

**MUJERES BAJO EFECTOS DEL CONSUMO DE ALCOHOL
VULNERABLES A TENER RELACIONES SEXUALES SIN PROTECCIÓN**

TRABAJO DE GRADO

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO DE ESPECIAL INTERÉS PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
BOGOTÁ D.C., NOVIEMBRE de 2017**

**MUJERES BAJO EFECTOS DEL CONSUMO DE ALCOHOL
VULNERABLES A TENER RELACIONES SEXUALES SIN PROTECCIÓN**

TRABAJO DE GRADO

**Ps. MSc. FERNANDO GERMAN GONZALEZ GONZALEZ
ASESOR**

Paula Andrea Buitrago Bonilla (425014)

Lineth Andrea Moncada Luna (424940)

Angie Lorena Galeano Ruiz (425243)

Maria Camila Riaño Gómez (425301)

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO DE ESPECIAL INTERÉS PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
BOGOTÁ D.C., NOVIEMBRE de 2017**



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5 CO)

Este es un resumen legible por humanos (y no un sustituto) de la [licencia](#). [Advertencia](#).



Usted es libre para:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

Adaptar — remezclar, transformar y crear a partir del material

El licenciente no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia

Bajo los siguientes términos:



Atribución — Usted debe darle crédito a esta obra [de manera adecuada](#), proporcionando un enlace a la licencia, e [indicando si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo del licenciente.



NoComercial — Usted no puede hacer uso del material con [fines comerciales](#).



“Las opiniones expresadas en este trabajo son responsabilidad de los autores; la Facultad de Psicología de la Universidad Católica de Colombia ha verificado el cumplimiento de las condiciones mínimas de rigor científico y de manejo ético.”

(Artículo 65 Reglamento Interno)

Agradecimientos

Nuestros agradecimientos a quienes nos asesoraron en el desarrollo del Trabajo de Grado: profesor Fernando Germán González González, el cual nos acompañó durante todo el proceso, de formación y ejecución, seguimiento y enseñanza que nos brindaron, a nuestros padres y compañeros por el apoyo incondicional, finalmente A la Universidad Católica de Colombia por su formación integral.

Dedicatoria

A nuestros padres, familiares, y compañeros de vida, quienes con inmensa gratitud y cariño estuvieron siempre apoyándonos con amor y comprensión durante la trayectoria de nuestra carrera profesional.

Tabla de contenido

Resumen	11
Justificación	12
Marco teórico	16
Objetivos	28
Objetivo General	28
Objetivo Específico	28
Metodología	29
a. Tipo de estudio, 29	
b. Población, 29	
c. Tipo de muestreo, 30	
d. Participantes, 30	
e. Características sociodemográficas de la muestra, 30	
f. Materiales e instrumentos, 30	
g. Consideraciones éticas, 31	
Estudio de mercadeo	33
a. Objetivo general del estudio de mercadeo, 34	
b. Objetivo específico del estudio de mercadeo, 34	
c. Descripción del producto, 34	
d. Nombre, logo, 36	
e. Producto básico, 36	
f. Producto real, 36	
g. Producto ampliado, 37	
h. Factor diferenciador, 37	
i. Variables psicológicas, 37	
j. El cliente, 37	
k. Mercado potencial, 38	
l. Mercado objetivo, 38	
m. Mercado meta, 38	
n. La competencia, 39	
o. Directa y sucedánea, 39	
p. Productos de la competencia, 40	
q. Análisis DOFA, 43	
r. Estrategia, 43	
s. Canales de distribución, 44	
t. Resultados del estudio de mercadeo, 44	
u. Discusión del estudio de mercadeo, 48	
v. Presupuesto, 49	
Conclusiones	50
Referencias	51

Lista de tablas

Tabla 1. Campañas publicitarias de marcas de cervezas, Colombia, 41

Tabla 2. Análisis DOFA, 42

Tabla 3. Matriz de encuesta de validación de producto, 43

Tabla 4. Moda de respuestas por pregunta, 46

Tabla 5. Porcentaje de respuestas Si por pregunta, 47

Tabla 6. Porcentaje de respuesta No por pregunta, 48

Tabla 7. Gastos del proyecto, 49

Lista de figuras

Figura 1, Logo Mujeres nuestro plan, 21

Figura 2, Necesidades de clientes, 26

Lista de apéndices

Apéndice A. Test CAGE, 57

Apéndice B. Encuesta de mercado, 59

Apéndice C. Consentimiento Informado, 60

Apéndice D, Encuesta de validación, 61

Apéndice E, Producto final, 62

Apéndice F, Encuesta de Satisfacción al Cliente, 68

Apéndice G, Consentimiento de testimonio, 70

Apéndice H, Encuesta de validación del producto y consentimiento, 73

MUJERES BAJO EFECTOS DEL CONSUMO DE ALCOHOL VULNERABLES A TENER RELACIONES SEXUALES SIN PROTECCIÓN

Resumen

Por medio de este estudio investigativo lo que se quiere promover conductas sexuales de autoprotección en mujeres entre 18 y 30 años de edad, consumidoras de alcohol, a través de los contenidos de una página web (Mujeres, nuestro plan). Para llevarlo a cabo se contó con la participación de 100 personas (mujeres entre 18 y 30 años), ubicadas en bares o discotecas; con las cuales se dio a entender el objetivo del estudio, se aplicó el consentimiento informado, luego se aplicó el instrumento CAGE (que nos indica el grado de alcohol en las participantes), observación directa frente a su comportamiento, y por último análisis de los resultados obtenidos, los cuales están plasmados en la página web con otros temas de interés a las mujeres frente al alcohol y al acceso a relaciones sexuales sin protección (prevención, casos reales, rutas, etc.).

Palabras Clave: Alcohol, relaciones sexuales, ITS, mujeres, Sustancias psicoactivas (SPA).

Justificación

Pilatti., A, Urrizaga.,A, Chincolla A, & Cupani.,M (2014) señalan que la mayor prevalencia del consumo de alcohol y de problemas asociados a su consumo se observa entre los individuos de rangos de edad de 18 a 24 años caracterizado por un consumo de baja frecuencia pero de elevada cantidad lo que contribuye a la modalidad de consumo excesivo elevando el riesgo de experimentar consecuencias negativas. (p.42) También resaltan que “casi el 25% de una muestra de jóvenes estudiantes universitarios experimentó, en los tres meses previos, al menos diez consecuencias negativas” como amnesias, impulsividad y toma de riesgos exacerbada.

Por otro lado (Cáceres., C, Rodríguez., S, Pérez., V, & Alcaraz., A, 2016) señalan que se ha observado que en estos contextos los jóvenes tienden a buscar un placer inmediato y sin vínculos emocionales; esto es, un tipo de experiencia que ellos definen como sexo del momento, “sexo instantáneo”, en que las drogas son valoradas como una vía que ayuda a tener acceso y a “mejorar la experiencia placentera” (p.21) asegurando que “en un estudio basado en entrevistas focales con estudiantes mujeres de educación preuniversitaria y universitaria, encontraron que utilizaban alcohol en fiestas y reuniones, entre otras razones, para favorecer el acercamiento y, eventualmente el contacto sexual con otros jóvenes” (Cáceres., et, al. 2016) Arostegi., E, Laespada., M, & Iraurgi., I, (2016). “De esta manera, el hecho de que una mujer disfrute de la noche en los mismos términos que los varones las sitúa en posición de vulnerabilidad frente a determinadas conductas de riesgo, siendo en muchas ocasiones víctimas de violencia sexual, de sufrir acoso y abuso sexual”.

Al respecto de esto en el año 2016, el Instituto Nacional de Medicina Legal de Colombia reportó que los casos al momento de realizar los exámenes médico legales por presunto delito sexual de mujeres que tenían como variable de vulnerabilidad el consumo de sustancias psicoactivas (en adelante SPA) aumentó con 616 casos frente a 72 casos en los que las víctimas fueron del género masculino. Con respecto a las diferencias encontradas entre hombres y mujeres en cuanto al consumo de alcohol Pilatti., A, Rivarola., M, Lozano., O, & Pautassi., M. (2016) señalaron que " Puntualmente, las mujeres presentan una tasa de absorción de alcohol más elevada que los hombres mientras que los hombres suelen tomar alcohol con mayor frecuencia y cantidad y a mayor velocidad que las mujeres" (p.76) a pesar

de esto señalan que las diferencias conductuales durante y después de la ingesta de alcohol entre hombres y mujeres no se diferencian mucho; aun así en el estudio realizado por los autores si se puede resaltar diferencia en la impulsividad que lleva a los individuos a consumir alcohol, “en nuestro estudio, el efecto de búsqueda de actividades novedosas y excitantes sobre una mayor frecuencia de consumo y el efecto de urgencia negativa (actuar de manera impulsiva al experimentar emociones negativas) sobre la cantidad sólo, se observó entre las mujeres.”

Con respecto a esto señalan Domínguez., C, Telumbre., J, Sánchez., B, López., M., & Carranza de León., A (2016) el consumo de alcohol en mujeres adolescentes se ha vinculado con la búsqueda de efectos placenteros, como reductor de los altos niveles de estrés y de estados emocionales tales como tristeza, soledad, depresión y baja autoestima, además de ser visualizado como un favorecedor de la socialización entre el grado con respecto al consumo de alcohol (Marco del Convenio Interadministrativo, 2011). Se pueden encontrar cifras estadísticas que dan un valor aproximado de cuántas personas consumen alcohol, y así dar un soporte a la investigación tocando el tema de (SPA), incluido el consumo de alcohol y relaciones sexuales, también a nivel global se realiza un plan de prevención con el fin de generar concientización frente al consumo de (SPA), mezclado con el consumo activo de alcohol y las relaciones sexuales. También es importante resaltar que en Colombia se ha implementado un plan para el control de alcohol, tabaco y (SPA), (DNP, 2016), por ende nos indica la manera de prevenir el consumo de estas SPA, ya que atacan el sistema nervioso, y a partir de esto se comienza a desinhibir la conducta (pierda el control). Se tendrá la oportunidad de conocer las problemáticas a las que lleva el consumo excesivo de alcohol y de (SPA), es importante resaltar que cada una de las personas puedan conocer y saber cuáles son los efectos todas estas sustancias en nuestro organismo, para así poder prevenir a muchas mujeres y anticiparse a todo lo que implica el consumo de dichas sustancias.

Actualmente la situación ha cambiado ya que las cantidades ingeridas de los nuevos y actuales consumidores de SPA lo realizan en un corto plazo sin ser necesario el abuso o dependencias de las mismas, donde “actualmente, el alcohol continúa siendo la sustancia psicoactiva legal más ingerida en Colombia, con 86% al menos una vez en la vida y 35% en los últimos 30 días” (Barbieri, Trivelloni, Zani & Palacios, 2012).

Por lo anterior el estudio nacional de consumo de SPA realizado en Colombia en el año 2013, afirma que el consumo de SPA se ve reflejado en toda la población sin discriminación alguna, señalando que el consumo de alcohol es una SPA legal, se viene presentando en la población colombiana alrededor de los 16 años de edad de los hombre y a los 18 años de las mujeres, pero en términos generales se puede observar que aproximadamente un 25% de la población que ha consumido alcohol, lo han hecho por primera vez alrededor de los 15 años o menos (Gobierno Nacional de la República de Colombia, 2013).

Adicional a esto, las condiciones de salud sexual en las mujeres actualmente, pueden llegar a generar cambios importantes en el bienestar tanto físico, mental como emocional, ya que esto se encuentra íntimamente ligado con la calidad de vida del ser humano, haciendo una relación seria con los derechos y deberes de cada uno de ellos, dentro de estas condiciones el ministerio de protección social se encuentra plasmando la meta de la reducción de embarazos no deseados de temprana edad de la población colombiana, enmarcando la libre planificación familiar e individual y la prevención y la atención de riesgos adicionales como las enfermedades de transmisión sexual (Ministerio de protección social, 2013) La Asociación Colombiana de Salud Pública, presenta que la evolución del VIH se puede determinar por aspectos sociales y culturales que es urgente intervenir, especialmente en jóvenes de estas edades que tienen estas características: pobreza, la falta de educación, la ausencia de información, el hacinamiento y las barreras de acceso que imponen los sistemas de salud y que acaban estimulando el problema, del inicio cada vez más temprano de la actividad sexual en jóvenes, que algunos estudios ubican entre los 13 y 14 años en promedio, y la alta tasa de embarazo adolescente (19,5 por ciento de las colombianas están o han estado embarazadas). Esta temprana actividad sexual en los jóvenes se da por la falta de protección, atención integral y la alta vulnerabilidad ante el VIH. Condes, Barros, Merino & Ruiz, 2010.

Marco teórico

El constante cambio social que se ha desprendido directamente de la globalización conlleva no sólo nuevas formas de interacciones entre los seres humanos sino

que también ha generado cambios de percepciones en el mundo actual de los roles que desempeñan los diferentes géneros, de esta manera señalan Castillo., N, Álvarez., J, López., K, Rodríguez., L, Alonso., M, & Armendáriz., N, (2009) que “El consumo de alcohol ha estado asociado a la vida pública, al trabajo remunerado y, con ello, al mundo masculino; mientras a la mujer se le ha identificado con el mundo familiar, con lo doméstico y con lo privado, sin embargo, cuando las mujeres acceden a la vida pública, porque se incorporan al trabajo remunerado, también acceden al consumo de alcohol por razones de esparcimiento y, además, por conflictos de género” (p.174) . De esta forma el consumo de alcohol es usado por diversos motivos tanto de socialización con diferentes personas en diferentes ambientes como método de distracción ante diferentes dificultades que se puedan presentar en la vida de un individuo independientemente del género de quien lo consume. De esta forma el consumo de alcohol es usado por diversos motivos tanto de socialización con diferentes personas en diferentes ambientes como método de distracción ante diferentes dificultades que se puedan presentar en la vida de un individuo independientemente del género de quien lo consume, es importante señalar que la sexualidad y el alcohol se vive en todos los ambientes, y ha sido de mayor conocimiento e influencias a través de las redes sociales son las principales fuentes de comunicación en la sociedad actual (The asian-pacific resource & research centre for women, 2016).

Es en este punto en el que las investigaciones se han centrado en las diferencias de género frente al consumo de esta sustancia, y cómo ésta se relaciona con el cambio de comportamiento de los individuos tal y como señala Flores., A, (2003) “Las consecuencias positivas que hombres y mujeres atribuyen al consumo se asocia al mayor disfrute de la interacción social cuando ésta se acompaña de alcohol, aunque es una atribución significativamente más pronunciada en los hombres que en las mujeres; éstos, por otra parte, también hacen atribuciones de consecuencias positivas respecto de la interacción sexual cuando se la asocia al alcohol, así como de relajación y disminución de la tensión” (p.188).

Es evidente que género femenino a través del ciclo de vida, atraviesa por diferentes cambios hormonales las cuales puedes desarrollar un control o una coordinación del desarrollo sexual y de la sexualidad de cada mujer, estos cambios se encuentran altamente asociados con el ambiente y los diferentes factores contextuales a los que se enfrentan día

tras día; donde la sociedad es un componente especial que influye en los cambios o velatorios de las mujeres, apoyando en las diferentes decisiones frente al tema sexual y reproductivo que se inicia normalmente en la etapa de la pubertad (Motta & Puts, 2016).

En Colombia, y en general en el mundo, el uso y consumo de sustancias psicoactivas (en adelante SPA) es un problema de salud pública que afecta a diversos grupos de edad, socioeconómicos, pero en específico a adolescentes y a adultos jóvenes, con frecuencia se estima que la utilización de SPA es una conducta experimentada y precipitada por la exposición de problemas o de eventos estresantes que pueden llegar afectar las áreas de funcionamiento del ser humano; sin embargo, las causas son múltiples y pueden estar asociadas con objetivos de diversión (consumo recreativo), "esta actividad suele presentarse en grupos que comparten escenarios como bares, discotecas, fincas o cualquier otro cuyo significado esté relacionado con la diversión y el esparcimiento", como se puede ver reflejado en la actualidad, por el contrario anteriormente las personas consumidoras de algún tipo de sustancias psicoactivas recurrían a ellas de manera automática con exposición de abuso y de tóxico dependencia (Barbieri, Trivelloni, Zani & Palacios, 2012).

