

Consumo de alcohol y conducta social en hombres adolescentes universitarios: un estudio observacional

Alcohol intake and social behavior in university adolescent male students: an observational study

Recibido: 21 de febrero de 2013 - Aceptado: 24 de mayo de 2013

Karla Tatiana Casas*

Universidad de la Sabana. Bogotá D.C., Colombia.

Felipe Parrado Corredor**

Universidad Católica de Pereira. Pereira, Colombia.

Para citar este artículo / To reference this article:

Casas, K. & Parrado, F. (2013). Consumo de alcohol y conducta social en hombres adolescentes universitarios: un estudio observacional. *Cultura, Educación, Sociedad - CES 4* (1), 89-98.

Resumen

Consumir alcohol es una actividad socialmente aceptada, la cual suele iniciarse y establecerse en la adolescencia. Esta investigación explora la relación entre consumo de alcohol y conducta social en hombres adolescentes. Se siguió una metodología observacional con fines exploratorios. Participaron 11 hombres universitarios entre 14 y 19 años de edad en 6 sesiones de 15 minutos de duración durante dos semanas. Se analizó la frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas, el tipo de bebida consumida y la frecuencia de interacciones sociales (negativas y positivas) ocurridas en un local cercano a la Universidad Cooperativa de Colombia en Neiva. Los resultados del modelamiento LOGIT de estas tres variables indican que la frecuencia de consumo no se relaciona con las conductas sociales de los adolescentes observados, no obstante, guarda una relación con el tipo de bebida, pero no es suficiente para explicar la ocurrencia de conductas sociales positivas y negativas en contextos de consumo de alcohol.

Palabras claves:

Comportamiento social, consumo de alcohol, adolescencia, análisis exploratorio de datos, estudiantes universitarios.

Abstract

Alcohol intake is a socially accepted activity which usually starts and establishes during adolescence. This research explores the relationship between alcohol intake and social behavior in adolescent men; an observational methodology was performed for exploratory purposes. Eleven college students between the ages of 14 and 19 were observed during six sessions of 15 minutes long within a period of two weeks. The alcohol intake rate, kind of drink and rate of social interactions (positive and negative) were analyzed. These were observed in a shop near the Universidad Cooperativa de Colombia in Neiva. LOGIT model results of these three variables show that the rate of intake is not related to participants' social behavior, however, it keeps a relation with the kind of drink; though, this study is not enough to explain occurrence of positive and negative social behaviors at alcohol intake contexts.

Keywords:

Social behavior, Alcohol intake, Adolescence, Exploratory data analysis, College students.

* Maestría en asesoría familiar y gestión de programas para la familia. Correspondencia: katatik@hotmail.com

** Máster en Cerebro y Conducta. Correspondencia: felipe.parrado@ucp.edu.co

INTRODUCCIÓN

Según un estudio del Ministerio del Interior (2009) más del 80% de los colombianos ha consumido alcohol alguna vez en la vida, y un 35% de los encuestados en este estudio (personas entre 12 y 65 años) ha consumido algún tipo de bebida alcohólica en el último mes, por lo cual se puede dar por sentado que hace parte de los hábitos de buena parte de la población del país, pero en especial entre los hombres de edades entre los 18 y 25 años (46%), segmento de edad que supera por más del doble el índice de consumo frente al grupo de 12 a 17 años (20%). Frente a la percepción de riesgo de consumir alcohol “un 79% considera que *“tomar 5 o más bebidas alcohólicas cada día”* es riesgoso, cifra que aumenta a 82% frente al riesgo de *“emborracharse con bebidas alcohólicas”* (p.3). Además, las mujeres perciben mayores riesgos al consumir alcohol, así que persiste el sesgo de género hacia los hombres, quienes también presentan la mayor prevalencia de consumo problemático, 20% de la población entre 18 y 24 años (Ministerio del Interior, 2009).

Cabe resaltar el rango de edad donde ocurre el principal cambio en la prevalencia de consumo, se puede inferir de los datos señalados anteriormente, que de los 12 a los 24 años se establece un hábito de consumo a pesar del conocimiento de los riesgos de esta conducta, los cuales son desestimados en mayor medida por los hombres. Por esta razón, este estudio se enfoca en la conducta de consumo de hombres adolescentes, además porque la exposición al etanol durante el desarrollo, propiamente en la adolescencia, predispone al individuo al consumo, por tanto es importante evaluar el impacto potencial de la

exposición a etanol de los adolescentes en el desarrollo del comportamiento de consumo de alcohol (Dickinson, Wood, & Smith, 2002).

