

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCABELICA

(Creada Por Ley N° 25265)



FACULTAD DE ENFERMERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ENFERMERÍA
TESIS

**“MOTIVACION Y CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS
ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE
LA INSTITUCION EDUCATIVA AMERICA,
HUANCABELICA- 2018”**

LINEA DE INVESTIGACION
SALUD DEL ADOLESCENTE
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO (A) EN
ENFERMERÍA

PRESENTADO POR:

Bach. CCORA AMANCAY, Edison

Bach. DIEGO PAUCAR, Flor Yudith.

HUANCABELICA-PERU

2018



UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA
FACULTAD DE ENFERMERIA



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Ciudad Universitaria de Paturpampa a los 04 días del mes de Diciembre a horas 08:30 am del año 2018 se instaló el Jurado Evaluador de la Sustentación de Tesis del Bachiller: Diego Paucar Flor Yudith

Siendo los Jurados Evaluadores:

PRESIDENTE : Dra. Olga Vicentina Pacovilca Alejo
SECRETARIO : Mg. Rodrigo Quispe Rojas
VOCAL : Lic. Rafael Reginaldo Huamani

Cuyo ASESOR es : Dr. Arnaldo Virgilio Capcha Huamani

Para Calificar la Sustentación de la Tesis Titulada:
Motivación y Consumo de Alcohol en los Estudiantes del 5° Grado de Secundaria de la
Institución Educativa América, Huancavelica – 2018.

Presentado por el Bachiller: Diego Paucar Flor Yudith

Concluida la sustentación, se procede con las preguntas y/o Observaciones por parte de los miembros del Jurado, concluyendo a las 9:30 horas. Acto seguido los Jurados Deliberan en secreto llegando al Calificativo de:

Aprobado Por Unanimidad

Observaciones:

Ciudad Universitaria 04 de diciembre 2018


PRESIDENTE


VOCAL


Vº.Bº DECANATURA


SECRETARIO


ASESOR


Vº.Bº SECRETARIA DOC.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCABELICA

(Creada Por Ley N° 25265)



FACULTAD DE ENFERMERÍA

TESIS

"MOTIVACION Y CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS
ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE
LA INSTITUCION EDUCATIVA AMERICA,
HUANCABELICA- 2018"

JURADOS:

PRESIDENTA:

Dra. Olga Vicentina, PACOVILCA ALEJO

SECRETARIO:

Mg. Rodrigo, QUISPE ROJAS

VOCAL :

Lic. Rafael, REGINALDO HUAMANÍ

HUANCABELICA-PERU

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCABELICA

(Creada Por Ley N° 25265)

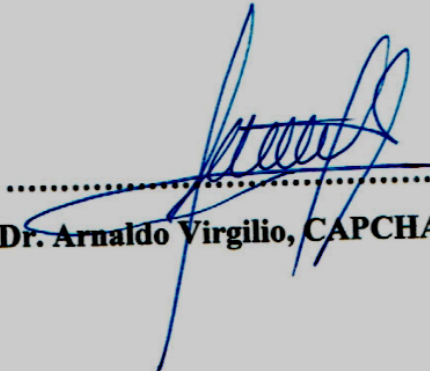


FACULTAD DE ENFERMERÍA

TESIS

**"MOTIVACION Y CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS
ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE
LA INSTITUCION EDUCATIVA AMERICA,
HUANCABELICA- 2018"**

ASESOR:


.....
Dr. Arnaldo Virgilio, CAPCHA HUAMANI

HUANCABELICA-PERU

2018

DEDICATORIA

A mis padres y amigos presentes y pasados, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegría y tristeza y a todas aquellas personas que durante estos cinco años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

Edison.

A mis padres y hermanos que siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral y económica para poder llegar a ser una profesional.

Flor Yudith.

AGRADECIMIENTO

A las autoridades de la Universidad Nacional de Huancavelica de la facultad de enfermería, así mismo expresamos nuestro profundo agradecimiento a los estudiantes de la institución educativa América, quienes colaboraron activamente durante la etapa de ejecución del trabajo de investigación, titulado **“MOTIVACION Y CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCION EDUCATIVA AMERICA, HUANCVELICA- 2018”**.

Finalmente expresamos nuestro agradecimiento a nuestros padres y hermanos por su apoyo incondicional y comprensión ya que sin ellos no sería posible la realización del presente Trabajo de Investigación, a todos ellos muchas gracias.