Actualmente la situación ha cambiado ya que las cantidades ingeridas de los nuevos y actuales consumidores de SPA lo realizan en un corto plazo sin ser necesario el abuso o dependencias de las mismas, donde "actualmente, el alcohol continúa siendo la sustancia psicoactiva legal más ingerida en Colombia, con 86% al menos una vez en la vida y 35% en los últimos 30 días" (Barbieri, Trivelloni, Zani & Palacios, 2012). Es importante señalar que esta sustancia no solo es legal en Colombia sino en diferentes países como en Estados Unidos y es utilizada casi en la misma proporción tanto en hombre como en mujeres, como se pudo evidenciar en encuestas y estudios realizados en este país, con un rango de edad de 18 a 44 años, en relación con el uso de SPA y las relaciones sexuales, la mayoría de las encuestadas mujeres, se rehúsan a expresar con claridad la mezcla de alcohol, sexo y cualquier tipo de contacto en este estado (Casey, Copen, Chandra & Febro, 2016).

Por lo anterior el estudio nacional de consumo de SPA realizado en Colombia en el año 2013, afirma que el consumo de SPA se ve reflejado en toda la población sin discriminación alguna, señalando que el consumo de alcohol es una SPA legal, se viene presentando en la población colombiana alrededor de los 16 años de edad de los hombre y a

los 18 años de las mujeres, pero en términos generales se puede observar que aproximadamente un 25% de la población que ha consumido alcohol, lo han hecho por primera vez alrededor de los 15 años o menos (Gobierno Nacional de la República de Colombia, 2013).

En una muestra tomada por Ministerio de Salud y Protección Social con el fin de llevar a cabo el Plan Nacional para la Promoción de la Salud, la Prevención y la Atención del Consumo de Sustancias Psicoactivas 2014 - 2021, se realizó un estudio con población en general Colombia, la cual permite evidenciar que el 87% de los participantes aceptan haber consumido alcohol en algún momento de su vida, donde con evidencia se observa mayor el consumo de los hombres que de las mujeres con un 91% y 83% respectivamente. Pero también evidencia que el porcentaje de la población colombiana que consumieron alcohol durante el último año disminuye al 58.8% y la distancia entre sexos aumenta; el 35.8% afirman haber tomado alguna bebida alcohólica en los últimos 30 días anteriores a la encuesta, el 46.2% de los hombre y el 25.9% de las mujeres. Pero también en el estudio se ve reflejado que entre las personas que no habían consumido alcohol, aproximadamente un 24% lo hizo por primera vez durante el año anterior al estudio y en términos relativos, los nuevos consumidores son también más hombre que mujeres (Gobierno Nacional de la República de Colombia, 2013).

Por lo anterior se puede afirmar que cerca de 2.6 millones de personas en Colombia que se encuentran entre edades de 12 y 65 años presentan un uso de alcohol que se puede considerar riesgoso o perjudicial, en la vida de cada uno de los seres humanos consumidores: esto equivale al 31% de los consumidores de alcohol activos actualmente y al 11.1% de la población de 12 a 65 años. Del total de los casi 2.6 millones de personas con consumo de alcohol, 1.9 millones son hombres y un poco más de 0.6 millones son mujeres, resaltando que el uso nocivo de bebidas alcohólicas posee un mayor impacto entre los jóvenes de 18 a 24 años (Gobierno Nacional de la República de Colombia, 2013).

El estudio realizado anteriormente da una clara variable de sectores socioeconómicos; señalando que el consumo no controlado de alcohol es mayor en los sectores socioeconómicos bajos (estrato 1 con 12.42% de la población investigada equivalente a 743.072 número de personas con consumo nocivo o perjudicial de alcohol), y medios bajos

(estratos 2 con un 11.46 de personas investigada, equivalente 1.022.289 número de personas con consumo nocivo o perjudicial de alcohol) y estrato 3 con un 10.62% de la población investigada equivalente a 585.395 número de personas con consumo nocivo o perjudicial de alcohol) que en los sectores de estratos altos (estratos 4,5 y 6 con una 7.96% de la población investigada equivalente a 230.612 número de personas con consumo nocivo o perjudicial de alcohol) (Gobierno Nacional de la República de. Colombia, 2013).

Con el análisis de la población frente a los porcentajes de las personas encuestadas, la investigación que llevó a cabo Ministerio de Salud y Protección Social, utilizó una escala llamada AUDIT, por la cual permite realizar una identificación de personas que presentan conductas de adicción frente al consumo o dependencia de bebidas alcohólicas; epidemiológicamente es importante evaluar que en la población en general colombiana, de acuerdo al sexo, edad y estratos socioeconómicos el 1.19% de las personas encuestadas evidencian una situación de dependencia en el consumo de bebidas alcohólicas, siendo esta una muestra equivalente al 276.397 personas de la población colombiana, con edades entre 12 y 65 años, donde los resultados vuelven a ser mayores en hombres que en mujeres y los jóvenes de 18 a 24 años (Gobierno Nacional de la República de Colombia, 2013).

Por otro lado un estudio realizado en Antioquia Colombia, afirma que en la población adolescente, tiende a tener relaciones sexuales sin una anticipada prevención y uso de anticonceptivos, lo cual presenta un mayor riesgo de contraer enfermedades de transmisión sexual y/o embarazos no deseados tal como lo asegura Laflin, Wang & Barry, (2008) citados por Bedout, (2010), por lo cual permite identificar factores de impactan en el comportamiento sexual de la mayoría de los adolescentes Colombianos. En este otro estudio se puede evidenciar que la alta violencia que se presenta hacia las mujeres es bastante alta haciendo una relación con el consumo del licor es cuando se presentan más casos de violencia o maltrato ya que es cuando pueden acceder con mayor facilidad a diferentes situaciones. (Kotting, 2016).

Ciertos factores se encuentran asociados al ambiente tanto cultural, social y económico en el que se encuentra rodeada la población colombiana; estos factores influyen de forma directa sobre los seres humanos lo cual como lo reporta (Anteghini, Fonseca,

Ireland & Blum, (2001) citados por (Bedout, 2010), el consumo de alcohol o SPA, se encuentran actualmente asociadas con la alta frecuencia de tener relaciones sexuales, sin discriminación del sexo Millstein et al., (1993) citado por (Bedout, 2010), asegura que el inicio del consumo de SPA en la población juvenil incrementa la posibilidad de convertirse en un ser sexualmente activo.

Sin embargo, como lo afirma la teoría de las expectativas citada por Galves, Paz, Herrera, Delea, Gilman & Anthony, (2009). y otro estudio realizado a jóvenes varones en la ciudad de Lima Perú, acerca de los vínculos y las expectativas sexuales asociadas al consumo de alcohol y el riesgo sexual, los seres humanos realizan una gran relación entre el beber alcohol y el positivo desempeño sexual que tendrá en ese momento, sin tener como base y perdiendo la percepción de los riesgos que se pueden asociar al tener relaciones sexuales sin protección, es importante señalar que se realizaron estudios en los países como Perú, Estados Unidos y Europa, y se logró evidenciar que el consumo de alcohol se ha realizado a partir de los 17 años promedio, y que los días que se puede ver evidenciado el mayor consumo de alcohol son los fines de semana y la población estudiantil universitaria (Galves, Paz, Herrera, Delea, Gilman & Anthony, 2009).

En el marco de la actualidad las relaciones sociales y sus interacciones son un fenómeno que se debe tener en cuenta, la sexualidad es un campo amplio en el que confluyen varios temas de diferentes índoles y que afectan directamente tanto al género femenino como masculino, dentro de estos temas quizás los más nombrados son aquellos que se relacionan con las ETS (Enfermedades de transmisión sexual) como señala la ONU (2011) citado por Espada., J. Morales., A, Orgiles., M. ; Piqueras, J, & Carballo., J : “un estimado de 2500 personas jóvenes en el mundo son infectadas cada día” además de esto citan los autores que un factor asociado a los riesgos sexuales es el consumo de alcohol, siendo este la droga más consumida para facilitar los encuentros sexuales (p.56), esto ha posicionado al consumo de alcohol como un problema de salud pública que se presenta en los diferentes contextos de la actualidad, además de considerar su consumo normalizado se ha demostrado que dicho consumo no solo se encuentra presente en poblaciones adultas sino que también se ve comúnmente en poblaciones jóvenes como señalan Johnston, O'Malley, Bachman & Schulenberg citados por Pilatti., A, Urrizaga., A, Chincolla., A, Cupani ., M (2014). “En la

adolescencia se suele observar un consumo regular y un incremento del uso de alcohol” además de esto los autores señalan que la mayor prevalencia del consumo de alcohol y de problemas asociados a su consumo se observa entre los individuos de rangos de edad de 18 a 24 años caracterizado por un consumo de baja frecuencia pero de elevada cantidad lo que contribuye a la modalidad de consumo excesivo elevando el riesgo de experimentar consecuencias negativas (p.42).

Estos riesgos y daños que trae el alcohol frente a la sexualidad, se ven poco reflejados en las campañas de prevención Pilatti et. al. (2014) señalan en su estudio que “casi el 25% de una muestra de jóvenes estudiantes universitarios experimentó, en los tres meses previos, al menos diez consecuencias negativas” como amnesias, impulsividad y toma de riesgos exacerbada.

Frecuentemente y como se mencionaba con anterioridad la creencia del consumo de alcohol frente a la actividad sexual se fundamenta por la unión de dos procesos o creencias del ser humano, la primera está planteada frente a la expectativa de mejoría del rendimiento sexual, siendo este un factor que fortalece la seguridad del ser humano que lo practica, y la segunda se trata del efecto desinhibitorio frente al consumo de la bebida alcohólica; se puede evidenciar que bajo el efecto desinhibidor del alcohol o en estado de embriaguez, se tiende a tener relaciones sexuales sin barreras de protección con personas desconocidas, lo cual permite el aumento del riesgo a infecciones de transmisión sexual (ITS), incluyendo el virus de inmunodeficiencia humana (VIH), se ha demostrado en una investigación realizada con alcohólicos expuestos a un tratamiento de deshabitación que el 58% de los investigados reportaron no usar preservativo para las relaciones sexuales fortuitas (De Dios, Pérez & Batista, 2011).

Galves, Paz, Herrera, Delea, Gilman & Anthony, (2009) señalan que por otro lado, las creencias que se han adoptado en la sociedad actual sobre la relación entre el alcohol y la sexualidad, han dado paso para llevar cada día una sexualidad sin protección que conlleva grandes riesgos para el individuo, dado que se ha generado la creencia de que el alcohol mejora la actividad sexual y genera más placer en un momento determinado, esta situación ha llevado consigo muchas situaciones de salud, dado que no existen campañas de prevención que concienticen a la población joven y vulnerable sobre los grandes riesgos que

se tienen en el momento de combinar alcohol y actividad sexual. Además de esta situación las enfermedades de transmisión sexual han aumentado significativamente, ya que no se usan las medidas de protección y de prevención, debido a los factores biológicos y psicológicos que se presentan en ese momento de igual manera resaltan Folgara., M., Rivera., F., Sierra., J., & Vallejo-Medinacque., P. (2015) que “Se ha observado como el uso de alcohol reduce las habilidades para negociar sexo seguro” (p.3) siendo la variable que más influye en el no uso de preservativos.

Pérez & Cáceres et. al. (citados por Cáceres., C., Rodríguez., S., Pérez., V., & Alcaraz., A., 2016) señalan que: Se ha observado que en estos contextos los jóvenes tienden a buscar un placer inmediato y sin vínculos emocionales; esto es, un tipo de experiencia que ellos definen como sexo del momento, “sexo instantáneo”, en que las drogas son valoradas como una vía que ayuda a tener acceso y a “mejorar la experiencia placentera” (p.21).

Así mismo los autores señalan que “en un estudio basado en entrevistas focales con estudiantes mujeres de educación preuniversitaria y universitaria, encontraron que utilizaban alcohol en fiestas y reuniones, entre otras razones, para favorecer el acercamiento y, eventualmente el contacto sexual con otros jóvenes” (Cáceres., et. al. 2016).

También se señala que otro riesgo y complicación de las relaciones sexuales sin protección bajo el efecto agudo del alcohol son los embarazos no deseados, con un gran porcentaje en población adolescente, trayendo como consecuencia cambio del proyecto de vida, obstrucción de estudios, y muerte de mujeres que al intentar interrumpir el embarazo, sufren perforación uterina en el procedimiento (De Dios, Pérez & Batista, 2011).

En cuanto al consumo de alcohol en ambientes nocturnos se presenta otra dificultad recurrente que como señalan Arostegi., E., Laespada., M., & Iraurgi., I., (2016). Pone en vulnerabilidad al género femenino “De esta manera, el hecho de que una mujer disfrute de la noche en los mismos términos que los varones las sitúa en posición de vulnerabilidad frente a determinadas conductas de riesgo, siendo en muchas ocasiones víctimas de violencia sexual, de sufrir acoso y abuso sexual.” (p.53).

A pesar de los usos recreativos y sociales que posee el consumo de alcohol existe en los ambientes nocturnos un tema de vulnerabilidad frente a la sumisión química ejercida por

individuos sobre otros para lograr algún fin bien sea la obtención de manera ilícita de dinero o el acceso sexual a la otra persona puesta en este estado, al respecto señalan Folgara., M., Riveraa., F, Sierra., J, & Vallejo-Medinacque., P. (2015) en “Australia en los años 2003-2004, los casos de sumisión química supusieron el 17.5% de todos los casos de agresión sexual, el 95% de las víctimas fueron mujeres y el 77% admitió consumo voluntario de alcohol” (p.3).

Se sabe que la interacción de la mujer con su entorno está en constante cambio y esto incluye los roles que desempeñan algunos años atrás. En la capital Colombiana no es extraño observar mujeres jóvenes que también comparten con su núcleo social en contextos de esparcimiento nocturno en los que existe consumo de alcohol, por lo que se entiende que no todas las relaciones sexuales que se relacionan con el consumo de alcohol son generadas directamente de un hecho que violente un bien jurídico individual, aun así se deben diferenciar aspectos importantes de esta temática.

En el código penal colombiano se tipifica esta conducta, Buenahora., N, Benjumea., A, Poveda., N, Caicedo., L, & Barraza., C. (2010) - resaltan que “la embriaguez, la jurisprudencia estudiada ha reconocido su carácter como factor que vicia el consentimiento o impide otorgarlo.” (p.159).

El artículo 207 del código penal Colombiano habla del acceso carnal o el acto sexual con persona puesta en incapacidad y describe que se considera una persona puesta incapacidad aquella que “a la cual haya puesto (el agresor) en incapacidad de resistir o en estado de inconsciencia, o en condiciones de inferioridad síquica que le impidan comprender la relación sexual o dar su consentimiento.” (p.67). Así mismo la Corte Suprema de Justicia ha definido los alcances del término incapacidad como:

“Perturbación de los procesos psíquicos internos, básicos o complejos, afectivos o intelectivos que impiden al destinatario de los agravios disponer, en un momento determinado, de las facultades provenientes de su conocimiento y de su contexto social, desquiciando su capacidad para asimilar estímulos y actuar de manera coherente con los mismos [...] para su configuración no se requiere que quien entre en ese estado quede en el coma profundo, anterior a la muerte, sino que, simplemente, suficiente es la alteración de la

capacidad cognitiva que le impida comprender lo que ocurre a su alrededor [...] los estados de inconsciencia que tienen importancia para el derecho penal son el sueño, la fiebre, la ebriedad, la sugestión hipnótica y la intoxicación por drogas, sin que su origen debe auscultarse en alteraciones patológicas, en cuanto apenas pueden constituir una etapa pasajera e incluso fugaz, padecida por una persona normal, su médula desde la perspectiva jurídica, es la alteración que causan en el recto juicio y el influjo negativo en el proceso de autodeterminación y toma de decisiones” (Corte suprema de justicia, sentencia del 20 de febrero de 2008).

Por otro lado el artículo 210 describe el acceso carnal o el acto sexual con persona incapaz de resistir en el que se especifica que una persona es incapaz de resistir cuando está en estado de inconsciencia, padezca un trastorno mental o que esté en incapacidad de resistir al respecto la corte suprema afirma.