De otra parte, de los 12 a los 24 años es una etapa importante en el proceso educativo, la mayoría de estudiantes en Colombia pasa de la educación media a la educación superior en el transcurso de este tiempo. El Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Población Escolar (Observatorio de Drogas de Colombia, 2011) reseña que 2 de cada 3 estudiantes declaran haber consumido alguna bebida alcohólica en su vida, además, que durante la secundaria los estudiantes triplican la prevalencia de ingesta de bebidas alcohólicas; las bebidas alcohólicas **más** consumidas entre los escolares colombianos son cerveza (86%), aguardiente o ron (58%), vino (50%) y whisky (34%); el 56,7% de los encuestados declara haber consumido durante el último año, y casi un 40% lo hizo en el último mes, datos que son coherentes con los recogidos dos años antes por el Ministerio del Interior.

Estos datos son alarmantes si se tiene en cuenta que los adolescentes que consumen estas sustancias presentan una salud mental y física deteriorada, baja atención, incremento de los actos delictivos y menor productividad económica a futuro (Johnson et al., 2006). El factor social es predominante en el consumo de alcohol, ya que los amigos, los pares más cercanos, parejas y grupos pequeños se convierten en una influencia dominante. Consumir alcohol hace parte de la selección y socialización entre amigos, puesto que debe existir aprobación por parte de los otros, evitando la exclusión social por parte de quienes consumen alcohol (Donovan, 2004).

El consumo de sustancias tiene efectos motivacionales y de organización del

comportamiento (Rachlin, 2000), por lo cual es de esperar que dentro de los resultados del consumo prolongado se encuentre una afectación de la conducta social, sin embargo, este efecto no ocurre exclusivamente en esta dirección, Araujo, Fukushiro, Levin, Cunha y Chinen (2006) han demostrado que el consumo de sustancias en grupos de roedores puede modificar los efectos conductuales ocasionados por la farmacocinética del alcohol; de igual forma, se puede observar en los humanos, que en algunas ocasiones las condiciones sociales como la agresividad, la violencia intrafamiliar, la inseguridad, la accidentalidad y el maltrato son precedentes o concurrentes con el consumo de alcohol.

El problema alrededor del uso, abuso y dependencia del alcohol es de relevancia social, más si se tiene en cuenta que es una sustancia de consumo legal y cuya venta, pese a las leyes, poco se regula en el país, por lo cual se facilita el consumo a temprana edad. Sin embargo, no todas las personas que consumen alcohol tienen problema en relación con su consumo y no todas desarrollan dependencia, teniendo en cuenta que la conducta adictiva sólo evoluciona a partir de la ingesta voluntaria (Spanagel, 2003).

Tradicionalmente, los estudios sobre las adicciones se han definido en términos de compulsión para tomar cierta sustancia con la pérdida del control en limitar su ingesta, y se considera que es un desorden crónico porque el riesgo de recaída se mantiene aún después de un tratamiento y un período de abstinencia prolongado (Vuchinich, 1995). Hoy en día se abre paso otra visión que considera al comportamiento adictivo definido en la pérdida de control y no tanto en las altas tasas de consumo (Spanagel, 2003; Ahmed, 2005) por tal motivo es

tan importante el consumo voluntario como unidad de análisis para abordar el origen de las adicciones y los comportamientos asociados al consumo de sustancias en condiciones normales, propias de los contextos escolares y sociales habituales de los adolescentes.

Además, el consumo de alcohol está fuertemente influenciado por el ámbito familiar del propio adolescente, y además sugiere que las acciones preventivas deberían focalizarse no sólo sobre el adolescente potencialmente consumidor, sino también sobre sus grupos de influencia, especialmente, en el propio ambiente familiar (Pons, 1998). Asimismo, se ha encontrado que un referente del consumo de alcohol en adolescentes es el consumo del mejor amigo seguido del consumo de los hermanos (Espada, Pereira y García, 2008).