Nuestra gratitud al asesor del trabajo de Investigación Dr. CAPCHA HUAMANI, Arnaldo y a los señores jurados, Dra. PACOVILCA ALEJO, Olga Vicentina, MG. QUISPE ROJAS, Rodrigo y Lic. REGINALDO HUAMANI, Rafael por el apoyo brindado en las revisiones del trabajo de investigación, así mismo a todas aquellas personas quienes con su colaboración nos ayudaron.

Los autores.

RESUMEN

Objetivo: Determinar la relación entre motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica- 2018. **Materiales y métodos:** Fue de tipo descriptivo-correlacional, Nivel correlacional, **Diseño:** No experimental, Transaccional descriptiva correlacional. Descriptivo, bibliográfico, estadístico. Para la recolección de información se empleó la técnica de encuesta y el instrumento cuestionario, con una población de 27 estudiantes. **Resultados:** se observa que; el 70.4% de estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América presentan consumo de alcohol de riesgo por motivación intrínseca, por otro lado (7,4%), tiene consumo perjudicial por una motivación intrínseca, y el 18.5% presentan consumo de alcohol de riesgo por motivación extrínseca, finalmente (3.7%) tiene consumo perjudicial por motivación, extrínsecas, se **concluyó:** Existe relación entre motivación y consumo de alcohol donde, El 70.4% de estudiantes del 5° grado de secundaria de la institución educativa América, Huancavelica, 2018. Tiene una motivación intrínseca para el consumo de alcohol siendo este consumo de riesgo.

Palabras clave: Motivo, consumo de alcohol, estudiantes.

ABSTRAC

Objective: Determine the relationship between motivation and alcohol consumption in the students of the 5th grade of secondary school of the Educational Institution America, Huancavelica-2018. **Materials and methods:** it was descriptive-correlational, Correlation level, **Design:** Non-experimental, Transactional descriptive correlational. Descriptive, bibliographic, statistical. For the collection of information, the survey technique and the questionnaire instrument were used, with a population of 27 students. Results: it is observed that; 70.4% of students in the 5th grade of secondary school of the American Educational Institution present alcohol consumption risk by intrinsic motivation, on the other hand (7.4%), has harmful consumption by intrinsic motivation, and 18.5% present consumption of alcohol risk by extrinsic motivation, finally (3.7%) has harmful consumption by motivation, extrinsic., It was **concluded:** there is a relationship between motivation and alcohol consumption where, 70.4% of students in the 5th grade of secondary school America, Huancavelica, 2018 has an intrinsic motivation for alcohol consumption being this risk consumption.

Keywords: Reason, alcohol consumption, students.



TABLA DE CONTENIDOS

	PÁG.
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	ii
JURADOS.....	iv
ASESOR.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRAC.....	ix
TABLA DE CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.2.1 Pregunta general.....	6
1.2.2 Pregunta específica.....	6
1.3. OBJETIVOS.....	6
1.3.1. Objetivo general.....	6
1.3.2. Objetivos específicos.....	6
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	6

CAPÍTULO II

MARCO DE TEÓRICO

2.1	ANTECEDENTES DE ESTUDIO.....	8
2.2	BASES TEÓRICAS.....	15
2.3	BASES CONCEPTUALES.....	16
2.4	HIPÓTESIS.....	27
	2.4.1 Hipótesis general.....	27
	2.4.2 Hipótesis específico.....	27
2.5	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	27
2.6	DEFINICIÓN OPERATIVA DE VARIABLES.....	28
2.7	OPERALIZACIÓN DE VARIABLES.....	29

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.2.	NIVEL INVESTIGACIÓN.....	36
3.3.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.4.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	37
3.5.	POBLACIÓN, MUESTRA.....	37
3.6.	TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	38
3.7.	TÉCNICA DE PROCESAMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	38
3.8.	TÉCNICA DE PROCESAMIENTO DE DATOS Y ANÁLISIS DE DATOS.....	38

CAPÍTULO IV

PRESENTACION DE RESULTADOS

4.1. DESCRIPCION E INTERPRETACION DE DATOS	39
4.2. PROCESO DE PRUEBA DE HHIPOTESIS	43
4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	46
CONCLUSIONES.....	48
RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIA BILIOGRAFICA.....	50
ANEXOS.....	A
Anexos 01. Matriz de consistencia.....	B
Anexo 02. Instrumento de recolección de datos.....	C
Anexo 03. Imágenes.....	D

INDICE DE TABLAS

TABLA N°01 MOTIVACIÓN PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCAMELICA - 2018.