Con respecto a la inconsciencia específica que esta debe manifestarse “en el momento en que ocurre el acceso o acto de índole sexual” y la define como aquellos estados en los que el ser humano objeto de la agresión sexual se halla bloqueado en sus facultades cognoscitivas, efecto de anulación en la capacidad de conocimiento que puede darse como resultado de la ingesta de licor o de cualquier sustancia natural o química que produzca dicho efecto (Corte Suprema de Justicia, sentencia del 6 de mayo de 2009).

La diferencia de estos dos artículos radica en el estado de la víctima, aplica el artículo 207 en el momento en el que la víctima es puesta bajo un estado de inconsciencia o de indefensión frente al agresor, bien sea por sustancias químicas o por excesivo consumo de alcohol, por el contrario el artículo 210 especifica que la víctima ya se encuentra en dicho estado cuando es interceptada por el agresor, en cualquiera de los dos casos se pueden encontrar varios ejemplos que se relacionan con los ambientes nocturnos y quienes socializan en dichos contextos.

Con respecto a este tema en Colombia según el instituto nacional de Medicina Legal y ciencias forenses en el año 2014 se presentaron 512 casos de mujeres que presentaban como factor de vulnerabilidad el consumo de alguna sustancia psicoactiva (drogas, alcohol, etc.) al momento de realizar los exámenes médico legales por presunto delito sexual frente

a 47 casos de hombres que presentaban la misma variable de vulnerabilidad (p.280). En el año 2016 se llevó a cabo una nueva recolección de datos en la que los casos al momento de realizar los exámenes médico legales por presunto delito sexual de mujeres que tenían como variable de vulnerabilidad el consumo de sustancias psicoactivas aumento con 616 casos frente a 72 casos en los que las víctimas fueron del género masculino, este estudio también describe la actividad que se encontraba realizando la víctima durante el hecho se encontraron 1317 casos de mujeres víctimas de un presunto delito sexual que se ajustaban a la categoría de “Actividades relacionadas con la asistencia a eventos culturales, de entretenimiento y/o deportivos” frente a 255 varones que también son presuntas víctimas de delito sexual, por otro lado se registraron 69 casos en los que la víctima es de género femenino y se encontraba en lugares de esparcimiento con expendio de alcohol mientras que el género masculino registran 2 casos en el mismo escenario del hecho, durante el 2016 se presentaron 3557 casos registrados de mujeres víctimas de un presunto delito sexual frente 654 víctimas pertenecientes al género masculino (p.365).

Dadas las nuevas interacciones que se presentan en la sociedad actual se puede encontrar de manera voluntaria mujeres y hombres que consumen o no alcohol, al respecto señalan Según Pilatti., A, Rivarola., M, Lozano., O, & Pautassi., M. (2016).

Hombres y mujeres presentan diferencias conductuales y fisiológicas en relación al uso de alcohol y en el tipo de consecuencias negativas que experimentan bajo los efectos del alcohol. Puntualmente, las mujeres presentan una tasa de absorción de alcohol más elevada que los hombres mientras que los hombres suelen tomar alcohol con mayor frecuencia y cantidad y a mayor velocidad que las mujeres (p.76).

A pesar de esto se ha resaltado que las diferencias conductuales durante y después de la ingesta de alcohol entre hombres y mujeres no se diferencian mucho, según los resultados del estudio realizado por los autores si se puede resaltar diferencia en la impulsividad que lleva a los individuos a consumir alcohol, “en nuestro estudio, el efecto de búsqueda de actividades novedosas y excitantes sobre una mayor frecuencia de consumo y el efecto de urgencia negativa (Actuar de manera impulsiva al experimentar emociones negativas) sobre la cantidad sólo se observó entre las mujeres” (Pilatti., et. al. 2016) por lo que sugieren que es posible mediante la medición de rasgos de impulsividad identificar aquellos individuos

que tengan una mayor probabilidad de presentar problemas de consumo frente a esta sustancia, así mismo sugieren la importancia de generar intervenciones focalizadas en habilidades de control de impulsos bajo los estados emocionales intensos (p.87). Como señala Domínguez., C, Telumbre., J, Sánchez., B, López., M, & Carranza de León., A (2016).

El consumo de alcohol en mujeres adolescentes se ha vinculado con la búsqueda de efectos placenteros, como reductor de los altos niveles de estrés y de estados emocionales tales como tristeza, soledad, depresión y baja autoestima, además de ser visualizado como un favorecedor de la socialización entre el grupo de iguales (p.6).

Rubio & March (2014) definen el alcohol como un tipo de sustancia psicoactiva (SPA), que se encuentra actualmente aceptada en la sociedad, la cual según estudios puede generar dependencias, generando alcoholismo en los seres humanos, el alcoholismo es un conjunto de trastornos que se ocasionan debido al abuso que tienen los seres humanos con estas bebidas alcohólicas, pudiéndose clasificar en diferentes niveles, grados y bebidas de alcohol, señalan los autores que al llegar estas bebidas alcohólicas al estómago del ser humano da inicio a la actuación de la enzima del ADH gástrica la cual permite la generación de las reacciones químicas (enzimas), eliminando aproximadamente un 20% del etanol antes de que este sea llegado al tercer estómago, y el 80 % restante es absorbido, el cual circula a través de la sangre y de todo el organismo; al llegar al hígado, este inicia la eliminación total del etanol (lo cual depende de la cantidad que se ha consumido y el peso de la persona que consumió), siendo expulsado por la orina, sudor y aliento.

Al respecto señala Roa., L, (2016) que el EtOH (Etanol) es un depresor del sistema nervioso central sin embargo resulta ser estimulante del mismo debido a la depresión de los mecanismos inhibidores centrales, los autores resaltan que “en la intoxicación alcohólica aguda se produce un grado variable de estimulación del sistema nervioso (regocijo, excitación, desinhibición, locuacidad, agresividad, irritabilidad, descoordinación), pero en intoxicación intensa, puede seguirse de una fase inhibitoria que conduce finalmente a coma y en casos severos a muerte por depresión cardiorrespiratoria” (p.7) de esta manera se puede evidenciar la afirmación del funcionamiento del etanol en el sistema nervioso. Los efectos del abuso del alcohol sobre el cerebro son notables según Zahr., N & Pferfferbaum.,A.

(2017) en su estudio señalan que los ventrículos se hacen más pequeños después de días o semanas de sesiones de bebida, mientras que estructuras como el córtex cerebral, el lóbulo temporal, la ínsula, y córtex cingular anterior; la amígdala; el tálamo y el hipocampo, aumentan de tamaño con la abstinencia, aun así los autores señalan que es difícil determinar el tiempo en el que la capacidad de volumen total del cerebro es recuperada, mostrando por ejemplo como los ancianos alcohólicos tienen una capacidad de recuperación menor que aquellos que alcohólicos jóvenes.

El alcohol etílico es una sustancia psicoactiva, que ha sido considerada de mayor consumo en el mundo y en la capital Colombiana estas cifras apoyan esta afirmación, según el estudio de consumo de sustancias psicoactivas en Bogotá (2016) El 89.5% de las personas declara haber consumido alcohol al menos alguna vez en su vida, siendo mayor el consumo entre los hombres que entre las mujeres (91.6% y 87.5% respectivamente). El porcentaje de personas que consumieron durante el último año desciende al 64.7% y la distancia entre sexos se acentúa. El consumo actual o del último mes tiene una prevalencia del 36.5% y la diferencia entre sexos se mantiene en alrededor de 19 puntos de porcentaje (p.45).

Según Pilatti, A., Brussino, S. A., & Godoy, J. C. (2013). Es importante tener en cuenta que la moderación con la que se consume alcohol influye de manera significativa en cómo nos comportamos, además de que puede atentar contra nuestra salud, para muchas personas es un poco difícil saber hasta qué punto podemos llegar y por ende cuando decir NO MÁS, para poder tener un previo control de esto debemos tener en cuenta los siguientes factores:

Peso y edad: Las mujeres que son de contextura delgada, no pueden beber la misma cantidad de alcohol y por ende los efectos varían, es decir, en un periodo de tiempo corto los efectos comenzarán a dar resultado, reflejados así en su comportamiento, esto además de pasar con el alcohol, sucede con las sustancias psicoactivas (SPA), lo cual no sucede en una persona de estatura alta y contextura gruesa, ya que la cantidad de alcohol que ingiere, dura más tiempo en distribuirse en todo el cuerpo.

Frente a la edad, entre más edad tenga, menor será el nivel de tolerancia al alcohol y al SPA, por ende, su efecto será reflejado mucho más rápido.

Constitución individual: Aunque la tolerancia al alcohol difiere a partir de cada persona, todo se reúne en la hiper o hiposensibilidad de la persona frente al alcohol, si es hipersensible, su capacidad de resistir será mucho menor.

Estado emocional: cuando una persona decide tomar, muchas veces está ligado a una emoción, lo cual influye en gran medida frente a sus efectos, y puede llevar esto a sus extremos, tener una depresión, alegría o ira. Aunque los que no están acompañados de alguna emoción en el momento, es importante tener en cuenta que el alcohol aumenta los niveles de euforia, tomando valor y confianza en sí mismos.

Para cualquiera de los tres casos tenemos que aprender a conocer los límites y beber así con moderación constituyen la forma más segura de llevar el consumo de alcohol (Pilatti, A., Brussino, S. A., & Godoy, J. C. 2013). En este otro artículo es importante evaluar y conocer cómo ha ido aumentar el consumo de sustancias psicoactivas en los jóvenes enfocándose en las necesidades que cada uno de ellos presenta , más que todo evidencia en la población hacia la que está enfocada este artículo que en una población de escasos recursos.(Avendaño, Fernandez, Estario & Arena, (2014).

Objetivos

Objetivo General

Promover conductas sexuales de autoprotección a través de una página web, en mujeres entre 18 y 30 años de edad, consumidoras de alcohol.

Objetivos Específicos

Diseñar y validar una página web con información sobre instituciones de apoyo y los efectos y riesgos del consumo de alcohol en mujeres entre 18 y 30 años de edad.

Realizar un estudio sobre el consumo de alcohol y relaciones sexuales en mujeres entre 18 y 30 años de edad

Metodología

El presente trabajo es un estudio investigativo mixto llevado a cabo por estudiantes de la Universidad Católica de Colombia, y supervisado por el profesor de la misma institución, bajo los parámetros de confidencialidad y solicitudes de un consentimiento informado para la población participante.

La información y los datos serán manejados de forma confidencial, y se garantiza que bajo ningún evento el nombre de los participantes será revelado.

Tipo de estudio: Estudio mixto, como lo señalan Johnson & Onwuegbuzie (2004) citados por Pereira (2011), un estudio mixto donde se combinan técnicas de investigación, métodos, enfoques, conceptos o lenguajes de tipo cuantitativos y cualitativos en un solo estudio, siendo este señalado por Mertens (2007) y otros autores citados por Pereira (2011), como un enfoque fundamentado en el paradigma pragmático, lo que significa que es un estudio que se encuentra basado en significados, valores o verdades de expresiones determinadas por las experiencias o consecuencias que ha tenido el ser humano.

Población: La selección de la muestra que se llevará a cabo es de tipo no probabilística conformada por una muestra de participantes voluntarias, con una totalidad de 100 mujeres en general, se maneja un grupo de mujeres el cual se contactará directamente en bares o discotecas, al momento de reunir la población aplicaremos un instrumento CAGE (*Cutting down, annoyance by criticism, guilty feeling, and eye-openers*) un instrumento para detectar sujetos alcohólicos y a partir de esto hacer observación directa frente a su comportamiento.

El producto final que se llevará a cabo corresponde a una página web en el que se pretende mostrar los resultados obtenidos de la investigación y que permita ampliar la información para futuras investigaciones, se brindará información para toda la población mediante la cual podrán conocer cómo evitar, someterse y afrontar dichas situaciones, una red de apoyo y conciencia plena frente a la situación en todas las mujeres, y por ende la relación que existe en acceso a relaciones sexuales sin protección y los embarazos no deseados y e infecciones de transmisión sexual.

Esta página web va dirigida a todas las personas que estén interesadas en saber un poco más acerca del tema, mujeres que hayan pasado por esta situación o prefieran prevenir y ayudar a todas las personas que los rodean, también para aquellas que quieren enfrentar y poner alto a esta situación.

Tipo de muestreo: Muestreo no probabilístico, es un tipo de muestra informal o arbitraria que se encuentra basada en supuestos generales frente a las variables de una población, siendo la muestra seleccionada de forma causal y voluntaria, tanto física, biológica como psicológicamente y porque la población cumple ciertas características como por ejemplo, población consumidora activa de SPA; el muestreo causal se compone por sujetos voluntarios (Pimienta, 2000).

Participantes: Las participantes serán 100 mujeres, que se encuentren entre las edades de 18 a 30 años de edad, las cuales se elegirán al azar, en ambientes bar o discotecas, se trabajará con mujeres en general, sin ningún parámetro de inclusión o exclusión en específico.

Y por último 7 mujeres, las cuales participaran de manera voluntaria al cuestionario de validación del producto, quienes también firmaron un consentimiento informado para responder dichas preguntas.

Características sociodemográficas de la muestra: Género femenino y el sector (bares y discotecas).

Materiales e instrumentos:

Hoja de presentación y consentimiento informado, donde se dará una breve explicación con respecto a la investigación que se realizará con el fin de dar la aprobación por parte de los participantes.

Prueba CAGE (*Cutting down, annoyance by criticism, guilty feeling, and eye-openers*). (Anexo1).

Como señalan Herrera O. & Ardila., M, (2005) : “La prueba CAGE se derivó de un estudio clínico conducido en Carolina del Norte en 1968 para detectar sujetos alcohólicos

mediante cuatro preguntas clave que tienen que ver con crítica social, la culpabilidad individual, la ingestión matutina, y la necesidad sentida de consumir alcohol”.

La prueba, es discriminante aplicada a sujetos que consumen alcohol compuesta por cuatro preguntas siendo el valor 0 para respuestas negativas y 1 para afirmativas, de esta manera dos o tres respuestas afirmativas permiten tener un alto grado de sospecha de alcoholismo, cuatro respuestas afirmativas indican alcoholismo patológico siendo su especificidad y valor pronóstico mayor a 0.99% (Herrera., O. & Ardila., M, p.239).

Señalan Herrera., O, Ardila., M. & Barba., D. (2008) En Colombia, la prueba de Cut Down on Drinking, Annoyed by Criticism, Guilty Feeling, and Eye Opener (CAGE) ha sido utilizada en las encuestas nacionales y otros estudios para estimar la prevalencia de alcoholismo. Sin embargo, la prueba CAGE no fue diseñada como herramienta para anticipar la dependencia o establecer el consumo problemático de alcohol diferente al de la dependencia, limitando su uso en la salud pública (p.26).

Aun así los autores resaltan que “Los estudios realizados en Bucaramanga para establecer los determinantes del consumo de bebidas alcohólicas permiten afirmar que es posible utilizar el contenido afectivo de la memoria autobiográfica, para establecer el consumo problemático de alcohol a través de eventos negativos asociados con el mismo” (Herrera, Ardila, & Barba, 2008).

De esta manera se agrega una ventaja a la aplicación de la prueba puesto que la misma estaría ajustada a la auto percepción del individuo de sus experiencias relacionadas con el consumo de alcohol valiéndose de la afirmación de que aquellos recuerdos más persistentes no son los que se han producido en un lapso corto de tiempo sino aquellos que se generaron acompañados de mayor intensidad emocional (p.27) al respecto Herrera, Ardila, & Barba, (2008) señalan que “ La memoria actúa en el presente para representar al pasado, no es una reproducción sino una interpretación. La emoción crea recuerdos persistentes y fija la duración de los mismos en la memoria” (p.28).

Consideraciones Éticas:

De acuerdo a la ley 8430 del Ministerio de protección social, se utilizó un consentimiento informado (ver anexo C) teniendo en cuenta los siguientes aspectos éticos:

-En toda investigación en la que el ser humano sea sujeto de estudio deberá prevalecer el criterio de respeto y dignidad de la protección de sus derechos y bienestar (Artículo 5)

-Contar con el consentimiento informado y por escrito del sujeto de investigación o su representante legal con las excepciones dispuestas en la resolución 008430/93

-En las investigaciones con seres humanos se protegerá la privacidad del individuo, sujeto de investigación, identificándose sólo cuando los resultados lo requieran y éste autorice (Artículo 8).

