
Algo de acuerdo	21,3	22,3	21,9
Algo en desacuerdo	17,8	16,4	17,0
Totalmente en desacuerdo	14,8	14,2	14,5
No responde	0,6	0,0	0,3

El 67% de los encuestados en Bogotá respondieron que están total o parcialmente de acuerdo con las sanciones. Eso no significa que personalmente no simpaticen con la idea de consumir ellos mismos, pero pueden estar respondiendo lo que creen que se espera de ellos.

**Departamento:** Santander

**Ciudad:** Bucaramanga, **población:** 0.5 millones de habitantes

**Encuestas realizadas:** 1045

**Encuestas utilizadas:** 1021

### Descripción de la muestra

Hombres: **54,1%**; mujeres: **45,9%**

Edad		
Estadísticos	Hombres	Mujeres
Media	14	14
Mediana	14	14
Moda	14	14

En la muestra de Bucaramanga hubo un desbalance en el número de hombres y mujeres de la muestra. Para discriminar los efectos de esto sobre las prevalencias de consumo y otros indicadores, siempre se presentarán los datos distinguiendo entre hombres y mujeres. La edad promedio de la muestra fue de 14 años.

### Niveles educativos, jornada e instituciones

Grados	Porcentajes
6	21,1
7	18,8
8	17,7
9	15,7
10	14,5
11	12,1
Total	100,0

Jornada	Porcentajes
Mañana	45,7
Tarde	24,1
Única	30,1

Tipo de institución	Porcentajes
Oficial	68,6
No oficial	31,4

En la muestra de esta ciudad el número de estudiantes fue descendiendo a medida que se subía de grado. El 76% pertenecen a las jornadas de la mañana o única, y 24% a la jornada única. Un poco menos del 70% de los estudiantes pertenecen a entidades públicas.

### Prevalencias de consumo

Prevalencias	Hombres	Mujeres	Total
Alguna vez en la vida	82,7	84,1	83,3
En el último año	65,0	60,9	63,1
En el último mes <sup>12</sup>	26,4	24,1	25,3
En la última semana <sup>13</sup>	13,5	11,9	12,8

El 83% de los jóvenes encuestados ha consumido alcohol alguna vez en la vida, el 63% consumió el último año, el 25% lo hizo en el último mes y el 13% consumió en la última semana. Los dos últimos indicadores se refieren a consumidores habituales y problemáticos, y puede observarse en ellos que no hay diferencias entre hombres y mujeres.

### Frecuencia de consumo

Frecuencia de consumo	Hombre	Mujer	Total
No toma	36,6	38,3	37,4
Menos de seis meses al año	40,7	44,5	42,4
Todos (o casi todos los meses)	14,5	12,2	13,5
Todas (o casi todas las semanas)	5,2	1,9	3,7
Varias veces a la semana	2,5	1,8	2,2
Todos (casi todos los días)	0,4	0,2	0,3

Mientras el 37% de los jóvenes afirma no tomar alcohol (lo cual no significa que no lo hayan probado) y otro 42% asegura no tomar más de seis veces por año, cerca del 14% toma todos los meses y de ellos el 2% toma varias veces a la semana. Estas cifras son inferiores a las de otras ciudades que participaron en la investigación. Muy pocos entrevistados parece consumir alcohol a diario.

<sup>12</sup>Esta prevalencia se debe tomar con precaución. Aunque los datos de las demás ciudades se ubican en un rango similar, puede ser afectada por eventos de la historia reciente, como exámenes académicos u otros. Por otra parte, el error de muestreo está cercano al límite aceptable.

<sup>13</sup>A partir de este dato las prevalencias se presentan solamente para mostrar la tendencia, pero no deben asumirse como los datos de la población pues el error de la muestra está por encima del límite aceptable.

### Edad de inicio

Estadísticos	Hombres	Mujeres	Total
Media	12	12	12
Mediana	12	12	12
Edad mínima	4	5	4
Edad máxima	17	17	17
Antes de 10 años	15,3	9,1%	12,5

La edad promedio de inicio, al igual que en otros estudios previos y en otras ciudades de este mismo estudio, es de 12 años; el 12,5% comenzó a consumir alcohol antes de cumplir 10 años.

### Bebida de inicio

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	54,5	43,9	49,7
Vino	24,4	35,0	29,2
Ron/Aguardiente	17,3	17,3	17,3
Cocteles/aperitivos	9,0	6,7	7,9
Importados (Tequila, Whisky...)	3,7	8,4	5,8
Chirrinchi/Chicha	2,9	1,1	2,1
Otros	2,1	2,6	2,3

\*Algunos encuestados iniciaron con más de un tipo de bebida.

El 80% de los jóvenes se iniciaron con cerveza o vino, con una pequeña diferencia entre hombres y mujeres: la cerveza es la primera bebida de inicio para ambos grupos, pero más mujeres tienden a iniciarse con vino que hombres; más mujeres se inician con aperitivos o cocteles, mientras más hombres se inician con bebidas importadas, chicha y chirrinchi. No hay diferencias en lo que se refiere a ron o aguardiente, que constituyen la tercera clase de bebidas más frecuentes con las que se inician.

### Bebida consumida normalmente

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	58,2	49,9	54,5
Vino	22,6	33,1	27,3
Ron/Aguardiente	24,2	24,2	24,2
Cocteles/aperitivos	5,0	14,7	9,4
Importados (Tequila, Whisky...)	9,8	8,9	9,4
Chirrinchi/Chicha	2,6	1,6	2,2
Otros	2,8	3,9	3,3

Las cifras coinciden muy de cerca con las de bebida de inicio: la cerveza y el vino son las más consumidas (82%), el ron y el aguardiente ocupan el tercer lugar y las mujeres consumen el triple de cocteles o aperitivos que los hombres.

### Cantidad de cerveza

¿Cuántas cervezas tomó la última vez que tomó?

Cervezas	Hombre	Mujer	Total
1	29,7	33,1	31,2
2	15,7	21,0	18,0
3	10,9	12,3	11,5
4	7,6	6,0	6,9
5	7,3	3,6	5,7
6	3,8	3,7	3,8
7	3,2	1,0	2,3
8	2,0	2,2	2,1
9	1,8	0,6	1,3
10	4,1	4,3	4,2
Más de 10	13,6	12,3	13,1
	100,0	100,0	100
	86,4	87,7	86,9
	Hombre	Mujer	Total
Promedio	5	5	5

Hay pocas diferencias entre hombre y mujeres en lo que se refiere a la distribución de los porcentajes del número de cervezas consumidas. Por encima de cuatro cervezas, y hasta 8, los hombres aparecen con porcentajes superiores en todos los casos. El promedio de cervezas consumido es cerca del 30% superior en los hombres. Por encima de 10 cervezas los porcentajes aumentan notablemente tanto en hombres como en mujeres. La impresión general es que no hay diferencias por sexo en cuanto a consumo de cerveza

### Dónde conseguir las bebidas

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	89,7	92,0	90,7
Supermercados	55,8	63,0	59,1
Licorerías	62,1	61,0	61,6
Las casas de amigos	34,5	36,2	35,3
Su propia casa	11,3	11,4	11,3
Otros sitios	8,1	8,4	8,2

Al igual que en otras ciudades del país, las tiendas y licorerías representan la inmensa mayoría de sitios donde los jóvenes pueden conseguir alcohol, seguidos por los supermercados y las casas de los amigos. Para esta población, las propias casas son sitios menos usuales de obtención de bebidas alcohólicas

### Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas\*

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	89,3	91,0	90,1
Supermercados	53,6	60,6	56,8
Licorerías	60,3	56,9	58,8
Las casas de amigos	40,9	44,0	42,3
Su propia casa	13,5	13,1	13,3
Otros sitios	6,2	8,1	7,0

\*Sólo para los que beben

Esta tabla incluye únicamente a los jóvenes que beben; las cifras son muy similares a las de la población general de jóvenes; no hay diferencias entre hombres y mujeres sobre la forma de obtener bebidas.

### Dónde bebió la última vez

Sitios	Hombre	Mujer	Total
En la calle o en un parque	17,1	9,6	13,7
En una panadería	0,2	0,0	0,1
En su casa	17,2	16,8	17,0
En una tienda	7,5	6,0	6,8
En un bar, taberna o discoteca	2,7	3,0	2,8
En una licorera (estanco)	0,5	0,2	0,4
En la casa de un amigo	19,6	20,9	20,2
En un billar	2,1	0,0	1,1
En otro sitio	12,6	16,8	14,6

El sitio más frecuente de consumo es la casa de los amigos, seguido por la propia casa, otros sitios, la calle y los parques. Esto significa que estos jóvenes no consumen, o lo hacen en un porcentaje muy bajo, en negocios en los que se expende alcohol, probablemente para evitar críticas o problemas con las autoridades o con adultos críticos. Las mujeres recurren a tomar en los parques o en la calle menos que los hombres (relación 1:1) y en Bucaramanga ninguna ha obtenido alcohol en los billares, probablemente porque no es usual que las mujeres entren a esos sitios, y menos aun si son menores de edad.

## Con quién toma

Con quien toma generalmente*	Hombre	Mujer	Total
Solo	4,1	2,9	3,5
Casi siempre con tus amigos	59,2	52,1	56,0
Con tus padres	11,2	14,8	12,8
Con tíos	4,6	3,8	4,2
Con primos	6,6	7,9	7,2
Otros familiares	12,6	20,9	16,3
*Solamente para los que toman actualmente	98,3	102,3	100,1

El 56% de los jóvenes encuestados afirma que generalmente toman con sus amigos, en segundo lugar con otros familiares (especialmente las mujeres escogen este grupo), seguidos por los padres y, en menor proporción, por primos y tíos. Es posible que estos porcentajes reflejen la importancia de la familia extensa en Bucaramanga. Un pequeño porcentaje (de hombres y 3% de mujeres) beben solos, y representan un grupo de alto riesgo al que valdría la pena hacerle seguimiento en términos epidemiológicos.<sup>14</sup>

## Consumo de alcohol en fiestas caseras

Si en tu casa hacen una fiesta ¿tú tomas en esa fiesta?

Respuesta	Hombre	Mujer	Total
Si	18,6	17,5	18,1
No	39,2	41,6	40,3
A veces	42,2	40,9	41,6

Esta tabla muestra que la tolerancia por parte de los padres para el consumo de alcohol en la casa por parte de menores de edad se encuentra alrededor del 60%, sin diferencias entre hombres y mujeres.

## Razones para no tomar

Razones para no tomar	Hombre	Mujer	Total
No le gusta el trago	49,4	41,1	44,6
El trago le cae mal	12,8	9,2	10,8
Puede tener problemas en casa	12,5	16,5	14,8
Probó y no le gustó	22,0	27,9	25,4
Por principios morales	21,8	13,9	17,2
No le llama la atención	40,8	44,8	43,1

<sup>14</sup>Esto significa que en futuras encuestas a adultos hay que buscar la relación entre consumo solitario temprano y problemas de consumo problemático en la adultez.

Cree que podría volverse alcohólico	16,9	5,2	10,2
Su familia no lo deja	14,9	11,6	13,0
Por su religión	1,0	8,4	5,3
Porque no le han ofrecido	0,9	2,5	1,9
Ha pensado en las consecuencias negativas de beber	39,0	41,1	40,2

Al igual que en otras ciudades, las tres principales razones para no tomar son que no les gusta el trago, no les llama la atención o temor a las consecuencias negativas; estas son seguidas por los principios morales, el temor a tener problemas en la casa y a que la familia no los deja. La falta de oportunidad y la religión son las razones menos significativas.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?	Hombre	Mujer	Total
Dormir	20,8	31,9	25,9
Hacer deporte	55,0	29,7	43,3
Salir con alguien	42,5	55,5	48,5
Comer	28,7	31,5	30,0
Oír música	43,2	61,3	51,5
Ver Televisión	34,4	34,5	34,5
Fumar	4,4	4,0	4,2
Salir o jugar con otras personas	25,0	21,7	23,5
Estudiar	16,0	14,4	15,3
Tomar energizantes	12,7	9,6	11,3

Hacer deporte, salir con alguien y oír música son las principales alternativas para los hombres, mientras que para las mujeres son oír música, salir con alguien y dormir o comer. Lo llamativo es que las diferencias en términos de porcentajes para cada opción son importantes dependiendo del sexo: 20% en lo que se refiere a la música, 25% en lo que se refiere al deporte, 12% en cuanto a salir con alguien. Tomar energizantes fue señalado por un número importante de estudiantes (11%). Fumar es la opción menos escogida tanto por hombres como por mujeres, al igual que en la mayor parte de las ciudades.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?*	Hombre	Mujer	Total
Dormir	20,9	33,3	26,5
Hacer deporte	53,1	25,7	40,7
Salir con alguien	52,1	66,3	58,5
Comer	27,5	33,3	30,1
Oír música	43,4	64,8	53,1



Ver televisión	31,1	30,2	30,7
Fumar	6,5	6,2	6,4
Salir o jugar con otras personas	24,0	18,9	21,7
Estudiar	10,5	7,7	9,2
Tomar energizantes	13,2	10,2	11,9

\*Con selección para los que toman

Nuevamente aparecen diferencias importantes entre hombres y mujeres: los primeros prefieren hacer deporte (53% versus 26%), salir con alguien (52% versus 66%) u oír música, mientras las mujeres prefieren salir con alguien, oír música (66% versus 52%) y dormir/comer (los porcentajes para ambos son iguales).<sup>15</sup>

### Comportamiento cuando toma

Generalmente cuando toma	Hombre	Mujer	Total
Se emborracha	17,7	9,0	13,4
Se entona (prende)	37,3	34,5	35,9
Toma máximo cuatro tragos	18,0	21,2	19,6
No toma más de dos tragos	28,1	36,4	32,2

Aproximadamente el doble de los hombres, con respecto a las mujeres, se emborracha cuando toma; no hay diferencias en cuanto al límite de 4 tragos o el parar por estar 'entonado'. El número de mujeres que no se toma más de dos tragos es netamente superior al de hombres con igual comportamiento.

### Cuándo detiene el consumo

Detiene el consumo	Hombre	Mujer	Total
Al segundo trago	40,2	45,4	42,5
Cuando se siente prendido	49,4	46,7	48,2
Cuando los amigos le dicen que pare	3,8	5,1	4,4
Cuando está borracho	6,4	3,2	5,0
	99,8	100,4	100,1

Estos datos son consistentes con los presentados en la tabla anterior: los hombres tienden a detener su consumo solo cuando están borrachos en una proporción de 2:1 con respecto a las mujeres; los hombres tienden a atender la solicitud de sus amigos de detener el consumo menos frecuentemente que las mujeres, y la proporción de mujeres que se detienen en el segundo trago es apenas ligeramente superior a la de hombres; las proporciones relacionadas con detener el consumo por sentirse 'prendido' son muy similares. Estos datos contrastan con los observados en otras ciudades.

<sup>15</sup>Esta información puede ser útil en el diseño de programas preventivos.

### Le gusta el trago

	Hombre	Mujer	Total
Mucho	10,8	9,7	10,3
Poco	54,0	53,8	53,9
Nada	35,2	36,5	35,8
Total	100	100	100

Los porcentajes de hombres y mujeres a los que les gusta mucho el trago no son muy diferentes entre sí, y son inferiores al 10%, porcentaje de todas formas significativo.

### Cuántos amigos toman

	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	5,2	5,7	5,4
Algunos	36,4	40,1	38,1
La mayoría	30,9	31,3	31,1
Todos	7,0	6,7	6,9
No sé	20,5	16,1	18,5
Total	100,0	100,0	100,0

La gran mayoría de los amigos (76%) de cada estudiante encuestado consume alcohol. Llama la atención el elevado porcentaje de respuestas 'no sé', dado lo común del comportamiento y el hecho de que no suele ser ocultado. No hay diferencias notables en las respuestas de hombres y mujeres.

### ¿Bebes en presencia de tus padres?

	Hombre	Mujer	Total
Si	15,6	16,7	16,1
No	46,6	50,0	48,2
A veces	37,8	33,3	35,7

Estos datos son bastante consistentes con los de la tabla en la que se muestran las respuestas sobre si se consume alcohol en las fiestas caseras: algo más del 50% sí lo hacen, y no hay diferencias entre hombres y mujeres.

### ¿Qué tan fácil es conseguir bebidas?

	Hombre	Mujer	Total
Muy fácil	43,7	40,3	42,1
Más o menos fácil	35,6	41,8	38,4
Difícil	12,2	11,6	11,9
Muy difícil	8,5	6,3	7,5
Total	100	100	100

A diferencia de otras ciudades, en Bucaramanga las mujeres no tienen mayores dificultades que los hombres para conseguir bebidas, pero no parece ser particularmente difícil para ninguno: el 80% de los hombres y el 82% de las mujeres lo consideran muy fácil o fácil.

### Fiestas en las que se sirve alcohol a menores de edad

Ha estado en fiestas en las que se servía alcohol	Hombre	Mujer	Total
Si	63,2	69,4	66,0
No	36,8	30,6	34,0
Total	100	100	100

En este aspecto no parece haber ninguna diferencia entre hombre y mujeres: dos tercios de ellos han estado en fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad, lo cual muestra la excesiva permisividad y la limitada supervisión por parte de los adultos.

### Negativa a venderles bebidas alcohólicas

¿Alguna vez se negaron a venderte bebidas alcohólicas por ser menor de edad?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	34,9	24,9	30,3
No	46,1	45,9	46,0
Nunca he intentado comprar	19,1	29,2	23,7
Total	100	100	100

Cerca del 50% de los jóvenes que han intentado comprar alcohol no han tenido ninguna dificultad para conseguirlo, lo cual pone en evidencia ya sea el desconocimiento de las normas vigentes o el desprecio por ellas; las mujeres menores de edad parecen tener menos dificultades que los hombres para que les vendan alcohol, lo que explicaría la menor necesidad de diversificar los sitios de compra o adquisición, como ocurre en otras ciudades.

### ¿Has bebido durante varios días de seguido?

	Hombre	Mujer	Total
Si	7,8	6,3	7,1
No	92,2	93,7	92,9
Total	100	100	100

Cerca del 8 % de los hombres y 6% de las mujeres (proporción 1.5:1) de esta muestra han bebido durante varios días seguidos. El número de mujeres con esta conducta es mayor que el de otras ciudades.

### Tomar antes de entrar al colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas justo antes de llegar al colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	7,8	5,7	6,9
No	92,2	94,3	93,1
Total	100	100	100

Cerca del 7% de todos los jóvenes han ingerido alcohol alguna vez antes de entrar al colegio; de ellos la mayoría son hombres, en una proporción aproximada de 1.5:1.

### Tomar en el colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas en el colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	14,3	8,7	11,7
No	85,7	91,3	88,3
Total	100	100	100

Cerca del 12% de los estudiantes han ingerido alcohol en el colegio, lo cual es evidentemente una cifra muy elevada; la proporción hombres-mujeres es de menos de 2:1.

### Enviar a comprar

¿Alguna vez alguien mayor te mandó a comprar cerveza u otras bebidas alcohólicas?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	80,1	70,8	75,8
No	19,9	29,2	24,2
Total	100	100	100

El 76% de los jóvenes ha tenido alguna vez la experiencia de ser enviados a comprar alcohol. Esto representa una costumbre muy arraigada que será necesario modificar. Los varones son objeto de estas solicitudes con mayor frecuencia que las niñas.

### Situaciones de riesgo

	Hombre	Mujer	Total
Se quedó dormido bebiendo	9,8	8,0	9,0
Tuvo problemas con la policía por estar bebiendo	4,9	0,6	2,9
Tuvo una pelea estando con tragos	9,6	3,2	6,7

Llegó al colegio enguayabado	10,7	12,0	11,3
Lo robaron estando con tragos	3,4	1,8	2,7
Se emborrachó	30,5	23,2	27,2
Tuvo problemas en la casa por beber	19,7	12,4	16,4
No fue al colegio por estar tomando	3,8	3,1	3,5
Tuvo vómito por haber bebido	21,4	20,1	20,8
Tuvo un accidente de tránsito estando con tragos	1,3	0,5	0,9
Lo sacaron de un bar/discoteca por ser menor de edad	12,0	6,2	9,4
Llegó al colegio con una botella de alguna bebida alcohólica	4,5	2,8	3,7
Tuvó una pelea con su novio o novia por estar tomando	14,6	14,8	14,7

Los tres problemas más frecuentes son, en su orden, ‘se emborrachó’, ‘tuvo vómito’ y ‘tuvo problemas en la casa por beber’, seguido por haber tenido una pelea con la (el) novia(o); los problemas son los mismos en hombres y mujeres, pero presentan mayor frecuencia en los hombres. Las situaciones que implican riñas, mal comportamiento, sanciones y situaciones de peligro, son más frecuentes entre las personas de sexo masculino. Pero en conjunto hay pocas diferencias entre hombres y mujeres.

### Razones para beber

	Hombre	Mujer	Total
Por estar con los amigos	36,1	27,9	32,3
Por caer bien en un grupo	6,9	1,6	4,5
Para no pensar en los problemas	11,2	10,1	10,7
Por tener mejores relaciones	2,6	1,4	2,0
Para superar la timidez	12,4	7,6	10,2
Experimentar cosas nuevas	20,1	22,9	21,4
Relajarse	15,9	13,4	14,8
Sentirse mayor	7,0	4,6	5,9
Mantenerse despierto cuando sale	3,8	3,0	3,4
Conquistar a alguien	3,6	1,1	2,5
Para pasarla bien en una fiesta	33,3	28,3	31,0
Celebrar ocasiones especiales	43,7	54,2	48,5
Por divertirse	28,7	34,5	31,4

Celebrar, pasarla bien con los amigos y divertirse son las razones más comunes citadas tanto por hombres como por mujeres pasarla bien en una fiesta y experimentar cosas nuevas son el segundo grupo, con frecuencias muy cercanas a las del primer grupo del grupo precedente; y en tercer lugar aparecen razones relacionadas con búsqueda de solución de dificultades (relajarse, no pensar en problemas, superar la timidez), con porcentajes aproximadamente de la mitad del grupo 2. La idea de usar el alcohol para conquistar a alguien hace se presenta en una proporción de 3 hombres por cada mujer, y es la única diferencia importante entre hombres y mujeres, junto con ‘para caer bien en un grupo.

### Si un amigo está tomando mucho

	Hombre	Mujer	Total
Le aconseja parar de tomar	57,8	73,1	64,8
Le aconseja comportarse	12,0	11,9	12,0
Le dice que coma algo	8,8	7,7	8,3
Avisa a sus padres o a una persona mayor	12,1	11,3	11,7
Lo mira mal	0,9	1,0	1,0
No le importa	6,6	1,1	4,1
No le corresponde corregirlo	2,8	0,4	1,7
Le da miedo la reacción de esa persona	1,1	1,2	1,1
Él hace lo mismo	2,9	1,2	2,1

El 65% de los jóvenes de esta muestra están dispuestos a aconsejar a un amigo para que suspenda el consumo, actitud más frecuente entre mujeres que entre hombres; esto es consistente con el número de hombres que afirman que no les importa, seis veces superior al de mujeres que dicen lo mismo. Después del consejo, la siguiente opción es aconsejar que se comporte o avisarle a un adulto, pero esas actitudes son mucho menores en términos de proporciones que la primera (5:1) Las otras opciones tienen mucho menor peso, exceptuando la sugerencia de comer algo (8%).

### Está bien que la ley prohíba

Esta bien que la ley prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	59,2	57,9	58,6
Algo de acuerdo	17,9	22,3	19,9
Algo en desacuerdo	11,9	12,6	12,2
Totalmente en desacuerdo	9,8	7,0	8,5
No responde	1,3	0,2	0,8

El 70% de los jóvenes respondieron que estaban de acuerdo por lo menos parcialmente con la prohibición, lo cual es superior a lo que se ha encontrado en algunos estudios sobre las opiniones de padres de familia a este mismo respecto.

### Está mal que los menores tomen

Esta mal hecho que personas de mi edad tomen			
Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	44,9	50,1	47,3
Algo de acuerdo	28,6	28,1	28,4
Algo en desacuerdo	14,5	13,7	14,1
Totalmente en desacuerdo	10,9	7,7	9,4
No responde	1,0	0,4	0,8

El 75% de los jóvenes está de acuerdo con la afirmación, lo cual es consistente con la respuesta a la pregunta anterior.

### Sanciones a quienes den alcohol

Deberían sancionar a quienes dan bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	46,7	42,0	44,5
Algo de acuerdo	18,9	22,8	20,7
Algo en desacuerdo	17,7	18,2	17,9
Totalmente en desacuerdo	16,3	16,6	16,5
No responde	0,4	0,4	0,4

El 65% de los encuestados respondieron que están total o parcialmente de acuerdo con las sanciones. Eso no significa que personalmente no simpaticen con la idea de consumir ellos mismos, pero pueden estar respondiendo lo que creen que se espera de ellos.

**Departamento:** Valle del Cauca

**Ciudad:** Cali, población: 2.2 millones de habitantes

**Encuestas realizadas:** 1135

**Encuestas utilizadas:** 1123

### Descripción de la muestra

Hombres: **48,5%**; mujeres: **51,5%**

Edad		
Estadísticos	Hombres	Mujeres
Media	13	13
Mediana	13	14
Moda	11	15

En Cali la muestra tuvo un ligero (alrededor del 1%) desbalance a favor de las mujeres. Para discriminar los efectos de esto sobre las prevalencias de consumo y otros indicadores, siempre se presentarán los datos agrupados por sexo. La edad promedio de la muestra fue de 14 años.

### Niveles educativos, jornada e instituciones

Grados	Porcentajes
6	21,6
7	19,8
8	17,7
9	15,8
10	13,9
11	11,3
Total	100

Jornada	Porcentajes
Mañana	68,0
Tarde	29,4
Única	2,5

Tipo de institución	Porcentajes
Oficial	55,7
No oficial	44,3



La mayoría de los estudiantes de la muestra se aglutinan en los grados 6 a 9, y un 25% en los grados 10 y 11; el 97% pertenecen a las jornadas de la mañana o de la tarde, y solo alrededor de 3% a la jornada única. Cerca del 56% de los estudiantes pertenecen a entidades públicas.

### Prevalencias de consumo

Prevalencias	Hombres	Mujeres	Total
Alguna vez en la vida	92,2	86,7	89,4
En el último año	61,7	62,5	62,1
En el último mes <sup>16</sup>	27,4	22,8	25,1
En la última semana <sup>17</sup>	14,4	8,7	11,5

El 90% de los jóvenes encuestados ha consumido alcohol alguna vez en la vida, el 62% consumió el último año, el 25% lo hizo en el último mes y el 11.5 consumió en la última semana. Los dos últimos indicadores se refieren a consumidores habituales y problemáticos, y puede observarse en ellos que la diferencia entre hombres y mujeres es relativamente baja, a diferencia de lo que ocurre en otras ciudades o regiones del país.

### Frecuencia de consumo

	Hombre	Mujer	Total
No toma	39,6	39,5	39,5
Menos de seis meses al año	36,0	42,0	39,0
Todos (o casi todos los meses)	13,1	13,8	13,4
Todas (o casi todas las semanas)	6,1	1,7	3,9
Varias veces a la semana	3,7	1,9	2,8
Todos (casi todos los días)	0,6	0,7	0,7

Mientras el 40% de los jóvenes afirma no tomar alcohol (lo cual no significa que no lo hayan probado) y otro 39% asegura no tomar más de seis veces por año, más del 13% toma todos los meses. Algunos de los entrevistados dijeron consumir alcohol diariamente.

### Edad de inicio

Estadísticos	Hombres	Mujeres	Total
Media	11	12	12
Mediana	11	12	12
Edad mínima	5	4	5
Edad máxima	17	17	17
Antes de 10 años	17,6	12,5	15

<sup>16</sup>Esta prevalencia se debe tomar con precaución. Aunque los datos de las demás ciudades se ubican en un rango similar, puede ser afectada por eventos de la historia reciente, como exámenes académicos u otros. Por otra parte, el error de muestreo está cercano al límite aceptable.

<sup>17</sup>A partir de este dato las prevalencias se presentan solamente para mostrar la tendencia, pero no deben asumirse como los datos de la población pues el error de la muestra está por encima del límite aceptable.