El consumo de alcohol puede ser analizado como una función compuesta de dos variables: en primera instancia con las barreras para acceder al alcohol, y por otro lado, las fuentes de reforzamiento alternativo que están disponibles y las restricciones para acceder ellos, derivadas de la historia conductual (Vuchinich, 1995). De manera que la autoadministración de una sustancia variaría de acuerdo con las restricciones impuestas sobre el acceso a reforzadores no relacionados con la droga; esta variable regularía el consumo en ambientes naturales más que las barreras mismas sobre el consumo (Rachlin, 2000).

La tolerancia social al consumo de alcohol por parte de los adolescentes es mencionada en diversas investigaciones (Ortega, Mínguez y Pagan, 2003) como uno de los factores que han provocado el incremento de su ingesta. La permisividad social favorece el descontrol juvenil, permisividad que se observa, por ejemplo, en el fácil acceso a

la compra de bebidas alcohólicas por parte de los adolescentes, así como en una cultura adulta tolerante con los adolescentes frente a los peligros del alcohol, generando un medio propicio para el incremento de la ingesta (Martínez, 2008; Restrepo, Agudelo, Tibisay y Sánchez, 2011). La ingesta alcohólica por parte de los adolescentes se da fundamentalmente los fines de semana y feriados, lo cual indicaría que toda actividad recreativa de los jóvenes debe ser acompañada de la ingesta de alcohol para ser “verdaderamente” recreativa; se bebe antes y mientras se concurre a un lugar de baile, como también se bebe alcohol en al final de una actividad deportiva (Moreno, 2006).

Como se ha expuesto previamente, en la actualidad el consumo de alcohol por parte de los adolescentes constituye una amenaza para la salud pública, ya que genera consecuencias negativas a nivel biológico, físico, emocional y psicológico a quien lo consume habitualmente (Cáceres, Salazar, Varela y Tovar, 2006). A diferencia de los adultos, los adolescentes suelen tener poca experiencia en los síntomas y consecuencias del consumo (Reyes, Gutiérrez y Martínez, 2005). Aun así, no es necesario experimentar los efectos del alcohol para iniciar su consumo; los seres humanos, como muchos animales que viven en grupos, han desarrollado la capacidad de aprender de otros, este fenómeno se denomina aprendizaje vicario u observacional. Una de las características del aprendizaje observacional es que se puede producir inmediatamente sin la necesidad de un proceso gradual de adquisición; en el cual se aprende no sólo la forma de realizar una determinada acción, sino también a predecir lo que sucedería en

una situación específica al llevar a cabo dichas conductas (Maldonado, 1998).

Cáceres, Salazar, Varela y Tovar, (2006:530) afirman que la “ausencia o presencia de relación con personas consumidoras es el principal factor que actúa como protector o riesgo frente al consumo de todas las sustancias ilegales y legales”. En el mismo sentido, Restrepo, et al., (2011) señalan que ser hombre, la frecuencia diaria de consumo de cigarrillo y convivir con personas que consuman alcohol, aumentan el riesgo de desarrollar un nivel alto de consumo de alcohol. Así, un adolescente puede iniciar el consumo motivado por un modelo, que exhiba las consecuencias positivas del consumo, además del refuerzo social por seguir dicho modelo. Por esta razón es importante para este estudio el registro de la ingesta de alcohol en el marco de un contexto de consumo en las interacciones sociales de hombres adolescentes. Esta investigación asume que el consumo de alcohol es una experiencia natural en nuestra sociedad como en muchas, por lo que es probable que sea una tendencia anclada a las interacciones sociales.

MÉTODO

Este estudio pretende describir la relación entre consumo de alcohol e interacción social en hombres adolescentes. Se enmarca dentro de un tipo de investigación no experimental, ya que el consumir alcohol y la interacción social, fueron variables que no se manipularon y se observaron en un contexto no controlado; aun así, esta búsqueda es empírica y sistemática,

lo que conduce a inferencias sobre la variación concomitante de dichas variables (Kerlinger y Lee, 2002).

Tabla 1

VARIABLES DE ESTUDIO.

VARIABLES	VALORES
Frecuencia de ingesta	Frecuencia, número de veces que se ingiere cualquier bebida.
Tipo de alcohol ingerido	Categoría de bebida: nada, aguardiente, cerveza, ron.
Frecuencia de Conductas Sociales	Positivas: Risas, chistes. Negativas: Levantarse de la mesa, hablar por teléfono, fumar.