Se respetó la autonomía de los participantes teniendo en cuenta que se les explico el motivo de investigación y el consentimiento informado escrito, en el cual el sujeto autorizo su participación con pleno conocimiento del procedimiento, en este caso de responder el Test CAGE, teniendo en cuenta que los participantes no obtuvieron ningún beneficio en particular, solo el conocimiento de los resultados de la participación a la que se sometió con libre elección.

Según el Ejercicio de la profesión de Psicólogos, C. C. (2006). Ley 1090 DE 2006 .Esta se reglamenta en el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el código Deontológico y Bioético, el cual rige nuestro trabajo de especial interés en los siguientes aspectos:

Artículo 2º: Los psicólogos se regirán desde los principios generales y universales (responsabilidad, competencias, estándares morales y legales, anuncios públicos, confidencialidad, bienestar del usuario, investigación con participantes humanos).

Artículo 5º: El psicólogo ejercerá sus funciones y realizará sus actividades de forma autónoma, siempre colocando por encima los principios y las normas éticas, teniendo criterios válidos y utilidad social.

Artículo 34: se establecerá una relación entre el profesional y las personas que hagan parte del ejercicio en forma voluntaria, y siempre bajo el consentimiento informado.

Artículo 35: El psicólogo decidirá en qué momento parar con el proceso o con la investigación cuando esto no sea su conocimiento o competencia, cuando el usuario no acepte ciertos criterios para la investigación, por enfermedad o problemática física.

Artículo 36: El psicólogo tendrá ciertos deberes al realizar su actividad investigativa; uso apropiado del material producido por el participante, notificar si la vida de alguien está en peligro, respetar la libre elección del participante, ser responsable con cada fase del procedimiento, comunicar siempre al participante lo que se realizará.

Artículo 37: en el ejercicio de la psicología se basa en el derecho y el deber a respetar a otro psicólogo y a las otras profesiones, sin desacreditar a sus colegas o sus actividades a realizar, existirá lealtad y respeto con nuestros colegas.

Artículo 38: No se podrá intervenir en un procedimiento ya iniciado sin su aprobación, y se tomará como falta ética atraer al cliente de otro colega o practicar cualquier otro acto deshonesto.

Artículo 40: el psicólogo, dentro de esta actividad investigativa no podrá exigir o remitir alguna participación económica.

Artículo 45: El material psicotécnico de uso exclusivo para la investigación psicológica, los estudiantes podrá aplicarlo y manejarlo bajo el direccionamiento y supervisión de un profesional.

Artículo 47: el psicólogo tendrá el cuidado necesario y pertinente en la presentación de los resultados de pruebas. Solo se hará bajo la aprobación de participante, bajo un consentimiento informado.

Artículo 49: Los profesionales dedicados a la investigación son responsables de los temas de estudio que vayan a manejar, la metodología que deseen usar, los materiales empleados para poder llevarla a cabo, por ende su análisis, sus conclusiones y resultados, así mismo su respetuosa y consensuada publicación.

Artículo 50: los profesionales que lleven trabajos investigativos tendrán que basarse en los principios éticos de respeto y dignidad, el mismo de llevar siempre el bienestar y derechos de los participantes.

Estudio de mercadeo

Esta investigación se realizará con el fin de conocer cómo las mujeres de edades de 18 a 30 años de edad bajo efectos del consumo de alcohol vulnerables tienen relaciones sexuales sin protección, indaga sobre las decisiones que se tomen en ese momento por qué son más desinhibidas, a diferencia si no se ha consumido ninguna SPA que pueda hacer causar que tomes decisiones sin ser consciente. Esta investigación tendrá como producto una página web donde se encontrará la información con respecto a esta situación de las mujeres frente al alcohol y las relaciones sexuales.

Objetivo general del estudio de mercadeo

Realizar, analizar y establecer la factibilidad en un escenario para la etapa de inversión, puesta en marcha y operación del proyecto “Mujeres nuestro plan” como respuesta a la problemática de consumo de alcohol en mujeres y sus consecuencias negativas.

Objetivos específicos de mercadeo

- Determinar la aceptación del proyecto “mujeres nuestro plan” por parte del cliente
- Comprender las características del medio que pueden influir en el desempeño del proyecto.
- Reconocer el entorno competitivo, es decir, a las principales empresas que forman parte de la industria que publicita el consumo de alcohol.
- Describir la publicidad que se ocupara de la comunicación del posicionamiento del producto a los clientes.

El producto

Mujeres nuestro plan, es una página web, según Erostarbe., I & Albonigamayor.,J (2005) una página web se define como: un documento electrónico que forma parte de la WWW (World Wide Web) generalmente construido en el lenguaje HTML (Hyper Text Markup Language o Lenguaje de Marcado de Hipertexto) ó en XHTML. Para visualizar una Página Web es necesario el uso de un Browser o navegador (p.35)

En este sitio web se puede consultar información obtenida en la investigación realizada, acerca de la prevención al abuso de alcohol, rutas de atención para denunciar cualquier tipo de abuso o denunciar acerca de actos realizados sin consentimiento, pautas e información de la dosificación de la cantidad de alcohol que se debería tomar, los resultados del estudio y casos donde se evidencian las diferentes situaciones que se pueden generar por el excesivo consumo de alcohol y la combinación de este con la sexualidad. El tema a tratar servirá de base para futuras investigaciones, la manera en la que se puede utilizar es ingresando al siguiente link <https://pabuitrago14.wixsite.com/mujeresnuestroplan/yo> para poder conocer cada uno de las funciones y servicios que estaremos prestando en esta página y se puedan informar y conocer más a fondo todo lo que el alcohol causa en su organismo, lo importante de nuestro producto es que es una investigación reciente y es con una población joven enfocada en un tema impacto actual y de sumo interés: las relaciones sexuales bajo el efecto de alcohol en mujeres entre 18 y 30 años de edad.

El logotipo de “Mujeres nuestro plan” está conformado por un fondo blanco, y el diseño de una flor rosa con centro blanco y amarillo y dos hojas en los extremos de color azul verdoso (Anexo 2), con fuente de color agua marina y rosado pastel.

La relevancia de nuestro producto radica en su enfoque a la población femenina que bajo los efectos del consumo de alcohol se han relacionado con consecuencias negativas y ha afectado directamente la conducta sexual de las mismas, llevándolas a consumir el acto sexual con desconocidos y sin protección.

Mujeres**nuestro****plan**

Figura 1: Logo y slogan de producto del proyecto.

Producto Básico

Nuestro plan es un producto que beneficiará a la población femenina tanto colombiana como a nivel mundial, obteniendo:

1. Apoyo moral y psicológico por medio de las experiencias vivenciadas por otras mujeres que también les ha sucedido lo mismo.
2. Confidencialidad y orientación frente a lo que se debe hacer en caso de haber vivenciado algún tipo de maltrato o daño tanto físico como psicológico.
3. Guía de prevención frente a lo que puede suceder a la hora de mezclar alcohol y sexo.

Producto Real

Nuestro plan es una página web informativa y vivencial donde se puede encontrar la siguiente información:

1. Efectos y consecuencias, de mezclar alcohol y sexo.
2. Tips y recomendaciones preventivas a la hora de consumir alcohol.
3. Rutas de atención.
4. Casos demostrativos que no es a la única mujer que le ha sucedido una experiencia como estas.

Producto Ampliado

Las mujeres interesadas en conocer y/o recibir tips y ayuda, frente alguna experiencia o situación vivenciada de alcohol, sexo, maltrato, tendrán una comunicación permanente con equipo de psicólogas por medio de la página <https://pabuitrigo14.wixsite.com/mujeresnuestroplan> donde se les garantizara absoluta confidencialidad. En esta página encontrará rutas de atención, casos reales de mujeres que han vivido historias de combinación de alcohol y sexo y tips de recomendaciones a la hora de ingerir alcohol. Uno de los grandes beneficios que ofrece esta página web, es que se puede obtener la información totalmente gratis y actualizada de lo que les sucede a las mujeres a diario a nivel mundial.

Factor Diferenciador

Nuestro plan, ofrece apoyo interdisciplinario inmediato para las mujeres que quieren acceder a las ayudas e información actualizada que brinda nuestro producto, garantizando la gestión de los servicios necesarios de una forma eficaz, oportuna y confidencial.

Variables psicológicas

Las variables de esta investigación son el estrato económico categorizado en 1,2,3,4,5,6; el nivel educativo de las participantes, su estado civil y la edad.

Clientes

Nuestro nicho de mercado está enfocado en mujeres en edades de 18 a 30 años teniendo en cuenta que esta es la población que se esta la que está en la investigación, teniendo en cuenta que el resultado de esta investigación se encontrara en las redes sociales y aquí pueden tener acceso todas las personas interesadas en conocer esta investigación.

Además de esto apunta a encontrar organizaciones que estén interesadas en promover y respaldar el proyecto con financiación para abarcar mayor población Colombiana.

Mercado Potencial

El mercado potencial al cual va dirigido este programa de mujeres nuestro plan, está compuesto por rutas de atención tips que ayudan frente al control del consumo de licor y la prevención frente a las relaciones sexuales; enfocada en la población de mujeres en edades de 18 a 30 años de Colombia.

Mercado Objetivo

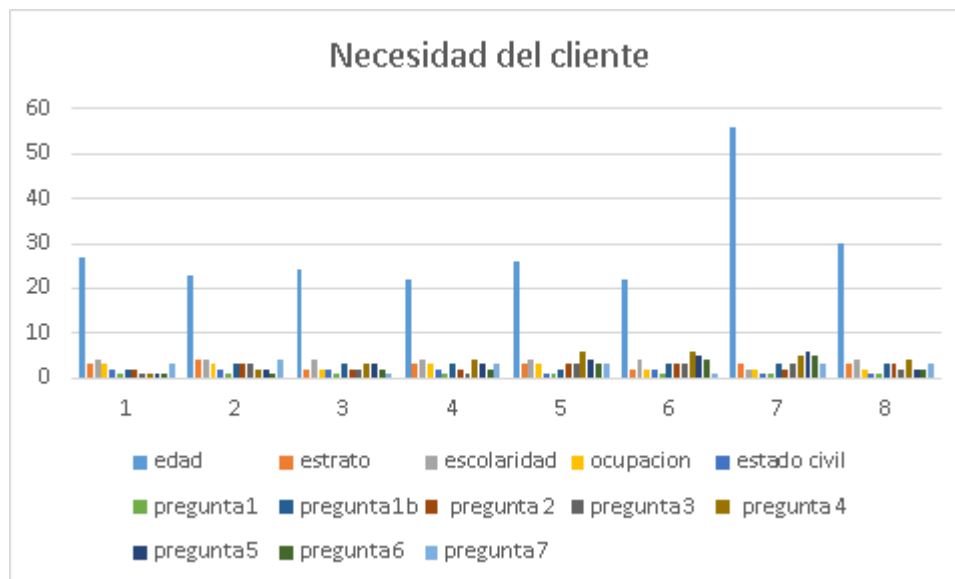
El mercado objetivo está dirigido a mujeres que se encuentren en la ciudad de Bogotá, dándoles a conocer diferentes rutas de atención frente a situaciones que afecten su integridad física y psicológica.

Mercado Meta

El mercado meta está dirigido a mujeres en edades de 18 a 30 años de edad, universitarias y población de mujeres que estén en este rango de edad.

Para el desarrollo del producto es necesario conocer las necesidades de los clientes, por lo cual se realiza una encuesta de 7 preguntas en donde se podrá observar lo que los clientes esperan del producto (Apéndice B).

Figura .2 Necesidades del cliente



Nota. En esta gráfica están los resultados de las encuestas de las necesidades de los clientes, donde podemos observar que se encuentran varias páginas web que tratan de diferentes temas como lo son deportes, accidentes, comerciales entre otras, se puede identificar que la necesidad es generar una página web de prevención frente a varios aspectos que afectan a los individuos.

Competencia

Competencia directa y sucedánea

La competencia directa de nuestro producto serán las diferentes campañas publicitarias donde se fomenta un mayor consumo de licor. Cicua., D, Méndez. ,M & Muñoz., L (2008) resaltan que “las compañías que producen bebidas alcohólicas gastan fuertes sumas de dinero en las campañas publicitarias, las cuales tratan de llegar a gran parte de la población, por medio de comerciales llamativos en donde el alcohol es sinónimo de mujeres lindas, sexo, rumba y alegría” (p.118).

La competencia sucedánea de nuestro proyecto se ve reflejada en las diferentes campañas y esfuerzos realizados por el estado contra el consumo de alcohol, aunque este proyecto sea más un esfuerzo más para contribuir a prevenir la problemática de consumo de alcohol por definición dicha competencia en primera instancia es de resaltar que el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA, es la

entidad encargada de ejercer inspección vigilancia y control sobre las bebidas alcohólicas en Colombia y sobre la forma en que estas se anuncian., además de esto el grupo de subdirección de la Subdirección de Registros Sanitarios del INVIMA realiza el estudio de las solicitudes de aprobación de publicidad de las bebidas alcohólicas y participa en las acciones de inspección vigilancia y control sobre el material que ha sido publicitado, los requisitos exigidos corresponden a :

No emplear frases, palabras, signos, emblemas ni representaciones gráficas que puedan generar confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto; No emplear términos calificativos que sugieran calidades y/o propiedades que no posea el producto; No inducir al consumo de bebidas alcohólicas por parte de mujeres embarazadas; No asociar el deporte con el consumo de alcohol; No estar dirigida al público infantil; Incluir de forma visible y legible (para medios de comunicación visuales) y clara y audible (para medios de comunicación sonoros) las siguientes leyendas sanitarias: "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud" y "Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" (INVIMA, p.6).

Todo esto como respuesta del gobierno al consumo de alcohol en Colombia, además de esto se establece una normatividad amplia frente al consumo como lo son la ley 9 de 1979 por la cual se adoptan medidas sanitarias, la ley 30 de 1986 por la cual se adopta el estatuto nacional de estupefacientes y en donde se dictan otras disposiciones , la ley 124 de 1994 Por medio de la cual se prohíbe el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad, la ley 3192 de 1983 de por el cual se reglamenta parcialmente el Título v de la Ley 9 de 1.979, en lo referente a fábricas de alcohol y bebidas alcohólicas, elaboración, hidratación, envase, distribución, exportación, importación y venta de estos productos y se establecen mecanismos de control en el territorio nacional (INVIMA, p.10).

Productos de la competencia

Con respecto al consumo de alcohol en Colombia, la bebida que más se consume dentro de la población es la cerveza (Sorihano., J, 2012), las principales empresas productoras de cerveza que se encuentran en el territorio Colombiano y que abarcan la mayoría de las marcas de bebidas alcohólicas de este tipo vendidas en el país son la empresa Británica

SABMiller y la empresa belga-brasileña AB inBev. Aun así se entiende que existen diferentes proveedores, repartidores y comerciantes que están registrados para la venta de bebidas alcohólicas; a continuación se presenta una tabla de comparación con las principales cervezas consumidas dentro de la población colombiana y las diferentes estrategias publicitarias que usan dichas empresas para su comercialización.

Tabla 1:

Campañas publicitarias de marcas de cerveza, Colombia.

Marcas	País de Origen	Precio (COP)	Packaging	Estrategias promoción	de	Observaciones
Águila	Colombia	Lata: 1.600	Lata ,botella	Promociones 6 pack		Presentación de cerveza light
Costeña	Colombia		Lata, botella	Promociones 6 pack		
Club Colombia	Colombia	Lata 1.900	Lata, botella	Promociones 6 pack		Edición especial de cerveza roja y de trigo
Corona	Colombia	Botella 355 ml 4.300	Botella diferentes tamaños			
Heineken	Colombia	Lata 4 500	Lata, Botella			
Negra Modelo	Colombia	Botella 8.500	Botella			

Reeds	Colombia	Lata 1.600	Lata, Botella	Las campañas publicitarias incluyen la participación en sorteos para viajes etc	Cerveza suave con limón especial para mujeres
Póker	Colombia	Botella: 2300	Lata, Botella	Las campañas publicitarias incluyen promoción de 2x1, día de los amigos Póker, diferentes eventos y sorteos.	