La edad promedio de inicio, al igual que en otros estudios previos, es de 12 años; el 8% comenzó a consumir alcohol antes de cumplir 10 años.

### Bebida de inicio

¿Con qué inició?			
Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	54,3	48,0	51,1
Vino	29,6	43,0	36,4
Ron/Aguardiente	24,5	24,3	24,4
Cocteles/aperitivos	2,2	4,6	3,4
Importados (Tequila, Whisky...)	8,8	6,7	7,7
Chirrinchi/Chicha	5,3	4,8	5,1
Otros	0,5	1,6	1,1

\*Algunos encuestados iniciaron con más de un tipo de bebida.

El 88% de los jóvenes se iniciaron con cerveza o vino, con una diferencia entre hombre y mujeres: la cerveza es la primera bebida de inicio para ambos, pero más mujeres se inician con vino y con aperitivos o cocteles y más hombres se inician con ron, aguardiente o bebidas importadas. El ron y el aguardiente son la tercera clase de bebida con las que se inician.

### Bebida consumida normalmente

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	54,2	56,5	55,4
Vino	30,4	35,3	32,9
Ron/Aguardiente	28,5	26,2	27,3
Cocteles/aperitivos	4,0	7,2	5,6
Importados (Tequila, Whisky...)	9,2	9,0	9,1
Chirrinchi/Chicha	6,3	7,6	7,0
Otros	1,4	1,9	1,6

Las cifras son consistentes con respecto a las bebidas de inicio: la cerveza y el vino son las más consumidas (88%), y en proporciones muy similares, tanto por hombres como por mujeres; el ron y el aguardiente pasan a ocupar el tercer lugar, y en la única bebida que hay diferencias por sexo son los cocteles, más consumidos por mujeres.

### Cantidad de cerveza

Cervezas	Hombre	Mujer	Total
1	30,1	38,9	34,4
2	17,8	19,0	18,4
3	10,7	12,8	11,7
4	9,1	6,5	7,9
5	9,5	6,0	7,8
6	1,7	2,5	2,1
7	1,5	0,9	1,2
8	2,2	2,4	2,3
9	2,2	1,1	1,7
10	4,8	2,4	3,6
Más de 10	10,3	7,5	8,9
	100,0	100,0	100,0
	89,7	92,5	91,1
	Hombre	Mujer	Total
Promedio	4,0	3,0	4,0

Mientras que el 48% de los hombres consumió una o dos cervezas, el 58% de las mujeres consumieron esa misma cantidad; por encima de tres cervezas los hombres aparecen con porcentajes superiores en casi todos los casos. El promedio de cervezas consumido es cerca del 30% superior en los hombres. Un fenómeno digno de mayor exploración es que a partir de la cerveza número 10, el porcentaje de personas aumenta considerablemente, aun cuando en proporción menor a la observada en otras ciudades y con poca diferencia entre hombre y mujeres.

### Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas			
Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	83,6	85,8	84,8
Supermercados	50,0	48,6	49,3
Licorerías	77,5	76,7	77,1
Las casas de amigos	23,8	29,7	26,8
Su propia casa	9,7	8,6	9,2
Otros sitios	6,4	7,6	7,0

Las tiendas y licorerías representan la inmensa mayoría de sitios donde los jóvenes pueden conseguir alcohol, seguidos por los supermercados y las casas de los amigos. Para esta población, las propias casas son los sitios menos usuales de obtención de bebidas alcohólicas.

### Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas\*

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	84,8	85,4	85,1
Supermercados	47,3	52,2	49,8
Licorerías	67,3	70,4	68,9
Las casas de amigos	31,3	27,5	29,3
Su propia casa	7,2	5,5	6,3
Otros sitios	7,6	5,5	6,5

\*Sólo para los que beben

Esta tabla incluye únicamente a los jóvenes que beben; las cifras son muy similares a las de la población general de jóvenes, salvo que las mujeres que beben parecen diversificar más su búsqueda, y le dan más importancia que los hombres a los supermercados y a las casas de los amigos.

### Dónde bebió la última vez

Sitios	Hombre	Mujer	Total
En la calle o en un parque	23,8	16,0	19,8
En una panadería	0,2	0,1	0,2
En su casa	19,5	20,3	19,9
En una tienda	3,0	1,3	2,1
En un bar, taberna o discoteca	1,8	2,3	2,0
En una licorería (estanco)	1,7	1,2	1,5
En la casa de un amigo	20,3	23,7	22,0
En un billar	0,2	0,5	0,3
En otro sitio	7,8	9,5	8,6

El sitio más frecuente de consumo es la casa de los amigos, seguido por la propia casa, la calle y los parques, los tres últimos con porcentajes casi idénticos y muy cercanos a la casa de los amigos; esto no es usual en otras ciudades. Estos jóvenes no consumen, o lo hacen en un porcentaje muy bajo, en negocios en los que se expende alcohol, probablemente para evitar críticas o problemas con las autoridades o con adultos. No se observan diferencias marcadas en el comportamiento de hombres y mujeres.

### Con quien toma generalmente\*

	Hombre	Mujer	Total
Solo	11,5	5,3	8,4
Casi siempre con sus amigos	55,6	58,9	57,2
Con sus padres	9,4	10,0	9,7
Con tíos	4,1	3,0	3,6
Con primos	11,1	10,0	10,5
Otros familiares	11,6	13,8	12,7
*Solamente para los que toman actualmente	103,3	101,0	102,1

Dos tercios de los jóvenes encuestados afirman que generalmente toman con sus amigos, y el resto se distribuyen equitativamente entre padres, primos y familiares. Un porcentaje importante (11.5% de hombres y 5.3 % de mujeres) beben solos, y representan un grupo de alto riesgo al que valdría la pena hacerle seguimiento en términos epidemiológicos.<sup>18</sup> Cali es la ciudad en la que se observó el porcentaje más alto de jóvenes que beben solos.

### Consumo de alcohol en fiestas caseras

Si en tu casa hacen una fiesta ¿tú tomas en esa fiesta?			
Respuesta	Hombre	Mujer	Total
Si	13,3	15,6	14,5
No	45,9	43,3	44,6
A veces	40,8	41,1	41,0

Esta tabla muestra que la tolerancia por parte de los padres, o la falta de supervisión, para el consumo de alcohol en la casa por parte de menores de edad, se encuentra alrededor del 55%. No hay diferencias entre hombres y mujeres.

### Razones para no tomar

Razones para no tomar	Hombre	Mujer	Total
No te gusta el trago	25,6	19,7	22,6
El trago te cae mal	8,8	6,7	7,8
Puedes tener problemas en casa	20,9	11,6	16,2
Probaste y no te gustó	15,1	12,6	13,9
Por principios morales	6,5	4,5	5,5
No te llama la atención	14,9	20,1	17,5
Crees que podrías volverte alcohólico	9,4	8,0	8,7
Tu familia no te deja	10,2	10,4	10,3

<sup>18</sup>Esto significa que en futuras encuestas a adultos hay que buscar la relación entre consumo solitario temprano y problemas de consumo problemático en la adultez.

Por tu religión	2,9	1,6	2,3
Porque no te han ofrecido	2,0	0,8	1,4
Has pensado en las consecuencias negativas de beber	17,7	21,7	19,7

Las tres principales razones para no tomar son que no les gusta el trago, temor a las consecuencias negativas y no les llama la atención; estas son seguidas por el temor a tener problemas en la casa y, a buena distancia, porque la familia no lo deja o el temor a volverse alcohólico. Los principios morales, la religión y la falta de oportunidad ocupan los lugares menos significativos. Estas respuestas, y aproximadamente en el mismo orden, son comunes a otros sitios del país.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?	Hombre	Mujer	Total
Dormir	23,4	26,8	25,1
Hacer deporte	51,3	20,9	35,9
Salir con alguien	43,7	46,7	45,2
Comer	28,7	30,2	29,5
Oír música	37,4	59,0	48,4
Ver Televisión	32,1	30,0	31,0
Fumar	5,1	5,1	5,1
Salir o jugar con otras personas	19,2	17,0	18,1
Estudiar	14,8	26,3	20,7
Tomar energizantes	17,1	21,0	19,1

Hacer deporte, salir con alguien y oír música son las principales alternativas para los hombres, mientras que para las mujeres son oír música, salir con alguien, comer y ver televisión. Lo llamativo es que las diferencias en términos de porcentajes para cada opción son importantes dependiendo del sexo: 22% en lo que se refiere a la música, 30% en lo que se refiere al deporte. Tomar energizantes fue señalado por un número importante de estudiantes (19%). Fumar es la opción menos escogida tanto por hombres como por mujeres.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?*	Hombre	Mujer	Total
Dormir	22,8	25,7	24,3
Hacer deporte	51,1	19,4	35,0
Salir con alguien	51,9	54,0	53,0
Comer	25,5	29,9	27,8
Oír música	43,5	63,4	53,6
Ver televisión	26,1	28,2	27,2
Fumar	7,6	7,3	7,5

Salir o jugar con otras personas	16,5	14,7	15,6
Estudiar	10,2	19,6	15,0
Tomar energizantes	16,9	23,4	20,2

\*Con selección para los que toman

Nuevamente aparecen diferencias importantes entre hombres y mujeres: los primeros prefieren hacer deporte (51% versus 19%), mientras las mujeres prefieren oír música (43% versus 63%) y comer; los porcentajes para las demás opciones son casi iguales en los dos sexos.<sup>19</sup>

### Comportamiento cuando toma

Generalmente cuando toma	Hombre	Mujer	Total
Se emborracha	9,6	5,0	7,3
Se entona (prende)	33,7	31,9	32,8
Toma máximo cuatro tragos	24,5	25,2	24,8
No toma más de dos tragos	32,1	37,5	34,8

Aproximadamente el doble de los hombres, con respecto a las mujeres, se emborracha cuando toma; el porcentaje de hombres y mujeres es casi igual en cuanto a poner un límite máximo de 4 tragos o se 'entona' o 'prende'; el número de mujeres que no se toma más de dos tragos es algo superior al de hombres con igual comportamiento.

### Cuándo detiene el consumo

Detiene el consumo	Hombre	Mujer	Total
Al segundo trago	45,6	53,1	49,3
Cuando se siente prendido	40,5	36,8	38,7
Cuando los amigos le dicen que pare	5,7	6,0	5,8
Cuando está borracho	6,3	3,2	4,7

Estos datos también son consistentes con los precedentes: los hombres tienden a detener su consumo solo cuando están borrachos en una proporción de 2:1 con respecto a las mujeres; en los otros comportamientos hay pocas diferencias por sexo, salvo que más mujeres se detienen en el segundo trago.

### Le gusta el trago

Le gusta el trago	Hombre	Mujer	Total
Mucho	11,5	10,5	11,0
Poco	53,1	53,3	53,2
Nada	35,4	36,2	35,8
Total	100	100	100

<sup>19</sup>Esta información puede ser útil en el diseño de programas preventivos.

Los porcentajes de hombres y mujeres en cada una de las opciones son casi idénticos. 11% afirman que les gusta mucho el trago, lo cual puede ser un indicador de alto consumo en la adultez.

### **Cuántos amigos toman**

Cuántos amigos toman	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	8,0	8,1	8,0
Algunos	33,8	31,6	32,7
La mayoría	26,8	29,4	28,1
Todos	9,4	10,7	10,0
No sabe	22,0	20,2	21,1
Total	100	100	100

Más de las dos terceras partes de los amigos (71%) de cada estudiante encuestado consumen alcohol. Llama la atención el elevado porcentaje de respuestas 'no sé', dado lo común del comportamiento y el hecho de que no suele ser ocultado.

### **¿Bebes en presencia de tus padres?**

¿Bebes en presencia de tus padres?	Hombre	Mujer	Total
Si	13,4	13,2	13,3
No	63,1	57,5	60,2
A veces	23,5	29,4	26,5

Estos datos son bastante consistentes comparados con los de la tabla en la que se muestran las respuestas sobre si se consume alcohol en las fiestas caseras: la mayoría no lo hacen. Sin embargo, un 40% que sí lo hacen muestran los niveles de tolerancia por parte de los padres.

### **¿Qué tan fácil es conseguir bebidas?**

Qué tan fácil es conseguir bebidas	Hombre	Mujer	Total
Muy fácil	43,7	34,9	39,2
Más o menos fácil	29,8	40,6	35,3
Difícil	13,4	12,3	12,8
Muy difícil	13,0	12,2	12,6
Total	100	100	100

No parece haber ninguna diferencia importante entre hombres y mujeres en lo que concierne la dificultad para conseguir bebidas en Cali (33% versus 21%), pero no parece ser particularmente difícil: alrededor del 74% de jóvenes de ambos sexos muy fácil o fácil, mientras que cerca del 26% lo consideran difícil o muy difícil.



### Fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad

Ha estado en fiestas en las que se servía alcohol	Hombre	Mujer	Total
Si	52,7	56,5	54,6
No	47,3	43,5	45,4
Total	100	100	100

En este aspecto no parece haber ninguna diferencia entre hombres y mujeres: más de la mitad de ellos han estado en fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad, lo cual muestra la excesiva permisividad y la limitada supervisión por parte de los adultos.

### Negativa a venderles bebidas alcohólicas

	Hombre	Mujer	Total
Sí	35,2	28,6	31,8
No	45,5	46,6	46,1
Nunca he intentado comprar	19,2	24,9	22,1
Total	100	100	100

Cerca del 50% de los jóvenes que han intentado comprar alcohol no han tenido ninguna dificultad para conseguirlo, lo cual pone en evidencia ya sea el desconocimiento de las normas vigentes o el desprecio por ellas; no hay diferencias notables entre hombres y mujeres, pero en este caso menos mujeres han recibido una negativa.

### ¿Has bebido durante varios días de seguido?

	Hombre	Mujer	Total
Si	7,5	4,8	6,2
No	92,5	95,2	93,8
Total	100	100	100

Cerca del 8 % de los hombres y 5% de las mujeres de esta muestra han bebido durante varios días seguidos. Dada la corta edad de estos jóvenes, estos porcentajes deben ser objeto de preocupación.

### Tomar antes de entrar al colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas justo antes de llegar al colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	8,4	5,9	7,1
No	91,6	94,1	92,9
Total	100	100	100

Algo más del 7% de los jóvenes de la muestra de Cali han ingerido alcohol alguna vez antes de entrar al colegio; no hay diferencias notables entre hombres y mujeres, a diferencia de lo que ocurre en otras ciudades y regiones.

## Tomar en el colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas en el colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	13,2	9,3	11,2
No	86,8	90,7	88,8
Total	100	100	100

Algo más del 11% de los estudiantes han ingerido alcohol en el colegio, lo cual es evidentemente una cifra muy elevada; nuevamente, la proporción hombres-mujeres es casi de 1:1.

## Enviar a comprar

¿Alguna vez alguien mayor te mandó a comprar cerveza u otras bebidas alcohólicas?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	78,1	71,9	75,0
No	21,9	28,1	25,0
Total	100	100	100

El 75% de los jóvenes ha tenido alguna vez la experiencia de ser enviados a comprar alcohol, lo cual coincide con la facilidad para conseguir alcohol. Los varones son objeto de estas solicitudes con mayor frecuencia que las niñas.

## Situaciones de riesgo

Situaciones de riesgo	Hombre	Mujer	Total
Se quedó dormido bebiendo	10,3	3,5	6,8
Tuvo problemas con la policía por estar bebiendo	7,9	1,6	4,7
Tuvo una pelea estando con tragos	9,0	4,0	6,5
Llegó al colegio enguayabado	8,9	8,0	8,4
Lo robaron estando con tragos	3,7	0,1	1,9
Se emborrachó	26,8	18,7	22,7
Tuvo problemas en la casa por beber	18,7	13,4	16,0
No fue al colegio por estar tomando	3,4	2,0	2,7
Tuvo vómito por haber bebido	20,9	21,1	21,0
Tuvo un accidente de tránsito estando con tragos	1,4	0,3	0,8
Lo sacaron de un bar/discoteca por ser menor de edad	15,7	8,3	11,9
Llegó al colegio con una botella de alguna bebida alcohólica	3,4	2,4	2,9
Tuvó una pelea con su novio o novia por estar tomando	15,1	15,1	15,1

Los tres problemas más frecuentes son, en su orden, 'se emborrachó', 'tuvo vómito' y 'tuvo problemas en la casa por beber'; los problemas son los mismos en hombres y mujeres, pero presentan mayor frecuencia en los hombres. Las situaciones que implican riñas, mal comportamiento, sanciones y situaciones de peligro, son nuevamente más frecuentes entre los hombres.

## Razones para beber

Razones para beber	Hombre	Mujer	Total
Por estar con los amigos	33,1	28,8	30,9
Por caer bien en un grupo	5,9	3,4	4,6
Para no pensar en los problemas	10,8	13,9	12,4
Por tener mejores relaciones	2,7	1,8	2,3
Para superar la timidez	13,2	7,9	10,5
Experimentar cosas nuevas	17,6	20,5	19,1
Relajarse	12,5	9,1	10,7
Sentirse mayor	6,5	3,2	4,8
Mantenerse despierto cuando sale	3,5	2,2	2,9
Conquistar a alguien	4,8	1,5	3,2
Para pasarla bien en una fiesta	28,8	27,1	27,9
Celebrar ocasiones especiales	37,0	46,0	41,6
Por divertirse	26,7	40,8	33,9

Celebrar, divertirse y estar con los amigos son las razones más comunes citadas tanto por hombres como por mujeres, pero con mayores porcentajes en las mujeres en las dos primeras; experimentar cosas nuevas y pasarla bien en una fiesta son el segundo grupo; y en tercer lugar aparecen razones relacionadas con búsqueda de solución de dificultades (no pensar en problemas, superar la timidez, relajarse). La idea de usar el alcohol para conquistar a alguien hace parte del imaginario masculino, pero muy poco del femenino (proporción 3:1); tampoco situaciones sociales como caer bien o tener mejores relaciones parecen tener mucho peso entre las razones para tomar alcohol. Esto último es similar en varias de las regiones estudiadas.

## Si un amigo está tomando mucho

Si un amigo está tomando mucho	Hombre	Mujer	Total
Le aconseja parar de tomar	53,9	63,4	58,7
Le aconseja comportarse	11,0	9,6	10,3
Le dice que coma algo	7,6	9,4	8,5
Avisa a sus padres o a una persona mayor	14,1	17,5	15,8
Lo mira mal	1,6	0,2	0,9
No le importa	8,9	2,4	5,6
No le corresponde corregirlo	2,9	0,8	1,8
Le da miedo la reacción de esa persona	1,2	2,9	2,1
Él hace lo mismo	3,7	2,7	3,2

La gran mayoría de los jóvenes de esta muestra están dispuestos a alertar a un amigo para que suspenda el consumo; con una proporción mucho menor (4 veces menos), estarían dispuestos a avisarle a un adulto o a sugerirle que se comporte. Las otras opciones tienen poco peso, exceptuando la sugerencia de comer algo.

### Está bien que la ley prohíba

Esta bien que la ley prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	56,5	62,8	59,7
Algo de acuerdo	14,1	16,0	15,0
Algo en desacuerdo	8,5	9,8	9,2
Totalmente en desacuerdo	18,3	10,6	14,4
No responde	2,5	0,9	1,7

El 75% de los jóvenes respondieron que estaban de acuerdo por lo menos parcialmente con la prohibición, lo cual es superior a lo que se ha encontrado en algunos estudios sobre las opiniones de padres de familia a este mismo respecto.

### Está mal que los menores tomen

Esta mal hecho que personas de mi edad tomen

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	44,8	52,9	48,9
Algo de acuerdo	21,0	18,7	19,8
Algo en desacuerdo	13,2	12,0	12,6
Totalmente en desacuerdo	20,6	14,7	17,6
No responde	0,5	1,7	1,1

En concordancia con la respuesta anterior, las respuestas indican que los jóvenes piensan que está mal que los menores de edad tomen, lo que indica una clara disonancia entre el comportamiento tan común de consumir bebidas alcohólicas, y cierta conciencia de que esta conducta es reprobable. Pero también puede ser una respuesta acorde con la expectativa social.

### Sanciones a quienes den alcohol

Deberían sancionar a quienes dan bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	46,9	48,7	47,8
Algo de acuerdo	16,1	17,7	16,9
Algo en desacuerdo	13,0	14,6	13,8
Totalmente en desacuerdo	22,8	16,8	19,8
No responde	1,3	2,1	1,7
	100,0	100,0	100,0

El 80% de los encuestados respondieron que están total o parcialmente de acuerdo con las sanciones. Eso no significa que personalmente no simpatizan con la idea de consumir ellos mismos, pero pueden estar respondiendo lo que creen que se espera de ellos.

**Departamento:** Caquetá

**Ciudad:** Florencia, **población:** 1.8 millones de habitantes

**Encuestas realizadas:** 1088

**Encuestas utilizadas:** 1018

### Descripción de la muestra

Hombres: **48,4%**; mujeres: **51,6%**

#### Descripción de la muestra

Edad		
Estadísticos	Hombres	Mujeres
Media	14	14
Mediana	14	14
Moda	15	15

En la muestra de Florencia la relación hombres-mujeres estuvo bien ajustada y la edad promedio fue de 14 años.

#### Niveles educativos, jornada e instituciones

Grados	Porcentajes
6	25,2
7	20,5
8	18,5
9	15,4
10	12,3
11	8,1
Total	100

Jornada	Porcentajes
Mañana	79,9
Tarde	16,3
Única	3,8

Tipo de institución	Porcentajes
Oficial	96,2
No oficial	3,8

La mayoría de los estudiantes de la muestra se aglutinan en los grados 6 a 9, y un 20% en los grados 10 y 11; el 80% pertenecen a la jornada de la mañana, 20% a la de la tarde, y 4% a jornada única. Más del 96% de los estudiantes pertenecen a entidades públicas.

### Prevalencias de consumo

Prevalencias	Hombres	Mujeres	Total
Alguna vez en la vida	84,7	81,7	83,2
En el último año	70,2	58,1	64,1
En el último mes <sup>20</sup>	23,9	20,3	22,1
En la última semana <sup>21</sup>	11,8	9,1	10,4

El 83% de los jóvenes encuestados ha consumido alcohol alguna vez en la vida, el 64% consumió el último año, el 22% lo hizo en el último mes y el 10% consumió en la última semana. Los dos últimos indicadores se refieren a consumidores habituales y problemáticos, y puede observarse en ellos que la diferencia entre hombres y mujeres es mínima.

### Frecuencia de consumo

Frecuencia de consumo	Hombre	Mujer	Total
No toma	32,2	43,0	37,7
Menos de seis meses al año	49,5	43,0	46,2
Todos (o casi todos los meses)	10,8	9,1	9,9
Todas (o casi todas las semanas)	3,1	1,3	2,1
Varias veces a la semana	2,9	3,1	3,0
Todos (casi todos los días)	1,4	0,0	0,7

Mientras el 38% de los jóvenes afirma no tomar alcohol (lo cual no significa que no lo hayan probado) y otro 46% asegura no tomar más de seis veces por año, el 10% toma todos los meses y de ellos el 3% toma varias veces a la semana. Cerca del 1% consume alcohol a diario.

### Edad de inicio

Estadísticos	Hombres	Mujeres	Total
Media	11	13	12
Mediana	12	13	12
Edad mínima	5	5	5
Edad máxima	16	17	17
Antes de 10 años	18,8%	5,5%	12,2%

La edad promedio de inicio, al igual que en otros estudios previos, es de 12 años; el 12% comenzó a consumir alcohol antes de cumplir 10 años.

<sup>20</sup>Esta prevalencia se debe tomar con precaución. Aunque los datos de las demás ciudades se ubican en un rango similar, puede ser afectada por eventos de la historia reciente, como exámenes académicos u otros. Por otra parte, el error de muestreo está cercano al límite aceptable.

<sup>21</sup>A partir de este dato las prevalencias se presentan solamente para mostrar la tendencia, pero no deben asumirse como los datos de la población pues el error de la muestra está por encima del límite aceptable.

## Bebida de inicio

¿Con qué inició?

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	45,7	36,1	40,9
Vino	30,8	40,2	35,4
Ron/Aguardiente	27,6	30,5	29,1
Cocteles/aperitivos	2,3	3,4	2,8
Importados (Tequila, Whisky...)	7,0	8,0	7,5
Chirrinchi/Chicha	4,1	4,1	4,1
Otros	1,4	0,8	1,1

\*Algunos encuestados iniciaron con más de un tipo de bebida.

El 76% de los jóvenes se iniciaron con cerveza o vino, con una pequeña diferencia entre hombre y mujeres: la cerveza es la primera bebida de inicio para los hombres y el vino para las mujeres; el ron y el aguardiente ocupan el tercer lugar, y son preferidos por las mujeres, aun cuando la diferencia no es grande. Las bebidas importadas son la tercera clase de bebida con la que se inician, y al igual que con las otras bebidas (cocteles, licores baratos, chicha y otros) no hay diferencias entre hombres y mujeres. A diferencia de lo que ocurre en otras ciudades, en Florencia los cocteles no ocupan un lugar importante de consumo.

## Bebida consumida normalmente

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	49,9	41,8	45,9
Vino	31,2	37,7	34,4
Ron/Aguardiente	32,0	28,2	30,1
Cocteles/aperitivos	4,7	8,3	6,5
Importados (Tequila, Whisky...)	7,0	9,4	8,2
Chirrinchi/Chicha	5,5	7,5	6,5
Otros	1,2	0,5	0,8

Las cifras coinciden casi exactamente con la bebida de inicio: la cerveza y el vino son las más consumidas (80%), siendo la cerveza la bebida más consumida por hombres y mujeres; el ron y el aguardiente ocupan el tercer lugar; las mujeres consumen alrededor del doble de cocteles que los hombres, e igualmente consumen más importados, chirrinchi y chicha.

## Cantidad de cerveza

¿Cuántas cervezas tomó la última vez que tomó?

Cervezas	Hombre	Mujer	Total
1	26,3	38,8	32,1
2	17,0	20,6	18,7
3	11,9	9,6	10,8
4	8,8	7,7	8,3
5	5,5	5,9	5,7
6	4,5	3,9	4,2
7	1,7	1,5	1,6
8	4,0	0,0	2,1
9	2,0	1,0	1,5
10	4,2	3,2	3,8
Más de 10	14,2	7,9	11,2
	100,0	100,0	100,0
	85,8	92,1	88,8
	Hombre	Mujer	Total
Promedio	5,0	4,0	4,0

Mientras que el 33% de los hombres consumió una o dos cervezas, el 59% de las mujeres consumieron esa misma cantidad; por encima de tres cervezas los hombres aparecen con porcentajes superiores en todos los casos. Por encima de 10 cervezas el porcentaje de los hombres dobla el de las mujeres

## Dónde conseguir las bebidas

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	90,3	87,8	89,0
Supermercados	54,2	44,5	49,3
Licorerías	50,0	53,5	51,7
Las casas de amigos	33,0	33,8	33,4
Su propia casa	5,0	9,0	7,0
Otros sitios	11,1	9,8	10,4

Las tiendas son el primer sitio de adquisición de bebidas (90% de jóvenes pueden adquirir allí bebidas alcohólicas), seguidas por las licorerías, los supermercados y las casas de los amigos. Para esta población, las propias casas son los sitios menos usuales de obtención de bebidas alcohólicas



## Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas\*

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	91,1	87,3	89,4
Supermercados	55,8	47,1	51,8
Licorerías	51,0	54,3	52,5
Las casas de amigos	38,7	35,9	37,4
Su propia casa	5,3	10,1	7,6
Otros sitios	11,0	9,8	10,4

\*Sólo para los que beben

Esta tabla incluye únicamente a los jóvenes que beben; las cifras son muy similares a las de la población general de jóvenes.