Para tal fin, en primer lugar se definieron las conductas a observar, se plantearon dos categorías de observación para clasificar las interacciones sociales y el consumo de alcohol en contextos de consumo natural para la población de estudio, tal como se reseña en la Tabla 1. Siguiendo la propuesta de Rachlin (2000) de la adicción como un patrón de conducta solitario, se definen conductas sociales positivas como aquellas actividades que aumentan el tiempo o la probabilidad de la interacción social un efecto positivo en la utilidad futura del contacto social, mientras que se tomaron por conductas sociales negativas aquellas actividades que disminuían el contacto con las personas que conformaban el grupo.

La observación se realizó en el contexto natural de consumo e interacción, no se indujo a los participantes observados

a consumir alcohol o a modificar sus interacciones sociales. Por lo tanto, este estudio se categoriza como de corte observacional no experimental.

Participantes

Se observaron 15 hombres entre los 14 y 19 años de edad. Como criterio de inclusión para la investigación se tuvo en cuenta que dichos jóvenes estuviesen cursando alguna carrera universitaria, además que se encontraran reunidos en grupos no menores a 5 individuos y que al menos un integrante de dicho grupo estuviese consumiendo alguna bebida alcohólica; además que aceptaran participar (a través de un consentimiento informado) en el estudio. El consentimiento informado fue notificado al sujeto del estudio después de la observación a fin de que no alterara su repertorio conductual en ambiente natural. Tras explicar los propósitos del estudio y el uso de los datos, sólo 11 autorizaron el uso de sus datos en la investigación.

Instrumentos

Se diseñaron dos formatos, el primero fue una tabla de registro manual para la observación conductual y el segundo fue un formato de consentimiento informado, el cual indica la aprobación voluntaria de cada participante para la utilización de la información recolectada. Luego de finalizar la observación, los datos de la frecuencia de consumo de alcohol y conductas sociales observadas fueron introducidos, analizados y modelados con el software LEM (Vermunt, 1998).

Procedimiento

Inicialmente se seleccionaron los días en los que se realizaría la observación teniendo como preferencia los días jueves, viernes y sábados, cuando hay más afluencia de personas jóvenes a establecimientos públicos de expendio de alcohol. La observación se llevo a cabo en dos fines de semana con once sujetos adolescentes, cada observación se realizó en un periodo de 15 minutos. Se recolectó información sobre las frecuencias del consumo de alcohol, el tipo de bebidas que estaban ingiriendo (cerveza, aguardiente y ron) y conductas sociales positivas (donde hay interacción con otros participantes) y negativas (conductas emitidas por cada individuo observado donde no hay ningún tipo de interacción con otras personas). Cabe recordar que en lo concerniente a la observación conductual sólo se tienen en cuenta dos categorías sociales las cuales son positivas y negativas.

De esta forma, los datos obtenidos son de tipo categórico, por lo cual se organizan en tablas de contingencia. Para hallar las relaciones entre estas variables y la mejor combinación de variables que describa el fenómeno de consumo, no es suficiente un índice de contingencia como el coeficiente chi-cuadrado; y dada la naturaleza discreta de los datos de variables analizadas no se puede correr un simple análisis de regresión lineal. Por lo tanto, se realizó un procedimiento de análisis de datos conocido como modelamiento log-lineal, con el cual se espera obtener un modelo (descripción) que condense las variables con el mínimo error posible y máximo nivel de varianza explicada a través de pasos de estimaciones progresivas

en un proceso llamado *ajuste iterativo proporcional* (Kerlinger y Lee, 2002:739).

Ato, Ato y Gómez (2005) han aplicado anteriormente este tipo de análisis de datos a problemas de mediciones estadísticas en etapas del desarrollo; estos autores señalan que son modelos posibles y objeto de ajuste todos aquellos modelos que incluyan cualquier combinación de efectos y asociaciones marginales. Si los efectos incorporados siguen una estructura jerárquica, es decir, las asociaciones marginales de segundo orden presuponen la existencia de las asociaciones marginales de primer orden y éstas sus correspondientes efectos marginales, los modelos se llaman jerárquicos (o modelos estándar); en caso contrario, se denominan no jerárquicos (o no estándar).