Nota: tabla de comparación de estrategias publicitarias por principales marcas consumidas de cerveza Fuente: (ProChile, 2011)

Como señala Pastor., P (2005) “se deben promover esfuerzos institucionales para sensibilizar a la sociedad de los riesgos reales que comporta el alcohol, de modo que la población en general pueda cambiar esa imagen tan “relajada” que tiene de las bebidas alcohólicas” (p.121) y esto en gran medida ha significado un fracaso debido a la presión de los agentes económicos vinculados al mercado del alcohol, siendo los intereses políticos y comerciales lo que más interviene con este cambio de percepción frente a la naturalización del alcohol.

Análisis DOFA

Tabla 2: *Análisis DOFA*

ANALISIS DOFA

Debilidades	<p>* El producto se enfoca directamente a la población femenina, y no posee información ni tiene relevancia para la población masculina.</p> <p>* Al ser un producto virtual, no tendrá ingresos económicos para sus administradores.</p>
Oportunidades	<p>* Gracias a la información actualizada que maneja el producto, la población femenina puede encontrar rutas de atención actuales, apoyo motivacional, al poder observar que no está sola y que en algún momento de la vida todas hemos vivido experiencia con alcohol y sexo, y muchas otra información de verdadera importancia para la población.</p>
Fortalezas	<p>* Al ser un producto gratuito, toda la población sin excepción alguno puede acceder a los beneficios que provee el conocimiento de la información que esta página web ofrece.</p> <p>* El producto cuenta con información sostenida científicamente, y agrupa investigaciones a fondo por población tanto colombiano como de mundo.</p> <p>* Para cualquier inquietud nos pueden contactar de manera permanente por la página web https://pabuitrago14.wixsite.com/misitio-1</p>
Amenazas	<p>* Al no contar con los suficientes recursos económicos para realizar grandes campañas promocionando el conocimiento de nuestro producto, los clientes pueden dejarse llevar por las competencias que tienen gran sostenibilidad económica para lanzar publicidad por todos los medios con el fin de que los clientes conozcan los productos de ellos, que transmiten un fuerte mensaje frente al alcohol con la relación de mujeres lindas, sexo y descontrol.</p>

Nota: Descripción análisis DOFA del proyecto Mujeres nuestro plan

Estrategias

Para enfrentar las amenazas evidenciadas en el análisis anterior, la empresa buscará medios de comunicación que permitan lanzar publicidad para la población femenina, medios informativos en hospitales, clínicas, centros médica, bares, discotecas, universidades, medios de transporte, lo cuales evidencian la importancia de tener conocimiento de la información que tiene la página, y que existe medios de atención inmediata para cualquier emergencia.

Canales de distribución

Como señalan Moreno.,M & Whitehill.,J (2016) la generación adolescente y de adultos jóvenes de hoy en día están creciendo inmersos en la era de redes sociales como facebook o twitter, el uso de estas redes es especialmente alto en este grupo de edades. Las redes sociales son ambientes en los que los contenidos relacionados con el alcohol son frecuentemente creados y consumidos por adolescentes y adultos jóvenes, estas publicaciones pueden tener imágenes e información con referencia al alcohol que puede influir a los observadores, además de ser un indicativo del uso del alcohol fuera de línea.

En respuesta a lo anterior nuestro producto será promovido a través de las redes sociales, orientando el uso responsable y maduro frente al tema, brindándole a las mujeres interesadas, información real y actualizada frente a rutas de ayuda, dosificación etc., el cual le será de gran ayuda a la hora de consumir alcohol, generando conciencia de responsabilidad y precaución al estar expuesto a este ambiente ofrecido día a día en la sociedad colombiana y del mundo, lo que diferencia a la página web de las demás campañas que se han llevado a cabo es la interacción que se tiene entre las usuarias formando una red de apoyo permanente y de conocimiento creciente.

Resultados

Tabla.3,

Matriz de encuesta de validación de producto

	<i>Participante 1</i>	<i>Participante 2</i>	<i>Participante 3</i>	<i>Participante 4</i>	<i>Participante 5</i>	<i>Participante 6</i>	<i>Participante 7</i>
Edad	35	20	26	19	22	25	45
Estrato	3	2	3	3	3	2	5
Nivel educación	3	3	4	4	4	2	4

Ocupación	2	3	2	3	3	2	1
Estado civil	5	2	1	2	2	2	4
1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	2
3	1	2	2	1	1	2	1
3. a	1			1	2		3
4	2	1	2	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1
8	2	2	2	2	1	2	2
8.a					2		

Nota. En esta tabla se evidencian los resultados obtenidos por la encuesta de validación del producto. (Anexo H)

Tabla. 4,
Moda de respuestas por pregunta

<i>Moda de respuestas</i>	<i>Preguntas</i>
Si	Moda total
Si	¿Considera usted que la información de la página web fue útil?
Si	¿Ha resuelto usted sus inquietudes al visitar la página?

	¿Piensa usted que existen aspectos para mejorar en la
Si	página web?
Más	
información	¿Cuáles?
Si	¿Conoce a alguien a quien le puede ayudar la página?
Si	¿Recomendaría esta página a alguien más?
Si	¿Considera que la información es entendible?
Si	¿Cree usted que la información está organizada de
Si	manera correcta?
No	¿Piensa que la página necesita algún tipo de apoyo
No	audiovisual?

Nota. En esta tabla se observan las preguntas realizadas en la encuesta de validación del producto.

Podemos observar en las tablas que en cuanto a la pregunta ¿considera usted que la información de la página web fue útil? El 100% de las participantes respondieron de manera afirmativa, lo que cumple con la necesidad que se evidencia en el estudio de mercadeo con respecto a páginas que contenga mayor información de promoción y prevención frente a temáticas tan actuales como esta. Por otra parte frente a la segunda pregunta de la encuesta: ¿ha resuelto usted sus inquietudes al visitar la página? el 86% de las usuarias respondieron afirmativamente frente a un 14% que respondió de manera negativa, con lo que se vuelve a reafirmar la necesidad de este tipo de páginas como respuesta a la necesidades de la población femenina que consume alcohol.

Tabla.5,
Porcentajes de respuestas Si, por pregunta

<i>Pregunta</i>	<i>si</i>	<i>respuestas</i>	<i>total</i>	<i>porcentaje si</i>
		<i>respuestas</i>		
	1	7	7	100%

2	6	7	86%
3	4	7	57%
4	5	7	71%
5	7	7	100%
6	7	7	100%
7	7	7	100%
8	1	7	14%

Nota. En esta Tabla se evidencian los resultados de las encuestas de la validación del producto, donde las personas contestaron Si y los porcentajes obtenidos por esta respuesta.

Con respecto a la pregunta tres de la encuesta ¿piensa usted que existen aspectos para mejorar en la página web? se evidencia que un 57% responde de manera afirmativa frente a un 43% que responde de manera negativa, la encuesta daba la opción de escribir qué aspecto podría mejorar en la página, un 50% de las usuarias que respondieron de manera afirmativa proponen la implementación de más información en la página, por otro lado frente a la pregunta ¿conoce a alguien a quien le pueda ayudar la página? el 29% de las participantes respondieron de manera negativa mientras que el 71% de las mujeres respondieron de manera afirmativa lo que se relaciona con el 100% registrado en la siguiente pregunta de la encuesta ¿recomendaría esta página a alguien más? resaltando el valor de prevención y promoción que busca la página con la información y ayudas implementadas en la misma.

Tabla.6,
Porcentajes de respuesta No, por pregunta

Pregunta	respuestas		total respuestas	porcentaje	
	no			no	
1	0		7	0%	
2	1		7	14%	

3	3	7	43%
4	2	7	29%
5	0	7	0%
6	0	7	0%
7	0	7	0%
8	6	7	86%

Nota. . En esta Tabla se evidencian los resultados de las encuestas de la validación del producto, donde las personas contestaron No y los porcentajes obtenidos por esta respuesta.

En cuanto a la pregunta ¿considera que la información es entendible? correspondiente al numeral 6 y la pregunta 7 de la encuesta el 100% de las mujeres que visualizaron la página web reportan de manera positiva el orden de la información dentro de la página web mujeres nuestro plan y su contenido legible y entendible para la población que la visita.

Por último frente a la pregunta ¿piensa que a página necesita algún tipo de apoyo audiovisual? el 86% de las encuestadas respondieron no frente a un 14% que respondió de manera afirmativa a esta pregunta por lo que se deja claro que la página cuenta con suficientes recursos audiovisuales que ayuden a la usuaria de la página a visitar la misma y encontrar la información amigable para ella.

Discusión

En la encuesta que se realizó para la validación del producto encontramos un total de participación de 7 usuarias quienes contestaron previo consentimiento (ver apéndice H) la encuesta que constaba de 8 preguntas con respecto a la página del proyecto mujeres nuestro plan y su diseño, simultáneamente mientras las mujeres respondieron la encuesta se les proporcionó la página abierta en un dispositivo con capacidad de visualizar la misma.

Encontramos un rango de edad amplio entre los 19 a 45 años de edad, lo que concuerda con Castillo, (2009) “El consumo de alcohol ha estado asociado a la vida pública, al trabajo remunerado y, con ello, al mundo masculino; mientras a la mujer se le ha

identificado con el mundo familiar, con lo doméstico y con lo privado, sin embargo, cuando las mujeres acceden a la vida pública, porque se incorporan al trabajo remunerado, también acceden al consumo de alcohol por razones de esparcimiento y, además, por conflictos de género” (p.174) por lo que encontramos una amplia gama de edades que son consumidoras activas de alcohol, en el grupo existe una moda de estrato 3 esto quiere decir que la mayoría de las usuarias de la página pertenecen a este estrato lo que concuerda con el estudio realizado por el Gobierno Nacional de la República de Colombia (2013) en el que se da una clara variable de sectores socioeconómicos; señalando que el consumo no controlado de alcohol es mayor en los sectores socioeconómicos bajos (estrato 1 con 12.42% de la población investigada equivalente a 743.072 número de personas con consumo nocivo o perjudicial de alcohol), y medios bajos (estratos 2 con un 11.46 de personas investigada, equivalente 1.022.289 número de personas con consumo nocivo o perjudicial de alcohol) y estrato 3 con un 10.62% de la población investigada equivalente a 585.395 número de personas con consumo nocivo o perjudicial de alcohol) que en los sectores de estratos altos (estratos 4,5 y 6 con una 7.96% de la población investigada equivalente a 230.612 número de personas con consumo nocivo o perjudicial de alcohol).

Además de esto encontramos un nivel de educación de tipo universitario en la mayoría de las participantes, por otra parte también podemos observar que la mayoría de mujeres que aplicaron la encuesta son empleadas y que el 57% de estas reporta estar solteras lo que podría relacionarse con la afirmación de Domínguez., C, et. al. (2016) en el que señala que El consumo de alcohol en mujeres adolescentes se ha vinculado con la búsqueda de efectos placenteros, como reductor de los altos niveles de estrés y de estados emocionales tales como tristeza, soledad, depresión y baja autoestima, además de ser visualizado como un favorecedor de la socialización entre el grupo de iguales (p.6).

Presupuesto

Tabla 7: *Gastos del proyecto*

Gastos Proyecto	Valor
Transporte y salida de campo	\$ 200.000

Materiales y suministros	\$ 50.000
Impresiones	\$ 10.000
Imprevistos	\$ 50.000
Valor Total	\$ 310.000

Nota: Descripción los gastos que se realizaron del programa Mujeres nuestro plan.

Conclusiones

- Al realizar nuestro estudio investigativo logramos llegar a la conclusión que para las mujeres y para la población en general es importante tener este tipo de información a su alcance, enfocadas directamente a la prevención y protección de las mujeres vulnerables, y expuestas a alguna situación de peligro.
- Se cumplió de manera satisfactoria con los objetivos generales y específicos, ya que se promueve conductas sexuales de autoprotección a través de la página web (Nosotras-Nuestro Plan) a toda aquella mujer consumidora de alcohol , completamente validada sobre los diversos riesgos, rutas de atención e historias que han ayudado, ayudan y ayudarán a muchas mujeres que están viviendo este momento.
- Se afirmó que esta conducta problema se evidencia con mujeres encontradas en la edad de 19-45 años de edad, es decir, el rango establecido para nuestra investigación, y al tener dominio desinhibido y sin control del alcohol se accede con mayor facilidad a tener relaciones sexuales sin protección, entrando en un estado de vulnerabilidad.

Recomendaciones

- Se recomienda a futuras investigaciones realizar la aplicación del Test CAGE a una población mucho más extensa, para que así, se pueda generar una investigación y discusión del tema a profundidad.
- Se recomienda que este trabajo “MUJERES BAJO EFECTOS DEL CONSUMO DE ALCOHOL VULNERABLES A TENER RELACIONES SEXUALES SIN

PROTECCIÓN” sea utilizado como sustento y apoyo teórico para futuras investigaciones.

- Se recomienda realizar esta investigación en los dos géneros (masculino y femenino), ya que, aunque las estadísticas aumentan a diario frente al abuso a mujeres bajo el efecto del alcohol, los hombres también se encuentran vulnerados en bastantes situaciones similares.

Referencias

- Avendaño, R, Fernández, A, Estario, J & Arena, C, (2014). Consumption of psychoactive substances and the relation with vulnerability and poverty in Argentina *Revista en Salud mental, alcohol y drogas*, 10(3).111-118. ISSN 1806- 6976.
- Arostegi., E, Laespada., M, & Iraurgi., I, (2016). Violencia en parejas adolescentes, contexto recreativo y consumo de alcohol: análisis de las representaciones ligadas al género. *Educación Social. Revista d'Intervenció Socioeducativa*, 63, 49-59.
- Alcaldía Mayor de Bogotá (2016) Informe de consumo de sustancias psicoactivas en Bogotá. Recuperado el 08/07/2017 de [https://www.unodc.org/documents/colombia/2017/Marzo/Estudio de consumo de sustancias psicoactivas 2016.pdf](https://www.unodc.org/documents/colombia/2017/Marzo/Estudio_de_consumo_de_sustancias psicoactivas_2016.pdf).
- Barbieri, I., Trivelloni, M., Zani, B., & Palacios, X. (2012). Consumo de sustancias psicoactivas en los contextos recreativos entre estudiantes universitarios en Colombia. *Revista Científica de la salud, universidad del Rosario, Colombia*, 10 pp 69-86.
- Bellis, M. A., & Hughes, K. (2004). Pociones sexuales. Relación entre alcohol, drogas y sexo. *Adicciones*, 16(4), 249-258.
- Bedout, A. (2010). Asociación entre el consumo de sustancias y relaciones sexuales en adolescentes estudiantes en Vegachí, Antioquia Colombia. *Revista de psicología GEPU*, 1(2). *Antioquia Colombia*. Recuperado de: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/2231/1/Asociacion%20entre%20Consumo%20de%20Sustancias%20y%20Relaciones%20Sexuales%20en%20Adolescentes.pdf>

- Buenahora, N., Benjumea, A., Poveda, N., Caicedo, L., & Barraza, C. (2010). Estudio de la jurisprudencia colombiana en casos de delitos sexuales cometidos contra mujeres y niñas. Corporacion Humanas. Bogotá, Colombia.
- Casey, E., Copen, D., Chandra, A., & Febro, I. (2016). Sexual Behavior, Sexual Attraction, and Sexual Orientation Among Adults Aged 18–44 in the United States: Data From the 2011–2013 National Survey of Family Growth. *National Health Statistics Reports*, 88.
- Caceres, C., Rodriguez, S., Perez, V., & Alcaraz, A. (2016). Prácticas sexuales de riesgo y su relación con el consumo de alcohol y otras drogas en estudiantes de educación media y superior. *Revista Médica de la Universidad Veracruzana*. (16)(1) 19-29.
- Castillo, N., Álvarez, J., López, K., Rodríguez, L., Alonso, M., & Armendáriz, N. (2009). Factores de riesgo personales, psicosociales y consumo de alcohol en mujeres adultas. Recuperado el 07/07/2017 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=145216898007>
- Cicua, D. (2008). Factores en el consumo de alcohol en adolescentes. *Pensamiento psicológico*, 4(11), 115-134.
- Corte Suprema de Justicia (2008). Sentencia del 20 de febrero de 2008 Sala de Casación Penal, proceso 23290. Colombia.
- Corte Suprema de Justicia (2009). Sentencia del 6 de mayo de 2009 Sala de Casación Penal, proceso 24055. Colombia
- Condes, E., Barros, C., Merino, F., & Ruiz- Galiana, J. (2010). Infección por el VIH en el adulto: cambios Epidemiológicos durante 25 años. (1983-2008) en un área de la comunidad de Madrid. *Enfermedades infecciosas y Microbiología Clínica*, 28 (3).156-161.
- Cicua, D., Méndez, M. & Muñoz, L. (2008). Factores del consumo de alcohol en adolescentes. *Pensamiento psicológico* (4) (11), 115-133
- De Dios, E., Pérez, N., & Batista, A. (2011). Alcohol contra sexualidad. Aspectos biológicos y psicosociales en el consumo agudo, a largo plazo y prenatal. *Revista Hosp. Psiquiátrico de la Habana*, 8 (1). Recuperado de: <http://www.revistahph.sld.cu/hph0111/hph10111.html>