## Dónde bebió la última vez

Sitios	Hombre	Mujer	Total
En la calle o en un parque	9,9	6,7	8,3
En una panadería	0,4	0,1	0,2
En su casa	15,7	22,8	19,3
En una tienda	8,9	3,8	6,3
En un bar, taberna o discoteca	3,2	1,6	2,4
En una licorería (estanco)	1,3	1,7	1,5
En la casa de un amigo	27,4	23,7	25,5
En un billar	1,2	0,8	1,0
En otro sitio	10,1	6,1	8,1

El sitio más frecuente de consumo es la casa de los amigos, seguido por la propia casa, la calle y los parques. Esto significa que estos jóvenes no consumen, o lo hacen en un porcentaje muy bajo, en negocios en los que se expende alcohol, probablemente para evitar críticas o problemas con las autoridades o con adultos críticos. Las mujeres recurren a tomar en los parques o en la calle menos que los hombres (un tercio menos).

## Con quién toma

Con quien toma generalmente*	Hombre	Mujer	Total
Solo	5,1	3,8	4,5
Casi siempre con sus amigos	51,8	46,7	49,3
Con sus padres	11,4	22,2	16,6
Con tíos	6,0	4,9	5,5
Con primos	10,7	5,1	8,0
Otros familiares	15,5	18,5	16,9

La mitad de los jóvenes encuestados afirma que generalmente toman con sus amigos, y el resto se distribuyen entre padres, primos y familiares. Un pequeño porcentaje (5% de hombres y 4% de mujeres) beben solos, y representan un grupo de alto riesgo al que valdría la pena hacerle seguimiento en términos epidemiológicos.<sup>22</sup>

### Consumo de alcohol en fiestas caseras

Si en tu casa hacen una fiesta ¿tú tomas en esa fiesta?

Respuesta	Hombre	Mujer	Total
Si	17,9	19,3	18,6
No	38,6	41,9	40,3
A veces	43,5	38,8	41,1

Esta tabla muestra que la tolerancia, o la falta de supervisión, de los padres para el consumo de alcohol en la casa por parte de menores de edad, se encuentra alrededor del 60%, con una muy pequeña diferencia entre hombres y mujeres.

### Razones para no tomar

Razones para no tomar	Hombre	Mujer	Total
No te gusta el trago	23,3	24,0	23,6
El trago te cae mal	10,4	7,5	8,9
Puedes tener problemas en casa	20,6	16,4	18,5
Probaste y no te gustó	11,0	14,7	12,9
Por principios morales	6,7	6,6	6,6
No te llama la atención	12,8	23,1	18,0
Creer que podrías volverte alcohólico	16,0	9,6	12,7
Tu familia no te deja	14,9	17,1	16,0
Por tu religión	2,9	3,7	3,3
Porque no te han ofrecido	1,3	0,6	1,0
Has pensado en las consecuencias negativas de beber	18,5	25,8	22,2

Las tres principales razones para no tomar son que no les gusta el trago, no les llama la atención, pueden tener problemas en la casa, o temor a las consecuencias negativas: todas estas con porcentajes muy similares; estas son seguidas porque en la casa o temor a volverse alcohólico y a que probó y no le gustó. Los principios morales, la religión y la falta de oportunidad ocupan los lugares menos significativos.

<sup>22</sup>Esto significa que en futuras encuestas a adultos hay que buscar la relación entre consumo solitario temprano y problemas de consumo problemático en la adultez.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?	Hombre	Mujer	Total
Dormir	24,5	31,3	28,0
Hacer deporte	47,2	26,8	36,8
Salir con alguien	36,6	42,2	39,5
Comer	31,9	29,9	30,9
Oír música	48,7	64,3	56,7
Ver Televisión	32,6	33,1	32,9
Fumar	6,0	1,4	3,7
Salir o jugar con otras personas	20,2	15,2	17,6
Estudiar	19,0	28,4	23,8
Tomar energizantes	20,1	11,1	15,5

Hacer deporte, salir con alguien y oír música son las principales alternativas para los hombres, mientras que para las mujeres son oír música, salir con alguien y comer. Lo llamativo es que las diferencias en términos de porcentajes para cada opción son importantes dependiendo del sexo: 15% en lo que se refiere a la música, 20% en lo que se refiere al deporte, 10% en cuanto a salir con alguien o estudiar. Florencia es la única ciudad en la que estudiar tiene un porcentaje importante de personas que la consideran una opción. Tomar energizantes fue señalado por un número importante de estudiantes (15%). Fumar es la opción menos escogida tanto por hombres como por mujeres.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?*	Hombre	Mujer	Total
Dormir	22,1	27,9	24,8
Hacer deporte	43,2	20,4	32,6
Salir con alguien	38,6	52,3	45,0
Comer	32,0	28,0	30,1
Oír música	52,4	70,6	60,9
Ver televisión	33,9	31,0	32,5
Fumar	8,7	2,2	5,7
Salir o jugar con otras personas	18,7	11,9	15,6
Estudiar	14,2	21,3	17,5
Tomar energizantes	22,7	13,1	18,2

\*RESPONDEN UNICAMENTE LOS QUE CONSUMEN ALCOHOL

Nuevamente aparecen diferencias importantes entre hombres y mujeres: los primeros prefieren hacer deporte (43% versus 20%), o salir con alguien (39% versus 52%), mientras las mujeres prefieren salir con alguien, oír música (50% versus 71%) y comer (los porcentajes para ambos son similares).<sup>23</sup>

### Comportamiento cuando toma

Generalmente cuando toma	Hombre	Mujer	Total
Se emborracha	16,4	6,3	11,6
Se entona (prende)	29,5	27,3	28,5
Toma máximo cuatro tragos	24,9	22,1	23,6
No toma más de dos tragos	29,2	43,8	36,1

Aproximadamente el triple de los hombres, con respecto a las mujeres, se emborracha cuando toma; el porcentaje de hombres y mujeres es casi igual en cuanto a poner un límite máximo de 4 tragos, o 'entonarse'; el número de mujeres que no se toma más de dos tragos es netamente superior al de hombres con igual comportamiento.

### Cuándo detiene el consumo

Detiene el consumo	Hombre	Mujer	Total
Al segundo trago	37,1	52,3	44,4
Cuando se siente prendido	45,6	40,6	43,2
Cuando los amigos le dicen que pare	7,4	4,7	6,1
Cuando está borracho	9,5	1,9	5,8

Estos datos también son consistentes con los precedentes: los hombres tienden a detener su consumo solo cuando están borrachos en una proporción de 5:2 con respecto a las mujeres; los hombres tienden a atender la solicitud de sus amigos de detener el consumo más frecuentemente que las mujeres, pero éstas se detienen en el segundo trago en 15% más de los casos que los hombres.

### Le gusta el trago

Le gusta el trago	Hombre	Mujer	Total
Mucho	11,5	7,9	9,7
Poco	55,8	51,0	53,4
Nada	32,8	41,1	37,0
Total	100,0	100,0	100,0

<sup>23</sup>Esta información puede ser útil en el diseño de programas preventivos.

Los porcentajes de hombres y mujeres a los que les gusta mucho el trago no son muy diferentes entre sí, y son cercanos al 10%, porcentaje de todas formas muy significativo.

### **Cuántos amigos toman**

Cuántos amigos toman	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	3,1	4,6	3,9
Algunos	37,0	33,1	35,0
La mayoría	26,5	30,1	28,3
Todos	9,5	7,8	8,7
No sabe	23,8	24,3	24,1
Total	100,0	100,0	100,0

Más de las dos terceras partes de los amigos (72%) de cada estudiante encuestado consumen alcohol. Llama la atención el elevado porcentaje de respuestas 'no sé', dado lo común del comportamiento y el hecho de que no suele ser ocultado. El porcentaje de amigos que no consumen alcohol es muy bajo (4%).

### **¿Bebes en presencia de tus padres?**

¿Bebes en presencia de tus padres?	Hombre	Mujer	Total
Si	12,8	20,4	16,7
No	52,9	50,6	51,7
A veces	34,3	28,9	31,6

Esto datos son bastante consistentes comparados con los de la tabla en la que se muestran las respuestas sobre si se consume alcohol en las fiestas caseras: aproximadamente la mitad lo hacen.

### **¿Qué tan fácil es conseguir bebidas?**

Qué tan fácil conseguir bebidas	Hombre	Mujer	Total
Muy fácil	45,9	43,0	44,4
Más o menos fácil	32,4	31,5	31,9
Difícil	9,8	12,5	11,2
Muy difícil	11,9	13,0	12,4
Total	100,0	100,0	100,0

Conseguir bebidas alcohólicas no parece ser difícil ni para hombre ni para mujeres: casi el 80% de estos jóvenes lo consideran muy fácil o fácil.

### Fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad

Ha estado en fiestas en las que se servía alcohol	Hombre	Mujer	Total
Si	64,6	64,3	64,4
No	35,4	35,7	35,6
Total	100,0	100,0	100,0

En este aspecto no parece haber ninguna diferencia entre hombre y mujeres: dos tercios de ellos han estado en fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad, lo cual muestra la excesiva permisividad y la limitada supervisión por parte de los adultos.

### Negativa a venderles bebidas alcohólicas

¿Alguna vez se negaron a venderte bebidas alcohólicas por ser menor de edad?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	24,2	21,0	22,6
No	56,8	53,1	54,9
Nunca he intentado comprar	19,1	25,9	22,5
Total	100,0	100,0	100,0

Cerca del 45% de los jóvenes que han intentado comprar alcohol no han tenido ninguna dificultad para conseguirlo, lo cual pone en evidencia ya sea el desconocimiento de las normas vigentes o el desprecio por ellas; no se observan diferencias en este aspecto entre hombres y mujeres.

### ¿Has bebido durante varios días de seguido?

	Hombre	Mujer	Total
Si	6,7	3,4	5,0
No	93,3	96,6	95,0
Total	100,0	100,0	100,0

Cerca del 7 % de los hombres y algo más del 3% de las mujeres (proporción 2:1) de esta muestra han bebido durante varios días seguidos. Este porcentaje, sin duda muy elevado teniendo en cuenta la edad de los sujetos del estudio, es menor que en otras regiones del país.

### Tomar antes de entrar al colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas justo antes de llegar al colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	9,8	7,9	8,8
No	90,2	92,1	91,2
Total	100,0	100,0	100,0

Cerca del 9% de todos los jóvenes han ingerido alcohol alguna vez antes de entrar al colegio; de ellos la mayoría son hombres, pero la diferencia con las mujeres es muy pequeña.

### Tomar en el colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas en el colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	18,4	12,5	15,4
No	81,6	87,5	84,6
Total	100,0	100,0	100,0

Más del 15% de los estudiantes han ingerido alcohol en el colegio, lo cual es evidentemente una cifra muy elevada; la proporción de hombres es 30% superior.

### Enviar a comprar

¿Alguna vez alguien mayor te mandó a comprar cerveza u otras bebidas alcohólicas?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	74,1	75,7	74,9
No	25,9	24,3	25,1
Total	100,0	100,0	100,0

El 75% de los jóvenes ha tenido alguna vez la experiencia de ser enviados a comprar alcohol, lo cual constituye una cifra superior a la que ellos expresan relacionada con los problemas para que les vendan. No hay diferencias entre hombres y mujeres en este aspecto.

### Situaciones de riesgo

	Hombre	Mujer	Total
Se quedó dormido bebiendo	10,3	3,2	6,7
Tuvo problemas con la policía por estar bebiendo	3,5	2,5	3,0
Tuvo una pelea estando con tragos	8,4	3,0	5,7
Llegó al colegio enguayabado	12,5	12,5	12,5
Lo robaron estando con tragos	4,0	2,0	3,0
Se emborrachó	30,5	16,8	23,5
Tuvo problemas en la casa por beber	19,8	16,2	18,0
No fue al colegio por estar tomando	8,7	4,0	6,3
Tuvo vómito por haber bebido	24,7	23,4	24,1
Tuvo un accidente de tránsito estando con tragos	2,5	2,1	2,3

Lo sacaron de un bar/discoteca por ser menor de edad	14,3	9,9	12,0
Llegó al colegio con una botella de alguna bebida alcohólica	2,9	3,3	3,1
Tuvó una pelea con su novio o novia por estar tomando	15,4	12,6	14,0

Los tres problemas más frecuentes son, en su orden, 'tuvo vómito', 'se emborrachó', y 'tuvo problemas en la casa'; los problemas son los mismos en hombres y mujeres, pero presentan mayor frecuencia en los hombres. Las situaciones que implican riñas, mal comportamiento, sanciones y situaciones de peligro, son más frecuentes entre las personas de sexo masculino.

### Razones para beber

	Hombre	Mujer	Total
Por estar con los amigos	42,3	28,8	35,4
Por caer bien en un grupo	9,8	3,4	6,6
Para no pensar en los problemas	12,1	14,0	13,1
Por tener mejores relaciones	3,1	0,9	2,0
Para superar la timidez	12,8	7,3	10,0
Experimentar cosas nuevas	22,7	19,2	20,9
Relajarse	15,7	8,0	11,8
Sentirse mayor	5,9	4,0	4,9
Mantenerse despierto cuando sale	5,9	3,1	4,5
Conquistar a alguien	5,5	0,3	2,8
Para pasarla bien en una fiesta	30,0	31,2	30,6
Celebrar ocasiones especiales	38,9	45,4	42,2
Por divertirse	25,3	37,1	31,3

Celebrar, pasarla bien en una fiesta o con los amigos y divertirse son las razones más comunes citadas tanto por hombres como por mujeres; experimentar cosas nuevas estaría en un segundo grupo; y en tercer lugar aparecen razones relacionadas con búsqueda de solución de dificultades (no pensar en problemas, superar la timidez, relajarse). La idea de usar el alcohol para conquistar a alguien hace parte del imaginario masculino, pero muy poco del femenino (proporción 18:1); tampoco situaciones sociales como caer bien o tener mejores relaciones parecen tener mucho peso entre las razones para tomar alcohol.

### Si un amigo está tomando mucho

	Hombre	Mujer	Total
Le aconseja parar de tomar	54,0	53,6	53,8
Le aconseja comportarse	12,0	12,6	12,3
Le dice que coma algo	10,0	8,8	9,4
Avisa a sus padres o a una persona mayor	11,8	27,2	19,6



Lo mira mal	0,7	1,4	1,1
No le importa	6,1	3,8	5,0
No le corresponde corregirlo	1,8	0,6	1,2
Le da miedo la reacción de esa persona	3,7	5,8	4,8
Él hace lo mismo	4,8	2,1	3,4

La gran mayoría de los jóvenes de esta muestra están dispuestos a alertar a un amigo para que suspenda el consumo; con una proporción mucho menor (3 veces menos), estarían dispuestos a avisarle a un adulto o a sugerirle que se comporte. Las otras opciones tienen poco peso, exceptuando la sugerencia de comportarse o de comer algo.

### Está bien que la ley prohíba

Está bien que la ley prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	55,9	64,5	60,2
Algo de acuerdo	13,6	13,6	13,6
Algo en desacuerdo	13,0	6,6	9,7
Totalmente en desacuerdo	14,9	13,8	14,4
No responde	2,6	1,5	2,1

Cerca del 75% de los jóvenes respondieron que estaban de acuerdo por lo menos parcialmente con la prohibición, lo cual es superior a lo que se ha encontrado en algunos estudios sobre las opiniones de padres de familia a este mismo respecto.

### Está mal que los menores tomen

Esta mal hecho que personas de mi edad tomen			
Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	48,9	56,1	52,6
Algo de acuerdo	20,7	17,6	19,1
Algo en desacuerdo	11,7	8,8	10,2
Totalmente en desacuerdo	14,8	13,6	14,2
No responde	3,9	3,8	3,9
	100,0		

Las respuestas a esta pregunta son consistentes con las proporcionadas a la pregunta anterior: más del 70% consideran que está mal que los menores de edad tomen alcohol.

## Sanciones a quienes den alcohol

Deberían sancionar a quienes dan bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	45,5	50,4	48,0
Algo de acuerdo	15,1	16,0	15,6
Algo en desacuerdo	14,0	11,6	12,8
Totalmente en desacuerdo	23,0	20,2	21,6
No responde	2,3	1,7	2,0
	100,0	100,0	100,0

El 63% de los encuestados respondieron que están total o parcialmente de acuerdo con las sanciones. Eso no significa que personalmente no simpaticen con la idea de consumir ellos mismos, pero pueden estar respondiendo lo que creen que se espera de ellos. En otras ciudades o regiones el porcentaje de acuerdo fue mucho más alto.

**Departamento:** Antioquia

**Ciudad:** Medellín, **población:** 2.3 millones de habitantes

**Encuestas realizadas:** 1037

**Encuestas utilizadas:** 993

### Descripción de la muestra

Hombres: **48,8%**; mujeres: **51,2%**

Edad		
Estadísticos	Hombres	Mujeres
Media	14	14
Mediana	14	14
Moda	14	15

En Medellín la muestra quedó conformada por una proporción equilibrada de hombres y mujeres. Para hacer los datos más útiles y fáciles de interpretar, siempre se presentarán los datos agrupados por sexo. La edad promedio de la muestra fue de 14 años.

### Niveles educativos, jornada e instituciones

Grados	Porcentajes
6	22,0
7	19,9
8	17,8
9	15,8
10	13,4
11	11,1
Total	100,0

Jornada	Porcentajes
Mañana	51,6
Tarde	42,3
Única	6,1

Tipo de institución	Porcentajes
Oficial	73,2
No oficial	26,8

La mayoría de los estudiantes de la muestra se aglutinan en los grados 6 a 9, y un 25% en los grados 10 y 11; el 94% pertenecen a las jornadas de la mañana o de la tarde, y 6% a jornada única. Más del 70% de los estudiantes pertenecen a entidades públicas.

### Prevalencias de consumo

Prevalencias	Hombres	Mujeres	Total
Alguna vez en la vida	92,2	86,7	89,4
En el último año	76,6	70,2	73,4
En el último mes <sup>24</sup>	44,5	37,7	41,1
En la última semana <sup>25</sup>	26,0	22,8	24,4

El 90% de los jóvenes encuestados ha consumido alcohol alguna vez en la vida, el 73% consumió el último año, el 41% lo hizo en el último mes y el 24.5 consumió en la última semana. Los dos últimos indicadores se refieren a consumidores habituales y problemáticos, y puede observarse en ellos que no hay diferencias importantes entre hombres y mujeres. Estas prevalencias son las más elevadas de todas las ciudades y regiones de este estudio

### Frecuencia de consumo

Frecuencia de consumo	Hombre	Mujer	Total
No toma	24,5	30,5	27,5
Menos de seis meses al año	36,2	35,9	36,1
Todos (o casi todos los meses)	19,4	17,4	18,4
Todas (o casi todas las semanas)	10,7	6,9	8,8
Varias veces a la semana	7,7	8,5	8,1
Todos (casi todos los días)	0,7	0,3	0,5

Mientras el 27% de los jóvenes afirma no tomar alcohol (lo cual no significa que no lo hayan probado) y otro 36% asegura no tomar más de seis veces por año, más del 18% toma todos los meses y alrededor del 9% toma todas las semanas y varias veces por semana. Pocos entrevistados dijeron consumir alcohol a diario.

<sup>24</sup>Esta prevalencia se debe tomar con precaución. Aunque los datos de las demás ciudades se ubican en un rango similar, puede ser afectada por eventos de la historia reciente, como exámenes académicos u otros. Por otra parte, el error de muestreo está cercano al límite aceptable.

<sup>25</sup>A partir de este dato las prevalencias se presentan solamente para mostrar la tendencia, pero no deben asumirse como los datos de la población pues el error de la muestra está por encima del límite aceptable.

### Edad de inicio

Estadísticos	Hombres	Mujeres	Total
Media	11	12	12
Mediana	11	12	12
Edad mínima	5	5	5
Edad máxima	16	17	17
Antes de 10 años	27,4%	13,2%	20,4%

La edad promedio de inicio, al igual que en otros estudios previos, es de 12 años; el 20% comenzó a consumir alcohol antes de cumplir 10 años, lo cual constituye el porcentaje más elevado de inicio temprano en este estudio.

### Bebida de inicio

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	49,5	44,8	47,2
Vino	23,7	30,1	26,9
Ron/Aguardiente	39,2	36,6	37,9
Cocteles/aperitivos	4,6	8,8	6,7
Importados (Tequila, Whisky...)	7,5	8,0	7,7
Chirrinchi/Chicha	1,5	1,1	1,3
Otros	1,2	1,3	1,2

\*Algunos encuestados iniciaron con más de un tipo de bebida.

El 85% de los jóvenes se iniciaron con cerveza o ron/aguardiente; esto crea una diferencia con las otras ciudades de este estudio, donde las dos bebidas de inicio son la cerveza y el vino; en Medellín el vino ocupa el tercer lugar y es preferido por mujeres. Así mismo, más mujeres se inician con aperitivos o cocteles (cerca del doble). No hay diferencias por sexo en el uso de las otras bebidas de inicio.

### Bebida consumida normalmente

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	62,9	58,8	60,9
Vino	23,9	28,1	26,0
Ron/Aguardiente	49,1	51,7	50,4
Cocteles/aperitivos	8,0	16,2	12,1
Importados (Tequila, Whisky...)	11,5	14,1	12,8
Chirrinchi/Chicha	2,7	2,0	2,3
Otros	1,5	1,2	1,3

Los resultados son muy similares a los vistos en la tabla sobre bebida de inicio: la cerveza y el aguardiente/ron son las bebidas más consumidas, seguidas por el vino, que es preferido por las mujeres, al igual que los cocteles y las bebidas importadas. Este esquema de consumo es peculiar de Medellín y representa probablemente a toda la región.

### Cantidad de cerveza

¿Cuántas cervezas tomó la última vez que tomó?

Cervezas	Hombre	Mujer	Total
1	19,6	26,3	22,8
2	16,5	19,4	17,9
3	12,3	14,7	13,5
4	10,5	5,7	8,2
5	8,2	6,9	7,6
6	4,0	3,3	3,6
7	3,6	3,3	3,5
8	2,1	2,9	2,5
9	2,5	3,3	2,9
10	5,9	5,4	5,7
Más de 10	14,8	8,8	11,9
	100,0	100,0	100,0
	85,2	91,2	88,1
Promedio	5,0	4,0	5,0

Mientras que el 36% de los hombres consumió una o dos cervezas, el 46% de las mujeres consumieron esa misma cantidad; por encima de tres cervezas y hasta siete, los hombres aparecen con porcentajes superiores en casi todos los casos. El promedio de cervezas consumido es cerca del 30% superior en los hombres. Un fenómeno digno de mayor exploración es que a partir de la cerveza número 10, el porcentaje de personas (hombres y mujeres, pero cerca del doble de los primeros) aumenta considerablemente.

### Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	83,6	85,8	84,8
Supermercados	50,0	48,6	49,3
Licorerías	77,5	76,7	77,1
Las casas de amigos	23,8	29,7	26,8
Su propia casa	9,7	8,6	9,2
Otros sitios	6,4	7,6	7,0

Las tiendas y licorerías representan la inmensa mayoría de sitios donde los jóvenes pueden conseguir alcohol, seguidos por los supermercados y las casas de los amigos. Para esta población, las propias casas son los sitios menos usuales de obtención de bebidas alcohólicas; esta parece ser una característica nacional.

### Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas\*

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	83,9	84,6	84,2
Supermercados	46,3	46,0	46,1
Licorerías	76,2	76,7	76,5
Las casas de amigos	26,4	34,9	30,5
Su propia casa	10,7	10,7	10,7
Otros sitios	7,3	6,6	7,0

\*Sólo para los que beben

Esta tabla incluye únicamente a los jóvenes que beben; las cifras son muy similares a las de la población general de jóvenes, salvo que las mujeres que beben y le dan más importancia que los hombres a las casas de los amigos.

### Dónde bebió la última vez

Sitios	Hombre	Mujer	Total
En la calle o en un parque	21,8	16,6	19,1
En una panadería	0,6	0,3	0,4
En su casa	16,3	17,3	16,8
En una tienda	3,7	1,2	2,5
En un bar, taberna o discoteca	3,6	6,2	4,9
En una licorería (estanco)	0,4	1,0	0,7
En la casa de un amigo	26,9	28,0	27,5
En un billar	2,7	1,1	1,9
En otro sitio	10,1	9,8	9,9

El sitio más frecuente de consumo es la casa de los amigos, seguido por la calle y los parques y la propia casa. Esto significa que estos jóvenes no consumen, o lo hacen con poca frecuencia, en negocios en los que se expende alcohol, probablemente para evitar críticas o problemas con las autoridades o con adultos. Las mujeres recurren a tomar en los parques o en la calle menos que los hombres.

### Con quien toma generalmente\*

	Hombre	Mujer	Total
Solo	4,3	2,5	3,4
Casi siempre con sus amigos	69,5	71,8	70,6
Con sus padres	8,5	8,9	8,7
Con tíos	6,1	2,7	4,4
Con primos	7,4	6,7	7,0
Otros familiares	8,3	9,0	8,6
*Solamente para los que toman actualmente	104,0	101,5	102,8

Más de dos terceras partes de los jóvenes encuestados afirman que generalmente toman con sus amigos, y el resto se distribuyen equitativamente entre padres, primos y familiares. Un pequeño porcentaje (4% de hombres y 2.5% de mujeres) beben solos, y representan un grupo de alto riesgo al que valdría la pena hacerle seguimiento en términos epidemiológicos.<sup>26</sup> Esta última cifra es menor de la observada en otras ciudades y regiones.

### Consumo de alcohol en fiestas caseras

Si en tu casa hacen una fiesta ¿tú tomas en esa fiesta?

Respuesta	Hombre	Mujer	Total
Si	27,2	26,3	26,8
No	29,8	32,2	31,0
A veces	43,0	41,5	42,3

Esta tabla muestra que la tolerancia por parte de los padres para el consumo de alcohol en la casa por parte de menores de edad se encuentra alrededor del 70%. No se observan diferencias entre hombres y mujeres.

### Razones para no tomar

Razones para no tomar	Hombre	Mujer	Total
No te gusta el trago	14,5	21,2	17,9
El trago te cae mal	7,3	4,0	5,6
Puedes tener problemas en casa	15,9	10,0	12,9
Probaste y no te gustó	10,9	11,1	11,0
Por principios morales	4,9	4,1	4,5

<sup>26</sup>Esto significa que en futuras encuestas a adultos hay que buscar la relación entre consumo solitario temprano y problemas de consumo problemático en la adultez.



No te llama la atención	13,2	19,3	16,3
Crees que podrías volverte alcohólico	10,5	7,4	8,9
Tu familia no te deja	6,4	7,2	6,8
Por tu religión	0,9	1,7	1,3
Porque no te han ofrecido	3,1	1,1	2,1
Has pensado en las consecuencias negativas de beber	19,2	19,6	19,4

Las tres principales razones para no tomar son temor a las consecuencias negativas, que no les gusta el trago y que no les llama la atención; estas son seguidas por el temor a tener problemas en la casa, que probó y no le gustó o temor a volverse alcohólico. Los principios morales, la religión y la falta de oportunidad ocupan los lugares menos significativos.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?	Hombre	Mujer	Total
Dormir	22,8	32,5	27,8
Hacer deporte	51,7	23,2	37,3
Salir con alguien	43,0	53,1	48,1
Comer	38,7	42,2	40,5
Oír música	41,6	55,3	48,6
Ver Televisión	27,6	27,1	27,4
Fumar	8,0	4,4	6,2
Salir o jugar con otras personas	19,9	13,0	16,4
Estudiar	12,9	17,7	15,3
Tomar energizantes	16,7	15,8	16,3

Hacer deporte, salir con alguien y oír música son las principales alternativas para los hombres, mientras que para las mujeres son oír música, salir con alguien y comer. Lo llamativo es que las diferencias en términos de porcentajes para cada opción son importantes dependiendo del sexo: 15% en lo que se refiere a la música, 30% en lo que se refiere al deporte, 10% en cuanto a salir con alguien. Tomar energizantes fue señalado por un número importante de estudiantes (16%). Fumar es la opción menos escogida tanto por hombres como por mujeres.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?*	Hombre	Mujer	Total
Dormir	22,7	34,6	28,5
Hacer deporte	51,4	20,1	36,2
Salir con alguien	47,6	61,9	54,5
Comer	37,8	45,4	41,5

Oír música	44,0	57,4	50,5
Ver televisión	22,2	22,5	22,3
Fumar	10,0	5,9	8,0
Salir o jugar con otras personas	17,9	8,2	13,2
Estudiar	8,6	10,3	9,4
Tomar energizantes	18,2	18,4	18,3

\*Con selección para los que toman

Nuevamente aparecen diferencias importantes entre hombres y mujeres: los primeros prefieren hacer deporte (52% versus 20%), salir con alguien (47% versus 62%) o comer, mientras las mujeres prefieren salir con alguien, oír música (44% versus 57%) y comer (38% versus 45%).<sup>27</sup>

### Comportamiento cuando toma

Generalmente cuando toma	Hombre	Mujer	Total
Se emborracha	15,5	8,2	11,9
Se entona (prende)	48,4	48,0	48,2
Toma máximo cuatro tragos	17,7	19,8	18,8
No toma más de dos tragos	19,4	25,8	22,5

Aproximadamente el doble de hombres, con respecto a las mujeres, se emborracha cuando toma; el porcentaje de hombres y mujeres es casi igual en cuanto a poner un límite máximo de 4 tragos o parar cuando se siente 'entonado', y el número de mujeres que no se toma más de dos tragos es relativamente superior al de hombres con igual comportamiento.