Un modelamiento tipo LOGIT suele ser también denominado *modelo de respuesta binomial* si la variable dependiente tiene dos categorías, y modelos de respuesta multinomial si la variable dependiente tiene más de dos categorías. Dentro de los modelos de regresión generalizada LOGIT, se encuentra el modelo de Poisson, este estudio sigue un modelamiento de regresión de Poisson ya que se emplean los datos de recuento de una variable categórica, en contraposición a datos de frecuencia de variables posiblemente continuas (Ato, Ato y Gómez, 2005).

RESULTADOS

A continuación se presentan los principales hallazgos derivados del análisis de los datos obtenidos con la muestra de estudio. En primera instancia se presenta el análisis de contingencia entre el tipo de interacción social y la bebida consumida (ver tabla 2).

Tabla 2.

Resumen de frecuencias del tipo de interacción social y bebida consumida.

Bebida	Conducta social	
	Positiva	Negativa
No alcohólica	38	24
Aguardiente	3	2
Cerveza	118	26
Ron	22	3

Al analizar los resultados obtenidos en la tabla de contingencia para el tipo de bebida en humanos y la conducta social, se encuentra que hay una relación débil aunque significativa (*Pearson's Chi-squared test, X-squared = 13.0189, df = 3, p-value = 0.004596*). Al revisar las frecuencias, este aspecto puede ser causado por una evidente preferencia hacia la cerveza (ver Tabla 2).

Tabla 3.

Modelamiento Poisson jerarquizado para la conducta social y el tipo de alcohol en humanos.

Modelo	GL	L	BIC	P
Saturado TC	0	0	0	1
T, C	3	12.4245	-3.9670	0,994
Nulo	4	83.3239	61.4686	0.99

En la Tabla 4 se puede notar que el modelo nulo explica la mayor cantidad de varianza (L) a un buen nivel de fiabilidad. Por lo tanto, ninguna combinación de variables puede explicar los cambios de la frecuencia de la conducta social en los sujetos, por lo tanto se asume que hay una interacción de variables y una posible multicausación entre ellas.

De la misma forma se analizó la frecuencia de consumo contingente con la conducta social y no se encontró una relación significativa (*Pearson's Chi-squared test, X-squared = 5.4195, df = 4, p-value = 0.2469*). Las frecuencias de consumo corresponden al número de veces que la persona ingería alguna bebida en el período de tiempo observado (ver Tabla 5).

Tabla 4.

Resumen de frecuencia de consumo en humanos.

Consumo Frecuencia	Conducta social	
	Positiva	Negativa
0	54	24
1	71	19
2	31	5
3	23	7
4	2	0

Aún sabiendo que no hay relación entre variables, se procede al modelamiento. De esta manera, se encuentra que el modelo nulo es el mejor predictor de los datos, por lo cual, hay variables fuera de la medición que estarían explicando la conducta social positiva y negativa (ver Tabla 5).

Tabla 5.

Modelamiento LOGIT jerarquizado para el consumo de alcohol y la frecuencia de consumo en humanos.

Modelo	GL	L	BIC	P
Saturado TC	0	0	0	1
T, C	4	5.5917	-16.2637	0,773
Nulo	9	211.6873	162.5128	0.99

DISCUSIÓN

Los resultados indican que ninguna de las combinaciones de las variables estudiadas describe satisfactoriamente el contexto de consumo de alcohol de los adolescentes, entendido como una mezcla entre tipo de bebida, frecuencia de ingesta e interacción social. Sin embargo, se encuentra una relación significativa entre el tipo de bebida, más no su frecuencia de ingesta, con la clase de interacción social con miembros del grupo observado.

Además, se encuentra que la bebida preferida por los jóvenes observados es la cerveza, una preferencia consistente con los reportes del Ministerio del Interior (2009), Zules y Trujillo (2012), el Observatorio de Drogas de Colombia (2011) y de Reyes et al. (2005). Cabe notar en la Tabla 2, el alto valor de la casilla correspondiente al cruce de la cerveza con conductas sociales positivas, esto puede ser suficiente para que el estadístico marque significativo.

Esta asociación entre cerveza/tipo de bebida e interacción social es bien conocida por los publicistas y mercadologías, no es gratuito que la mayoría de estrategias de comunicación y promoción de bebidas se apoyen en modelos o situaciones sociales reforzantes; en una investigación sobre publicidad de cervezas en universitarios Zules y Trujillo (2012:55) encuentran que *“las mayores razones por las cuales los jóvenes consumen cerveza son por la presión de los grupos sociales a los cuales les pertenecen, las relaciones interpersonales y querer mostrar una imagen más adulta”*.