- Departamento nacional de planeación. (2016). Guía (Programa) de prevención de consumo de alcohol, tabaco y sustancias psicoactivas. Recuperado de: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/DNP/SO-G06%20Gu%C3%ADa%20de%20prevenci%C3%B3n%20de%20consumo%20de%20alcohol%2C%20tabaco%20y%20sustancias%20psicoactivas.Pu.pdf>
- Domínguez, C., Telumbre, J., Sánchez, B., López, M., & Carranza de León, A. (2016). Características del consumo de alcohol en mujeres adolescentes de Chilpancingo, Guerrero, México. *Ciencia y humanismo en la salud*. (3)(1) 4-13.
- Ejercicio de la profesión de Psicólogos, C. C. (2006). Ley 1090 DE 2006. Recuperado de <http://www.sociedadescientificas.com/userfiles/file/LEYES/1090%2006.pdf>
- Erostarbe, I., & Albonigamayor, J. (2005). Como crear una página web docente de calidad. España. Netbiblo.
- Espada, J., Morales, A., Orgiles, M., Piqueras, J., & Carballo, J. (2012). Sexual behaviour under the influence of alcohol among Spanish adolescents. *ADICCIONES*, 25 (1) ,55-62.
- Espada, J., Botvin, G., Griffin, K. & Méndez, X. (2003). Adolescencia: consumo de alcohol y otras drogas. *Papeles del psicólogo*, 23(84).
- Fernández-Solà, J. (2007). Diferentes efectos del alcohol según el sexo. *Jano*, 1636, 27-32.
- Folgara., M, Riveraa.,F, Sierra.,J, Vallejo-Medinacque.,P. (2015) Binge drinking: conductas sexuales de riesgo y drogas facilitadoras del asalto sexual en jóvenes españoles. *Suma Psicológica*. (22)(1) 1-8.
- Flores, A. (2003). Diferencias asociadas al género en los argumentos, las motivaciones, y la autoeficacia ante el consumo de alcohol en estudiantes universitarios de Bogotá. *Revista Peruana de drogodependencia*. (1)(1) 173-192.
- Galves, J., Paz, V., Herrera, P., Delea, S., Gilman, R., & Anthony, J. (2009). Vínculos entre las expectativas sexuales asociadas con el consumo de alcohol, el alcoholismo episódico intenso y el riesgo sexual, en jóvenes varones en una barriada de Lima, Perú. Recuperado de: https://www.guttmacher.org/sites/default/files/article_files/3501509s_0.pdf
- Giron, L. (2004). Quitando etiquetas: Apoyo audiovisual para la promoción de la valoración de la mujer profesionista en México.

- Gobierno Nacional de la República de Colombia. (2013). Estudio nacional de consumo de sustancias psicoactivas en Colombia. *ALVI Impresores S.A.S. Bogotá D.C.*
- Herrera, C., & Campero, L. (2002). La vulnerabilidad e invisibilidad de las mujeres ante el VIH/SIDA: constantes y cambios en el tema. *Salud pública de México*, 44(6), 554-564.
- Herrera, O & Ardila, M. (2005). Validez interna y reproducibilidad de la prueba CAGE en Bucaramanga, Colombia. Recuperado el 04/08/2017 de <https://www.revistabiomedica.org/index.php/biomedica/article/download/1346/1461>
- Herrán, O., Ardila, M., & Barba, D. (2008). Consumo problemático de alcohol en Bucaramanga, Colombia: diseño y validación de una prueba . Recuperado el 04/08/2017 de <https://www.revistabiomedica.org/index.php/biomedica/article/view/106/104>
- Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses (2014) Forensis : Herramienta para la interpretación, intervención y prevención de lesiones de causa externa en Colombia (16)(1) 275-318.
- Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses. (2016). Forensis: Herramienta para la interpretación, intervención y prevención de lesiones de causa externa en Colombia (18)(1) 352-401.
- INVIMA. (2015). ABC de publicidad, bebidas alcohólicas. Recuperado el 07/09/2017 de <https://www.invima.gov.co/alimentos-y-bebidas-publi/4469-abc-publicidad-de-bebidas-alcoh%C3%B3licas.html>
- Jiménez, M., Díaz, F., & Ruiz, C. (2006). Factores relacionados con las actitudes juveniles hacia el consumo de alcohol y otras sustancias psicoactivas. *Psicothema*, 18(1), 52-58.
- Kottig, M. (2016). The cause of violence actions by young women, *Revista Ciências Sociais*, 16 (1). 8. 25. Porto Alegre, Brazil. ISSN 1519 6089.
- Marco del Convenio Interadministrativo. (2011). Estrategia nacional de respuesta integral frente al consumo de alcohol en Colombia, Ministerio de Salud y Protección
Recuperado de:

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ENT/estrategia-nacional-alcohol-colombia.pdf>

Ministerio de la protección social. (2003). Política Nacional de Salud Sexual y Reproductiva. UNFPA. Recuperado de:

<https://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/POL%C3%8DTICA%20NACIONAL%20DE%20SALUD%20SEXUAL%20Y%20REPRODUCTIVA.pdf>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2013). Guía de práctica clínica para el abordaje sindrómico del diagnóstico y tratamiento de los pacientes con infecciones de transmisión sexual y otras infecciones del tacto genital. *Centro Nacional de Investigación en evidencia y tecnologías en salud CINETS*. Recuperado de: http://gpc.minsalud.gov.co/gpc_sites/Repositorio/Conv_500/GPC_its/GPC_its_completa.aspx

Moreno, M., & Whitehill, J. (2016). Influence of Social Media on Alcohol Use in Adolescents and Young Adults. Recuperado el 14/09/2017 de <https://www.arcr.niaaa.nih.gov/arcr361/article08.htm>

Motta, N., & Puts, D. (2016). Endocrinology of human female sexuality, mating, and reproductive behavior. Elsevier Inc. All rights reserved. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/310627154_Endocrinology_of_human_female_sexuality_mating_and_reproductive_behavior

Pastor, P. (2005). La imagen social de las bebidas alcohólicas. *Revista Adicciones*. (14)(1), 115-122

Pereira, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación de educación: una experiencia concreta. *Revista electrónica Educare XV (1), Universidad Nacional, Heredia Costa Rica*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>

Pérez, C., Hernández, W., & Lara, S. (2005). Expectativas frente al consumo de alcohol en jóvenes universitarios colombianos. *Anales de psicología*, 21(2), 259.

Pilatti, A., Brussino, S., & Godoy, J. (2013). Factores que influyen en el consumo de alcohol de adolescentes argentinos: un path análisis prospectivo. *Revista de Psicología*, 22(1).

- Pilatti, A., Urrizaga, A., Chincolla, A., Cupani, M. (2014). Facetas de personalidad relacionadas con el consumo elevado de alcohol en estudiantes universitarios de la provincia de Córdoba. *PERSPECTIVAS EN PSICOLOGIA*. (11) 42-52.
- Pilatti, A., Read, J., Vera, B., Caneto, F., Garimaldi, J., & Kahler, C. (2014). The Spanish version of the Brief Young Adult Alcohol Consequences Questionnaire (B-YAACQ): A Rasch Model analysis. *Addictive behaviors*, 39(5), 842-847.
- Pilatti, A., Rivarola, M., Lozano, O., & Pautassi, M. (2016). Relación entre impulsividad y consumo de alcohol en hombres y mujeres argentinos. *QUADERNS de psicologia*. (18)(1)75-91.
- Pimienta, R. (2000). Encuesta probabilística vs. no probabilística. *Política y cultura, Universidad autónoma metropolitana unidad Xochimilco, México*, 13 pp 263-276. recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/267/26701313.pdf>
- ProChile. (2011). Estudio de Mercado cerveza en Colombia. Recuperado el 17/08/2017 de http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_04_25_11110415.pdf
- Roa, L. (2016). Neurotoxicidad alcohólica. Recuperado el 08/07/2017 de <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rmed/article/view/2924>
- Rojas, R. & Osorio, J. (1977). Hábitos de ingestión de bebidas alcohólicas en una comunidad rural de Antioquia, Colombia, Universidad de Antioquia, 83(2). Recuperado de: <http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/17474/v83n2p148.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rubio, M., & March, M. (2014). El alcohol. *Universidad de Barcelona*. Recuperado de: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/53737/1/Trabajo%20alcohol.pdf>
- Salcedo, A., Palacios, X., & Espinosa, Á. (2011). Consumo de alcohol en jóvenes universitarios Alcohol consumption in young college students, Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia, Vol. 29(1) pp. 77-97 ISSN1794-4724.
- Sousa, V., Driessnack, M., & Costa, I. (2007). Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte 1: diseños de investigación cuantitativa. *Revista latinoamericana Enfermagem*, 15(3). Recuperado de: http://www.scielo.br/pdf/rlae/v15n3/es_v15n3a22.pdf

Sorihano, J. (2012). Plan de negocios para una empresa dedicada a la producción y comercialización de una bebida artesanal en el Valle de Aburrá. Recuperado el 17/08/2017 de <http://repository.eia.edu.co/bitstream/11190/226/1/ADMO0805.pdf>

The asian-pacific resource & research centre for women. (2016). Sexuality, Sexual and Reproductive Health and Rights, and the Internet. Foundation for a just society. Editorial and production team 56. 22(1). Recuperado de: <https://arrow.org.my/wp-content/uploads/2016/08/AFC22.1-2016.pdf>

Zahr, N. & Piferbaum, A. (2017). Alcohol's effects on the brain: Neuroimaging results in human and animal models. Recuperado el 14/09/2017 de <https://www.arcr.niaaa.nih.gov/arcr382/article07.htm>

ANEXOS

ANEXO A. Test CAGE

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
 FACULTAD DE PSICOLOGÍA
 CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
 Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
 María Camila Riaño.
 Profesor: Fernando González

Mujeres bajo efectos del consumo de alcohol vulnerables a tener relaciones sexuales sin protección

TEST CAGE

(Cutting down annoyance by criticism, guilty feeling and eye-openers)

Este es un test de prevención de personas en riesgo, el cual permite detectar un comportamiento potencialmente perjudicial para su salud, detectando el consumo no responsable de alcohol.

A continuación, encontrará una serie de 4 preguntas relacionadas con el consumo de alcohol por favor responda SI o NO de forma honesta en la casilla correspondiente con una “X”,

Los resultados de este test serán usados para alimentar la base de datos del proyecto Web “MUJES NUESTRO PLAN”.

Le invitamos visitar el siguiente LINK para más información: <https://pabuitrago14.wixsite.com/misitio-1> Si tiene alguna inquietud o sugerencia puede comunicarse con los siguientes correos electrónicos (algaleano43@ucatolica.edu.co, lamoncada40@ucatolica.edu.co, pabuitrago14@ucatolica.edu.co o meriano01@ucatolica.edu.co) o en el celular 3107783373.

Edad:

Estrato: 1__ 2__ 3__ 4__ 5__ 6__

Nivel de escolaridad: Primaria__ Secundaria _____ Técnico/tecnólogo _____

Universitario _____ Posgrado _____

Ocupación actual: identificar aquí las categorías: Independiente _____ Empleada _____

Estudiante __ Desempleada __ Pensionada _____

Estado civil: Casada ____ Soltera____ Viuda ____ Separada ____ Unión libre _____

1. ¿Le ha molestado alguna vez las personas, criticándole su forma de beber?	SI	NO
1. ¿Ha tenido alguna vez la impresión de que debería beber menos?	SI	NO
1. ¿Se ha sentido alguna vez culpable por su forma de beber?	SI	NO

1. ¿Alguna vez, lo primero que ha hecho en la mañana ha sido beber para calmar sus nervios o para liberarse de una resaca?	SI	NO
--	----	----

ANEXO B , Encuesta de mercadeo.

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD

Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
María Camila Riaño.

Profesor: Fernando González

ENCUESTA DE NECESIDADES DEL CLIENTE

A continuación se presenta una encuesta, responda a las preguntas con una X en las opciones que considere que concuerdan con su opinión, la siguiente información será usada con fines únicamente académicos:

Edad:

Estrato: 1__ 2__ 3__ 4__ 5__ 6__

Nivel de escolaridad: Primaria__ Secundaria _____ Técnico/tecnólogo _____

Universitario _____ Posgrado _____

Ocupación actual: identificar aquí las categorías: Independiente _____ Empleada _____

Estudiante __ Desempleada __ Pensionada _____

Estado civil: Casada __ Soltera _____ Viuda __ Separada __ Unión libre _____

1.¿Usa internet? SI __ NO __ ¿Con que frecuencia lo usa? muy poco _____
ocasionalmente __ frecuentemente __

Si tu respuesta es No da por finalizada la encuesta

2.¿Con qué frecuencia visita redes sociales? muy poco _____ ocasionalmente _____
frecuentemente __

3.¿Con qué frecuencia revisa páginas web publicitadas en redes sociales? muy poco _____
ocasionalmente __ frecuentemente __

4.¿Qué es lo que más le llama la atención de estas páginas?

5. ¿Qué es lo que menos le llama la atención de estas páginas?

6.¿Qué temática de página web es la que más ha visto que se publicita en redes sociales?

7 .¿Qué temática de página web le gustaría que se publicitara más en redes sociales?

Comercial __ turismo __ prevención _____ entretenimiento _____ otras _____ porque

ANEXO C, Consentimiento Informado

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
 FACULTAD DE PSICOLOGÍA
 CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
 Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
 María Camila Riaño.
 Profesor: Fernando González

CONSENTIMIENTO INFORMADO
 UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

Yo ----- identificado/a con la cédula de ciudadanía número _____ aceptó participar en la realización del ejercicio de aplicación del TEST CAGE, llevada a cabo por las estudiantes de psicología de noveno semestre de la Universidad Católica de Colombia: María Camila Riaño Gómez C.C. 1015448313; Paula Andrea Buitrago Bonilla C.C:1010227338; Lineth Andrea Moncada Luna C.C 1033756235 y Angie Lorena Galeano Ruiz C.C 1022400781. Estoy enterado que con ello no se pretende hacer un diagnóstico ni intervención clínica y no tendrá repercusiones en el futuro, pues tiene como fin único un ejercicio con motivos estrictamente académicos.

Además de esto he leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte.

Autorizo la toma de los datos obtenidos en el test de manera anónima (es decir que no se revele ningún tipo de dato biográfico que permita mi ubicación) para su futura exposición en la página Mujeres Nuestro Plan. SI ____ NO ____

Nombre del Participante _____

Firma del Participante _____

Fecha _____

Día/mes/año

ANEXO D. ENCUESTA DE VALIDACIÓN

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
 FACULTAD DE PSICOLOGÍA
 CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
 Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
 María Camila Riaño.
 Profesor: Fernando González
ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE PRODUCTO

A continuación se presenta una encuesta, responda a las preguntas con una X en las opciones que considere que concuerdan con su opinión, la siguiente información será usada con fines únicamente académicos:

Edad:

Estrato: 1__ 2__ 3__ 4__ 5__ 6__

Nivel de escolaridad: Primaria__ Secundaria _____ Técnico/tecnólogo _____

Universitario _____ Posgrado _____

Ocupación actual: identificar aquí las categorías: Independiente _____ Empleada _____

Estudiante __ Desempleada __ Pensionada _____

Estado civil: Casada __ Soltera _____ Viuda __ Separada __ Unión libre _____

1. ¿Considera usted que la información de la página web fue útil? SI __ NO__
2. ¿Ha resuelto usted sus inquietudes al visitar la página? SI__ NO __
3. ¿Piensa usted que existen aspectos para mejorar en la página web? SI__ NO __
cuales:_____
4. ¿Conoce a alguien a quien le pueda ayudar la página? SI__ NO
5. ¿Recomendaría esta página a alguien más? SI__ NO__
6. ¿Considera que la información es entendible? SI __ NO __
7. ¿Cree usted que la información está organizada de manera correcta?
8. ¿Piensa que la pagina necesita algún tipo de apoyo audiovisual? SI__ NO cual:

ANEXO E. Página web <https://pabuitrigo14.wixsite.com/misitio-1>

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD

Estudiantes: Paula Andrea Buitrigo, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
María Camila Riaño.