### Cuándo detiene el consumo

Detiene el consumo	Hombre	Mujer	Total
Al segundo trago	27,3	31,2	29,2
Cuando se siente prendido	52,6	59,0	55,8
Cuando los amigos le dicen que pare	6,6	3,1	4,9
Cuando está borracho	14,2	6,1	10,2

Estos datos también son consistentes con los precedentes: los hombres tienden a detener su consumo solo cuando están borrachos en una proporción de 2.5:1 con respecto a las mujeres; los hombres tienden a atender la solicitud de sus amigos de detener el consumo más frecuentemente que las mujeres, pero éstas se detienen en el segundo trago más frecuentemente que los hombres.

<sup>27</sup>Esta información puede ser útil en el diseño de programas preventivos.

### Le gusta el trago

Le gusta el trago	Hombre	Mujer	Total
Mucho	15,5	17,7	16,6
Poco	63,4	50,9	57,1
Nada	21,0	31,4	26,3
Total	100	100	100

Los porcentajes de hombres y mujeres a los que les gusta mucho el trago no son muy diferentes entre sí, y son superiores a los observados en otras ciudades y regiones de este estudio. Las mujeres superan en un 30% el número de hombres a los que no les gusta el trago.

### Cuántos amigos toman

Cuántos amigos toman	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	2,2	3,8	3,0
Algunos	31,1	28,4	29,7
La mayoría	36,4	40,0	38,2
Todos	14,8	13,7	14,3
No sabe	15,4	14,0	14,7
Total	100	100	100

El 82% de cada estudiante encuestado consume alcohol, y solamente el 3% no lo hace. Estas son las cifras más elevadas en este estudio con respecto a esa pregunta. Llama la atención el elevado porcentaje de respuestas 'no sé', dado lo común del comportamiento y el hecho de que no suele ser ocultado. Las mujeres tienen el doble de amigos que no toman con respecto a los hombres.

### ¿Bebes en presencia de tus padres?

¿Bebes en presencia de tus padres?	Hombre	Mujer	Total
Si	18,9	21,7	20,3
No	42,8	39,8	41,3
A veces	38,3	38,4	38,4

Estos datos son bastante consistentes comparados con los de la tabla en la que se muestran las respuestas sobre si se consume alcohol en las fiestas caseras: cerca del 60% lo hacen.

### ¿Qué tan fácil es conseguir bebidas?

Qué tan fácil es conseguir bebidas	Hombre	Mujer	Total
Muy fácil	47,4	29,6	37,1
Más o menos fácil	31,2	37,3	34,7
Difícil	8,9	17,0	13,6
Muy difícil	12,5	16,2	14,6
Total	100	100	100

El 72% de los estudiantes de Medellín consideran muy fácil o fácil conseguir alcohol, con una cierta diferencia entre hombres y mujeres (79% contra 67%); inversamente, más mujeres que hombres consideran difícil conseguir alcohol (33% contra 21%).

### Fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad

Ha estado en fiestas en las que se servía alcohol	Hombre	Mujer	Total
Si	74,3	76,2	75,3
No	25,7	23,8	24,7
Total	100	100	100

En este aspecto no parece haber ninguna diferencia entre hombres y mujeres: cerca del 75% de ellos han estado en fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad, lo cual muestra la excesiva permisividad y la limitada supervisión por parte de los adultos.

### Negativa a venderles bebidas alcohólicas

	Hombre	Mujer	Total
Sí	36,9	27,2	31,9
No	53,2	56,8	55,0
Nunca he intentado comprar	9,9	16,0	13,0
Total	100	100	100

Cerca del 55% de los jóvenes que han intentado comprar alcohol no han tenido ninguna dificultad para conseguirlo, lo cual pone en evidencia ya sea el desconocimiento de las normas vigentes o el desprecio por ellas; las mujeres menores de edad parecen tener menos dificultades que los hombres para que les vendan alcohol, pero ese porcentaje probablemente se explica por el hecho de que un número menor de mujeres ha intentado comprar.

### ¿Has bebido durante varios días de seguido?

	Hombre	Mujer	Total
Si	16,3	13,1	14,7
No	83,7	86,9	85,3
Total	100	100	100

Cerca del 16 % de los hombres y 13% de las mujeres de esta muestra han bebido durante varios días seguidos. Este porcentaje es considerable, teniendo en cuenta la edad de las personas de este estudio.

### Tomar antes de entrar al colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas justo antes de llegar al colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	15,5	11,6	13,5
No	84,5	88,4	86,5
Total	100	100	100

Cerca del 14% de todos los jóvenes han ingerido alcohol alguna vez antes de entrar al colegio, con una diferencia mínima entre hombres y mujeres; este porcentaje es uno de los más elevados para esta pregunta en este estudio.

### Tomar en el colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas en el colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	14,2	5,2	9,0
No	85,8	94,8	91,0
Total	100	100	100

Algo más del 14% de los estudiantes han ingerido alcohol en el colegio, lo cual es evidentemente una cifra muy elevada; la proporción hombres-mujeres es de 3:1.

### Enviar a comprar

¿Alguna vez alguien mayor te mandó a comprar cerveza u otras bebidas alcohólicas?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	81,1	62,2	70,2
No	18,9	37,8	29,8
Total	100	100	100

El 70% de los jóvenes ha tenido alguna vez la experiencia de ser enviados a comprar alcohol, lo cual constituye una cifra superior a la que ellos expresan relacionada con los problemas para que les vendan. Los varones son objeto de estas solicitudes con mayor frecuencia que las niñas.

### Situaciones de riesgo

Situaciones de riesgo	Hombre	Mujer	Total
Se quedó dormido bebiendo	8,8	1,9	4,8
Tuvo problemas con la policía	3,3	0,4	1,7
Tuvo una pelea estando con tragos	10,3	3,0	6,1
Llegó al colegio enguayabado	12,0	6,0	8,5
Lo robaron estando con tragos	3,6	1,6	2,5
Se emborrachó	29,2	12,1	19,3
Tuvo problemas en la casa por beber	16,1	9,8	12,5
No fue al colegio por estar tomando	7,4	2,4	4,5
Tuvo vómito por haber bebido	24,6	13,3	18,1
Tuvo un accidente de tránsito estando con tragos	1,6	0,6	1,0
Lo sacaron de un bar/discoteca por ser menor de edad	11,5	3,8	7,0
Llegó al colegio con una botella de alguna bebida alcohólica	4,8	0,7	2,4
Tuvo una pelea con su novio o novia por estar tomando	15,1	12,8	13,8

Los tres problemas más frecuentes son, en su orden, 'se emborrachó', 'tuvo vómito' y 'tuvo una pelea con la (el) novia(o)'; los problemas son los mismos en hombres y mujeres, pero presentan mayor frecuencia en los hombres. Las situaciones que implican riñas, mal comportamiento, sanciones y situaciones de peligro, son nuevamente más frecuentes entre las personas de sexo masculino.

### Razones para beber

Razones para beber	Hombre	Mujer	Total
Por estar con los amigos	37,2	29,4	32,7
Por caer bien en un grupo	7,3	2,2	4,4
Para no pensar en los problemas	8,6	9,0	8,8
Por tener mejores relaciones	2,5	1,0	1,7
Para superar la timidez	10,8	4,0	6,9
Experimentar cosas nuevas	16,3	16,9	16,6
Relajarse	13,0	8,9	10,7
Sentirse mayor	6,2	2,4	4,0
Mantenerse despierto cuando sale	3,5	3,7	3,6
Conquistar a alguien	6,4	0,4	2,9
Para pasarla bien en una fiesta	33,3	28,4	30,5
Celebrar ocasiones especiales	47,7	47,6	47,7
Por divertirse	32,0	28,2	29,8

Celebrar, pasarla bien en una fiesta o con los amigos son las razones más comunes citadas tanto por hombres como por mujeres; divertirse y experimentar cosas nuevas son el segundo grupo, con frecuencias aproximadamente de la mitad del grupo precedente; y en tercer lugar aparecen razones relacionadas con búsqueda de solución de dificultades (no pensar en problemas, superar la timidez, relajarse). La idea de usar el alcohol para conquistar a alguien hace parte del imaginario masculino, pero muy poco del femenino (proporción 16:1); tampoco situaciones sociales como caer bien o tener mejores relaciones parecen tener mucho peso entre las razones para tomar alcohol.

### Si un amigo está tomando mucho

Si un amigo está tomando mucho	Hombre	Mujer	Total
Le aconseja parar de tomar	55,6	67,4	62,4
Le aconseja comportarse	12,7	7,2	9,5
Le dice que coma algo	8,5	5,1	6,5
Avisa a sus padres o a una persona mayor	14,6	17,5	16,3
Lo mira mal	1,1	2,0	1,6
No le importa	5,1	2,0	3,3
No le corresponde corregirlo	1,8	0,7	1,1
Le da miedo la reacción de esa persona	1,0	1,8	1,5
Él hace lo mismo	2,5	0,7	1,5

La gran mayoría de los jóvenes de esta muestra están dispuestos a alertar a un amigo para que suspenda el consumo; con una proporción mucho menor (4 veces menos), estarían dispuestos a avisarle a un adulto o a sugerirle que se comporte. Las otras opciones tienen poco peso, exceptuando la sugerencia de comer algo.

### Está bien que la ley prohíba

Está bien que la ley prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	63,6	62,8	63,2
Algo de acuerdo	16,1	19,1	17,9
Algo en desacuerdo	8,7	6,3	7,4
Totalmente en desacuerdo	9,9	10,5	10,2
No responde	1,6	1,2	1,4

Más del 80% de los jóvenes respondieron que estaban de acuerdo por lo menos parcialmente con la prohibición, lo cual es superior a lo que se ha encontrado en algunos estudios sobre las opiniones de padres de familia a este mismo respecto.

### **Está mal que los menores tomen**

Está mal hecho que personas de mi edad tomen

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	50,4	55,6	53,4
Algo de acuerdo	23,4	19,9	21,4
Algo en desacuerdo	12,7	10,8	11,6
Totalmente en desacuerdo	13,0	12,2	12,5
No responde	0,5	1,5	1,1

En concordancia con la respuesta anterior, las respuestas indican que la mayoría de los jóvenes (75%) piensan que está mal que los menores de edad tomen, lo que indica una clara disonancia entre el comportamiento tan común de consumir bebidas alcohólicas, y cierta conciencia de que esta conducta es reprochable.

### **Sanciones a quienes dan alcohol**

Deberían sancionar a quienes dan bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	52,9	53,4	53,2
Algo de acuerdo	21,4	18,7	19,8
Algo en desacuerdo	13,2	11,2	12,0
Totalmente en desacuerdo	11,6	15,7	13,9
No responde	1,0	1,0	1,0

El 83% de los encuestados respondieron que están total o parcialmente de acuerdo con las sanciones. Eso no significa que personalmente no simpatizan con la idea de consumir ellos mismos, pero pueden estar respondiendo lo que creen que se espera de ellos.



**Departamento:** Boyacá

**Ciudad:** Puerto Boyacá, **población:** 50.000 habitantes aprox.

**Encuestas realizadas:** 1106

**Encuestas utilizadas:** 1057

### Descripción de la muestra

Hombres: **42,7%**; mujeres: **57,3%**

Edad		
Estadísticos	Hombres	Mujeres
Media	14	14
Mediana	14	14
Moda	12	14

En la muestra de Puerto Boyacá hubo un desbalance hombres-mujeres, por lo que todos los datos se presentarán separados por sexo; la edad promedio de la muestra fue de 14 años.

### Niveles educativos, jornada e instituciones

Grados	Porcentajes
6	25,4
7	18,8
8	17,7
9	16,0
10	12,3
11	9,8
Total	100,0

Jornada	Porcentajes
Mañana	54,8
Tarde	41,6
Única	3,6

Tipo de institución	Porcentajes
Oficial	87,7
No oficial	12,3

La mayoría de los estudiantes de la muestra se aglutinan en los grados 6 a 9, y un 22% en los grados 10 y 11; el 96% pertenecen a las jornadas de la mañana o de la tarde, y 4% a jornada única. Casi el 90% de los estudiantes pertenecen a entidades públicas.

### Prevalencias de consumo

Prevalencias	Hombres	Mujeres	Total
Alguna vez en la vida	84,1	80,5	82,1
En el último año	67,9	61,3	64,3
En el último mes <sup>28</sup>	29,0	18,9	23,4
En la última semana <sup>29</sup>	12,4	9,4	10,7

El 82% de los jóvenes encuestados ha consumido alcohol alguna vez en la vida, el 64% consumió el último año, el 23% lo hizo en el último mes y el 11 consumió en la última semana. Los dos últimos indicadores se refieren a consumidores habituales y problemáticos, y puede observarse en ellos que la diferencia entre hombres y mujeres es aproximadamente 3:2.

### Frecuencia de consumo

	Hombre	Mujer	Total
No toma	34,5	39,2	37,1
Menos de seis meses al año	42,3	44,6	43,6
Todos (o casi todos los meses)	15,3	8,4	11,5
Todas (o casi todas las semanas)	5,1	2,6	3,7
Varias veces a la semana	2,9	3,8	3,4
Todos (casi todos los días)	0,7	0,3	0,5

Mientras el 37% de los jóvenes afirma no tomar alcohol (lo cual no significa que no lo hayan probado) y otro 44% asegura no tomar más de seis veces por año, más del 11% toma todos los meses y de ellos el 4% toma varias veces a la semana. Muy pocos entrevistados consumen alcohol a diario.

### Edad de inicio

Estadísticos	Hombres	Mujeres	Total
Media	11	12	12
Mediana	11	12	12
Edad mínima	5	5	5
Edad máxima	17	17	17
Antes de 10 años	22,6%	12,9%	17,3%

<sup>28</sup>Esta prevalencia se debe tomar con precaución. Aunque los datos de las demás ciudades se ubican en un rango similar, puede ser afectada por eventos de la historia reciente, como exámenes académicos u otros. Por otra parte, el error de muestreo está cercano al límite aceptable.

<sup>29</sup>A partir de este dato las prevalencias se presentan solamente para mostrar la tendencia, pero no deben asumirse como los datos de la población pues el error de la muestra está por encima del límite aceptable.

La edad promedio de inicio, al igual que en otros estudios previos, es de 12 años; el 17% comenzó a consumir alcohol antes de cumplir 10 años, uno de los porcentajes más elevados para esa pregunta en este estudio.

### Bebida de inicio

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	52,0	52,8	52,4
Vino	29,4	34,0	31,9
Ron/Aguardiente	25,5	19,1	22,0
Cocteles/aperitivos	2,1	2,5	2,3
Importados (Tequila, Whisky...)	7,1	4,0	5,4
Chirrinchi/Chicha	2,7	1,2	1,9
Otros	0,8	0,6	0,7

\*Algunos encuestados iniciaron con más de un tipo de bebida.

El 84% de los jóvenes se iniciaron con cerveza o vino, con una pequeña diferencia entre hombre y mujeres: la cerveza es la primera bebida de inicio para ambos grupos, pero más mujeres tienden a iniciarse con vino que hombres; la tercera clase de bebidas de inicio son el aguardiente o el ron, seguidos por los importados, más consumidos por hombres que por mujeres. Puerto Boyacá es la única región en la que la proporción hombres-mujeres que se inician con aperitivos o cocteles es casi igual.

### Bebida consumida normalmente

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	58,4	63,2	61,0
Vino	28,2	29,6	28,9
Ron/Aguardiente	27,9	24,6	26,1
Cocteles/aperitivos	7,2	4,5	5,8
Importados (Tequila, Whisky...)	7,3	5,7	6,4
Chirrinchi/Chicha	2,6	1,4	2,0
Otros	1,8	1,3	1,5

Las cifras coinciden casi exactamente con la bebida de inicio: la cerveza y el vino son las más consumidas, seguida por el ron y el aguardiente. Puerto Boyacá es la única región en la que el consumo de cocteles/aperitivos es superior en los hombres.

## Cantidad de cerveza

¿Cuántas cervezas tomó la última vez que tomó?

Cervezas	Hombre	Mujer	Total
1	18,5	35,8	27,8
2	16,7	17,2	16,9
3	14,2	11,6	12,8
4	4,6	7,3	6,0
5	7,5	9,3	8,5
6	3,8	3,1	3,4
7	3,6	2,5	3,0
8	2,8	1,8	2,3
9	2,6	0,8	1,6
10	7,4	5,0	6,1
Más de 10	18,3	5,7	11,5
	100,0	100,0	100,0
	81,7	94,3	88,5
	Hombre	Mujer	Total
Promedio	6,0	4,0	5,0

Mientras que el 35% de los hombres consumió una o dos cervezas, el 53% de las mujeres consumieron esa misma cantidad; por encima de tres cervezas hay mucha variación en los porcentajes de hombres y mujeres, aun cuando por encima de siete los hombres tienen mayores porcentajes. La proporción hombres-mujeres que bebieron más de 10 cervezas es 3:1.

## Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	80,6	84,2	82,6
Supermercados	47,1	54,7	51,3
Licorerías	67,4	57,8	62,1
Las casas de amigos	32,9	34,8	34,0
Su propia casa	8,0	9,3	8,7
Otros sitios	8,4	9,5	9,0

Las tiendas y licorerías representan la inmensa mayoría de sitios donde los jóvenes pueden conseguir alcohol, seguidos por los supermercados y las casas de los amigos. Para esta población, las propias casas son los sitios menos usuales de obtención de bebidas alcohólicas.

### Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas\*

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	77,4	78,8	78,1
Supermercados	45,9	53,8	50,1
Licorerías	69,2	57,2	62,8
Las casas de amigos	35,2	39,4	37,4
Su propia casa	8,9	10,9	10,0
Otros sitios	10,2	10,2	10,2

Esta tabla incluye únicamente a los jóvenes que beben; las cifras son muy similares a las de la población general de jóvenes.

### Dónde bebió la última vez

Sitios	Hombre	Mujer	Total
En la calle o en un parque	7,6	5,9	6,7
En una panadería	0,2	0,6	0,4
En su casa	17,0	17,8	17,4
En una tienda	5,8	4,1	4,9
En un bar, taberna o discoteca	9,1	7,1	8,0
En una licorería (estanco)	2,0	1,5	1,7
En la casa de un amigo	19,4	13,9	16,4
En un billar	2,4	0,6	1,4
En otro sitio	8,6	6,8	7,6

El sitio más frecuente de consumo es la propia casa, seguida por la casa de los amigos, la calle y los parques. Esto significa que estos jóvenes no consumen, o lo hacen en un porcentaje muy bajo, en negocios en los que se expende alcohol, probablemente para evitar críticas o problemas con las autoridades o con adultos críticos.

### Con quién toma

Con quien toma generalmente*	Hombre	Mujer	Total
Solo	3,7	1,7	2,6
Casi siempre con sus amigos	49,5	53,2	51,5

Con sus padres	13,6	17,0	15,5
Con tíos	7,9	5,3	6,5
Con primos	5,0	5,9	5,5
Otros familiares	18,5	15,4	16,9

La mitad de los jóvenes encuestados afirman que generalmente toman con sus amigos, y el resto se distribuyen entre familiares, padres, primos, etc. Un pequeño porcentaje (3.7% de hombres y 1.7% de mujeres) beben solos, y representan un grupo de alto riesgo al que valdría la pena hacerle seguimiento en términos epidemiológicos.<sup>30</sup> Estos últimos porcentajes son menores que en otros sitios del país.

### Consumo de alcohol en fiestas caseras

Si en tu casa hacen una fiesta ¿tú tomas en esa fiesta?

Respuesta	Hombre	Mujer	Total
Si	23,6	17,6	20,2
No	37,0	37,9	37,5
A veces	39,5	44,5	42,3

Esta tabla muestra que la tolerancia por parte de los padres para el consumo de alcohol en la casa por parte de menores de edad se encuentra alrededor del 62%; por contraste con otros sitios, en Puerto Boyacá son más las mujeres que toman delante de sus padres.

### Razones para no tomar

	Hombre	Mujer	Total
No te gusta el trago	24,6	24,6	24,6
El trago te cae mal	9,4	8,8	9,1
Puedes tener problemas en casa	13,4	12,1	12,7
Probaste y no te gustó	13,0	15,2	14,2
Por principios morales	6,2	5,5	5,8
No te llama la atención	15,5	20,3	18,2
Creer que podrías volverte alcohólico	12,0	8,7	10,2
Tu familia no te deja	10,3	9,5	9,8
Por tu religión	2,0	2,7	2,4
Porque no te han ofrecido	1,7	2,1	1,9
Has pensado en las consecuencias negativas de beber	17,2	18,2	17,8

Las tres principales razones para no tomar son que no les gusta el trago, no les llama la atención o temor a las consecuencias negativas; estas son seguidas por el temor a tener problemas en la casa o a volverse alcohólico y a que el trago le cae mal. Los principios morales, la religión y la falta de oportunidad ocupan los lugares menos significativos.

<sup>30</sup>Esto significa que en futuras encuestas a adultos hay que buscar la relación entre consumo solitario temprano y problemas de consumo problemático en la adultez.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?	Hombre	Mujer	Total
Dormir	26,7	33,0	30,2
Hacer deporte	46,8	19,7	31,8
Salir con alguien	34,3	49,4	42,6
Comer	34,1	30,9	32,3
Oír música	39,7	58,8	50,3
Ver Televisión	35,9	33,5	34,6
Fumar	2,0	1,2	1,6
Salir o jugar con otras personas	24,8	16,7	20,3
Estudiar	18,6	24,3	21,7
Tomar energizantes	17,1	14,4	15,6

Hacer deporte, salir con alguien y oír música son las principales alternativas para los hombres, mientras que para las mujeres son oír música, salir con alguien y comer. Lo llamativo es que las diferencias en términos de porcentajes para cada opción son importantes dependiendo del sexo: 20% en lo que se refiere a la música, 27% en lo que se refiere al deporte, 15% en cuanto a salir con alguien. Tomar energizantes fue señalado por un número importante de estudiantes (15%). Fumar es la opción menos escogida tanto por hombres como por mujeres.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?*	Hombre	Mujer	Total
Dormir	27,9	34,9	31,6
Hacer deporte	44,9	16,4	29,7
Salir con alguien	39,7	57,1	49,0
Comer	36,2	30,9	33,3
Oír música	44,7	63,9	55,0
Ver television	36,8	33,3	34,9
Fumar	2,4	1,7	2,0
Salir o jugar con otras personas	22,1	11,3	16,3
Estudiar	14,3	15,5	14,9
Tomar energizantes	15,8	15,2	15,4

\*Con selección para los que toman

Nuevamente aparecen diferencias importantes entre hombres y mujeres: los primeros prefieren hacer deporte (45% versus 16%), salir con alguien (40% versus 57%) o comer, mientras las mujeres prefieren salir con alguien, oír música (45% versus 64%) y comer (los porcentajes para ambos son similares).<sup>31</sup>

<sup>31</sup>Esta información puede ser útil en el diseño de programas preventivos.

### Comportamiento cuando toma

Generalmente cuando toma	Hombre	Mujer	Total
Se emborracha	13,1	7,0	9,8
Se entona (prende)	37,2	28,3	32,4
Toma máximo cuatro tragos	24,5	23,6	24,0
No toma más de dos tragos	24,8	40,7	33,3

Aproximadamente el doble de los hombres, con respecto a las mujeres, se emborracha cuando toma y un cuarto más se 'entona' o 'prende'; el porcentaje de hombres y mujeres es casi igual en cuanto a poner un límite máximo de 4 tragos, y el número de mujeres que no se toma más de dos tragos es netamente superior al de hombres con igual comportamiento.

### Cuándo detiene el consumo

Detiene el consumo	Hombre	Mujer	Total
Al segundo trago	34,3	52,5	44,0
Cuando se siente prendido	47,9	39,2	43,3
Cuando los amigos le dicen que pare	8,3	5,9	7,0
Cuando está borracho	8,5	2,5	5,3

Estos datos también son consistentes con los precedentes: los hombres tienden a detener su consumo solo cuando están borrachos en una proporción de 3:1 con respecto a las mujeres; los hombres tienden a atender la solicitud de sus amigos de detener el consumo más frecuentemente que las mujeres, pero éstas se detienen en el segundo trago en 20% más de los casos que los hombres.

### Le gusta el trago

	Hombre	Mujer	Total
Mucho	9,3	7,6	8,3
Poco	56,6	53,5	54,9
Nada	34,1	39,0	36,8
Total	100,0	100,0	100,0

Los porcentajes de hombres y mujeres a los que les gusta mucho el trago no son muy diferentes entre sí, y son inferiores al 10%, porcentaje de todas formas significativo. No hay diferencias importantes en los porcentajes de las otras respuestas.

### Cuántos amigos toman

	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	3,2	2,8	3,0
Algunos	33,4	34,0	33,7
La mayoría	30,6	29,1	29,8
Todos	6,6	6,2	6,4
No sabe	26,1	27,9	27,1
Total	100,0	100,0	100,0



Más de las dos terceras partes de los amigos (69%) de cada estudiante encuestado consumen alcohol. Llama la atención el elevado porcentaje de respuestas 'no sé', dado lo común del comportamiento y el hecho de que no suele ser ocultado.

### ¿Bebes en presencia de tus padres?

	Hombre	Mujer	Total
Si	19,5	19,8	19,7
No	44,7	48,0	46,6
A veces	35,8	32,2	33,8

Estos datos son bastante consistentes comparados con los de la tabla en la que se muestran las respuestas sobre si se consume alcohol en las fiestas caseras: la mayoría lo hacen.

### ¿Qué tan fácil es conseguir bebidas?

Qué tan fácil conseguir bebidas	Hombre	Mujer	Total
Muy fácil	41,8	37,1	39,2
Más o menos fácil	32,6	34,8	33,8
Difícil	11,2	13,5	12,4
Muy difícil	14,4	14,7	14,6
Total	100,0	100,0	100,0

No parece haber diferencias entre hombres y mujeres en lo que concierne la facilidad-dificultad para conseguir bebidas, pues los porcentajes son casi idénticos: más del 70% de las personas de ambos sexos lo consideran muy fácil o fácil.

### Fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad

Ha estado en fiestas en las que se servía alcohol	Hombre	Mujer	Total
Si	69,6	70,1	69,9
No	30,4	29,9	30,1
Total	100,0	100,0	100,0

En este aspecto no parece haber ninguna diferencia entre hombre y mujeres: más de dos tercios de ellos han estado en fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad, lo cual muestra la excesiva permisividad y la limitada supervisión por parte de los adultos.

### Negativa a venderles bebidas alcohólicas

¿Alguna vez se negaron a venderte bebidas alcohólicas por ser menor de edad?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	34,3	25,8	29,6
No	49,9	55,6	53,1
Nunca ha intentado comprar	15,8	18,5	17,3
Total	100,0	100,0	100,0

Más del 50% de los jóvenes que han intentado comprar alcohol no han tenido ninguna dificultad para conseguirlo, lo cual pone en evidencia ya sea el desconocimiento de las normas vigentes o el desprecio por ellas; las mujeres menores de edad parecen tener menos dificultades que los hombres para que les vendan alcohol.