PAG: 40

TABLA N° 02 CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCAMELICA - 2018

PAG: 41

TABLA N° 03 MOTIVACIÓN PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCAMELICA - 2018.

PAG: 42.

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO N° 01 MOTIVACIÓN PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCVELICA- 2018.

PAG: 40

GRAFICO N° 02 CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCVELICA - 2018.

PAG: 41

GRAFICO N° 03 MOTIVACIÓN PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCVELICA - 2018.

PAG: 42.

LISTA DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

- **OMS:** Organización Mundial de la Salud
- **DIRESA:** Dirección Regional de Salud.
- **ONUDD:** Oficina de Naciones Unidas contra las Drogas y el Delito.
- **DEVIDA:** Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas.
- **OPS:** Organización Panamericana de la Salud.
- **CEDRO:** Centro de Información y Educación para la Prevención del Abuso de Drogas.
- **AUDIT.** Cuestionario de Identificación de Desordenes por Uso de Alcohol
- **CMC:** Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol

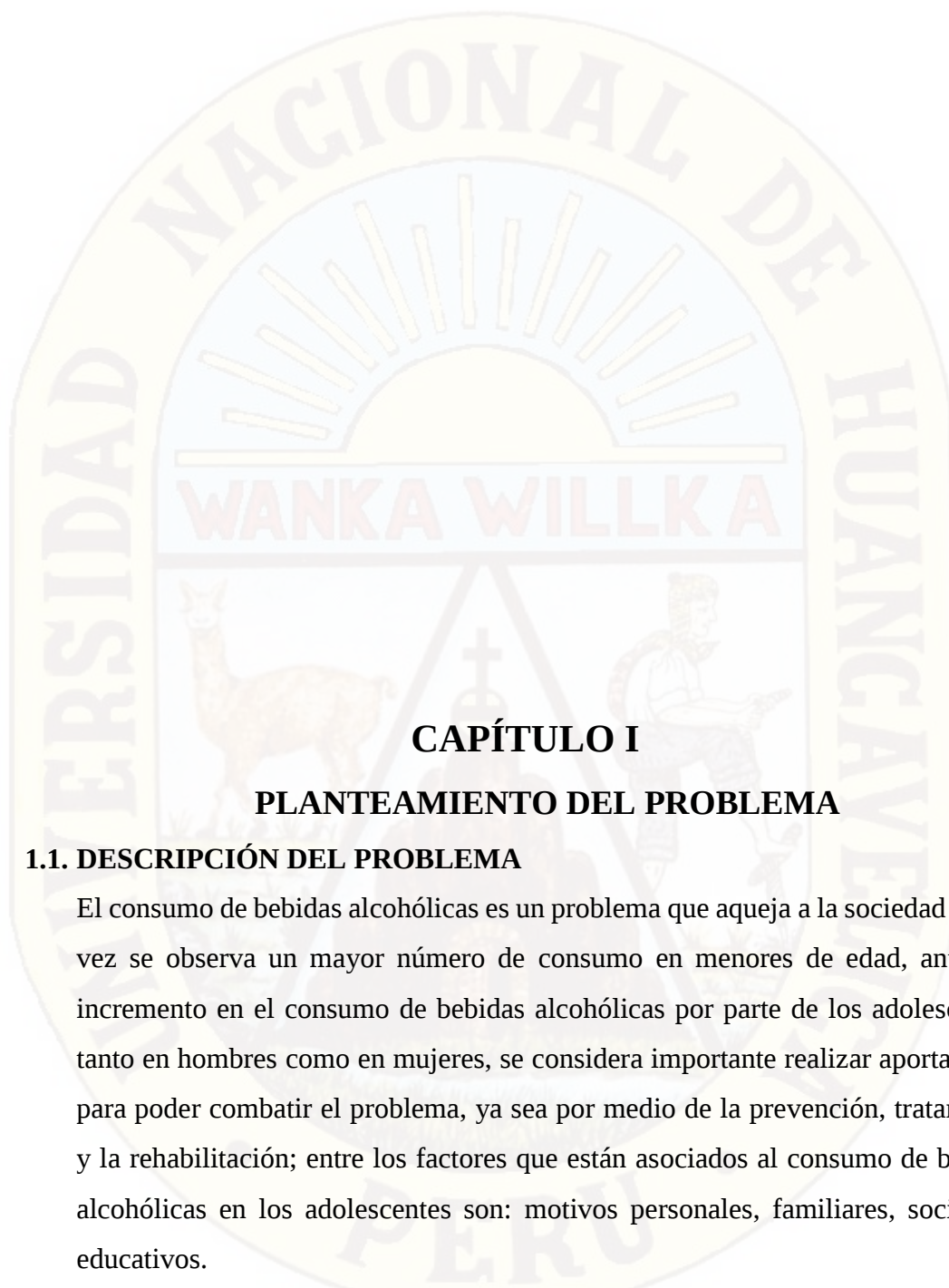
INTRODUCCION

El trabajo científico realizado tuvo como finalidad conocer la relación entre motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa, América, Huancavelica-2018, se sabe que el alcohol es una sustancia dañina y que trae a la larga consecuencias graves para la salud, viendo que el proyecto está dirigido a los estudiantes, los cuales son más vulnerables, como se sabe se encuentran en una etapa tan diferente y al no poder llevar de manera adecuada los cambios que se van a dar en su organismo, tanto a nivel social, académico y personal. Para poder sobrellevar lo que hacen los estudiantes generalmente se refugian en el consumo de alcohol por muchos motivos intrínsecos, como también motivos extrínsecos. La motivación es una fuente principal que conlleva al consumo de alcohol, por su fácil acceso y poderosa propaganda que recibe, se ha convertido en un problema social en casi todos los países y en todas las edades a partir de la adolescencia, más aun así observando a diario el consumo del alcohol por los estudiantes de distintas Instituciones Educativas siendo una de ellas el colegio América, sumándole a este suceso la asistencia a clases en estado de ebriedad de estos estudiantes no ajena a esta triste realidad se observa que el consumo del alcohol es por motivos intrínsecos.