Profesor: Fernando González

La página web consta de cuatro (4) páginas, las cuales tienen contenido preventivo, informativo, y de mucho interés para todas las mujeres que se encuentran en una situación similar o quieren hacer prevención en el tema. La primera página consta de cuatro (4) pestañas, las cuales son:

La primera pestaña llamada **Alcohol sin culpas** habla de la influencia de la bebida alcohólica en las mujeres encontrados en el rango de estudio (18-30 años de edad), partiendo de los detonantes del consumo de alcohol de forma excesiva, tales como, embarazos no deseados e infecciones de transmisión sexual (ITS), incluido el VIH, y por último un plan generado para las mujeres de cómo evitar ciertos percances y arrepentimientos al día siguiente.

La segunda pestaña llamada **¡Es hora de prevenir!** habla del alto riesgo de combinar alcohol y sexo, el efecto en ciertas áreas de nuestro cuerpo, y cuál es la conducta en hombres y mujeres, pero sin dejar de lado las pautas preventivas frente al tema, como lo son el uso de preservativos y prevención de un embarazo no deseado o no planeado; por último un plan generado para las mujeres en cómo comportarse en ciertos ambientes con alcohol.

La tercera pestaña llamada **Rutas de atención** con el objetivo de brindar a todas las mujeres las distintas rutas de atención necesarias para dar solución y ayudarlas a seguir unas pautas de protección frente a un posible abuso sexual. En esta página encontraremos varias herramientas facilitadoras y las condiciones necesarias para asegurar la integralidad en la atención a partir de las acciones del cuidado que se espera del individuo, por ende, las acciones orientadas a promover el bienestar de todas las mujeres.

La cuarta pestaña llamada **Casos-Evidencia ¡Nos ha pasado a todas!** este es un espacio brindado para todas las mujeres o personas que quieran compartir sus experiencias a través de este medio, y como gracias a toda la información preventiva e informativa, solo pasa a ser una etapa en su vida. Se encontrarán varios testimonios y un apartado en donde TU podrás compartir tu experiencia.

La segunda página habla directamente de las personas por quien está conformado el equipo y quienes son las encargadas de llevar a cabo Mujeres-Nuestro Plan. Somos cuatro

(4) psicólogas en formación, quienes a través de propias experiencias y aprendizajes relacionadas con sexo y bebidas alcohólicas, quienes quisimos ayudar a mujeres o personas que pasaron por situaciones similares. Somos estudiantes de la Universidad Católica de Colombia y nos encontramos en noveno semestre de psicología.

La tercera página se encuentran los medios de contacto; como primera instancia un mapa localizador de Bogotá D.C el cual tiene como ubicación directa la Universidad Católica de Colombia y un vínculo mediante el cual todos los usuarios podrán comunicarse directamente con los profesionales, el cual está conformado por el nombre de la persona que se dirige al plan, el e-mail a través del cual se dará pronta respuesta a su solicitud, dudas etc., número de teléfono, asunto del mensaje, es decir, motivo por el cual escribe a los profesionales y mensajes para saber exactamente cuál es el contenido del mensaje.

Y por último en la cuarta página, se les da la bienvenida a todas las personas que hagan visita directa a la página web, una breve introducción sobre el objetivo de la página, y un video de bienvenida realizado por parte de dos personas pertenecientes al equipo. A continuación se evidenciará en fotos de la página web, recopilando lo anteriormente explicado.



The image shows two screenshots of a website. The top screenshot displays the homepage with a navigation menu (Inicio, Quienes somos, Contacto, Nosotras), a logo of a swirl, and a main article titled 'Alcohol sin culpas' with a date of 05/09/2017. A sidebar on the right features a 'UNETE a la FIESTA' graphic and the text 'Intercambio de experiencias'. The bottom screenshot shows a different layout with an article '¡Es hora de prevenir!' (05/09/2017) featuring a woman's hand gesture, and another article 'Rutas de atención.' (05/09/2017) with a woman's portrait. The sidebar on the right includes 'Intercambio de experiencias', 'quienes somos' with a 'Lee más sobre mí' link, 'Profesionales' with a Psi symbol, and 'Síguenos' with social media icons for Facebook, Twitter, and Google+.


Secure | https://pabuitrigo14.wixsite.com/mujeresnuestroplan

Apps La Voz Salsa - Medell Chrome Latam Homepage Learner Home ARL SURA - Riesgos New Tab AMADEUS - RH - Go MyServiceDesk

Create a Wix site!

Rutas de atención.


05/09/2017



Lee más

Casos - Evidencia ¡Nos ha pasado a todas!

05/09/2017



Compartiremos nuestras experiencias, y de muchas mujeres las cuales hayan pasado por alguna situación similar y como a través de Nuestro Plan esas experiencias se convierten en grandes aprendizajes y de esta forma seguir guiando, apoyando y ayudando a todas las mujeres...

Lee más

Síguenos

f t g+

© 2023. Mujeres, nuestro plan Creado con Wix.com

Secure | https://pabuitrigo14.wixsite.com/mujeresnuestroplan/single-post/2017/09/05/Alcohol-sin-culpas

Apps La Voz Salsa - Medel Chrome Latam Homepage Learner Home ARL SURA - Riesgos New Tab AMADEUS - RH - Go MyServiceDesk

Alcohol sin culpas
09.05.2017



LA BEBIDA EN LOS ADOLESCENTES
El consumo de alcohol no es solamente un problema de adultos. La mayoría de las estudiantes y adultos jóvenes han consumido una bebida alcohólica en el último mes. Esto a pesar de que la edad indicada para comenzar a consumir de manera moderada el alcohol es a partir de los 21 años. Aproximadamente 1 de cada 5 adolescentes se consideran "bebedores problema". Esto significa que:

- Se embriagan.
- Tienen accidentes relacionados con el consumo de alcohol.
- Aumento de relaciones sexuales, embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual y toma de decisiones bajo dichos efectos.

EMBARAZOS NO DESEADOS
Los embarazos no deseados son una problemática social, que particularmente en nuestro país es muy grave, en muchas ocasiones las mujeres somos de una manera irresponsable padres por accidente, sin la existencia de alguna planificación y sobre todo bajo los efectos del alcohol y sin ningún tipo de protección.



ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN SEXUAL
Las enfermedades de transmisión sexual se definen como un grupo de infecciones adquiridas por una persona tras mantener relaciones sexuales sin protección con una persona ya infectada.



UNETE a la FIESTA
Intercambio de Recetas@9pm

Mi viaje de Descubrimiento y Pérdida de Peso

Hace un año decidí que era tiempo de cambiar mi vida. Eso significaba tomar el control y tomar decisiones importantes...

[Lee más sobre mí](#)

Mis Patrocinadores

inc InSmile Public

This site was created using WIX.com. Create your own for FREE >>

Secure | https://pabuitrigo14.wixsite.com/mujeresnuestroplan/single-post/2017/09/05/¿Es-hora-de-prevenir

Apps La Voz Salsa - Medel Chrome Latam Homepage Learner Home ARL SURA - Riesgos New Tab AMADEUS - RH - Go MyServiceDesk

¿Es hora de prevenir!
09.05.2017

Alcohol y sexo son una mala combinación. Es cierto que al principio el alcohol desinhibe, tendremos sensación de euforia y de ser más sociables, pero es totalmente erróneo que sea un estimulante sexual, ya que tanto en hombres como en mujeres, produce efectos negativos sobre las señales fisiológicas de excitación sexual.



MUJERES incluso ingerido con moderación, dificulta la excitación y la lubricación vaginal. Por lo tanto, puede decirse que el consumo de alcohol dificulta la penetración y el coito (la erección en el hombre disminuye y en algunos casos es difícil colocar el preservativo) y por ende disminuye la capacidad e intensidad de los orgasmo.

A nivel cerebral, actúa sobre el lóbulo frontal, alterando la capacidad de juicio y auto-control y modifica, en consecuencia, la percepción sensorial, los estímulos sexuales y la conducta. Puede que se nos olvide tomar precauciones por ende no usar protección (condón), generando así embarazos no deseados, infecciones de transmisión sexual y luego el arrepentimiento.

NUESTRO PLAN

- Márcate un límite. Piensa antes de salir lo máximo que quieres beber e intenta respetarlo.
- Demora la hora de inicio de la ingesta.
- Bebe a pequeños sorbos, tragos cortos.
- Suelta el vaso de la mano: pósallo en la mesa, en la barra...

UNETE a la FIESTA
Intercambio de Recetas@9pm

Mi viaje de Descubrimiento y Pérdida de Peso

Hace un año decidí que era tiempo de cambiar mi vida. Eso significaba tomar el control y tomar decisiones importantes...

[Lee más sobre mí](#)

Mis Patrocinadores

inc InSmile Public

This site was created using WIX.com. Create your own for FREE >>

Secure | https://pabuitrago14.wixsite.com/mujeresnuestroplan/quienes-somos

Inicio | Quienes somos | Contacto | Nosotras

Mujeres Nuestro Plan



PSICÓLOGAS

Somos cuatro psicólogas en formación, quienes a través de propias experiencias y aprendizajes relacionados con sexo y alcohol, quisimos ayudar a miles de mujeres las cuales se encontraran en situaciones similares o quieran prevenir y ayudar a todas las personas de su alrededor.


Ψ

Lineth Andrea Moncada
Paula Andrea Buitrago
Maria Camila Riaño
Angie Lorena Galeano

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA

Secure | https://pabuitrago14.wixsite.com/mujeresnuestroplan/contacto

Mujeres Nuestro Plan



Nombre

Email

Teléfono

Asunto

Mensaje

ANEXO F, Encuesta de Satisfacción al Cliente

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD

Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
María Camila Riaño.

Profesor: Fernando González

Como parte de nuestro trabajo hacia asegurar la total satisfacción de nuestros clientes, lo invitamos a responder nuestra breve Encuesta de Satisfacción al Cliente. Le agradecemos por usar nuestros servicios y esperamos que responda la encuesta con confianza, se garantiza total confidencialidad.

1. ¿Por cuánto tiempo ha estado usando la página web Mujeres - nuestro plan?
 - a. Menos de un mes
 - b. 1-12 meses
 - c. 1-3 años
 - d. Más de 3 años
 - e. Nunca lo usé

2. ¿Con qué frecuencia usa la página web Mujeres – Nuestro plan?
 - a. Todos los días
 - b. En promedio, 3 veces por semana
 - c. Una vez a la semana
 - d. Una vez al mes
 - e. Menos de una vez al mes

3. ¿Cuán satisfecho se encuentra con la página web Mujeres - Nuestro plan?
 - a. Muy satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Neutral
 - d. Insatisfecho
 - e. Muy insatisfecho

4. ¿Que lo impresionó más acerca de la página web Mujeres – Nuestro Plan?
 - a. Calidad
 - b. Contenido

- c. Información
 - d. Uso
 - e. Tema a tratar
 - f. Servicio al cliente
5. ¿Qué es lo que le gusta de la página web Mujeres – Nuestro Plan?
6. ¿Qué es lo que no le gusta de la página web Mujeres – Nuestro Plan?
7. ¿Usaría o visitaría la página web Mujeres – Nuestro Plan en un futuro?
- a. Definitivamente
 - b. Probablemente
 - c. No estoy seguro
 - d. Probablemente no
 - e. Definitivamente no
8. ¿Recomendaría nuestro pagina web Mujeres – Nuestro Plan a otras personas?
- a. Definitivamente
 - b. Probablemente
 - c. No estoy seguro
 - d. Probablemente no
 - e. Definitivamente no
9. ¿Qué otro tema le gustaría encontrar en nuestra página web Mujeres – Nuestro Plan?
-
-

ANEXO G: CONSENTIMIENTO INFORMADO DE TESTIMONIOS**CONSENTIMIENTO INFORMADO
UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA**

Yo Rada Piñilla identificado/a con la cédula de ciudadanía número 1013953111 aceptó participar en la realización del ejercicio de aplicación de testimonio, llevada a cabo por las estudiantes de psicología de noveno semestre de la Universidad Católica de Colombia: María Camila Riaño Gómez C.C. 1015448313; Paula Andrea Buitrago Bonilla C.C:1010227338; Lineth Andrea Moncada Luna C.C 1033756235 y Angie Lorena Galeano Ruiz C.C 1022400781. Estoy enterado que con ello no se pretende hacer un diagnóstico ni intervención clínica y no tendrá repercusiones en el futuro, pues tiene como fin único un ejercicio con motivos estrictamente académicos.

Además de esto he leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.
Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte.

Autorizo la toma de los datos obtenidos en el ejercicio de testimonio de manera anónima (es decir que no se revele ningún tipo de dato biográfico que permita mi ubicación) para su futura exposición en la página Mujeres Nuestro Plan. SI NO

Nombre del Participante Rada Piñilla

Firma del Participante [Firma]

Fecha 09/10/2017

Día/mes/año

CONSENTIMIENTO INFORMADO
UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

Yo ALEXANDRA GÓMEZ identificado/a con la cédula de ciudadanía número 101848130 aceptó participar en la realización del ejercicio de aplicación de testimonio, llevada a cabo por las estudiantes de psicología de noveno semestre de la Universidad Católica de Colombia: María Camila Riaño Gómez C.C. 1015448313; Paula Andrea Buitrago Bonilla C.C.:1010227338; Lineth Andrea Moncada Luna C.C 1033756235 y Angie Lorena Galeano Ruiz C.C 1022400781. Estoy enterado que con ello no se pretende hacer un diagnóstico ni intervención clínica y no tendrá repercusiones en el futuro, pues tiene como fin único un ejercicio con motivos estrictamente académicos.

Además de esto he leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte.

Autorizo la toma de los datos obtenidos en el ejercicio de testimonio de manera anónima (es decir que no se revele ningún tipo de dato biográfico que permita mi ubicación) para su futura exposición en la página Mujeres Nuestro Plan. SI NO

Nombre del Participante ALEXANDRA GÓMEZ

Firma del Participante Alexandra Gomez

Fecha 09/10/2017

Día/mes/año

CONSENTIMIENTO INFORMADO
UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

Yo Jessica Romero Ariza identificado/a con la cédula de ciudadanía número 1015406670 aceptó participar en la realización del ejercicio de aplicación de testimonio, llevada a cabo por las estudiantes de psicología de noveno semestre de la Universidad Católica de Colombia: María Camila Riaño Gómez C.C. 1015448313; Paula Andrea Buitrago Bonilla C.C:1010227338; Lineth Andrea Moncada Luna C.C 1033756235 y Angie Lorena Galeano Ruiz C.C 1022400781. Estoy enterado que con ello no se pretende hacer un diagnóstico ni intervención clínica y no tendrá repercusiones en el futuro, pues tiene como fin único un ejercicio con motivos estrictamente académicos.

Además de esto he leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte.