### ¿Has bebido durante varios días de seguido?

	Hombre	Mujer	Total
Si	9,7	4,3	6,7
No	90,3	95,7	93,3
Total	100,0	100,0	100,0

Cerca del 10 % de los hombres y 4% de las mujeres (proporción 2.5:1) de esta muestra han bebido durante varios días seguidos. Dada la corta edad de estos estudiantes, el número de jóvenes involucrados en este comportamiento es muy elevado.

### Tomar antes de entrar al colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas justo antes de llegar al colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	8,6	5,2	6,7
No	91,4	94,8	93,3
Total	100,0	100,0	100,0

Cerca del 7% de todos los jóvenes ha ingerido alcohol alguna vez antes de entrar al colegio; de ellos la mayoría son hombres, pero la diferencia no es muy grande.

### Tomar en el colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas en el colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	14,3	9,2	11,5
No	85,7	90,8	88,5
Total	100,0	100,0	100,0

Más del 11% de los estudiantes ha ingerido alcohol en el colegio, lo cual es evidentemente una cifra muy elevada; la proporción hombres-mujeres es inferior a 2:1.

### Enviar a comprar

¿Alguna vez alguien mayor te mandó a comprar cerveza u otras bebidas alcohólicas?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	81,9	80,6	81,2
No	18,1	19,4	18,8
Total	100,0	100,0	100,0

El 81% de los jóvenes ha tenido alguna vez la experiencia de ser enviados a comprar alcohol, lo cual constituye una cifra superior a la que ellos expresan relacionada con los problemas para que les vendan.

### Situaciones de riesgo

	Hombre	Mujer	Total
Se quedó dormido bebiendo	9,9	2,1	5,6
Tuvo problemas con la policía por estar bebiendo	6,2	3,0	4,4
Tuvo una pelea estando con tragos	8,3	2,7	5,2
Llegó al colegio enguayabado	9,6	8,7	9,1
Lo robaron estando con tragos	4,5	1,3	2,7
Se emborrachó	35,1	16,9	25,1
Tuvo problemas en la casa por beber	19,9	14,6	17,0
No fue al colegio por estar tomando	7,2	4,3	5,6
Tuvo vómito por haber bebido	28,0	22,1	24,7
Tuvo un accidente de tránsito estando con tragos	3,4	2,0	2,6
Lo sacaron de un bar/discoteca por ser menor de edad	26,6	18,5	22,1
Llegó al colegio con una botella de alguna bebida alcohólica	4,3	2,8	3,5
Tuvo una pelea con su novio o novia por estar tomando	14,8	15,4	15,2

Los tres problemas más frecuentes son, en su orden, 'se emborrachó', 'tuvo vómito' y 'lo sacaron de un bar o discoteca'; les siguen 'tuvo problemas en la casa' y 'tuvo una pelea con la (el) novia(o)'; los problemas son los mismos en hombres y mujeres, pero presentan mayor frecuencia en los hombres. Las situaciones que implican riñas, mal comportamiento, sanciones y situaciones de peligro, son nuevamente más frecuentes entre las personas de sexo masculino.

## Razones para beber

	Hombre	Mujer	Total
Por estar con los amigos	42,6	32,3	36,9
Por caer bien en un grupo	8,4	2,0	4,9
Para no pensar en los problemas	13,0	14,6	13,9
Por tener mejores relaciones	3,0	1,0	1,9
Para superar la timidez	15,0	4,5	9,2
Experimentar cosas nuevas	19,1	21,4	20,4
Relajarse	14,9	13,6	14,2
Sentirse mayor	6,4	2,2	4,1
Mantenerse despierto cuando sale	6,1	2,3	4,0
Conquistar a alguien	5,5	1,3	3,2
Para pasarla bien en una fiesta	30,7	26,9	28,6
Celebrar ocasiones especiales	42,2	48,2	45,6
Por divertirse	25,4	37,0	31,8

Celebrar, pasarla bien con los amigos y divertirse son las razones más comunes citadas tanto por hombres como por mujeres; pasarla bien en una fiesta y experimentar cosas nuevas son el segundo grupo; y en tercer lugar aparecen razones relacionadas con búsqueda de solución de dificultades (no pensar en problemas, superar la timidez, relajarse). La idea de usar el alcohol para conquistar a alguien hace parte del imaginario masculino, pero menos del femenino (proporción 3:1; en otras partes esa proporción es mucho mayor para los hombres); tampoco situaciones sociales como caer bien o tener mejores relaciones parecen tener mucho peso entre las razones para tomar alcohol.

## Si un amigo está tomando mucho

Si un amigo está tomando mucho	Hombre	Mujer	Total
Le aconseja parar de tomar	57,4	62,6	60,3
Le aconseja comportarse	9,9	7,8	8,7
Le dice que coma algo	9,1	5,0	6,8
Avisa a sus padres o a una persona mayor	14,1	18,8	16,7
Lo mira mal	1,6	1,6	1,6
No le importa	4,6	2,3	3,3
No le corresponde corregirlo	0,9	1,1	1,0
Le da miedo la reacción de esa persona	2,1	4,7	3,5
Él hace lo mismo	3,4	0,8	1,9

La gran mayoría de los jóvenes de esta muestra están dispuestos a alertar a un amigo para que suspenda el consumo; con una proporción mucho menor (4 veces menos), estarían dispuestos a avisarle a un adulto o a sugerirle que se comporte. Las otras opciones tienen poco peso, exceptuando la sugerencia de comer algo.

### Está bien que la ley prohíba

Esta bien que la ley prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	59,5	64,8	62,4
Algo de acuerdo	15,5	14,5	15,0
Algo en desacuerdo	8,4	6,6	7,4
Totalmente en desacuerdo	12,2	11,2	11,6
No responde	4,4	3,0	3,6

Cerca del 80% de los jóvenes respondieron que estaban de acuerdo por lo menos parcialmente con la prohibición, lo cual es superior a lo que se ha encontrado en algunos estudios sobre las opiniones de padres de familia a este mismo respecto.

### Está mal que los menores tomen

Esta mal hecho que personas de mi edad tomen

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	49,8	52,2	51,1
Algo de acuerdo	19,6	21,2	20,5
Algo en desacuerdo	13,5	11,2	12,2
Totalmente en desacuerdo	12,8	13,0	12,9
No responde	4,3	2,4	3,3
	100,0		

En esta respuesta aparece una inconsistencia con las respuestas a la pregunta anterior: no es claro por qué si están de acuerdo con la prohibición, están menos de acuerdo en pensar que está mal que los jóvenes consuman alcohol.

### Sanciones a quienes den alcohol

Deberían sancionar a quienes dan bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	48,9	50,9	50,0
Algo de acuerdo	16,3	16,1	16,2
Algo en desacuerdo	13,0	16,3	14,9
Totalmente en desacuerdo	17,9	13,7	15,6
No responde	3,8	2,9	3,3
	100,0	100,0	100,0

El 83% de los encuestados respondieron que están total o parcialmente de acuerdo con las sanciones. Eso no significa que personalmente no simpaticen con la idea de consumir ellos mismos, pero pueden estar respondiendo lo que creen que se espera de ellos.

**Departamento:** Atlántico

**Ciudad:** Sabanalarga, **población:** 120.000 habitantes aprox.

**Encuestas realizadas:** 1028

**Encuestas utilizadas:** 994

### Descripción de la muestra

Hombres: **52,8%**; mujeres: **47,2%**

Edad		
Estadísticos	Hombres	Mujeres
Media	14	14
Mediana	14	14
Moda	15	14

En Sabanalarga la muestra tuvo un número ligeramente mayor de hombres que de mujeres. Para discriminar los efectos de esto sobre las prevalencias de consumo y otros indicadores, siempre se presentarán los datos distinguiendo entre hombres y mujeres. La edad promedio de la muestra fue de 14 años.

### Niveles educativos, jornada e instituciones

Grados	Porcentajes
6	20,9
7	18,1
8	18,2
9	16,4
10	14,0
11	12,5
Total	100,0

Jornada	Porcentajes
Mañana	85,8
Tarde	4,2
Única	10,0

Tipo de institución	Porcentajes
Oficial	86,5
No oficial	13,5

La mayoría de los estudiantes de la muestra se aglutinan en los grados 6 a 9, y un 26% en los grados 10 y 11; el 90% pertenecen a las jornadas de la mañana o de la tarde, y 10% a jornada única. Más del 85% de los estudiantes pertenecen a entidades públicas.

### Prevalencias de consumo

Prevalencias	Hombres	Mujeres	Total
Alguna vez en la vida	77,0	63,6	71,1
En el último año	57,9	43,2	51,4
En el último mes <sup>32</sup>	17,9	15,6	16,9
En la última semana <sup>33</sup>	10,4	10,1	10,3

El 71% de los jóvenes encuestados ha consumido alcohol alguna vez en la vida, el 51% consumió el último año, el 17% lo hizo en el último mes y el 10% consumió en la última semana. Los dos últimos indicadores se refieren a consumidores habituales y problemáticos, y puede observarse en ellos que la diferencia entre hombres y mujeres es virtualmente inexistente. Las prevalencias de Sabanalarga son las más bajas de este estudio.

### Frecuencia de consumo

	Hombre	Mujer	Total
No toma	46,5	59,1	52,1
Menos de seis meses al año	40,7	31,3	36,5
Todos (o casi todos los meses)	7,0	4,5	5,9
Todas (o casi todas las semanas)	1,7	1,4	1,6
Varias veces a la semana	4,0	2,8	3,5
Todos (casi todos los días)	0,3	0,0	0,2

Mientras el 52% de los jóvenes afirma no tomar alcohol (lo cual no significa que no lo hayan probado) y otro 36% asegura no tomar más de seis veces por año, el 6% toma todos los meses. Casi ninguno de los encuestados respondió consumir alcohol a diario. Esta información es consistente con la de la tabla precedente.

### Edad de inicio

Estadísticos	Hombres	Mujeres	Total
Media	12	13	12
Mediana	12	13	13
Edad mínima	5	6	5
Edad máxima	17	17	17
Antes de 10 años	9,2%	6,9%	8,3%

<sup>32</sup>Esta prevalencia se debe tomar con precaución. Aunque los datos de las demás ciudades se ubican en un rango similar, puede ser afectada por eventos de la historia reciente, como exámenes académicos u otros. Por otra parte, el error de muestreo está cercano al límite aceptable.

<sup>33</sup>A partir de este dato las prevalencias se presentan solamente para mostrar la tendencia, pero no deben asumirse como los datos de la población pues el error de la muestra está por encima del límite aceptable.

La edad promedio de inicio, al igual que en otros estudios previos, es de 12 años; el 8% comenzó a consumir alcohol antes de cumplir 10 años.

### Bebida de inicio

¿Con qué inició?			
Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	43,9	36,4	40,9
Vino	35,5	48,4	40,7
Ron/Aguardiente	13,6	7,3	11,1
Cocteles/aperitivos	4,2	8,2	5,8
Importados (Tequila, Whisky...)	7,3	7,7	7,5
Chirrinchi/Chicha	0,0	0,0	0,0
Otros	1,0	0,7	0,9

\*Algunos encuestados iniciaron con más de un tipo de bebida.

El 81% de los jóvenes se iniciaron con cerveza o vino, con una diferencia entre hombre y mujeres: la cerveza es la primera bebida de inicio para los hombres y el vino para las mujeres; más mujeres se inician con aperitivos o cocteles (proporción 2:1), mientras más hombres se inician con ron o aguardiente.

### Bebida consumida normalmente

Qué toma normalmente

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	60,2	50,5	56,4
Vino	26,7	35,7	30,2
Ron/Aguardiente	8,3	5,3	7,1
Cocteles/aperitivos	6,0	8,9	7,2
Importados (Tequila, Whisky...)	9,0	8,8	8,9
Chirrinchi/Chicha	0,5	0,0	0,3
Otros	0,3	2,0	0,9

Las cifras presentan algunas variaciones con respecto a las bebidas de inicio: la cerveza y el vino son las más consumidas (85%), pero ahora la cerveza es la bebida más consumida tanto por hombres como por mujeres; los importados pasan a ocupar el tercer, seguidos por los cocteles, el ron y el aguardiente, que presentan idénticos porcentajes.



## Cantidad de cerveza

¿Cuántas cervezas tomó la última vez que tomó?

Cervezas	Hombre	Mujer	Total
1	14,8	34,0	22,3
2	17,4	20,9	18,8
3	13,0	9,5	11,7
4	8,7	5,8	7,5
5	7,5	6,6	7,2
6	3,6	2,2	3,0
7	3,1	1,0	2,3
8	2,4	0,8	1,8
9	1,5	2,1	1,7
10	8,5	2,2	6,0
Más de 10	19,4	14,8	17,6
	100,0	100,0	100,0
	80,6	85,2	82,4
	Hombre	Mujer	Total
Promedio	6,0	5,0	6,0

Mientras que el 32% de los hombres consumió una o dos cervezas, el 55% de las mujeres consumieron esa misma cantidad; por encima de tres cervezas los hombres aparecen con porcentajes superiores en casi todos los casos. El promedio de cervezas consumido es más del 30% superior en los hombres. Un fenómeno digno de mayor exploración es que a partir de la cerveza número 10, el porcentaje de personas (más hombres que mujeres, pero sin grandes diferencias) aumenta considerablemente: 18%.

## Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	92,5	91,2	91,9
Supermercados	52,5	58,7	55,2
Licorerías	75,7	77,1	76,3
Las casas de amigos	35,3	32,2	33,9
Su propia casa	9,9	9,3	9,6
Otros sitios	18,0	21,5	19,6

Las tiendas y licorerías representan la inmensa mayoría de sitios donde los jóvenes pueden conseguir alcohol, seguidos por los supermercados y las casas de los amigos. Para esta población, las propias casas son los sitios menos usuales de obtención de bebidas alcohólicas.

## Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas\*

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	91,5	89,9	90,9
Supermercados	50,2	51,8	50,8
Licorerías	73,3	73,0	73,2
Las casas de amigos	36,9	45,0	39,9
Su propia casa	12,3	12,0	12,2
Otros sitios	20,1	22,4	21,0

\*Sólo para los que beben

Esta tabla incluye únicamente a los jóvenes que beben; las cifras son muy similares a las de la población general de jóvenes, sin diferencias notables entre hombre y mujeres.

## Dónde bebió la última vez

Sitios	Hombre	Mujer	Total
En la calle o en un parque	19,2	13,8	16,8
En una panadería	0,4	0,3	0,3
En su casa	15,5	13,6	14,6
En una tienda	1,4	0,4	0,9
En un bar, taberna o discoteca	2,0	1,0	1,5
En una licorería (estanco)	5,3	3,6	4,6
En la casa de un amigo	15,0	11,2	13,3
En un billar	4,0	0,5	2,4
En otro sitio	9,4	8,5	9,0

El sitio más frecuente de consumo es la calle o un parque, por la propia casa y la casa de los amigos. Esto significa que estos jóvenes no consumen, o lo hacen con muy poca frecuencia, en negocios en los que se expende alcohol, probablemente para evitar críticas o problemas con las autoridades o con adultos. Sabanalarga es la única región, de las incluidas en este estudio, en donde la calle o los parques son el primer sitio de consumo.

## Con quien toma generalmente\*

	Hombre	Mujer	Total
Solo	3,7	3,5	3,6
Casi siempre con sus amigos	52,9	52,7	52,8
Con sus padres	9,3	15,3	11,5

Con tíos	4,3	3,2	3,9
Con primos	18,2	15,3	17,1
Otros familiares	7,7	8,8	8,1

\*Solamente para los que toman actualmente

Más de la mitad de los jóvenes encuestados afirman que generalmente toman con sus amigos, y el resto se distribuyen entre padres, primos y familiares. Un pequeño porcentaje (3.7% de hombres y 3.5% de mujeres) beben solos, y representan un grupo de alto riesgo al que valdría la pena hacerle seguimiento en términos epidemiológicos.<sup>34</sup> Más mujeres que hombres beben con sus padres.

### Consumo de alcohol en fiestas caseras

Si en tu casa hacen una fiesta ¿tú tomas en esa fiesta?

Respuesta	Hombre	Mujer	Total
Si	14,4	10,9	12,8
No	48,0	57,9	52,4
A veces	37,6	31,2	34,8

Esta tabla muestra que la tolerancia por parte de los padres para el consumo de alcohol en la casa por parte de menores de edad se encuentra ligeramente por debajo del 50%, con una diferencia de cerca del 10% más tolerancia con respecto a los hombres que a las mujeres.

### Razones para no tomar

	Hombre	Mujer	Total
No te gusta el trago	33,8	38,4	35,8
El trago te cae mal	15,0	11,5	13,5
Puedes tener problemas en casa	24,2	19,3	22,0
Probaste y no te gustó	15,2	13,9	14,6
Por principios morales	11,9	13,8	12,8
No te llama la atención	24,5	33,8	28,6
Creer que podrías volverte alcohólico	16,1	12,6	14,5
Tu familia no te deja	20,6	19,1	20,0
Por tu religión	4,6	6,5	5,5
Porque no te han ofrecido	3,3	2,6	3,0
Has pensado en las consecuencias negativas de beber	15,9	21,6	18,4

<sup>34</sup> Esto significa que en futuras encuestas a adultos hay que buscar la relación entre consumo solitario temprano y problemas de consumo problemático en la adultez.

Las tres principales razones para no tomar son que no les gusta el trago, no les llama la atención o temor a las consecuencias negativas; estas son seguidas por el temor a tener problemas en la casa o a volverse alcohólico y a que probó y no le gustó. La religión y la falta de oportunidad ocupan lugares menos significativos; sin embargo los principios morales sí parecen jugar un papel importante.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?	Hombre	Mujer	Total
Dormir	29,7	39,2	33,9
Hacer deporte	50,4	17,7	35,9
Salir con alguien	31,8	37,0	34,1
Comer	39,1	34,6	37,1
Oír música	45,9	59,5	51,9
Ver Televisión	32,0	36,2	33,8
Fumar	3,2	2,5	2,9
Salir o jugar con otras personas	18,7	14,9	17,0
Estudiar	29,8	42,6	35,5
Tomar energizantes	12,5	11,2	11,9

Hacer deporte, salir con alguien y oír música son las principales alternativas para los hombres, mientras que para las mujeres son oír música, salir con alguien y comer. Lo llamativo es que las diferencias en términos de porcentajes para cada opción son importantes dependiendo del sexo: 15% en lo que se refiere a la música, más del 30% en lo que se refiere al deporte, 12% en cuanto a estudiar; esta última opción solo recibió tanta importancia en Sabanalarga. Tomar energizantes fue señalado por un número importante de estudiantes (12%). Fumar es la opción menos escogida tanto por hombres como por mujeres.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?*	Hombre	Mujer	Total
Dormir	23,8	30,6	26,3
Hacer deporte	48,7	17,2	36,8
Salir con alguien	40,0	52,2	44,6
Comer	37,8	33,5	36,2
Oír música	54,5	65,2	58,5
Ver televisión	27,7	24,6	26,5
Fumar	3,9	3,3	3,7
Salir o jugar con otras personas	19,5	15,9	18,1
Estudiar	21,9	34,0	26,5
Tomar energizantes	14,5	15,8	15,0

\*Con selección para los que toman

Nuevamente aparecen diferencias importantes entre hombres y mujeres: los primeros prefieren hacer deporte (49% versus 17%), salir con alguien (40% versus 64%) o comer, mientras las mujeres prefieren salir con alguien, oír música (65% versus 54%) y comer (los porcentajes para ambos son casi iguales).<sup>35</sup>

### Comportamiento cuando toma

Generalmente cuando toma	Hombre	Mujer	Total
Se emborracha	17,9	11,9	15,6
Se entona (prende)	15,8	9,6	13,4
Toma máximo cuatro tragos	33,3	31,8	32,7
No toma más de dos tragos	33,2	44,9	37,7

Aproximadamente un tercio más de los hombres, con respecto a las mujeres, se emborracha cuando toma y un tercio más se 'entona' o 'prende'; el porcentaje de hombres y mujeres es casi igual en cuanto a poner un límite máximo de 4 tragos, y el número de mujeres que no se toma más de dos tragos es netamente superior al de hombres con igual comportamiento.

### Cuándo detiene el consumo

Detiene el consumo	Hombre	Mujer	Total
Al segundo trago	48,8	60,3	53,2
Cuando se siente prendido	28,8	24,5	27,2
Cuando los amigos le dicen que pare	10,0	8,9	9,6
Cuando está borracho	12,5	5,4	9,8

Estos datos también son consistentes con los precedentes: los hombres tienden a detener su consumo solo cuando están borrachos en una proporción de 2:1 con respecto a las mujeres; los hombres tienden a atender la solicitud de sus amigos de detener el consumo más frecuentemente que las mujeres, pero éstas se detienen en el segundo trago en más casos que los hombres.

### Le gusta el trago

	Hombre	Mujer	Total
Mucho	6,9	6,2	6,6
Poco	52,6	38,3	46,3
Nada	40,4	55,5	47,1
Total	100,0	100,0	100,0

Los porcentajes de hombres y mujeres a los que les gusta mucho el trago no son muy diferentes entre sí, y son inferiores al 10%, porcentaje de todas formas muy significativo.

<sup>35</sup>Esta información puede ser útil en el diseño de programas preventivos.

### Cuántos amigos toman

	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	4,4	11,2	7,4
Algunos	39,7	36,8	38,4
La mayoría	20,4	19,8	20,2
Todos	10,3	5,1	8,0
No sabe	25,2	27,1	26,1
Total	100,0	100,0	100,0

Las dos terceras partes de los amigos (67%) de cada estudiante encuestado consumen alcohol. Llama la atención el elevado porcentaje de respuestas 'no sé', dado lo común del comportamiento y el hecho de que no suele ser ocultado. Las mujeres tienen más del doble de amigos que no toman con respecto a los hombres.

### ¿Bebes en presencia de tus padres?

	Hombre	Mujer	Total
Si	9,5	11,6	10,4
No	61,7	63,8	62,6
A veces	28,9	24,6	27,0

Esto datos tienden a ser consistentes con los de la tabla en la que se muestran las respuestas sobre si se consume alcohol en las fiestas caseras: la mayoría no lo hacen.

### ¿Qué tan fácil es conseguir bebidas?

Qué tan fácil conseguir bebidas	Hombre	Mujer	Total
Muy fácil	27,0	19,2	23,6
Más o menos fácil	34,2	29,6	32,1
Difícil	16,9	20,5	18,5
Muy difícil	21,9	30,7	25,8
Total	100,0	100,0	100,0

Las mujeres perciben mayores dificultades que los hombres para conseguir bebidas en Sabanalarga (22% versus 31%), pero no parece ser particularmente difícil: el 61% de los hombres lo consideran muy fácil o fácil, mientras que 50% de las mujeres piensan lo mismo. En esta población parece, en todo caso, que los jóvenes no tienen acceso al alcohol en el mismo grado que en otras ciudades o regiones.

### Fiestas en las que servía alcohol a menores de edad

Ha estado en fiestas en las que se servía alcohol	Hombre	Mujer	Total
Si	52,0	52,4	52,2
No	48,0	47,6	47,8
Total	100,0	100,0	100,0

En este aspecto no parece haber ninguna diferencia entre hombres y mujeres: la mitad de ellos han estado en fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad, lo cual muestra la excesiva permisividad y la limitada supervisión por parte de los adultos.

### Negativa a venderles bebidas alcohólicas

¿Alguna vez se negaron a venderte bebidas alcohólicas por ser menor de edad?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	32,5	12,4	23,6
No	43,0	34,2	39,1
Nunca ha intentado comprar	24,6	53,4	37,3
Total	100,0	100,0	100,0

Cerca del 24% de los jóvenes que han intentado comprar alcohol no han tenido ninguna dificultad para conseguirlo, porcentaje mucho más bajo que en otras partes del país; un elevado porcentaje de mujeres nunca ha intentado comprar.

### ¿Has bebido durante varios días de seguido?

	Hombre	Mujer	Total
Si	5,6	3,2	4,5
No	94,4	96,8	95,5
Total	100,0	100,0	100,0

Cerca del 6% de los hombres y 3% de las mujeres (proporción 2:1) de esta muestra han bebido durante varios días seguidos.

### Tomar antes de entrar al colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas justo antes de llegar al colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	2,1	0,5	1,4
No	97,9	99,5	98,6
Total	100,0	100,0	100,0

Cerca del 1.4% de todos los jóvenes han ingerido alcohol alguna vez antes de entrar al colegio; de ellos la mayoría son hombres, en una proporción aproximada de 4:1. Pero estos porcentajes son muy inferiores a los observados en otras partes del país.

### Tomar en el colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas en el colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	7,7	4,7	6,4
No	92,3	95,3	93,6
Total	100,0	100,0	100,0

Alrededor del 6% de los estudiantes han ingerido alcohol en el colegio, cifra menor que la registrada en otros sitios, aun cuando sea alta de todas formas; la proporción hombres-mujeres es de 3:2.

### Enviar a comprar

¿Alguna vez alguien mayor te mandó a comprar cerveza u otras bebidas alcohólicas?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	75,7	48,9	63,8
No	24,3	51,1	36,2
Total	100,0	100,0	100,0

El 64% de los jóvenes ha tenido alguna vez la experiencia de ser enviados a comprar alcohol, lo cual constituye una cifra superior a la que ellos expresan relacionada con los problemas para que les vendan. Los varones son objeto de estas solicitudes con mucha mayor frecuencia que las niñas.

### Situaciones de riesgo

	Hombre	Mujer	Total
Se quedó dormido bebiendo	8,3	1,7	5,4
Tuvo problemas con la policía por estar bebiendo	2,3	1,9	2,1
Tuvo una pelea estando con tragos	4,9	1,9	3,6
Llegó al colegio enguayabado	9,0	7,5	8,4
Lo robaron estando con tragos	2,5	1,6	2,1
Se emborrachó	26,4	9,8	19,0
Tuvo problemas en la casa por beber	21,9	10,0	16,7
No fue al colegio por estar tomando	7,0	7,2	7,1
Tuvo vómito por haber bebido	21,4	15,0	18,5
Tuvo un accidente de tránsito estando con tragos	2,3	0,9	1,7
Lo sacaron de un bar/discoteca por ser menor de edad	19,1	10,6	15,4
Llegó al colegio con una botella de alguna bebida alcohólica	1,6	0,4	1,0
Tuvó una pelea con su novio o novia por estar tomando	10,1	9,0	9,6



Los tres problemas más frecuentes son, en su orden, 'se emborrachó', 'tuvo vómito' y 'tuvo problemas en la casa'; los problemas son los mismos en hombres y mujeres, pero presentan mayor frecuencia en los hombres. Las situaciones que implican riñas, mal comportamiento, sanciones y situaciones de peligro, son nuevamente más frecuentes entre las personas de sexo masculino.

### Razones para beber

	Hombre	Mujer	Total
Por estar con los amigos	45,7	28,5	38,1
Por caer bien en un grupo	9,8	7,1	8,6
Para no pensar en los problemas	10,8	7,0	9,1
Por tener mejores relaciones	2,5	0,8	1,7
Para superar la timidez	11,8	5,3	8,9
Experimentar cosas nuevas	16,4	17,6	17,0
Relajarse	7,9	3,8	6,1
Sentirse mayor	6,6	4,5	5,7
Mantenerse despierto cuando sale	6,4	1,8	4,3
Conquistar a alguien	8,8	1,7	5,7
Para pasarla bien en una fiesta	27,9	25,8	27,0
Celebrar ocasiones especiales	37,6	38,8	38,1
Por divertirse	33,1	25,8	29,9

Celebrar, pasarla bien en una fiesta o con los amigos son las razones más comunes citadas tanto por hombres como por mujeres; divertirse y experimentar cosas nuevas son el segundo grupo, con frecuencias aproximadamente de la mitad del grupo precedente; y en tercer lugar aparecen razones relacionadas con búsqueda de solución de dificultades (no pensar en problemas, superar la timidez, relajarse). La idea de usar el alcohol para conquistar a alguien hace parte del imaginario masculino, pero muy poco del femenino (proporción 16:1); tampoco situaciones sociales como caer bien o tener mejores relaciones parecen tener mucho peso entre las razones para tomar alcohol.