A diferencia de los adultos, estos presentan una motivación menor que en el estudiante para el consumo de alcohol, casi la cuarta parte de todos los adolescentes beben los fines de semana, hacen del consumo de alcohol el principal problema de salud pública. Ciertos factores personales o motivos intrínsecos y sociales como motivos extrínsecos, parecen ser decisivos para el consumo de alcohol.

El objetivo del trabajo es conocer las motivaciones, como actitudes, creencias y vivencias de los adolescentes de una institución estatal urbano de Educación Secundaria para el inicio y/o mantenimiento del consumo de alcohol, tanto propias como del resto de estudiantes.

Por todo lo expuesto, encontramos motivos más que suficientes para desarrollar el presente estudio, que consta de los siguientes capítulos: **CAPÍTULO I:** Planteamiento del Problema, **CAPÍTULO II:** Marco Referencial; **CAPÍTULO III:** Marco Metodológico; **CAPÍTULO IV:** presentación de resultados.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El consumo de bebidas alcohólicas es un problema que aqueja a la sociedad y cada vez se observa un mayor número de consumo en menores de edad, ante este incremento en el consumo de bebidas alcohólicas por parte de los adolescentes, tanto en hombres como en mujeres, se considera importante realizar aportaciones para poder combatir el problema, ya sea por medio de la prevención, tratamiento y la rehabilitación; entre los factores que están asociados al consumo de bebidas alcohólicas en los adolescentes son: motivos personales, familiares, sociales y educativos.

El consumo de alcohol ocupa el tercer lugar entre los factores de riesgo de la carga mundial de morbilidad; es el primer factor de riesgo en el Pacífico Occidental y las Américas, y el segundo en Europa. El consumo de alcohol está relacionado con muchos problemas graves de índole social y del desarrollo, en particular la violencia, el descuido y maltrato de menores y el absentismo laboral. El consumo nocivo de bebidas alcohólicas es un problema de alcance mundial que pone en

peligro tanto el desarrollo individual como el social. Para empezar, causa 2,5 millones de muertes cada año y también causa daños que van más allá de la salud física y psíquica del bebedor. Una persona en estado de embriaguez puede lastimar a otros o ponerlos en peligro de sufrir accidentes de tránsito o actos de violencia, y también puede perjudicar a sus compañeros de trabajo, familiares, amigos e incluso extraños. En otras palabras, el consumo nocivo de alcohol tiene un profundo efecto perjudicial en la sociedad. **(1)**