Esta imagen de adultez en el consumo de alcohol se deriva de que el consumo de alcohol en Colombia es un comportamiento normal -en términos estadísticos- (Ministerio del Interior, 2009), socialmente

aceptado (Moreno, 2006), e inclusive socialmente reforzado (Espada et al., 2008) a través de diversas prácticas sociales desde tiempo atrás (Restrepo et al., 2011), hecho que repercute en la salud pública y en las relaciones sociales y familiares (Pons, 1998).

Los problemas referentes a la salud pública, asociados al alcohol, han tomado proporciones alarmantes, hasta llegar al punto en que el consumo de esta sustancia se ha convertido en uno de los riesgos sanitarios más sobresalientes en el mundo, según el informe sobre la salud en el mundo de la Organización Mundial de la Salud (citado por Cicua, Méndez y Muñoz, 2008) el consumo de alcohol es el primer factor de riesgo en los países en desarrollo y el tercero en los países desarrollados.

El presente estudio sirve para aportar conocimiento alrededor del tema del consumo de alcohol en adolescentes en nuestro país, problemática social que se establece para la edad adulta principalmente durante la juventud. Este tema ha sido ampliamente estudiado, ya que en la medida que acompaña otras sustancias permitidas en la sociedad, también es un iniciador o facilitador del consumo de sustancias psicoactivas ilegales (Cicua, Méndez, Muñoz, 2008).

Los resultados de la presente investigación indican que la frecuencia de ingesta no se relaciona con la conducta social y las tendencias de conductas sociales positivas y negativas; esto indicaría que se requieren observar más variables de las inicialmente contempladas para describir mejor el fenómeno, hallazgo que concuerda con el origen multicausal del fenómeno del consumo social de alcohol en adolescentes señalado por otros autores (Johnson et al., 2006).

Por lo tanto, los programas y políticas en el marco del decreto 120 de 2010 se orientan a la prevención del consumo de alcohol en los alrededores de los establecimientos educativos. Antes que las barreras físicas de acceso a bebidas alcohólicas, como niveles de ingesta (alcoholimetría) o cantidades límite de alcohol a vender en los establecimientos, deberían tener en cuenta las características sociales del comportamiento de consumo de alcohol. Se debe tener en claro que es un aspecto que se ha sumado a las interacciones sociales cotidianas de los jóvenes en Colombia, y que las cervezas han copado efectivamente este segmento, probablemente por una mezcla efectiva de precio, distribución y manejo publicitario anclado a motivadores sociales. Por lo que en las próximas investigaciones sería interesante observar dichas variables que hacen parte del contexto de consumo de alcohol y que podrían impactar en este problema de salud pública.

REFERENCIAS

- Ahmed, S.H. (2005). Imbalance between drug and non-drug reward availability: A major Risk Factor for addiction. *European Journal of Pharmacology*, 526(1-3), 9-20. doi:10.1016/j.ejphar.2005.09.036
- Araújo, N., Fukushima, D., Cunha, J., Levin, R. y Chinen, C. (2006). Drug-induced home cage conpecifics behavior can potentiate behavioral sensitization in mice. *Pharmacology, Biochemistry and Behavior*, 84(1), 142-147. doi:10.1016/j.pbb.2006.04.019
- Ato, M., Ato, E., y Gómez, J. (2005). Analyzing Change among Developmental Stages with Categorical Models. *Quality & Quantity*, 39(1), 87-108. doi:10.1007/s11135-004-1048-3
- Cáceres, D., Salazar, I., Varela, M., y Tovar, J. (2006). Consumo de drogas en jóvenes universitarios y su relación de riesgo y protección con los factores psicosociales. *Universitas Psychologica*. 5 (3), 521-534. Recuperado de: www.scielo.org.co/pdf/rups/v5n3/v5n3a08.pdf
- Cicua, D., Méndez, M., y Muñoz, L. (2008). Factores en el consumo de alcohol en adolescentes. *Pensamiento Psicológico*, 4(11), 115-134. Recuperado de: http://portales.puj.edu.co/psicorevista/components/com_joomlib/ebooks/PS11-7.pdf
- Dickinson, A., Wood, N., & Smith, J. W. (2002). Alcohol seeking by rats: Action or habit? *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 55(4), 331-348. doi: 10.1080/0272499024400016
- Donovan, J. (2004). Adolescent Alcohol Initiation: A Review of Psychosocial Risk Factors. *Journal of Adolescent Health*, 35(6), 527-529. doi:10.1016/j.jadohealth.2004.02.003
- Espada, J., Pereira, J. y García, J. (2008). Influencia de los modelos sociales en el consumo de alcohol de los adolescentes. *Psicothema*, 20(4), 531-537. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/727/72720404.pdf>
- Johnson, J., Evers, K., Paiva, A., Van Marter, D., Prochaska, J. Prochaska, J., Mauriello, L., Cummins, C. y Padula, J. (2006). Prevention profiles: Understanding youth who do not use substances. *Addictive Behaviors*, 31(9), 1593 -1606. doi: 10.1016/j.addbeh.2005.12.006
- Kerlinger, F. N., y Lee, H. B. (2002). *Investigación del Comportamiento*. México: McGraw-Hill.