### Si un amigo está tomando mucho

	Hombre	Mujer	Total
Le aconseja parar de tomar	57,2	62,6	59,6
Le aconseja comportarse	8,6	4,6	6,8
Le dice que coma algo	6,2	3,5	5,0
Avisa a sus padres o a una persona mayor	18,0	24,1	20,7
Lo mira mal	1,7	3,4	2,5
No le importa	4,8	1,6	3,4

No le corresponde corregirlo	1,4	0,7	1,1
Le da miedo la reacción de esa persona	2,2	2,7	2,4
Él hace lo mismo	1,6	0,5	1,1

La gran mayoría de los jóvenes de esta muestra están dispuestos a alertar a un amigo para que suspenda el consumo; con una proporción mucho menor (3 veces menos), estarían dispuestos a avisarle a un adulto o a sugerirle que se comporte. Las otras opciones tienen poco peso, exceptuando la sugerencia de comer algo.

### Está bien que la ley prohíba

Esta bien que la ley prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	62,1	71,6	66,3
Algo de acuerdo	13,8	10,1	12,2
Algo en desacuerdo	7,2	4,3	5,9
Totalmente en desacuerdo	14,9	13,3	14,2
No responde	2,0	0,7	1,4
	100,0		

Cerca del 80% de los jóvenes respondieron que estaban de acuerdo por lo menos parcialmente con la prohibición, lo cual es superior a lo que se ha encontrado en algunos estudios sobre las opiniones de padres de familia a este mismo respecto.

### Está mal que los menores tomen

Esta mal hecho que personas de mi edad tomen

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	49,6	59,1	53,8
Algo de acuerdo	17,7	13,5	15,8
Algo en desacuerdo	10,2	7,9	9,2
Totalmente en desacuerdo	21,4	19,3	20,5
No responde	1,0	0,2	0,7
	100,0		

En concordancia con la respuesta anterior, las respuestas indican que los jóvenes piensan que está mal que los menores de edad tomen, lo que indica una clara disonancia entre el comportamiento tan común de consumir bebidas alcohólicas, y cierta consciencia de que esta conducta es reprobable.

### Sanciones a quienes den alcohol

Deberían sancionar a quienes dan bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	54,0	59,7	56,5
Algo de acuerdo	16,0	13,9	15,1
Algo en desacuerdo	9,4	8,6	9,1
Totalmente en desacuerdo	19,5	16,5	18,2
No responde	1,0	1,2	1,1
	100,0	100,0	100,0

El 71% de los encuestados respondieron que están total o parcialmente de acuerdo con las sanciones. Eso no significa que personalmente no simpaticen con la idea de consumir ellos mismos, pero pueden estar respondiendo lo que creen que se espera de ellos.

**Departamento:** Boyacá

**Ciudad:** Tunja, **población:** 120.000 habitantes aproximadamente.

**Encuestas realizadas:** 1144

**Encuestas utilizadas:** 1083

### Descripción de la muestra

Hombres: **49,0%**; mujeres: **51,0%**

Tunja

Edad		
Estadísticos	Hombres	Mujeres
Media	14	14
Mediana	14	14
Moda	14	16

La muestra de Tunja estuvo claramente balanceada en hombres-mujeres; la edad promedio de la muestra fue de 14 años.

### Niveles educativos, jornada e instituciones

Grados	Porcentajes
6	21,2
7	19,2
8	18,3
9	16,6
10	14,3
11	10,5
Total	100,0

Jornada	Porcentajes
Mañana	37,4
Tarde	20,8
Única	41,8

Tipo de institución	Porcentajes
Oficial	79,2
No oficial	20,8

La mayoría de los estudiantes de la muestra se aglutinan en los grados 6 a 9, y un 25% en los grados 10 y 11; el 58% pertenecen a las jornadas de la mañana o de la tarde, y 42% a jornada única. Cerca del 80% de los estudiantes pertenecen a entidades públicas.

### Prevalencias de consumo

Prevalencias	Hombres	Mujeres	Total
Alguna vez en la vida	88,7	88,9	88,8
En el último año	72,0	72,4	72,2
En el último mes <sup>36</sup>	32,3	28,1	30,2
En la última semana <sup>37</sup>	14,3	14,3	14,3

Cerca del 90% de los jóvenes encuestados ha consumido alcohol alguna vez en la vida, el 72% consumió el último año, el 30% lo hizo en el último mes y el 14 consumió en la última semana. Los dos últimos indicadores se refieren a consumidores habituales y problemáticos, y puede observarse en ellos que no hay diferencias notables entre hombres y mujeres.

### Frecuencia de consumo

	Hombre	Mujer	Total
No toma	28,4	28,2	28,3
Menos de seis meses al año	42,6	49,3	45,9
Todos (o casi todos los meses)	17,6	13,0	15,3
Todas (o casi todas las semanas)	6,8	2,5	4,6
Varias veces a la semana	3,4	6,2	4,8
Todos (casi todos los días)	0,7	0,3	0,5

Mientras el 28% de los jóvenes afirma no tomar alcohol (lo cual no significa que no lo hayan probado) y otro 46% asegura no tomar más de seis veces por año, más del 15% toma todos los meses y de ellos el 4.6% toma varias veces a la semana. Pocos encuestados toman alcohol diariamente, pero llama la atención que el número de mujeres que toma varias veces a la semana casi dobla el de hombres.

### Edad de inicio

Estadísticos	Hombres	Mujeres	Total
Media	11	12	12
Mediana	11	12	12
Edad mínima	4	4	4
Edad máxima	17	17	17
Antes de 10 años	23,8%	16,8%	20,4%

<sup>36</sup>Esta prevalencia se debe tomar con precaución. Aunque los datos de las demás ciudades se ubican en un rango similar, puede ser afectada por eventos de la historia reciente, como exámenes académicos u otros. Por otra parte, el error de muestreo está cercano al límite aceptable.

<sup>37</sup>A partir de este dato las prevalencias se presentan solamente para mostrar la tendencia, pero no deben asumirse como los datos de la población pues el error de la muestra está por encima del límite aceptable.

La edad promedio de inicio, al igual que en otros estudios previos, es de 12 años; el 20.4% comenzó a consumir alcohol antes de cumplir 10 años, y este es uno de los porcentajes más altos para el país.

### Bebida de inicio

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	42,2	33,9	38,1
Vino	41,8	55,4	48,6
Ron/Aguardiente	19,3	16,5	17,9
Cocteles/aperitivos	3,3	6,7	5,0
Importados (Tequila, Whisky...)	7,2	6,5	6,9
Chirrinchi/Chicha	4,8	2,7	3,8
Otros	2,3	1,9	2,1

\*Algunos encuestados iniciaron con más de un tipo de bebida.

El 87% de los jóvenes se iniciaron con cerveza o vino, con una diferencia entre hombre y mujeres: la cerveza es la primera bebida de inicio para los hombres, con un porcentaje casi idéntico para el vino; por el contrario, la mayoría de las mujeres se inician con vino. Estos datos son relativamente inesperados, pues había motivos para creer que a principal bebida de inicio sería la cerveza, bien delante de otras. El ron y al aguardiente son la tercera bebida de inicio, con menos de la mitad del porcentaje del vino y la cerveza. El doble de mujeres que de hombres se inicia con cocteles o aperitivos. Casi el 5% y el 3% de mujeres se inician con chicha o chirrinchi.

### Bebida consumida normalmente

Tipo de bebida	Hombres	Mujeres	Total
Cerveza	56,5	45,1	50,8
Vino	43,5	51,5	47,4
Ron/Aguardiente	26,1	28,1	27,1
Cocteles/aperitivos	7,2	8,4	7,8
Importados (Tequila, Whisky...)	11,4	8,2	9,8
Chirrinchi/Chicha	5,8	2,5	4,1
Otros	2,8	2,9	2,8

De manera igualmente inesperada, aun cuando la bebida más común para los hombres es la cerveza, para las mujeres lo es el vino, seguidas por el ron y el aguardiente en proporciones muy similares para ambos sexos. A diferencia de otros sitios del país, no hay mayor diferencia en el consumo de cocteles y aperitivos por parte de hombres y mujeres. El consumo de importados representa cerca del 10%, mientras que bebidas tradicionales y de baja calidad suman 4% (más del doble en hombres que en mujeres).

### Cantidad de cerveza

Cervezas	Hombre	Mujer	Total
1	25,1	29,4	27,1
2	14,7	19,4	16,9
3	9,2	12,3	10,7
4	6,9	8,1	7,5
5	9,4	10,3	9,8
6	1,6	4,9	3,1
7	2,6	3,4	3,0
8	3,3	2,0	2,7
9	3,6	1,1	2,5
10	3,5	2,9	3,2
Más de 10	19,9	6,2	13,4
	100,0	100,0	100
	80,1	93,8	86,6

Mientras que el 40% de los hombres consumió una o dos cervezas, el 50% de las mujeres consumieron esa misma cantidad; por encima de tres cervezas, y hasta siete, las mujeres tienen porcentajes superiores a los hombres, lo cual es completamente inusual con respecto a los otros sitios estudiados en esta investigación. Eso significa que el consumo en las mujeres explica buena parte del incremento global de consumo. Sin embargo, por encima de 7 cervezas los porcentajes son superiores en los hombres. Y por encima de 10 cervezas la relación hombre-mujer es 3:1.

### Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	90,9	93,1	92,0
Supermercados	60,3	65,4	62,8
Licorerías	50,9	47,2	49,0
Las casas de amigos	36,2	44,7	40,4
Su propia casa	12,5	12,7	12,6
Otros sitios	8,7	8,7	8,7

Las tiendas y supermercados representan la inmensa mayoría de sitios donde los jóvenes pueden conseguir alcohol, seguidos por las licorerías y las casas de los amigos. Para esta población, las propias casas son los sitios menos usuales de obtención de bebidas alcohólicas.

## Dónde conseguir las bebidas

Dónde puede conseguir bebidas alcohólicas\*

Sitios	Hombre	Mujer	Total
Tiendas	90,9	92,7	91,8
Supermercados	59,9	65,2	62,5
Licorerías	48,1	44,2	46,1
Las casas de amigos	39,9	49,4	44,7
Su propia casa	15,4	14,4	14,9
Otros sitios	10,0	7,5	8,8

\*Sólo para los que beben

Esta tabla incluye únicamente a los jóvenes que beben; las cifras son muy similares a las de la población general de jóvenes, salvo que las mujeres que beben parecen diversificar más su búsqueda, y le dan más importancia que los hombres a los supermercados y a las casas de los amigos.

## Dónde bebió la última vez

Sitios	Hombre	Mujer	Total
En la calle o en un parque	13,8	9,9	11,9
En una panadería	0,4	0,2	0,3
En su casa	25,0	27,8	26,4
En una tienda	12,6	9,0	10,8
En un bar, taberna o discoteca	5,9	6,7	6,3
En una licorera (estanco)	0,4	0,0	0,2
En la casa de un amigo	17,6	22,7	20,1
En un billar	2,7	0,9	1,8
En otro sitio	10,3	11,0	10,6

El sitio más frecuente de consumo es la propia casa, seguido por la casa de los amigos, la calle y los parques. Esto significa que estos jóvenes no consumen, o lo hacen en un porcentaje muy bajo, en negocios en los que se expende alcohol, probablemente para evitar críticas o problemas con las autoridades o con adultos críticos. Las mujeres recurren a tomar en los parques o en la calle algo menos que los hombres.

## Con quién toma

Con quien toma generalmente*	Hombre	Mujer	Total
Solo	3,2	2,3	2,7
Casi siempre con sus amigos	45,1	50,6	47,8



Con sus padres	16,0	19,7	17,8
Con tíos	7,6	3,1	5,4
Con primos	11,5	10,4	10,9
Otros familiares	18,5	19,2	18,9
*Solamente para los que toman actualmente	101,9	105,2	103,6

Algo menos de la mitad de los jóvenes encuestados afirman que generalmente toman con sus amigos, y el resto se distribuyen entre padres, primos y familiares. Un pequeño porcentaje (3.2% de hombres y 2.3% de mujeres) beben solos, y representan un grupo de alto riesgo al que valdría la pena hacerle seguimiento en términos epidemiológicos.<sup>38</sup>

### Consumo de alcohol en fiestas caseras

Si en tu casa hacen una fiesta ¿tú tomas en esa fiesta?

Respuesta	Hombre	Mujer	Total
Si	24	23	23,5
No	25,3	21,9	23,6
A veces	50,7	55,1	52,9

Esta tabla muestra que la tolerancia por parte de los padres para el consumo de alcohol en la casa por parte de menores de edad se encuentra alrededor del 75%, sin diferencias importantes entre hombres y mujeres. Esta elevada tolerancia, o falta de supervisión, por parte de los padres, puede estar relacionada con otros indicadores de consumo en Tunja.

### Razones para no tomar

	Hombre	Mujer	Total
No te gusta el trago	15,3	16,8	16,1
El trago te cae mal	6,3	3,8	5,0
Puedes tener problemas en casa	10,7	10,6	10,7
Probaste y no te gustó	9,0	11,4	10,2
Por principios morales	6,5	4,5	5,5
No te llama la atención	15,0	19,8	17,4
Crees que podrías volverte alcohólico	7,0	6,6	6,8
Tu familia no te deja	6,9	6,7	6,8
Por tu religión	1,4	1,8	1,6
Porque no te han ofrecido	2,7	0,7	1,7
Has pensado en las consecuencias negativas de beber	15,7	19,2	17,5

<sup>38</sup> Esto significa que en futuras encuestas a adultos hay que buscar la relación entre consumo solitario temprano y problemas de consumo problemático en la adultez.

Las tres principales razones para no tomar son las consecuencias negativas, no les llama la atención o que no les gusta el trago; estas son seguidas por el temor a tener problemas en la casa y a que probó y no le gustó. Los principios morales, la religión y la falta de oportunidad ocupan los lugares menos significativos.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?	Hombre	Mujer	Total
Dormir	30,4	29,1	29,8
Hacer deporte	51,1	33,5	42,3
Salir con alguien	38,4	49,2	43,8
Comer	25,0	25,5	25,2
Oír música	42,0	65,0	53,4
Ver Televisión	37,3	32,5	34,9
Fumar	8,7	5,0	6,8
Salir o jugar con otras personas	24,5	20,5	22,5
Estudiar	13,9	19,0	16,4
Tomar energizantes	16,8	12,9	14,9

Hacer deporte, oír música y salir con alguien son las principales alternativas para los hombres, mientras que para las mujeres son oír música, salir con alguien y ver televisión. Lo llamativo es que las diferencias en términos de porcentajes para cada opción son importantes dependiendo del sexo: 23% en lo que se refiere a la música, 28% en lo que se refiere al deporte, 10% en cuanto a salir con alguien. Tomar energizantes fue señalado por un número importante de estudiantes (15%). Fumar es la opción menos escogida tanto por hombres como por mujeres.

### Alternativas a beber

¿Qué prefieres hacer en lugar de beber?*	Hombre	Mujer	Total
Dormir	30,7	31,7	31,2
Hacer deporte	48,4	29,9	39,2
Salir con alguien	42,0	52,9	47,5
Comer	26,2	22,6	24,4
Oír música	44,6	67,8	56,2
Ver televisión	37,0	29,5	33,3
Fumar	11,5	6,6	9,1
Salir o jugar con otras personas	22,9	20,0	21,4
Estudiar	12,0	17,3	14,6
Tomar energizantes	18,5	14,3	16,4

\*Con selección para los que toman

Nuevamente aparecen diferencias importantes entre hombres y mujeres: los primeros prefieren hacer deporte (48% versus 30%), salir con alguien (42% versus 53%) o comer, mientras las mujeres prefieren salir con alguien, oír música (68% versus 45%) y comer (los porcentajes para ambos son casi iguales).<sup>39</sup>

### Comportamiento cuando toma

Generalmente cuando toma	Hombre	Mujer	Total
Se emborracha	17,7	9,0	13,4
Se entona (prende)	37,3	34,5	35,9
Toma máximo cuatro tragos	18,0	21,2	19,6
No toma más de dos tragos	28,1	36,4	32,2

Aproximadamente el doble de los hombres, con respecto a las mujeres, se emborracha cuando toma; el porcentaje de hombres y mujeres es casi igual en cuanto a poner un límite máximo de 4 tragos o parar cuando se sienten 'prendidos', pero el número de mujeres que no se toma más de dos tragos es netamente superior al de hombres con igual comportamiento.

### Cuándo detiene el consumo

Detiene el consumo	Hombre	Mujer	Total
Al segundo trago	35,0	44,7	39,8
Cuando se siente prendido	43,6	48,3	45,9
Cuando los amigos le dicen que pare	6,7	3,3	5,0
Cuando está borracho	14,6	4,9	9,8

Estos datos también son consistentes con los precedentes: los hombres tienden a detener su consumo solo cuando están borrachos en una proporción de 3:1 con respecto a las mujeres; los hombres tienden a atender la solicitud de sus amigos de detener el consumo más frecuentemente que las mujeres, pero éstas se detienen en el segundo trago o en 10% más de los casos que los hombres.

### Le gusta el trago

	Hombre	Mujer	Total
Mucho	16,9	10,8	13,9
Poco	57,4	59,5	58,4
Nada	25,7	29,7	27,7
Total	100	100	100

Los porcentajes de hombres y mujeres a los que les gusta mucho el trago son bastante diferentes, yen conjunto se acercan al 14%, cifra muy elevada para esa pregunta en este estudio, porcentaje de todas formas muy significativo. Las diferencias en cuanto a rechazar el trago o sentir algo de gusto por él no son marcadas.

<sup>39</sup>Esta información puede ser útil en el diseño de programas preventivos.

### Cuántos amigos toman

	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	3,7	2,5	3,1
Algunos	34,3	37,6	35,9
La mayoría	29,2	29,7	29,5
Todos	8,9	8,7	8,8
No sabe	23,9	21,5	22,7
Total	100,0	100,0	100,0

Más de las dos terceras partes de los amigos (74%) de cada estudiante encuestado consumen alcohol. Llama la atención el elevado porcentaje de respuestas 'no sé', dado lo común del comportamiento y el hecho de que no suele ser ocultado.

### ¿Bebes en presencia de tus padres?

	Hombre	Mujer	Total
Si	17,6	20,5	19,0
No	40,5	36,4	38,5
A veces	41,9	43,1	42,5

Estos datos son bastante consistentes comparados con los de la tabla en la que se muestran las respuestas sobre si se consume alcohol en las fiestas caseras: la mayoría lo hacen.

### ¿Qué tan fácil es conseguir bebidas?

Qué tan fácil conseguir bebidas	Hombre	Mujer	Total
Muy fácil	36,2	28,9	32,5
Más o menos fácil	37,8	42,5	40,2
Difícil	14,6	16,3	15,4
Muy difícil	11,4	12,3	11,9
Total	100	100	100

No hay grandes diferencias entre hombres y mujeres, y la gran mayoría de estos jóvenes (73%) no tienen mayores dificultades para adquirir alcohol.

### Fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad

Ha estado en fiestas en las que se servía alcohol	Hombre	Mujer	Total
Si	59,4	66,0	62,7
No	40,6	34,0	37,3
Total	100	100	100

Hay una ligera diferencia entre hombre y mujeres: aun cuando cerca de dos tercios de ellos han estado en fiestas en las que se servía alcohol a menores de edad, la cifra es mayor para las mujeres.

### Negativa a venderles bebidas alcohólicas

	Hombre	Mujer	Total
Sí	46,4	38,9	42,7
No	34,0	35,2	34,6
Nunca he intentado comprar	19,5	25,9	22,7
Total	100	100	100

Alrededor del 43% de los jóvenes que han intentado comprar alcohol han tenido alguna dificultad para conseguirlo, mientras que el 35% no. Un porcentaje superior de mujeres nunca ha intentado comprar alcohol.

### ¿Has bebido durante varios días de seguido?

	Hombre	Mujer	Total
Si	12,9	6,9	9,9
No	87,1	93,1	90,1
Total	100	100	100

Cerca del 13 % de los hombres y 7% de las mujeres (proporción 2:1) de esta muestra han bebido durante varios días seguidos. Estas cifras son muy elevadas si se considera la corta edad de los encuestados.

### Tomar antes de entrar al colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas justo antes de llegar al colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	13,5	14,6	14,1
No	86,5	85,4	85,9
Total	100	100	100

Cerca del 14% de todos los jóvenes encuestados en Tunja han ingerido alcohol alguna vez antes de entrar al colegio; hay una ligera mayoría de mujeres. Este resultado es único en este estudio.

### Tomar en el colegio

¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas en el colegio?

	Hombre	Mujer	Total
Si	19,0	24,0	21,5
No	81,0	76,0	78,5
Total	100	100	100

Al igual que las cifras de la tabla anterior, estas son únicas en el estudio, y deben constituir una alarma seria para los adultos responsables del bienestar de estos jóvenes: padres, maestros, entidades de salud y comerciantes. También aquí se observa un mayor número de mujeres que de hombres en el grupo que ha ingerido alcohol en el colegio.

### Enviar a comprar

¿Alguna vez alguien mayor te mandó a comprar cerveza u otras bebidas alcohólicas?

	Hombre	Mujer	Total
Sí	78,2	74,1	76,2
No	21,8	25,9	23,8
Total	100	100	100

El 76% de los jóvenes ha tenido alguna vez la experiencia de ser enviados a comprar alcohol, lo cual constituye una cifra superior a la que ellos expresan relacionada con los problemas para que les vendan. Los varones son objeto de estas solicitudes con mayor frecuencia que las niñas.

### Situaciones de riesgo

	Hombre	Mujer	Total
Se quedó dormido bebiendo	16,8	6,9	11,9
Tuvo problemas con la policía por estar bebiendo	7,3	5,4	6,3
Tuvo una pelea estando con tragos	14,5	5,1	9,8
Llegó al colegio enguayabado	17,8	20,2	19,0
Lo robaron estando con tragos	3,8	2,3	3,0
Se emborrachó	43,1	34,4	38,8
Tuvo problemas en la casa por beber	24,8	24,6	24,7
No fue al colegio por estar tomando	9,7	8,2	9,0
Tuvo vómito por haber bebido	32,7	26,8	29,8
Tuvo un accidente de tránsito estando con tragos	1,3	0,4	0,9
Lo sacaron de un bar/discoteca por ser menor de edad	15,6	13,6	14,6
Llegó al colegio con una botella de alguna bebida alcohólica	7,2	8,5	7,8
Tuvo una pelea con su novio o novia por estar tomando	19,6	17,6	18,6

Los tres problemas más frecuentes son, en su orden, 'se emborrachó', 'tuvo vómito' y 'tuvo problemas en la casa por beber'; siguen 'llegó al colegio enguayabado', tuvo una pelea con el (la) novia(o) y 'lo sacaron de un bar/discoteca'. Los problemas son los mismos en hombres y mujeres, pero presentan mayor frecuencia en los hombres, salvo 'llegar enguayabado al colegio'. Las situaciones que implican riñas, mal comportamiento, sanciones y situaciones de peligro, son nuevamente más frecuentes entre las personas de sexo masculino. El conjunto de la tabla muestra que los porcentajes de casi todas las situaciones mencionadas son superiores a las de todas las otras y ciudades del estudio.

## Razones para beber

	Hombre	Mujer	Total
Por estar con los amigos	40,0	40,0	40,0
Por caer bien en un grupo	7,3	1,9	4,6
Para no pensar en los problemas	17,2	18,6	17,9
Por tener mejores relaciones	2,9	1,4	2,2
Para superar la timidez	11,1	5,2	8,2
Experimentar cosas nuevas	17,1	19,6	18,3
Relajarse	15,3	14,5	14,9
Sentirse mayor	4,4	2,0	3,2
Mantenerse despierto cuando sale	5,0	1,0	3,0
Conquistar a alguien	7,8	1,3	4,6
Para pasarla bien en una fiesta	34,3	38,1	36,2
Celebrar ocasiones especiales	48,6	60,0	54,3
Por divertirse	28,9	35,7	32,3

Celebrar, pasarla bien en una fiesta o con los amigos son las razones más comunes citadas tanto por hombres como por mujeres; divertirse y experimentar cosas nuevas son el segundo grupo, con frecuencias aproximadamente de la mitad del grupo precedente; y en tercer lugar aparecen razones relacionadas con búsqueda de solución de dificultades (no pensar en problemas, superar la timidez, relajarse), con porcentajes bastante por encima de los que se observan en otras regiones del país. La idea de usar el alcohol para conquistar a alguien hace parte del imaginario masculino, pero muy poco del femenino (proporción 6:1); tampoco situaciones sociales como caer bien o tener mejores relaciones parecen tener mucho peso entre las razones para tomar alcohol.

## Si un amigo está tomando mucho

	Hombre	Mujer	Total
Le aconseja parar de tomar	52,8	63,1	57,9
Le aconseja comportarse	10,0	10,8	10,4
Le dice que coma algo	11,0	11,3	11,1
Avisa a sus padres o a una persona mayor	13,6	15,6	14,6
Lo mira mal	0,4	0,5	0,5
No le importa	9,0	2,3	5,7
No le corresponde corregirlo	2,7	1,4	2,0
Le da miedo la reacción de esa persona	3,5	3,6	3,5
Él hace lo mismo	3,1	2,1	2,6

La gran mayoría de los jóvenes de esta muestra está dispuesta a alertar a un amigo para que suspenda el consumo; con una proporción mucho menor (4 veces menos), estarían dispuestos a avisarle a un adulto o a sugerirle que se comporte. Las otras opciones tienen poco peso, exceptuando la sugerencia de comer algo.

### Está bien que la ley prohíba

Esta bien que la ley prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	51,0	62,3	56,6
Algo de acuerdo	18,4	16,0	17,2
Algo en desacuerdo	13,5	9,3	11,4
Totalmente en desacuerdo	15,4	11,7	13,5
No responde	1,8	0,7	1,3

Alrededor del 74% de los jóvenes respondieron que estaban de acuerdo por lo menos parcialmente con la prohibición, lo cual es superior a lo que se ha encontrado en algunos estudios sobre las opiniones de padres de familia a este mismo respecto.

### Está mal que los menores tomen

Esta mal hecho que personas de mi edad tomen

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	43,5	53,1	48,3
Algo de acuerdo	22,2	21,7	22,0
Algo en desacuerdo	17,0	11,9	14,5
Totalmente en desacuerdo	15,9	13,0	14,5
No responde	1,3	0,2	0,8

Las respuestas a esta pregunta son relativamente consistentes con las que se vieron en la pregunta anterior: algo más del 70% consideran que 'está mal que los menores tomen', lo cual no es un impedimento para que ellos mismos lo hagan.

### Sanciones a quienes den alcohol

Deberían sancionar a quienes dan bebidas alcohólicas a menores de edad

Respuestas	Hombre	Mujer	Total
Totalmente de acuerdo	42,7	44,9	43,8
Algo de acuerdo	17,6	22,5	20,1
Algo en desacuerdo	16,6	14,9	15,7
Totalmente en desacuerdo	22,5	17,4	19,9
No responde	0,6	0,3	0,5

El 64% de los encuestados respondieron que están total o parcialmente de acuerdo con las sanciones, porcentaje menor al que se observa en otras partes para la misma pregunta.



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio realizado en 7 capitales de Colombia y dos ciudades pequeñas con un total de 9276 jóvenes escolarizados (1028 la muestra menor, 1144 la mayor) proporcionó una ingente cantidad de información, de la que solo se presenta aquí un resumen muy conciso. Este informe está destinado a todos los públicos, pero especialmente a autoridades escolares y municipales, así como a los responsables del desarrollo de políticas educativas, sanitarias y de protección de la infancia y la adolescencia.

La información recolectada permite ver que el consumo de alcohol en los menores de edad es un asunto de gran importancia en Colombia: cerca del 90% de estos jóvenes ha consumido alcohol, cerca del 70% lo hizo el último año (bebedores activos), 28% tomó alcohol en el último mes (lo que indica un consumo más frecuente) y 13% en la última semana (probables bebedores problemáticos). En conjunto, se observó una disminución de la edad de inicio, que en estudios previos estaba en 12 años; en este fue de 10 años para los hombres y 11 para las mujeres. Igualmente, se observó que 13% de los hombres y 8% de las mujeres comenzaron a consumir alcohol antes de cumplir 10 años, y las dos ciudades en donde estos fenómenos fueron más pronunciados fueron Medellín y Tunja (por encima del 20%). Si se tienen en cuenta los estudios recientes que se mencionaron en el marco teórico sobre los efectos del consumo temprano y frecuente de alcohol, sería imprescindible darle un gran impulso al trabajo preventivo con niños, adolescentes, padres y comercios en los que se venda alcohol.