La adolescencia es un periodo de preparación para la edad adulta durante el cual se producen varias experiencias de desarrollo de suma importancia. Más allá de la maduración física y sexual, esas experiencias incluyen la transición hacia la independencia social y económica, el desarrollo de la identidad, la adquisición de las aptitudes necesarias para establecer relaciones de adulto y asumir funciones adultas y la capacidad de razonamiento abstracto. Aunque la adolescencia es sinónimo de crecimiento excepcional y gran potencial, constituye también una etapa de riesgos considerables, durante la cual el contexto social puede tener una influencia determinante. En América Latina y el Caribe, las personas consumen una media de 8,4 litros de alcohol puro por año, lo que supone 2,2 litros más que el promedio mundial, según el primer informe sobre alcohol especializado en la región que ha elaborado su organismo. Sólo en Europa se bebe más, algo motivado, sobre todo, por el gran consumo en los países del Este del continente. El consumo de alcohol contribuyó a la muerte de alrededor de 300.000 personas en 2012, según sus cifras. Y más de 80.000 no habrían fallecido si el efecto de las bebidas alcohólicas no hubiera estado presente en sus vidas. Los bebedores masculinos que se dejan llevar por consumos episódicos fuertes (cuatro o cinco bebidas en al menos una ocasión en 30 días) pasaron de ser apenas un 18% a casi el 30% entre 2005 y 2010. En las mujeres el incremento no es menos preocupante: el porcentaje pasó de un 4,6% al 13%. **(2)**

En el Perú un estudio nacional realizado por Cedro advirtió de esta alarmante realidad. Además, se descubrió que el consumo de alcohol es similar entre hombres y mujeres. Alarmante. Según un estudio nacional realizado por Cedro, hoy en el Perú más de un millón 700 mil personas son adictas al alcohol. Además, este

revelador estudio manifestó que la ingesta de esta 'droga social' es muy similar entre hombres y mujeres. (3).

Milton Rojas, encargado del servicio de consejería y adicciones de 'Lugar de escucha' de Cedro, afirmó que, según dicho estudio aplicado por la institución, 1'736, 138 personas en el Perú tienen problemas severos de alcohol, es decir cumplen con indicadores de alcoholismo. La investigación "Epidemiología de Drogas en Población Urbana Peruana", presentada hoy, arroja igualmente que el 46,6% de chicos entre 12 y 18 años ha probado alcohol al menos una vez en la vida, mientras que el 83% de los jóvenes con edades entre los 19 y 24 años también reconoce haberlo hecho. Por otro lado, Rojas destacó que la brecha de consumo de alcohol entre hombres y mujeres ya no es tan grande. "Hace 10 ó 15 años los estudios de Cedro indicaban que existía una gran diferencia, pero ahora la brecha es mínima, mientras las mujeres registran un 77%, los hombres alcanzan un 81%". De igual modo, las diferencia entre Sierra y Selva no son significativas". (3)

Una encuesta de estudiantes detecta mayor permisividad de los padres, con hábitos que se trasladan a los hijos. Se trata de consumo recreativo, vinculado al ocio. En cuanto al alcohol, predomina el 'atracción': una gran ingesta de alcohol en poco tiempo a los 13 años. Es la edad de inicio de consumo de alcohol, tabaco y cannabis entre los estudiantes según la encuesta estudio realizada entre 2.700 alumnos de entre 14 y 18 años. Aunque se detecta un ligero descenso de los consumos se observa que está vinculado al ocio y al consumo de los adultos. Por cierto, se detecta una mayor permisividad entre los padres. Y es más se están reproduciendo las conductas de padres y educadores entre los más jóvenes que consumen más según su entorno, sobre todo en lo que se refiere a consumos de sustancias legales. Francisco Javier Falo, director general de Salud Pública, ha señalado que "es un consumo recreativo, que va a ligado al ocio y que refleja, en una medida importante, los consumos de los adultos". El 88 % de los jóvenes ha consumido alguna vez bebidas alcohólicas y 6 de cada 10 reconoce haberse emborrachado alguna vez. Las chicas beben tanto como los chicos. Y, de nuevo, es la fórmula del "atracción" la más habitual, con varias copas e ingestas de alcohol en un periodo corto de tiempo, de unas dos horas. (4)