- Martínez, L. (2008). Características del consumo de fármacos psicotrópicos en los estudiantes de Ciencias de la salud de una universidad privada de la ciudad de Medellín. Medellín: Editorial Universidad Pontificia.
- Maldonado, A. (1998). El aprendizaje observacional y la adquisición de habilidades complejas. En: *Aprendizaje, cognición y comportamiento humano*. Madrid: Biblioteca Nueva. pp. 229-254.
- Ministerio del Interior. Estudio Nacional de Consumo de Drogas. 2009. Bogotá: Colombia. Recuperado de: http://www1.urosario.edu.co/correo/administracion/boletines/ODA/documentos/ESTUDIO_NACIONAL_SOBRE_DROGAS_COLOMBIA.pdf
- Moreno, J. (2006). Valores, actitudes hacia el alcohol y consumo en adolescentes varones. *Límite: revista de filosofía y psicología*, 1(13), 195-211. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2129646.pdf>
- Observatorio de Drogas de Colombia, Ministerio de Justicia y del Derecho. (2011). Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Población Escolar. Bogotá: Colombia. Recuperado de: <http://odc.dne.gov.co>
- Ortega, P., Mínguez, R. y Pagán, F. (2003). Actitudes hacia la droga en los alumnos de E.G.B. de la región Murciana. *Anales de Psicología*, 9(1), 7-18. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1325544&orden=55126&info=link>
- Pons, J. (1998). El modelado familiar y el papel educativo de los padres en la etiología del consumo de alcohol en los adolescentes. *Salud Pública*, 72(3), 251-266. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1590/S1135-57271998000300010>.
- Rachlin, H. (2000). *The science of self-control*. Cambridge: Harvard University Press.
- Restrepo, L., Agudelo, A., Tibisay, M., y Sánchez, L. (2011). Factores de contexto asociados al consumo de alcohol en estudiantes universitarios. *Revista CES Salud Pública*, 2(2), 136-147. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3818031.pdf>
- Reyes, G., Gutiérrez, I. y Martínez, C., (2005). Comportamiento ante el alcohol de los estudiantes en las etapas de la adolescencia. *Revista Cubana de Medicina General e Integral*. 21(1-2), 10-20. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252005000100006&lng=es
- Spanagel, R. (2003). Alcohol Addiction research: from animal models to clinics. *Best Practice & research Gastroenterology*, 17(4), 507-518. doi: 10.1016/S1521-6918(03)00031-3
- Vermunt, J.K. (1997). *Log-linear Models for Event Histories*. Thousand Oakes: Sage Publications .
- Vuchicnich, R. (1995). Alcohol Abuse as Molar Choice. *Psychology of Addictive Behaviors*, 9(4), 223-235. doi: 10.1037/0893-164X.9.4.223
- Zules, J. D. y Trujillo, M. I. (2012). El marketing de guerrilla como generador de recordación de marca aplicada a la categoría de cervezas en jóvenes de universidades privadas de la ciudad de Santiago de Cali. Tesis de Grado. Cali: Universidad Autónoma de Occidente.
- Decreto 120. (2010). Por el cual se adoptan medidas en relación con el consumo de alcohol. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38680>