El 77% de los jóvenes de este estudio o bien no toman o no toman más de seis veces al año (aun cuando es posible que muchos de estos últimos se embriaguen en algunas de esas ocasiones, o en todas); pero el 23% restante (cifra que coincide de cerca con el consumo global por mes) podría indicar una tendencia al consumo problemático: consumen todos los meses, todas las semanas, e incluso un cierto porcentaje (4%) varias veces por semana. Este último dato coincide con el proporcionado por el Fondo de Prevención Vial (2006).

En el paso entre los grados 6 y 7 se da un salto brusco en lo que a consumo de alcohol se refiere. Hay por lo menos cuatro hipótesis para tratar de explicar por qué sucede en ese momento:

1. Aparecen plenamente las características que identifican al adolescente, y que implican explorar, experimentar cosas nuevas, tomar riesgos;
2. El ambiente propio del colegio empuja a los jóvenes a adoptar comportamientos supuestamente adultos;
3. El ambiente familiar, poco ejemplarizante, de padres ausentes o sin autoridad, facilita un 'dejar hacer' que puede llevar a caminos equivocados;
4. Una combinación de esas tres hipótesis en diferentes proporciones, según el colegio o la localidad.

En algunas ciudades (Medellín, Florencia, Cali y Bucaramanga) las mujeres mostraron interés por las bebidas 'fuertes' (aguardiente/ron, importados): esto debe ser explorado con más detalle con el fin de ver qué porcentaje de estas mujeres tiene posteriormente problemas serios con el alcohol aunque cabe la posibilidad de que estos alcoholes fuertes sean rebajados con bebidas gaseosas, práctica frecuente en Colombia

Contrariamente a lo que se cree usualmente, en todos los sitios de este estudio la casa del encuestado fue el sitio en donde menos se adquieren bebidas alcohólicas, aunque la casa de los amigos es un lugar donde es altamente probable tener acceso a tales bebidas. Este fenómeno requiere mayor exploración puesto que probablemente esos amigos también sean menores de edad con padres de familia permisivos.

La preferencia global por la cerveza como bebida de inicio y como bebida más frecuentemente consumida se explica, probablemente, por el precio y porque tiene menos alcohol, lo cual le da mayor aceptación social a los consumos bajos. El vino es muy importante como bebida de inicio en Tunja, donde la prolongada tradición de consumo de cerveza haría presumir que esta sería de lejos la principal bebida de inicio; en realidad, la diferencia global con el vino es mínima, y en las mujeres la preferencia por el vino es manifiesta. Dado el alto consumo en mujeres, la gran disponibilidad de bebidas que se venden en el medio colombiano como “vinos” y que constituyen bebidas alcohólicas de gusto suave, podría explicarse este lugar del vino como bebida de inicio. Esto mismo podría explicar por qué (salvo en Medellín y en Florencia) el ron y el aguardiente aparecen bien por debajo de la cerveza y el vino como bebidas de inicio y de consumo frecuente.

Las preferencias por situaciones alternativas a beber son bastante estables a nivel nacional: hacer deporte para los hombres, oír música para las mujeres, son las más notables. Pero en realidad estas son sólo maneras de llenar el tiempo, pero no necesariamente verdaderas alternativas: se requiere explorar con mucho mayor detenimiento cuáles son las alternativas disponibles.

Las ciudades en donde más gusto por el alcohol se expresó fueron Medellín y Tunja; sería muy conveniente ver la relación entre ese gusto y el consumo de alcohol en la edad adulta. Igualmente, deberá examinarse la inclinación por beber solo en la adolescencia y problemas de consumo en la adultez.

Un indicador de consumo problemático lo constituye la cantidad de encuestados que respondieron tomar más de 10 cervezas en la oportunidad más reciente de consumo: 10% de los encuestados afirmaron haber ingerido en tales cantidades.

Los jóvenes están dispuestos a apoyar a un amigo que está bebiendo en exceso, pero no parecen inclinados a involucrar a adultos a menos que sea realmente indispensable.

Las razones para beber son las mismas en todos los sitios: celebrar, divertirse, pasarla bien con los amigos. Igualmente, las razones para no beber son las mismas en todas las localidades estudiadas: porque no le gusta o no le llama la atención, por temor a las consecuencias, a tener problemas en la casa o a volverse alcohólico.

El consumo de alcohol en fiestas caseras, así como la tolerancia de los padres y familiares con el consumo, pueden predecir el incremento del consumo de alcohol en la edad adulta. Algo más de la mitad de quienes consumen alcohol dicen hacerlo en compañía de sus padres u otros familiares; esto implica una muy baja influencia normativa de estas figuras sobre los jóvenes.

La facilidad para conseguir alcohol está probablemente relacionada con la falta de conciencia sobre los daños asociados al consumo en la infancia y la adolescencia, con tradiciones y costumbres como enviar a los

menores a comprar alcohol para los padres, y con la ausencia de autoridades interviniendo. Eso puede explicar que la ciudad en donde es menos fácil conseguir alcohol para un adolescente sea Bogotá. Por el contrario, sería urgente iniciar acciones en ciudades como Medellín y Tunja.

El lugar preferencial para conseguir alcohol cuando se es menor de 18 años, en todos los sitios estudiados, son las tiendas, seguidas por las licorerías y los supermercados. Este dato debe convertir a estos comercios en objetivo primordial de prevención, en donde se capacite, se eduque y se intente convencer; pero si no hay reacciones adecuadas e inmediatas, se debe sancionar. El objetivo preciso del trabajo preventivo debe ser modificar radicalmente las estadísticas referentes a la facilidad que tienen los menores de 18 años para comprar alcohol: hoy 75% consideran que es muy fácil o fácil; a partir de este estudio se propone como meta que solamente el 10% o menos lo consideren así en un plazo no mayor de 3 años.

Las respuestas a las preguntas sobre consumo en fiestas familiares, a consumo delante de los padres o con ellos y familiares, a la asistencia a fiestas donde se da alcohol a menores, implican la necesidad de desarrollar una estrategia de trabajo con los padres de familia: en las circunstancias actuales ellos están siendo en buena parte responsables, por acción o por omisión, de las tasas excesivas de consumo de alcohol en menores que se presentaron aquí.

El 45% de quienes toman dicen que cuando lo hacen se emborrachan o 'se entonan', concepto que significa estar 2/3 ebrio. Estas cifras no pueden pasar desapercibidas para las entidades responsables de formular políticas públicas o de educar a los jóvenes.

Cifras como un 9% de jóvenes que ha tomado alcohol antes de entrar al colegio, 15% que ha tomado alcohol dentro del colegio y 8% que han tomado varios días seguidos, o un 12% de los varones que tuvo una pelea estando con tragos, llevan a pensar en qué le espera a nuestro país si no hacemos nada, si nos limitamos a mirar lo que ocurre como si fuera el problema de otros, o como si tales conductas no tuvieran ninguna implicación sobre el futuro colectivo.

El análisis de correspondencias múltiples mostró que es posible asociar una serie de características, comportamientos, experiencias y actitudes al hecho de tomar o no tomar alcohol. Estas caracterizaciones, que generan unos 'perfiles' asociados al consumo, pueden servir para diseñar estrategias de prevención y de manejo de las situaciones que incrementan las probabilidades de alto consumo de alcohol en los menores de 18 años.

Hay dos limitaciones que deberán ser corregidas en un estudio futuro con este formato: primero, convendrá preguntar a qué edad ocurrió el primer episodio de embriaguez; y segundo, sería útil incluir un ítem sobre consumo de alcohol solo en ocasiones especiales

## ANEXO 1

# CONSUMO DE ALCOHOL Y OTRAS VARIABLES ASOCIADAS EN MENORES ESCOLARIZADOS A NIVEL NACIONAL

Institución educativa

**Este cuestionario es totalmente anónimo y será utilizado para fines de investigación científica. Agradecemos tu participación y la sinceridad de tus respuestas**

No olvides llenar estos datos

Grado:	Sexo:
<input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9 <input type="radio"/> 10 <input type="radio"/> 11	<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer

Jornada  Mañana  Tarde  Única

Edad

0	0
1	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7	7
8	8
9	9

1. Has tomado bebidas alcohólicas ( cerveza, vino, ron, aguardiente, whisky u otros)
  - Una sola vez en la vida
  - unas pocas veces en la vida
  - En el último año
  - En el último mes
  - En la última semana
  - Nunca
2. Actualmente tomas bebidas alcohólicas: (Escoge la respuesta que se adecue mejor a ti)
  - Nunca
  - Menos de seis veces al año
  - Todos (o casi todos los meses)
  - Todas (o casi todas las semanas)
  - Varias veces por semana
  - Todos (o casi todos los días)
3. Si no tomas bebidas alcohólicas indica los tres motivos principales:
  - No te gusta el trago
  - El trago te cae mal
  - Puedes tener problemas en casa
  - Probaste y no te gustó
  - Por principios morales
  - No te llama la atención
  - Crees que podrías volverte alcohólico
  - Tu familia no te deja
  - Por tu religión
  - Por que no te han ofrecido
  - Has pensado en las consecuencias negativas de beber

4. ¿El Trago te gusta?
  - Mucho
  - Poco
  - Nada
5. Para ti ¿"Fiesta sin alcohol no es fiesta"
  - Cierto
  - Falso
6. ¿Cuántos de tus amigos toman bebidas alcohólicas?
  - Ninguno
  - Algunos
  - La mayoría
  - Todos
  - No sé
7. Has estado en fiestas en las que se servían bebidas alcohólicas a menores de edad?
  - Sí
  - No

8. ¿Cuántos años tenías la primera vez que tomaste bebidas alcohólicas? (mas que "probar", es decir por lo menos dos tragos)
  - Escribe tu edad en esa época → 

0	0
1	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7	7
8	8
9	9
  - Nunca he tomado bebidas alcohólicas

9. Señala qué tipo de licor bebiste la primera vez que tomaste bebidas alcohólicas.
  - Vino
  - Cerveza
  - Ron/Aguardiente
  - Licores importados (Tequila, Wisky, etc.)
  - Cócteles, Aperitivos
  - Chirrinchi, Chicha
  - Otros, cuales \_\_\_\_\_
  - Nunca he tomado bebidas alcohólicas
10. ¿Qué tipo de bebidas alcohólicas tomas normalmente?
  - Vino
  - Cerveza
  - Ron/Aguardiente
  - Licores importados (Tequila, Wisky, etc.)
  - Cócteles, Aperitivos
  - Chirrinchi, Chicha
  - Otros, cuales \_\_\_\_\_
  - Nunca he tomado bebidas alcohólicas

11. La última vez que tomaste cerveza.

- ¿Cuántas cervezas tomaste? → 

0	0
1	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7	7
8	8
9	9
- Nunca he tomado cerveza

12. ¿Si en tu casa hacen una fiesta, tú tomas bebidas alcohólicas en esa fiesta?
  - Sí  No  A veces
13. ¿Bebes en presencia de tus padres?
  - Sí  No  A veces
14. ¿Alguna vez alguien mayor (padres, tíos, primos, etc.) te mandó a comprar cerveza u otras bebidas alcohólicas?
  - Sí  No  A veces
15. ¿Te parece que conseguir bebidas alcohólicas a tu edad es?:
  - Muy fácil
  - Mas o menos fácil
  - Díficil
  - Muy díficil
16. ¿Cuáles son los lugares en los que puedes conseguir bebidas alcohólicas? (marca los tres más frecuentes)
  - Tiendas
  - Supermercados
  - Licoreras
  - Su propia casa
  - Las casas de amigos
  - Otros, cuáles \_\_\_\_\_
17. ¿Alguna vez se negaron a venderte bebidas alcohólicas por ser menor de edad?
  - Sí  No  Nunca he intentado comprar

18. ¿Qué prefieres hacer en lugar de tomar? (marca tres principales)

- Dormir
- Hacer deporte
- Salir con alguien
- Comer
- Oír música
- Ver televisión
- Fumar
- Salir o Jugar con otras personas
- Estudiar
- Tomar energizantes (Red Bull, tinto, Coca-Cola)

19. Generalmente cuando tomas bebidas alcohólicas

- Te emborrachas
- Te entonas o prendes
- Tomas máximo 4 tragos
- No tomas más de 2 tragos
- Tú no tomas

20. ¿Has bebido durante varios días de seguido? (por ejemplo comienzas a beber un viernes y terminas un Domingo)

- Sí
- No

21. ¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas justo antes de llegar al colegio o escuela?

- Sí
- No

22. ¿Alguna vez has tomado bebidas alcohólicas durante el tiempo que estabas en el colegio o escuela

- Sí
- No

23. La última vez que bebiste fue

- En la Calle
- En una panadería
- En tu casa
- En una tienda
- En un bar
- En un estanco (o licorería)
- En la casa de un Amigo o conocido
- En una discoteca
- En una taberna
- En un parque
- En un billar
- En otro sitio ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- Tú no tomas

24. Generalmente tomas bebidas alcohólicas: (Marque solo una respuesta)

- Solo
- Casi siempre con tus amigos
- Con tus padres
- Con tíos
- Con primos
- Otros familiares
- Tú no tomas

25. Los principales motivos por los que consumes bebidas alcohólicas son: (Marca los 3 más importantes)

- Por estar con los amigos
- Por caer bien en un grupo
- Para no pensar en los problemas
- Por tener mejores relaciones
- Para superar la timidez
- Experimentar cosas nuevas
- Relajarme (quitarme el estrés)
- Sentirme mayor
- Mantenerme despierto cuando salgo
- Conquistar a alguien
- Para pasarla bien en una fiesta
- Celebrar ocasiones especiales
- Por divertirme
- Tú no tomas

26. Lo más común, cuando tomas bebidas alcohólicas es: (selecciona la fresa que mejor describa tu conducta)

- Que tomes mucho
- Que mezcles tragos
- Que tomes lo que te ofrezcan
- Que tomes poquito
- Que te emborrachas
- Tú no tomas

27. Detienes tu consumo de bebidas alcohólicas:

- Al segundo trago
- Cuando te sientes "Prendido"/"entonado"/"Prendo" cuando los amigos te dicen que pares
- Cuando estas borracho
- Tú no tomas

28. Un amigo tuyo está tomando mucho licor, ¿tú que haces?

- Le aconsejo a mi amigo parar de tomar
- Le aconsejo a mi amigo comportarse
- Le digo que coma algo
- Aviso a sus padres o a una persona mayor
- Lo miro mal
- No me importa
- No me corresponde corregirlo
- Me da miedo la reacción de esa persona
- Yo hago lo mismo

29. Marca Si o No te ha sucedido esto alguna vez:

- Sí  No Te quedaste dormido bebiendo
- Sí  No Tuviste problemas con la policía por estar bebiendo
- Sí  No Tuviste una pelea estando con tragos
- Sí  No Llegaste al colegio enguayabado
- Sí  No Te robaron estando con tragos
- Sí  No Te emborrachaste
- Sí  No Tuviste problemas en casa por beber
- Sí  No No fuiste al colegio por estar tomando
- Sí  No Tuviste vómito por haber bebido
- Sí  No Tuviste un accidente de tránsito con tragos
- Sí  No Te sacaron de un Bar, Discoteca o Taberna por ser menor de edad
- Sí  No Llegaste al colegio con una botella de alguna bebida alcohólica
- Sí  No Tuviste una pelea con tu novio o novia por estar tomando

### Continúa en la parte superior derecha

Lee las siguientes frases y responde qué tan de acuerdo o en desacuerdo estas con ellas:	Totalmente de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Si a uno le prohíben algo dan más ganas de hacerlo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me invento disculpas para no tomar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mucha gente de mi edad toma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Está bien que la ley prohíba el consumo de bebidas alcohólicas a menores de edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Está mal hecho que personas de mi edad tomen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tomar es una tradición familiar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las personas de mi edad que no toman son inmaduras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deberían sancionar a quienes dan bebidas alcohólicas a menores de edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es mejor aprender a tomar desde pequeño	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## **ANEXO 2**

### **LEGISLACION COLOMBIANA SOBRE CONSUMO DE ALCOHOL**

Como se había mencionado anteriormente, en Colombia el cumplimiento frente a la normatización del suministro y el consumo de alcohol en menores no es la más apropiada ni eficiente pues no son solo los jóvenes los implicados en sino que también compete a los adultos como directos responsables sobre el expendio, el suministro y la baja influencia normativa que ejercen algunos padres sobre sus hijos.

- Pero cuánto conocen la norma los adultos y cuántos de ellos la desacatan? Quiénes más aparte de la autoridad policial pueden proteger a los niños del consumo crónico de alcohol? Indudablemente esto es un asunto de responsabilidad social, empezando por los grandes distribuidores de licor en el país y las tiendas de barrio y de cadena. Un estudio realizado por Red Papaz a principios de este año, muestra como muchas veces las personas que trabajan al interior de estos sitios, no conocen con exactitud el contenido de lo que dice la norma ni mucho menos las razones por las cuales los menores de edad no pueden consumir alcohol.

### **ANEXO 1: LEGISLACION COLOMBIANA SOBRE CONSUMO DE ALCOHOL**

Como se había mencionado anteriormente, en Colombia el cumplimiento frente a la normatización del suministro y el consumo de alcohol en menores no es la más apropiada ni eficiente pues no son solo los jóvenes los implicados en sino que también compete a los adultos como directos responsables sobre el expendio, el suministro y la baja influencia normativa que ejercen algunos padres sobre sus hijos.

Pero cuánto conocen la norma los adultos y cuántos de ellos la desacatan? Quiénes más aparte de la autoridad policial pueden proteger a los niños del consumo crónico de alcohol? Indudablemente esto es un asunto de responsabilidad social, empezando por los grandes distribuidores de licor en el país y las tiendas de barrio y de cadena. Un estudio realizado por Red Papaz a principios de este año, muestra como muchas veces las personas que trabajan al interior de estos sitios, no conocen con exactitud el contenido de lo que dice la norma ni mucho menos las razones por las cuales los menores de edad no pueden consumir alcohol.

Respecto a las normas legales que giran en torno a este tema tenemos las siguientes, según una recopilación realizada en el 2007 por Red Papaz:

#### **1. Ley 124 de 1994 - Prohibición de bebidas embriagantes a menores de edad**

La ley 124 menciona de forma explícita que aquel menor de edad que sea hallado consumiendo alcohol deberá asistir con sus padres o acudientes a un curso de prevención de alcoholismo al ICBF o la entidad que haga sus veces. Es importante resaltar que el menor no puede ser detenido sino que deberá ser citado para comparecer ante el defensor de familia en las siguientes 48 horas.

Otro punto importante hace mención a las sanciones que implanta la ley por el suministro de alcohol a menores por parte de un adulto; puesto que aquella persona que les facilite su adquisición será sancionada de conformidad con las normas establecidas para los expendedores. (Código Nacional de Policía. Art.1 (Decreto- Ley 1355 de 1970). Para evitar inconvenientes legales, es necesario que los establecimientos de comercio coloquen el contenido de la ley en un sitio visible y expresa la prohibición de la venta de alcohol a menores de edad.

## **2. Resolución 982 de 1994 – Medidas sanitarias**

En cuanto a las medidas sanitarias, debe quedar claro lo siguiente:

-Las bebidas embriagantes con grado alcoholimétrico inferior a 2.5 no podrán ser promocionadas ni expendidas a menores de edad y su publicidad tendrá las mismas restricciones que las bebidas alcohólicas.

-Está prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas dirigida a la población infantil.

-En la etiqueta de estos productos debe aparecer la frase “este producto es nocivo para la salud de los niños y de las mujeres embarazadas”

## **3 . Decreto 1286/2005 del Ministerio de Educación Artículo 12. Numeral D**

La prohibición de organizar, promover o patrocinar eventos (por parte de las asociaciones de padres de Familia) en los cuales se consuma licor o se practiquen juegos de azar también son sancionados por la ley. Actualmente en mucho colegios hay una mayor conciencia y responsabilidad al respecto.

## **4. Ley 1098 de 2006 – Ley de Infancia**

La ley de infancia del 2006 establece que los niños, las niñas y los adolescentes serán protegidos contra el consumo de tabaco, sustancias psicoactivas, alcohólicas o estupefacientes. Así mismo establece las siguientes obligaciones específicas:

- Las autoridades deben diseñar mecanismos para prohibir el ingreso a establecimientos destinados a juegos de suerte y azar, venta de licores, cigarrillos o productos derivados del tabaco y que ofrezcan espectáculos con clasificación para mayores de edad.
- Los medios de comunicación deberán abstenerse de transmitir por televisión publicidad de cigarrillos y alcohol en horarios catalogados como franja infantil por el organismo competente.
- La Policía Nacional debe adelantar labores de vigilancia a fin de controlar e impedir el ingreso de los jóvenes a lugares de diversión, destinados al consumo de bebidas alcohólicas y cigarrillos, y adelantar labores de vigilancia sobre venta y porte de bebidas embriagantes en menores

## **5. Normas Distritales:**

### **1. Código de Policía de Bogotá, Acuerdo 79 de 2003**

Al igual que en la ley de infancia, se prohíbe contundentemente el porte o consumo de tabaco, bebidas embriagantes, estupefacientes o tóxicas junto con la venta o suministro de tales sustancias en establecimientos en donde se consuman exclusivamente bebidas embriagantes ( Artículo 117, Numerales.1.5.1. y 1.2

## **2. Decreto 415 de 1994 Alcaldía Mayor de Bogotá - Consumo de licores por parte de menores y su presencia en lugares públicos y en ciertos establecimientos**

Es obligación de La Secretaría de Educación adoptar medidas para difundir la prohibición del consumo de alcohol por parte de menores en lugares públicos en escuelas y colegios, a través del diseño y entrega de material didáctico dirigido a docentes, estudiantes y padres.

Por otro lado los establecimientos que vendan o suministren bebidas embriagantes a menores de edad serán sancionados con el cierre del establecimiento por 2 meses y si reincide, la clausura será definitivamente, ya que está prohibida la presencia de menores de 18 años en establecimientos dedicados exclusivamente al expendio o consumo de licores o bebidas alcohólicas.

## **3. Decreto 921 de 1997 Expendio o consumo de bebidas alcohólicas en el espacio público y Ley 232 de 1995, en las tiendas no se deben consumir bebidas alcohólicas.**

El presente decreto es quizás uno de los más importantes a la hora de hacer prevención sobre consumo de alcohol en menores, ya que está prohibido que alrededor de instituciones educativas se encuentren establecimientos de venta de esta sustancia en un radio de 2 cuadras. El establecimiento que se encuentre dentro del área de influencia está sujeto a un acuerdo de regulación.

En cuanto al consumo de alcohol en espacios públicos está prohibido que los adultos consuman en sitios abiertos.



## ANEXO 3 ANEXO TECNICO

### 1. Introducción

Este documento pretende documentar las actividades metodológicas las principales actividades de la fase logística en sus tres etapas: diseño (muestral, logístico, instrumento), planeación (divulgación, sensibilización y alistamiento) y ejecución (contacto, concertación, aplicación, crítica y procesamiento) de la encuesta *consumo de alcohol y variables asociadas* en la población escolarizada de educación básica secundaria y media, grados 6<sup>o</sup> a 11<sup>o</sup>, cuyas sedes se encuentran en las áreas urbanas de las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Florencia, Puerto Boyacá y Sabanalarga.

### 2. Definiciones

#### 2.1 Universo de estudio

El universo de estudio está constituido por los estudiantes matriculados en instituciones educativas de carácter formal en los calendarios: único, mañana y tarde y en los grados 6 a 11.

#### 2.2 Dimensión de la población objetivo

La población objetivo está constituida por los estudiantes matriculados en instituciones educativas de carácter formal en los calendarios: único, mañana y tarde, en los grados 6<sup>o</sup>, 7<sup>o</sup>, 8<sup>o</sup>, 9<sup>o</sup>, 10<sup>o</sup> y 11<sup>o</sup> de las instituciones educativas localizadas en la zona urbana<sup>40</sup> de las ciudades de: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Tunja, Bucaramanga, Florencia, Puerto Boyacá y Sabanalarga.

En el marco global se identificaron 11.060.000 alumnos matriculados en instituciones educativas en los niveles, preescolar, básica primaria, básica secundaria y media, de esta población 4.156.686 están matriculados en los grados 6<sup>o</sup>, 7<sup>o</sup>, 8<sup>o</sup>, 9<sup>o</sup>, 10<sup>o</sup> y 11<sup>o</sup> en todo el país y la población objetivo de este estudio está constituida por 1.302.686 estudiantes, los cuales se pueden agrupar en 40.900 cursos

Los cálculos de expansión o restitución a la población, las estimaciones y conclusiones son válidas únicamente para esta población, se excluye las instituciones educativas que no tienen ningún curso de 6 a 11, las instituciones de jornada nocturna y sedes ubicadas en el sector rural y las Instituciones educativas con sede en las áreas metropolitanas de las ciudades de Medellín, Bucaramanga y Barranquilla.

La inclusión de las ciudades se definió desde una perspectiva temática: las cinco principales capitales, dos capitales (Florencia, Tunja) con resultados atípicos en estudios anteriores y dos ciudades pequeñas (Sabalarga y Puerto Boyacá) como elementos de contraste, una en la costa atlántica y otra en la zona andina.

---

<sup>40</sup>En este estudio no se incluyeron las Instituciones Educativas localizadas en las áreas metropolitanas de Medellín, Bucaramanga y Barranquilla.

**Tabla 1.**  
**Dimensión de la Población muestreada según UPM y USM**

	Ciudad	Cursos	Alumnos
1	Bogotá	20.478	688.593
2	Medellín	7.002	210.048
3	Cali	6.030	182.473
4	Barranquilla	4.047	121.419
5	Bucaramanga	1.957	58.712
6	Tunja	574	17.036
8	Florencia	451	13.610
9	Sabanalarga	242	7.252
7	Puerto Boyacá	119	3.543
	TOTAL	40.900	1.302.686

### 2.3 Unidades Estadísticas

**Tabla 2.**  
**Unidades estadísticas**

UNIDAD ESTADÍSTICA	DESCRIPCIÓN
Análisis	Alumno
Muestreo	
Unidad Primaria de Muestreo UPM	Cursos
Unidad Secundaria de Muestreo USM	Alumnos
Informante	Alumno

### 2.4 Cobertura geográfica

La cobertura geográfica de este estudio son las áreas urbanas de las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga, Barranquilla, Tunja, Florencia, Puerto Boyacá y Sabanalarga.

### 2.5 Marco muestral de la investigación

El marco muestral se construyó a partir de varios directorios sectoriales:

- DUE: directorio único de establecimientos educativos
- Directorio Pruebas SABER (marco)
- Directorio ICFES (marco)
- Registro de Matrícula por Institución educativa y grado

El marco final contiene la información por ciudad de:

- a. Establecimientos educativos, identificación, sector, grados.
- b. Número de alumnos matriculados por grado.

## 2.6 Unidades de muestreo

Las unidades primarias de muestreo (UPM) son los cursos de cada institución educativa con el número de alumnos en cada uno de los grados de 6 a 11. La Unidad secundaria de muestreo (USM) son los alumnos de los cursos seleccionados, se aplica el instrumento a todos los alumnos del curso que estuvieron presentes en la institución educativa en el día del aplicativo.

## 3. Diseño muestral

### 3.1 Objetivo del diseño muestral

El objetivo general de la investigación es estimar las prevalencia de consumo de alcohol en jóvenes escolarizados matriculados en los grados 6 a 11 en instituciones educativas de carácter formal en las ciudades Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga, Barranquilla, Tunja, Florencia, Puerto Boyacá y Sabanalarga. Como objetivos específicos son conocer características, asociadas al consumo de bebidas alcohólicas y especialmente las prevalencias de consumo.