A nivel de la región de Huancavelica, en las calles de la ciudad han registrado más de 900 incidencias de consumo de alcohol al mes, siendo el 80% producto del consumo de bebidas alcohólicas. La alarmante cifra ha inquietado a los integrantes del Comité de Seguridad Ciudadana. Alcoholismo, según el manifiesto del subgerente de Participación Vecinal y Seguridad Ciudadana de la Municipalidad Provincial de Huancavelica, Genaro Izarra, en la ciudad prolifera el consumo excesivo de bebidas alcohólicas. Grescas en las calles durante la noche, robos, cogoteos, accidentes de tránsito, y demás casos, son producto del alcoholismo en su mayoría; el consumo de licores o cervezas, está inherente en la sociedad, manifestó Izarra quien acotó que este año la comuna realizó diversas actividades y eventos con la finalidad de disminuir estos índices. De acuerdo al cuadro de incidencias que maneja la municipalidad de Huancavelica, el personal del serenazgo que patrulla diariamente, tiene que retirar a personas que liban en plazas, plazoleas y parques. Siendo entre 4 a 5 casos por noche. Por otro lado, la Dirección Territorial de la Policía (Dirtepol) de Huancavelica mostró durante el curso de seguridad ciudadana 2014, un tríptico en el que plasma que el alcoholismo generó el 70% de los homicidios, el 48% de las violaciones o agresiones sexuales, el 32% de los asaltos y el 50% de las violencias en los hogares, durante el 2014 en el país. Así como la Dirtepol y las comunas, el Centro de Emergencia Mujer (CEM) tiene un registro de casos de violencia, en el que constata que más del 85% de sus casos son causadas por el consumo exagerado de bebidas alcohólicas. A mediados del año 2014, el CEM registró más de 700 casos de violencia, siendo la agresión entre cónyuges por estar en estado de ebriedad la de mayor porcentaje. (5)

Huancavelica, ocuparía el tercer lugar en el consumo de bebidas alcohólicas a nivel nacional, después de Lima y Huancayo. De cien personas, la mitad tiene problemas con el alcohol, según la responsable del Centro Comunitario de Salud Mental del Hospital Regional Zacarías Correa Valdivia, Janeth Ayala Ramos. Huancavelica está considerada como pobre, que no tenemos dinero; pero se gasta demasiado en alcohol”, cuestionó la profesional, para quien un factor del incremento del alcoholismo son las costumbres que se han distorsionado, pues ahora incluyen licor donde no deberían. (6)

En la provincia de Huancavelica se evidencia un incremento en el consumo de alcohol, el cual es un enemigo de la juventud presente, en todos los estratos sociales, principalmente, en las instituciones educativas que al final generando un problema en los estudiantes. Llegando a consumir alcohol por distintas razones como personales, emocionales y familiares y más aún en personas que estarán directamente involucrados con la salud de la población Huancavelicana; nos dirigimos directamente a la Institución Educativa América se evidencia el consumo de sustancias psicoactivas tal como es el alcohol entre estos estudiantes, la cual influye directamente en el cumplimiento de sus responsabilidades académicas generando problemas familiares, sociales y de salud por lo que se plantea la siguiente interrogante.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

1.2.1. PREGUNTA GENERAL:

¿Cuál es la relación entre motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica, en el año 2018?

1.2.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS:

1. ¿Cuál es la motivación para el consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América en el año 2018?
2. ¿Cómo es el consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América en el año 2018?

1.3. OBJETIVOS:

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación entre motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica - 2018

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la motivación para el consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica- 2018

- Establecer el consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica- 2018