Autorizo la toma de los datos obtenidos en el ejercicio de testimonio de manera anónima (es decir que no se revele ningún tipo de dato biográfico que permita mi ubicación) para su futura exposición en la página Mujeres Nuestro Plan. SI NO

Nombre del Participante Jessica Romero Ariza

Firma del Participante Jessica Romero Ariza

Fecha 09/10/2017

Día/mes/año

ANEXO H: ENCUESTA DE VALIDACIÓN DEL PRODUCTO Y CONSENTIMIENTO

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
María Camila Riaño.
Profesor: Fernando González
ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE PRODUCTO**

A continuación se presenta una encuesta, responda a las preguntas con una X en las opciones que considere que concuerdan con su opinión, la siguiente información será usada con fines únicamente académicos:

Edad: 22

Estrato: 1 2 3 4 5 6
Nivel de escolaridad: Primaria Secundaria Técnico/tecnólogo Universitario Posgrado

Ocupación actual: identificar aquí las categorías: Independiente Empleada Estudiante Desempleada Pensionada

Estado civil: Casada Soltera Viuda Separada Unión libre

1. ¿ Considera usted que la información de la pagina web fue util? SI NO
2. ¿ ha resuelto usted sus inquietudes al visitar la pagina? SI NO
3. ¿ piensa usted que existen aspectos para mejorar en la pagina web? SI NO cuales: _____
4. ¿ Conoce a alguien a quien le pueda ayudar la pagina? SI NO
5. ¿ Recomendaria esta pagina a alguien mas ? SI NO
6. ¿ Considera que la informacion es entendible? SI NO
7. ¿ Cree usted que la informacion esta organizada de manera correcta? SI NO
8. ¿ piensa que la pagina necesita algun tipo de apoyo audiovisual ? SI NO cual: _____

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angié Lorena Galeano y
María Camila Riaño.
Profesor: Fernando González

CONSENTIMIENTO INFORMADO
UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

Yo Erika Pava Cadena identificado/a con la cédula de ciudadanía número 1019008109 aceptó participar en la realización del ejercicio de aplicación de la encuesta de validación de producto, llevada a cabo por las estudiantes de psicología de noveno semestre de la Universidad Católica de Colombia: María Camila Riaño Gómez C.C. 1015448313; Paula Andrea Buitrago Bonilla C.C:1010227338; Lineth Andrea Moncada Luna C.C 1033756235 y Angié Lorena Galeano Ruiz C.C 1022400781. Estoy enterado que con ello no se pretende hacer un diagnóstico ni intervención clínica y no tendrá repercusiones en el futuro, pues tiene como fin único un ejercicio con motivos estrictamente académicos.

Además de esto he leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte.

Nombre del Participante Erika Pava
Firma del Participante ERIKA PAVA C.
Fecha 15/10/2017
Día/mes/año.

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
 FACULTAD DE PSICOLOGÍA
 CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
 Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y Maria
 Camila
 Riaño.
 Profesor: Fernando González
ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE PRODUCTO

A continuación se presenta una encuesta, responda a las preguntas con una X en las opciones que considere que concuerdan con su opinión, la siguiente información será usada con fines únicamente académicos:

Edad: 26
 Estrato: 1 ___ 2 ___ 3 X 4 ___ 5 ___ 6 ___
 Nivel de escolaridad: Primaria ___ Secundaria ___ Técnico/tecnólogo ___
 Universitario X Posgrado ___
 Ocupación actual: identificar aquí las categorías: Independiente ___ Empleada X
 Estudiante ___ Desempleada ___ Pensionada ___
 Estado civil: Casada X Soltera ^{Nº} ~~X~~ Viuda ___ Separada ___ Unión libre ___

1. ¿ Considera usted que la información de la pagina web fue util? SI X NO ___
2. ¿ ha resuelto usted sus inquietudes al visitar la pagina? SI X NO ___
3. ¿ piensa usted que existen aspectos para mejorar en la pagina web? SI ___ NO X
 cuales: _____
4. ¿ Conoce a alguien a quien le pueda ayudar la pagina? SI X NO ___
5. ¿ Recomendaria esta pagina a alguien mas ? SI X NO ___
6. ¿ Considera que la informacion es entendible? SI X NO ___
7. ¿ Cree usted que la informacion esta organizada de manera correcta? X
8. ¿ piensa que la pagina necesita algun tipo de apoyo audiovisual ? SI ___ NO X cual:

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
 FACULTAD DE PSICOLOGÍA
 CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
 Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
 María Camila
 Riaño.
 Profesor: Fernando González

CONSENTIMIENTO INFORMADO
 UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

Yo PAULA ANDREA JEREZ identificado/a con la cédula de ciudadanía número 521714292 aceptó participar en la realización del ejercicio de aplicación del TEST CAGE, llevada a cabo por las estudiantes de psicología de noveno semestre de la Universidad Católica de Colombia: María Camila Riaño Gómez C.C. 1015448313; Paula Andrea Buitrago Bonilla C.C:1010227338; Lineth Andrea Moncada Luna C.C 1033756235 y Angie Lorena Galeano Ruiz C.C 1022400781. Estoy enterado que con ello no se pretende hacer un diagnóstico ni intervención clínica y no tendrá repercusiones en el futuro, pues tiene como fin único un ejercicio con motivos estrictamente académicos.

Además de esto he leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte.

Autorizo la toma de los datos obtenidos en el test de manera anónima (es decir que no se revele ningún tipo de dato biográfico que permita mi ubicación) para su futura exposición en la página Mujeres Nuestro Plan. SI NO

Nombre del Participante PAULA ANDREA JEREZ
 Firma del Participante [Firma]
 Fecha _____
 Día/mes/año 15/10/17

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
María Camila Riaño.
Profesor: Fernando González

CONSENTIMIENTO INFORMADO
UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

Yo Maribel Gamay Aída. identificado/a con la cédula de ciudadanía número 52.018.10 aceptó participar en la realización del ejercicio de aplicación de la encuesta de validación de producto, llevada a cabo por las estudiantes de psicología de noveno semestre de la Universidad Católica de Colombia: María Camila Riaño Gómez C.C. 10 15448313; Paula Andrea Buitrago Bonilla C.C.:1010227338; Lineth Andrea Moncada Luna C.C. 1033756235 y Angie Lorena Galeano Ruiz C.C 1022400781. Estoy enterado que con ello no se pretende hacer un diagnóstico ni intervención clínica y no tendrá repercusiones en el futuro, pues tiene como fin único un ejercicio con motivos estrictamente académicos.

Además de esto he leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte.

Nombre del Participante Maribel Gamay
Firma del Participante [Firma]
Fecha 15/10/2017
Día/mes/año

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
María Camila Riaño.
Profesor: Fernando González
ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE PRODUCTO**

A continuación se presenta una encuesta, responda a las preguntas con una X en las opciones que considere que concuerdan con su opinión, la siguiente información será usada con fines únicamente académicos:

Edad: 26 AÑOS
 Estrato: 1__ 2__ 3__ 4__ 5 6__
 Nivel de escolaridad: Primaria__ Secundaria__ Técnico/tecnólogo__ Universitario__ 5 Posgrado__
 Ocupación actual: identificar aquí las categorías: Independiente 5 Empleada__ Estudiante__ Desempleada__ Pensionada__
 Estado civil: Casada__ Soltera__ Viuda__ Separada 5 Unión libre__

1. ¿ Considera usted que la información de la pagina web fue util? SI 5 NO__
2. ¿ ha resuelto usted sus inquietudes al visitar la pagina? SI__ NO 5
3. ¿ piensa usted que existen aspectos para mejorar en la pagina web? SI 5 NO__ cuales: ROTAS REDACCIONAS
4. ¿ Conoce a alguien a quien le pueda ayudar la pagina? SI 5 NO
5. ¿ Recomendaria esta pagina a alguien mas ? SI 5 NO__
6. ¿ Considera que la informacion es entendible? SI 5 NO__
7. ¿ Cree usted que la informacion esta organizada de manera correcta? SI 5 5 NO__
8. ¿ piensa que la pagina necesita algun tipo de apoyo audiovisual ? SI__ NO 5 cual: _____

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
 FACULTAD DE PSICOLOGÍA
 CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
 Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y Maria
 Camila
 Riaño.
 Profesor: Fernando González
ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE PRODUCTO

A continuación se presenta una encuesta, responda a las preguntas con una X en las opciones que considere que concuerdan con su opinión, la siguiente información será usada con fines únicamente académicos:

Edad: 20

Estrato: 1__ 2 3__ 4__ 5__ 6__

Nivel de escolaridad: Primaria__ Secundaria__ Técnico/tecnólogo

Universitario__ Posgrado__

Ocupación actual: identificar aquí las categorías: Independiente__ Empleada__

Estudiante Desempleada__ Pensionada__

Estado civil: Casada Soltera__ Viuda__ Separada__ Unión libre__

1. ¿ Considera usted que la información de la pagina web fue util? SI NO__

2. ¿ ha resuelto usted sus inquietudes al visitar la pagina? SI NO__

3. ¿ piensa usted que existen aspectos para mejorar en la pagina web? SI__ NO
 cuales: _____

4.¿Conoce a alguien a quien le pueda ayudar la pagina? SI NO

5. ¿Recomendaria esta pagina a alguien mas ? SI NO__

6. ¿Considera que la informacion es entendible? SI NO__

7. ¿ Cree usted que la informacion esta organizada de manera correcta?

8. ¿ piensa que la pagina necesita algun tipo de apoyo audiovisual ? SI__ NO^cual:

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
 FACULTAD DE PSICOLOGÍA
 CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
 Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
 María Camila
 Riaño.
 Profesor: Fernando González

CONSENTIMIENTO INFORMADO
 UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

Yo Nathaly López Medina identificado/a con la cédula de ciudadanía número 1010124504 aceptó participar en la realización del ejercicio de aplicación del TEST CAGE, llevada a cabo por las estudiantes de psicología de noveno semestre de la Universidad Católica de Colombia: María Camila Riaño Gómez C.C. 1015448313; Paula Andrea Buitrago Bonilla C.C:1010227338; Lineth Andrea Moncada Luna C.C 1033756235 y Angie Lorena Galeano Ruiz C.C 1022400781. Estoy enterado que con ello no se pretende hacer un diagnóstico ni intervención clínica y no tendrá repercusiones en el futuro, pues tiene como fin único un ejercicio con motivos estrictamente académicos.

Además de esto he leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte.

Autorizo la toma de los datos obtenidos en el test de manera anónima (es decir que no se revele ningún tipo de dato biográfico que permita mi ubicación) para su futura exposición en la página Mujeres Nuestro Plan. SI NO

Nombre del Participante Nathaly López M
 Firma del Participante Nathaly López M.
 Fecha _____
 Día/mes/año 15/10/13

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
 FACULTAD DE PSICOLOGÍA
 CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
 Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y María
 Camila
 Riaño.
 Profesor: Fernando González
ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE PRODUCTO

A continuación se presenta una encuesta, responda a las preguntas con una X en las opciones que considere que concuerdan con su opinión, la siguiente información será usada con fines únicamente académicos:

Edad: 19
 Estrato: 1__ 2__ 3~~X~~ 4__ 5__ 6__
 Nivel de escolaridad: Primaria__ Secundaria__ Técnico/tecnólogo__
 Universitario ~~X~~ Posgrado__
 Ocupación actual: identificar aquí las categorías: Independiente__ Empleada__
 Estudiante ~~X~~ Desempleada__ Pensionada__
 Estado civil: Casada__ Soltera ~~X~~ Viuda__ Separada__ Unión libre__

1. ¿ Considera usted que la información de la pagina web fue util? SI ~~X~~ NO__
2. ¿ ha resuelto usted sus inquietudes al visitar la pagina? SI ~~X~~ NO__
3. ¿ piensa usted que existen aspectos para mejorar en la pagina web? SI ~~X~~ NO__
 cuales: mas informacion
4. ¿Conoce a alguien a quien le pueda ayudar la pagina? SI ~~X~~ NO
5. ¿Recomendaria esta pagina a alguien mas ? SI ~~X~~ NO__
6. ¿Considera que la informacion es entendible? SI ~~X~~ NO__
7. ¿ Cree usted que la informacion esta organizada de manera correcta? Si
8. ¿ piensa que la pagina necesita algun tipo de apoyo audiovisual ? SI__ NO~~X~~cual:

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
 FACULTAD DE PSICOLOGÍA
 CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
 Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
 María Camila
 Riaño.
 Profesor: Fernando González

CONSENTIMIENTO INFORMADO
 UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

Yo María Paula Coicedo identificado/a con la cédula de ciudadanía número 10321285329 aceptó participar en la realización del ejercicio de aplicación del TEST CAGE, llevada a cabo por las estudiantes de psicología de noveno semestre de la Universidad Católica de Colombia: María Camila Riaño Gómez C.C. 1015448313; Paula Andrea Buitrago Bonilla C.C:1010227338; Lineth Andrea Moncada Luna C.C 1033756235 y Angie Lorena Galeano Ruiz C.C 1022400781. Estoy enterado que con ello no se pretende hacer un diagnóstico ni intervención clínica y no tendrá repercusiones en el futuro, pues tiene como fin único un ejercicio con motivos estrictamente académicos.

Además de esto he leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte.

Autorizo la toma de los datos obtenidos en el test de manera anónima (es decir que no se revele ningún tipo de dato biográfico que permita mi ubicación) para su futura exposición en la página Mujeres Nuestro Plan. SI NO

Nombre del Participante María Paula Coicedo
 Firma del Participante [Firma manuscrita]
 Fecha _____
 Día/mes/año 15 / 10 / 17

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
 FACULTAD DE PSICOLOGÍA
 CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
 Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y María
 Camila
 Riaño.
 Profesor: Fernando González
ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE PRODUCTO

A continuación se presenta una encuesta, responda a las preguntas con una X en las opciones que considere que concuerdan con su opinión, la siguiente información será usada con fines únicamente académicos:

Edad: 35
 Estrato: 1__ 2__ 3 X 4__ 5__ 6__
 Nivel de escolaridad: Primaria__ Secundaria__ Técnico/tecnólogo X
 Universitario__ Posgrado__
 Ocupación actual: identificar aquí las categorías: Independiente__ Empleada X
 Estudiante__ Desempleada__ Pensionada__
 Estado civil: Casada__ Soltera__ Viuda__ Separada__ Unión libre X

1. ¿ Considera usted que la información de la pagina web fue util? SI X NO__
2. ¿ ha resuelto usted sus inquietudes al visitar la pagina? SI X NO__
3. ¿ piensa usted que existen aspectos para mejorar en la pagina web? SI X NO__
 cuales: Mas informacion.
4. ¿ Conoce a alguien a quien le pueda ayudar la pagina? SI__ NO X
5. ¿ Recomendaria esta pagina a alguien mas ? SI X NO__
6. ¿ Considera que la informacion es entendible? SI X NO__
7. ¿ Cree usted que la informacion esta organizada de manera correcta? Si
8. ¿ piensa que la pagina necesita algun tipo de apoyo audiovisual ? SI__ NO X cual:

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA
 FACULTAD DE PSICOLOGÍA
 CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
 Estudiantes: Paula Andrea Buitrago, Lineth Andrea Moncada, Angie Lorena Galeano y
 María Camila
 Riaño.
 Profesor: Fernando González

CONSENTIMIENTO INFORMADO
 UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

Yo Diana Mora identificado/a con la cédula de ciudadanía número 7018443082 aceptó participar en la realización del ejercicio de aplicación del TEST CAGE, llevada a cabo por las estudiantes de psicología de noveno semestre de la Universidad Católica de Colombia: María Camila Riaño Gómez C.C. 1015448313; Paula Andrea Buitrago Bonilla C.C.:1010227338; Lineth Andrea Moncada Luna C.C 1033756235 y Angie Lorena Galeano Ruiz C.C 1022400781. Estoy enterado que con ello no se pretende hacer un diagnóstico ni intervención clínica y no tendrá repercusiones en el futuro, pues tiene como fin único un ejercicio con motivos estrictamente académicos.

Además de esto he leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte.

Autorizo la toma de los datos obtenidos en el test de manera anónima (es decir que no se revele ningún tipo de dato biográfico que permita mi ubicación) para su futura exposición en la página Mujeres Nuestro Plan. SI NO

Nombre del Participante Diana Mora
 Firma del Participante [Firma]
 Fecha 15/10/17
 Día/mes/año 15/10/17

CONSENTIMIENTO INFORMADO
UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

Yo Diana Zuñiga identificado/a con la cédula de ciudadanía número 1.022.786.316 aceptó participar en la realización del ejercicio de aplicación del TEST CAGE, llevada a cabo por las estudiantes de psicología de noveno semestre de la Universidad Católica de Colombia: María Camila Riaño Gómez C.C. 1015448313; Paula Andrea Buitrago Bonilla C.C:1010227338; Lineth Andrea Moncada Luna C.C 1033756235 y Angie Lorena Galeano Ruiz C.C 1022400781. Estoy enterado que con ello no se pretende hacer un diagnóstico ni intervención clínica y no tendrá repercusiones en el futuro, pues tiene como fin único un ejercicio con motivos estrictamente académicos.

Además de esto he leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte.

Autorizo la toma de los datos obtenidos en el test de manera anónima (es decir que no se revele ningún tipo de dato biográfico que permita mi ubicación) para su futura exposición en la página Mujeres Nuestro Plan. SI NO

Nombre del Participante Diana Zuñiga

Firma del Participante Diana Zuñiga

Fecha 15/10/17

Día/mes/año