### 3.2 Método de muestreo

El método de muestreo es: *muestreo probabilístico estratificado por conglomerados desiguales en una sola etapa*

**Probabilístico:** Todos los estudiantes tienen una probabilidad diferente de cero de ser seleccionados en la muestra.

**Multietápico:** La selección de los alumnos de la población objetivo se realiza por etapas, en primer lugar se seleccionan los grados (UPM) y en este curso se encuestaron a todos los alumnos (USM).

**Conglomerados:** El diseño Multietápico requiere la construcción de unidades de muestreo que contengan las unidades primarias. Los salones de clase se consideran como un conglomerado natural.

**Estratificado:** La estratificación en un diseño muestral es necesaria para dividir una población heterogénea en subpoblación homogéneas respecto a los objetivos del estudio, la división debe ser exhaustiva y excluyente por cuanto cada unidad debe pertenecer a solamente un estrato. El objetivo principal es dividir la población objetivo en subpoblaciones homogéneas internamente y heterogéneas entre ellas.

Otros objetivos de la estratificación es obtener información de un estrato por la necesidad del estudio de obtener estimaciones independientes en cada uno de ellos.

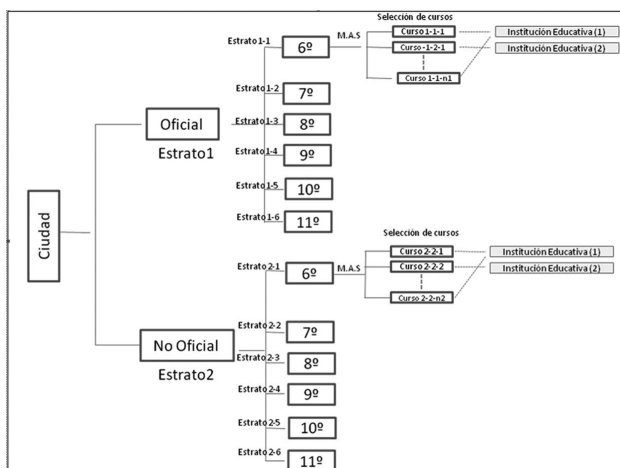
El requisito de la estratificación es tener información auxiliar en el marco que permita clasificar la población en cada uno de los estratos, las variables de estratificación seleccionadas son las siguientes:

- Propiedad de la institución educativa: Oficial y no oficial.
- Grados 6 a 11.

### 3.3 Esquema del diseño muestral

El esquema de muestra se presenta el esquema de muestreo, las instituciones se dividen en los sectores (oficial y no oficial), en segundo lugar se clasifican por grados, en esta etapa, se construye el marco de la jornada principalmente en el sector oficial y se seleccionan con muestreo aleatorio simple (MAS) los cursos, los resultados pueden arrojar una institución por grado o con replica.

**Esquema 1.**  
**Esquema del Diseño muestral por ciudad**



### 3.4 Metodología para el cálculo de los errores muestrales

#### 3.4.1 Introducción

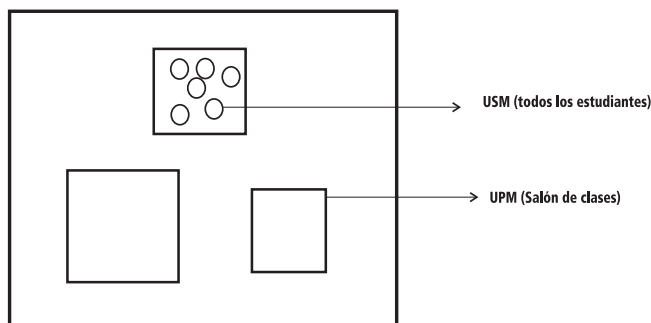
El diseño muestral en este estudio, se denomina *muestreo estratificado por conglomerados desiguales en una sola etapa*, en este diseño todos o ninguno de los elementos (USM: estudiantes) que componen un conglomerado (UPM: cursos) están en la muestra. Este diseño utilizado con frecuencia en encuestas educativas aprovecha la ventaja natural de utilizar el salón de clase como conglomerado, en lugar de las Instituciones Educativas (IE).

Esta estrategia del diseño disminuye la correlación intra clásica, además el costo marginal de recolección de la unidad secundaria es mínimo pero operativamente tiene una mayor complejidad al tener que

visitar una mayor cantidad de Instituciones Educativas. Este diseño se ajusta a las necesidades del estudio, en donde la inferencia y la expansión se realizan a nivel de estudiante y no de instituciones educativas.

Al seleccionar el salón de clase como UPM en lugar de la Institución educativa evita la concentración de información en pocas instituciones evitando el efecto de medir actitudes opiniones e imaginarios similares de los estudiantes en un espacio social homogéneo.

**Esquema 2.**  
**Muestreo por conglomerados en una etapa con tamaños desiguales**



En cada estrato se seleccionó una muestra aleatoria de  $n$  unidades primarias (cursos), esta selección se realizó, generando números aleatorios del algoritmo “Tornado de Mersenne”. Al salón de clases seleccionado se midió las variables de interés en todas las unidades secundarias (estudiantes). En la práctica los tamaños de los conglomerados son desiguales, el número de estudiantes tiene un rango de aproximadamente 30, con un promedio cerca de 28 estudiantes por curso. Por lo que el diseño es de conglomerados desiguales en una sola etapa.

Este diseño es auto ponderado si las UPM se seleccionan con la misma probabilidad, la prevalencia se estima como un caso especial de promedio en donde la variable aleatoria  $y_i$  toma valor uno (1), si el estudiante tienen la característica y cero (0) si no la tiene. En este escenario la estimación de la proporción es un caso especial de promedio que se estima con el siguiente estadístico:

$$\bar{y}_r = \frac{\sum t_i}{\sum M_i} \quad (1)$$

En el estimador anterior (1) se observa que tanto el numerador como el denominador son variables aleatorias que cambian en cada UPM, por lo que el cálculo de los errores se deduce del cálculo de los errores en estimadores de razón, en donde el número de alumnos con la característica está asociado al tamaño del curso.

La notación  $\bar{y}_r$  se debe al argumento anterior de utilizar las ventajas de los estimadores de razón.  
 $\hat{B} = \frac{\hat{t}_y}{\hat{t}_x}$  En este caso el tamaño del curso asume la función de la variable auxiliar ( $x$ )

### 3.4.2 Notación para el muestreo por conglomerado

La notación utilizada en este estudio es la siguiente:

$N$ : Número de unidades primarias en la población (cursos).

$M_i$ : Número de unidades secundarias en la unidad primaria ( $i$ ) (estudiantes)

$K = \sum_{j=1}^N M_j$  Cantidad total de unidades secundarias en la población

$t_i = \sum_{j=1}^{M_i} y_{ij}$  Total en la unidad primaria ( $i$ )

Estimador de proporción (en general, se espera que  $t_i$  estén correlacionados con  $M_i$ )

$$\bar{y}_r = \frac{\sum t_i}{\sum M_i}$$

$$EE(\hat{\bar{y}}_r) = \sqrt{\left(1 - \frac{n}{N}\right) \frac{1}{nM^2} \frac{\sum M_i^2 (\bar{y}_i - \bar{y}_r)^2}{n-1}} \quad (2)^{41}$$

Las estimaciones de los errores de muestreo se presentan de manera estandarizada en términos de coeficientes de variación.

$$CV = \frac{\bar{EE}(\hat{\bar{y}}_r)}{\hat{\bar{y}}_r} \quad (3)$$

La varianza de los estimadores para muestras estratificadas:

$$V(y_{est}) = \sum_{h=1}^H \left(1 - \frac{n_h}{N_h}\right) \left(\frac{N_h}{N}\right)^2 \frac{s_h^2}{n_h} \quad (4)$$

## 4. Resultados por ciudades

Las estimaciones de la prevalencia se presentan desagregadas en los niveles de:

Prevalencia vida, año, mes y semana. Por lo que las estimaciones de los errores de muestreo en términos absolutos (para la construcción de los intervalos de confianza) y en términos de coeficientes de variación (3), como guía de interpretación los siguientes criterios<sup>42</sup>: En términos generales coeficientes de variación menores al 5% indican errores de muestreo muy pequeños y por consiguiente la calidad de la estimación en términos de precisión, coeficientes entre el 5% y 16% indica estimadores publicables sin restricciones, entre 16% y 30% publicables con restricción y coeficientes de variación superiores al 30% estimaciones restringidas.<sup>43</sup>

<sup>41</sup> La documentación de la fórmula [2] se puede consultar en el libro Muestreo Diseño y análisis Sharon Lohr, página 143

<sup>42</sup> Para una mayor información consultar los documentos sobre técnicas de diseño y desarrollo de encuestas del DANE.

<sup>43</sup> Para una mayor información consultar documento Técnicas de diseño y desarrollo de encuestas TDDE - DANE

Otra forma de evaluar las estimaciones, es calcular el efecto del diseño, que consiste en comparar el error de muestreo del estimador con la estimación del error si se hubiera utilizado un muestreo aleatorio simple (MAS) con las mismas características de la muestra (prevalencia, tamaño de muestra), en este caso un MAS se tendría que construir un marco de lista con todos los estudiantes y seleccionar una muestra aleatoria. Si el indicador es cercano a uno, los dos diseños son similares, pero en la medida que el indicador tome valores superiores a 3 el diseño utilizado tiene niveles de ineficiencia en las estimaciones respecto al tamaño de muestra o diseño utilizado.

Para cada ciudad se presentan los errores de muestreo, coeficientes de variación para las prevalencias, para el total y desagregada por tipo de colegio (oficial y no oficial).

#### 4.1 Barranquilla

En la ciudad de Barranquilla se aplicaron en 1.049 encuestas, en 37 cursos y 27 Instituciones educativas.

**Tabla 3. Errores de muestreo, coeficientes de variación y efecto del diseño Total Barranquilla**

Prevalencias	Error de Muestreo	Coeficiente de variación	Efecto del diseño
Vida	0,0360	4,64%	2,726
Año	0,0379	6,46%	2,419
Mes	0,0312	14,36%	2,378
Semana	0,0199	16,13%	1,907

##### 4.1.1 Tipo de colegio

**Tabla 4. Errores de muestreo y coeficientes de variación desagregado por tipo de Institución - Barranquilla**

Prevalencia	TIPO			
	Errores de muestreo		Coeficientes de variación	
	Oficial	No oficial	Oficial	No oficial
Vida	0,0347	0,0395	4,61%	4,71%
Año	0,1863	0,0308	6,88%	5,36%
Mes	0,0351	0,0209	16,25%	9,51%
Semana	0,0236	0,0104	18,02%	9,95%

#### 4.2 Bucaramanga

En la ciudad de Bucaramanga se aplicaron en 1.045 estudiantes, en 32 cursos y 23 Instituciones educativas.

**Tabla 5. Errores de muestreo, coeficientes de variación y efecto del diseño Total Bucaramanga**

Prevalencias	Error de Muestreo	Coefficiente de variación	Efecto del diseño
Vida	0,0373	4,40%	3,332
Año	0,0477	7,41%	3,176
Mes	0,0437	16,42%	3,155
Semana	0,0246	18,66%	2,318

**Tabla 6. Errores de muestreo y coeficientes de variación desagregados por tipo de Institución - Bucaramanga**

Prevalencia	TIPO			
	Errores de muestreo		Coeficiente de variación	
	Oficial	No oficial	Oficial	No oficial
Vida	0,0370	0,0381	4,40%	4,40%
Año	0,0429	0,0580	6,51%	9,53%
Mes	0,0392	0,2407	15,34%	18,48%
Semana	0,1981	0,4907	15,89%	24,01%

### 4.3 Bogotá

En la ciudad de Bogotá se aplicaron en 1.034 encuestas, en 34 cursos y 33 Instituciones educativas.

**Tabla 7. Errores de muestreo, coeficientes de variación y efecto del diseño Total Bogotá**

Prevalencias	Error de Muestreo	Coefficiente de variación	Efecto del diseño
Vida	0,0273	3,04%	2,858
Año	0,0416	5,96%	2,866
Mes	0,0435	15,64%	3,014
Semana	0,0264	23,28%	2,533

**Tabla 8. Errores de muestreo y coeficientes de variación Bogotá según tipo de Institución Educativa**

Prevalencia	TIPO			
	Errores de muestreo		Coeficientes de variación	
	Oficial	No oficial	Oficial	No oficial
Vida	0,0263	0,0220	2,92%	2,46%
Año	0,0525	0,0435	7,47%	6,19%
Mes	0,2291	0,0563	15,65%	15,64%
Semana	0,0178	0,0393	22,59%	23,78%



#### 4.4 Cali

En la ciudad de Cali se aplicaron en 1.135 encuestas, en 33 cursos y 25 Instituciones educativas.

**Tabla 9. Errores de muestreo, coeficientes de variación y efecto del diseño Total Cali**

Prevalencias	Error de Muestreo	Coefficiente de variación	Efecto del diseño
Vida	0,0624	7,41%	5,707
Año	0,0780	11,70%	5,533
Mes	0,0651	22,48%	4,838
Semana	0,0378	27,97%	3,731

**Tabla 10. Errores de muestreo y coeficientes de variación Cali según Tipo de Institución Educativa**

Prevalencia	TIPO		Coeficientes de Variación	
	Error de Muestreo		Oficial	No oficial
Vida	Oficial	No oficial	Oficial	No oficial
Vida	0,0374	0,0841	4,46%	9,95%
Año	0,0478	0,1043	7,28%	15,44%
Mes	0,0407	0,0863	15,36%	27,76%
Semana	0,0248	0,0491	19,69%	34,31%

#### 4.5 Medellín

En la ciudad de Medellín se aplicaron en 1.037 encuestas, en 32 cursos y 21 Instituciones educativas.

**Tabla 11. Errores de muestreo, coeficientes de variación y efecto del diseño Total Medellín**

Prevalencias	Error de Muestreo	Coefficiente de variación	Efecto del diseño
Vida	0,0221	2,43%	2,4225
Año	0,0377	4,92%	2,8094
Mes	0,0478	10,77%	3,0316
Semana	0,0241	9,15%	1,7232

**Tabla 12. Errores de muestreo y coeficientes de variación Medellín según Tipo de Institución Educativa**

Prevalencia	TIPO			
	Error de Muestreo		Coeficientes de Variación	
	Oficial	No oficial	Oficial	No oficial
Vida	0,0179	0,0333	1,95%	3,77%
Año	0,0179	0,0652	3,54%	8,78%
Mes	0,0359	0,0798	7,98%	18,61%
Semana	0,1894	0,0478	9,68%	17,29%

#### 4.6 Florencia

En la ciudad de Florencia se aplicaron en 1.088 encuestas, en 47 cursos y 15 Instituciones educativas.

**Tabla 13. Errores de muestreo, coeficientes de variación y efecto del diseño Total Florencia**

Prevalencias	Error de Muestreo	Coeficiente de variación	Efecto del diseño
Vida	0,0360	4,64%	3,4435
Año	0,0379	6,46%	2,5771
Mes	0,0312	14,36%	2,2687
Semana	0,0199	16,13%	1,9639

**Tabla 14. Errores de muestreo y coeficientes de variación Medellín según Tipo de Institución Educativa**

Prevalencia	TIPO			
	Errores de Muestreo		Coeficientes de Variación	
	Oficial	No oficial	Oficial	No oficial
Vida	0,0244	0,0070	2,74%	0,86%
Año	0,0322	0,0114	4,49%	2,08%
Mes	0,0276	0,0097	10,46%	3,97%
Semana	0,0221	0,0183	17,77%	17,59%

#### 2.7 Puerto Boyacá

En la ciudad de Puerto Boyacá se aplicaron en 1.106 encuestas, en 36 cursos y 5 Instituciones educativas.

**Tabla 15. Errores de muestreo, coeficientes de variación y efecto del diseño Total Puerto Boyacá**

Prevalencias	Error de Muestreo	Coficiente de variación	Efecto del diseño
Vida	0,0284	3,84%	2,5060
Año	0,0357	6,07%	2,4642
Mes	0,0307	13,39%	2,2675
Semana	0,0155	14,96%	1,5463

**Tabla 16. Errores de muestreo y coeficientes de variación Puerto Boyacá según Tipo de Institución Educativa**

	TIPO			
	Error de muestreo		Coficiente de Variación	
Prevalencia	Oficial	No oficial	Oficial	No oficial
Vida	0,0265	0,0429	3,18%	5,01%
Año	0,0356	0,0367	5,37%	5,31%
Mes	0,0300	0,0363	11,74%	12,67%
Semana	0,0151	0,0186	13,13%	13,31%

## 2.8 Sabanalarga

En la ciudad de Sabanalarga se aplicaron en 1.028 encuestas, en 34 cursos y 10 Instituciones educativas.

**Tabla 17. Errores de muestreo, coeficientes de variación y efecto del diseño Total Sabanalarga**

Prevalencias	Error de Muestreo	Coficiente de variación	Efecto del diseño
Vida	0,0466	6,63%	3,2604
Año	0,0407	8,02%	2,5663
Mes	0,0226	13,30%	1,8642
Semana	0,0148	14,48%	1,5387

**Tabla 18. Errores de muestreo y coeficientes de variación Sabanalarga según Tipo de Institución Educativa**

	TIPO			
	Errores de Muestreo		Coficiente de Variación	
Prevalencia	Oficial	No oficial	Oficial	No oficial
Vida	0,0450	0,0566	6,55%	7,05%
Año	0,0387	0,0531	7,84%	8,93%
Mes	0,0212	0,0317	13,07%	14,40%
Semana	0,0140	0,0201	13,71%	19,32%

## 5. Bitácora del operativo

En este capítulo se presenta un resumen del operativo de campo que se realizó en los meses de Agosto, septiembre y octubre de 2008.

El trabajo de campo realizado en 9 ciudades, 173 Instituciones educativas, 327 cursos y contestaron la encuesta 9.666 estudiantes.

El operativo de campo comienza con la etapa de sensibilización en las Secretarías de Educación, las cuales apoyaron con la divulgación y solicitud a los rectores de las Instituciones seleccionadas de la colaboración para que el operativo se realice de acuerdo con el protocolo de aplicación.

En el contacto con los rectores o con el funcionario delegado se realizó la presentación del estudio, los objetivos, el uso de los resultados y el compromiso de compartir los resultados del estudio con las Instituciones participantes. En esta reunión se le entregó al rector un CD<sup>44</sup> con documentos relacionados con el consumo de sustancias psicoactivas y que fueron seleccionados con el propósito de apoyar programas de prevención y divulgación en las instituciones.

Con estas estrategias de sensibilización se logró la colaboración de la mayoría de instituciones educativas seleccionadas con excepción de dos instituciones en Bogotá y tres Instituciones en Cali las cuales no colaboraron con la aplicación. En el resto la aplicación se realizó de acuerdo con el protocolo establecido logrando una aplicación homogénea en la Instituciones participante. La mayor dificultad en campo, fue lograr la colaboración de las instituciones educativas privadas.

Después de la etapa de sensibilización se selecciona un curso del grado seleccionado previamente, para el efecto se utilizó una tabla de número aleatorios, se construía el marco y se seleccionaba el salón de clases, se verificaba el número de estudiantes registrado en el marco, por lo general este número coincidía.

El día concertado, se aplicó el protocolo de recolección, se obsequiaba el lápiz a los estudiantes y el aplicador realizaba el primer control de calidad en la recolección era el de verificar que la encuesta estuviera totalmente diligenciada.

El instrumento no presentó inconvenientes y algunos estudiantes dejaron de responder preguntas del último bloque, pregunta No 30: *“Lee las siguientes frases y responde qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con ella”*

El protocolo utilizado en la aplicación de la encuesta fue el siguiente:

1. Al llegar al colegio debe dirigirse al rector o la persona encargada.
2. Ya teniendo esta información y los grados seleccionados debe dirigirse a ellos y asignar un aplicador a cada curso con el número de encuestas y lápices requeridos por cada curso.

---

<sup>44</sup>El CD contiene temas como: Alcohol y maltrato, alcoholismo y prevalencia mundial, percepción del riesgo, monografía alcohol, adolescentes y alcohol padres y madres, alcohol y familia, como afecta el alcohol el mundo del niño, como hablar con los hijos sobre alcohol y drogas, conversando con los niños acerca del alcohol, factores de riesgos y protección para alcohol en adolescentes, haga la diferencia hable con sus hijos sobre el uso del alcohol, inteligencia emocional y el consumo de alcohol y tabaco en adolescentes, mantengamos a los niños libres de alcohol, alcohol y otras drogas, drogas acciones y drogodependencias, guía de alcohol y drogas, neuroscienciebook, y el kit de mejoramiento institucional del Ministerios de Educación nacional.

3. El coordinador SIEMPRE debe tener una reserva de encuestas porque ningún alumno del curso debe quedar por fuera de la aplicación y se debe tener en cuenta que no se puede sacar fotocopias ya que el instrumento es impreso y NO fotocopiado.
4. Debe estar pendiente de la realización del procedimiento y el diligenciamiento de los formatos de control.
5. Estar revisando constantemente la lista de chequeo para no olvidar ningún paso.
6. Al momento de terminar la aplicación verificar el número de encuestas por cada curso y la información de los formatos.
7. El coordinador debe llenar el formato correspondiente al colegio incluida la lista de chequeo y los aplicadores deben llenar el formato de cada curso.
8. Ya teniendo todo revisado se dirigen nuevamente al rector o persona encargada, se hace firmar el formato y se despide agradeciendo la colaboración.

### **Pasos para el aplicador:**

1. El coordinador debe decirle a que curso ir y el número de alumnos del curso y así verificar que cuente con el material necesario para la aplicación (encuestas y lápices).
2. En caso de que le falte material el coordinador debe suministrarle lo necesario.
3. Al entrar al curso salude, preséntese y presente el proyecto.
4. Explicar al profesor el procedimiento invitándolo a que permanezca en la puerta del salón sin intervenir en el proceso y a su vez garantizando el orden de los estudiantes.
5. Se les pide a los estudiantes que ocupen sus puestos y se les dice en voz alta lo siguiente:

“Gracias por participar en este estudio. Les voy a entregar un formulario con información acerca del consumo de bebidas alcohólicas. Las bebidas alcohólicas son aquellas que producen embriaguez o borrachera; es decir, el vino, la cerveza, el aguardiente, el vodka, el whisky y otras”.

“La idea es que ustedes llenen el formulario con toda sinceridad. El formulario es anónimo y confidencial. Ustedes no deben colocar su nombre en ninguna parte del formulario. Nadie conocerá los resultados por salón ni por colegio”.

“Este estudio es realizado por la Corporación Nuevos Rumbos y ayudará a conocer qué está sucediendo con el consumo de bebidas alcohólicas en el país”.
6. A continuación se reparte el formulario. Cuando todos tengan el formulario se les dice en voz alta:

“Si alguien tiene alguna pregunta, sobre algo que no sea claro o sobre cualquier otro asunto del estudio, por favor levante la mano y yo me acercaré a su puesto”.

“Si alguien no quiere diligenciar el cuestionario, déjelo en blanco”

7. Si hay alumnos con comportamiento inadecuado, se les pide el favor de terminar de diligenciar el cuestionario de manera amable.
8. Se les indica que a medida que vayan terminando la encuesta se les recogerá en cada puesto verificando que este diligenciada en su totalidad.
9. Cuando todos terminen, dé las gracias a todos, retírese del lugar y diligencie los formatos correspondientes (el que corresponde al curso).
10. Verifique con el coordinador el número de encuestas y el diligenciamiento del formato.

Al terminar la aplicación, la segunda actividad de control de calidad es verificar el número de formularios diligenciados correctamente y registrar las tasas de No respuestas parciales y totales.

Las tasas de no respuestas parciales son muy bajas, pero en la ciudad de Barranquilla la tasa de no respuesta fue mayor debido a la no asistencia de estudiantes a las instituciones en días de lluvias.

En la mesa de control en Bogotá se realizó la crítica de los instrumentos, se realizó una crítica básica de marcación para minimizar los problemas de lectura e imputación de campos como jornada y grado. En esta etapa se asignaba un código de identificación de la institución educativa, grado y curso necesarios para la identificación de estratos y unidad primaria de muestreo.

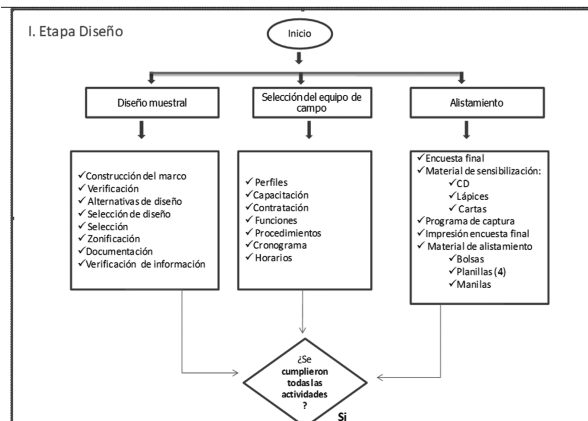
Después del procesamiento electrónico de las encuestas realizado en la Universidad Militar Nueva Granada, se realizó crítica que consistió básicamente en verificar la calidad en la lectura de instrumentos, se identificaron algunas dificultades en campo como edad, grado, edad de inicio y número de cervezas "*la última vez que tomaste cerveza*". Estas inconsistencias se corrigieron directamente el archivo de datos en formato.

Los archivos finales en formatos tienen la siguiente estructura: 1. Las variables y datos como resultado del procesamiento electrónico, conservando los antecedentes; 2. Las variables recodificadas con las etiquetas de la encuestas y 3. Variables de identificación de las Instituciones Educativas (código DANE), identificación de la UPM (conglomerado) y el factor de expansión calculado para cada celda de los estratos, de acuerdo al diseño.

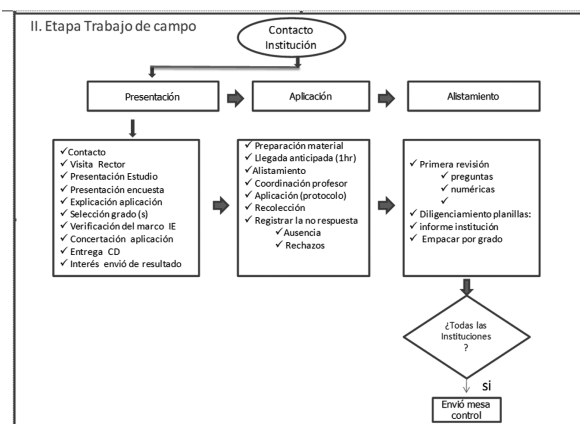
## 5.1 Procesos

En este anexo se presenta un resumen de las actividades y productos en cada una de las tres etapas de la investigación: Diseño, Logística y Análisis.

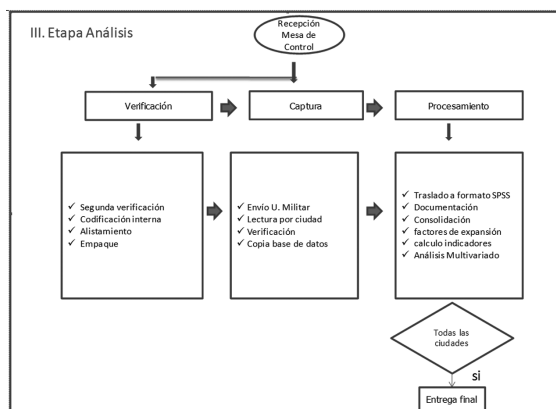
**Tabla 19.**  
**Esquema de la primera etapa**



**Tabla 20.**  
**Esquema de la segunda etapa**



**Tabla 21.**  
**Esquema en la tercera etapa**



### **Bibliografía**

- Cochran W.G. 1977 Técnicas de Muestreo. Tercera edición. Wiley
- Lohr L.S. 2000 Muestreo: Diseño y Análisis Primera edición. Thomson
- Kish , L 1965 Survey sampling Wiley



Este estudio fue financiado por Bavaria S.A., dentro de su política de responsabilidad social empresarial. El proyecto fue iniciativa de Nuevos Rumbos. Bavaria no tuvo intervención en ninguna de las fases de preparación o ejecución del proyecto. Por política empresarial, Bavaria S.A. no tiene acceso a las bases de datos con informaciones referentes a menores de 18 años, y en este caso concreto tales bases de datos son propiedad exclusiva de la Corporación Nuevos Rumbos.