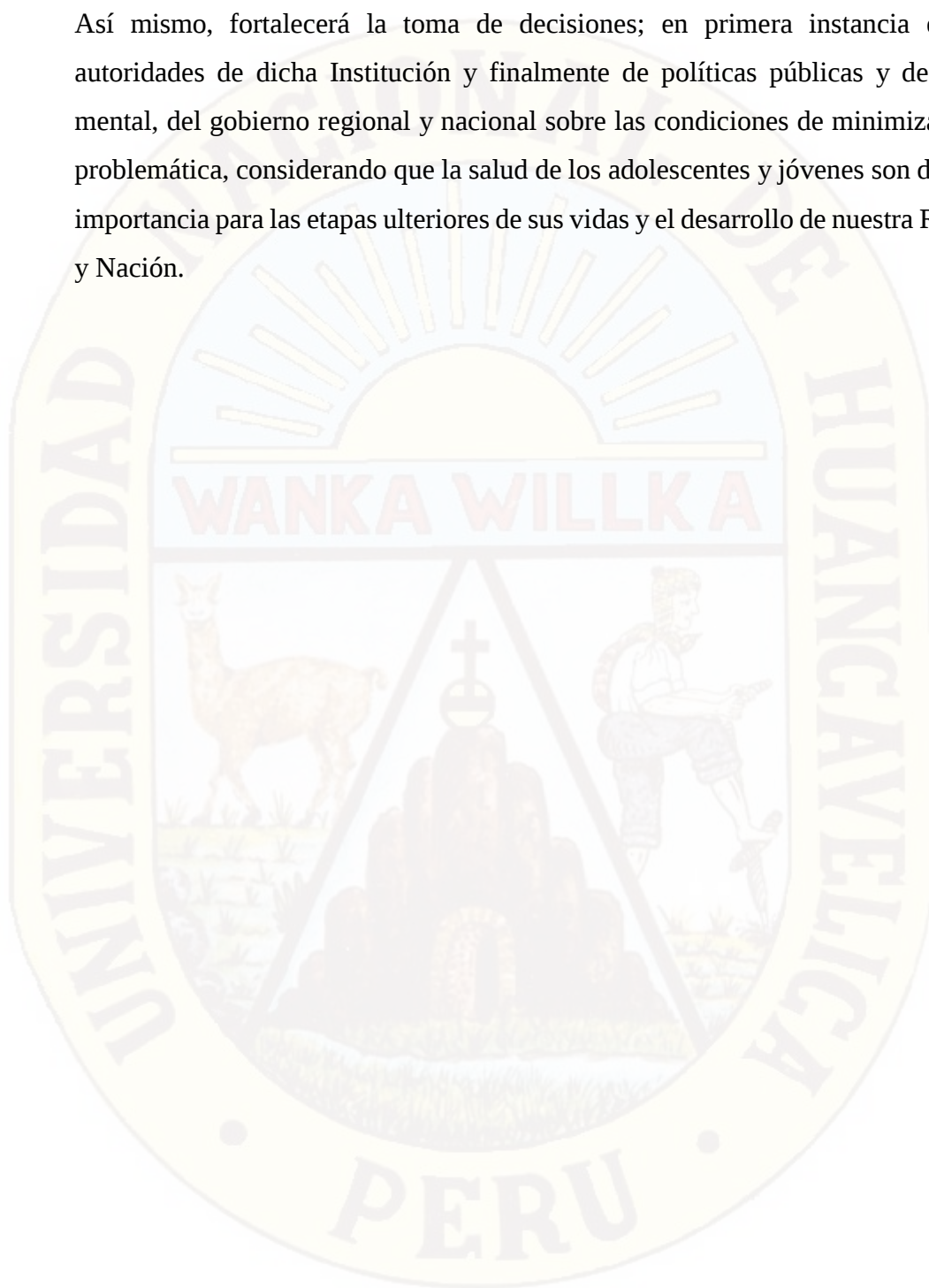
1.4. JUSTIFICACIÓN.

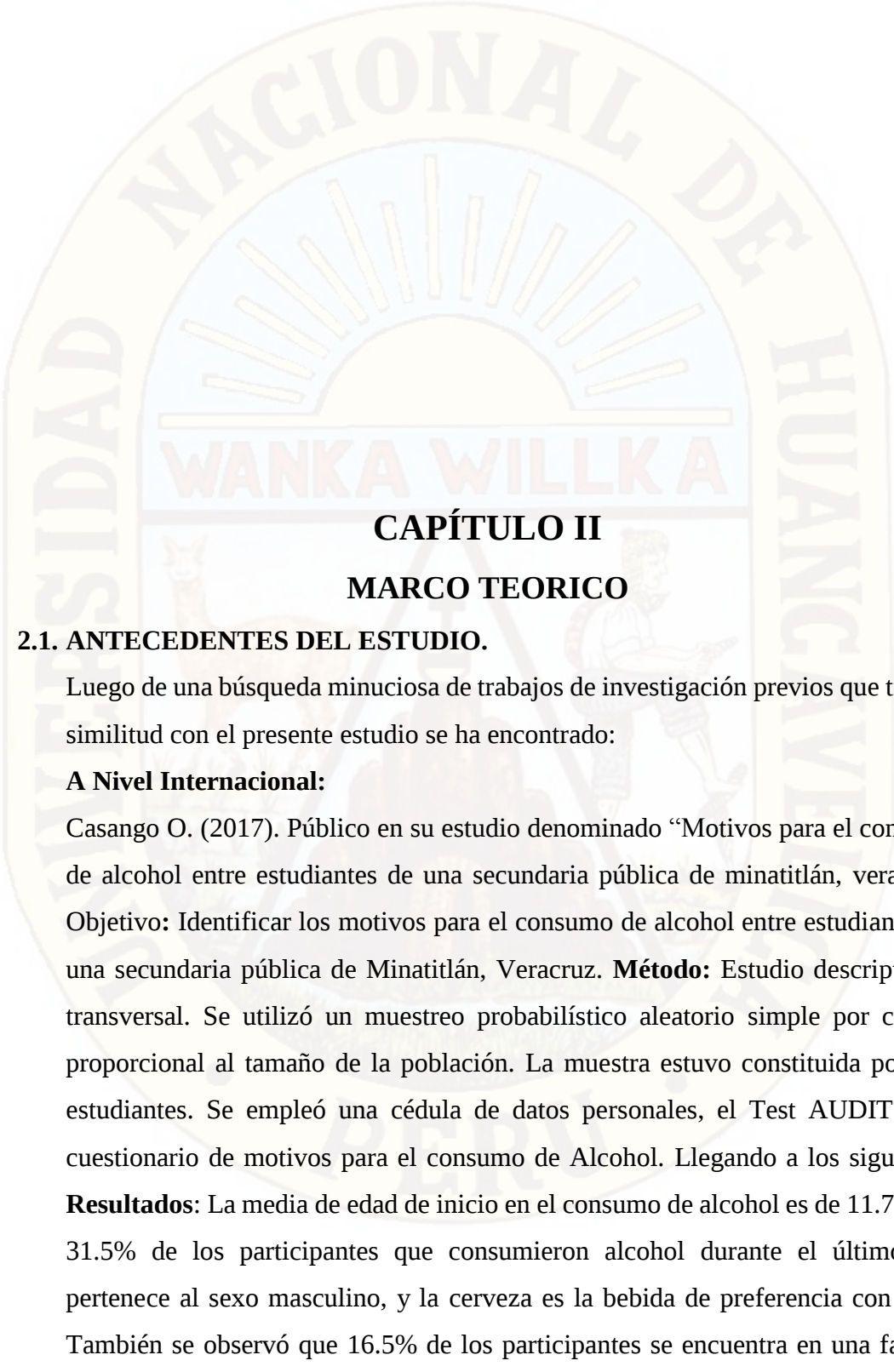
El consumo de alcohol es un problema de salud pública que requiere de acciones preventivas inmediatas y de promoción de la salud. Esto al considerarse un factor determinante para algunos trastornos neuropsiquiátricos y de enfermedades no transmisibles como las afecciones cardiovasculares, cirrosis hepática y diversos tipos de cánceres. En la actualidad el consumo de alcohol es considerado una práctica socialmente aceptada, y se le reconoce como vehículo de socialización en diversos grupos sociales como en los adolescentes; el alcohol es la droga legal de inicio y su consumo incrementa el riesgo de involucrarse con otro tipo de sustancias ilícitas como la marihuana, la cocaína, entre otros. Para comprender el problema del consumo de alcohol en la población en general es importante partir de aspectos básicos como lo son las definiciones y el panorama general de esta problemática en el mundo entero, además de conocer las consecuencias de su consumo. (7).

En la actualidad el consumo del alcohol fue incrementando notablemente en los estudiantes de diversos niveles de educación, por consiguiente; en estos jóvenes consumidores de estas sustancias psicoactivas por diferentes motivos siendo intrínsecas también llamadas personales o extrínsecas también llamadas sociales dónde se ha visto afectado de manera directa e indirecta, partiendo de este fundamento se aplicó una recolección de datos que se realizó dentro de la Institución Educativa específicamente en los estudiantes del 5° grado de la Institución Educativa América, Huancavelica-2018 .

Como personas y profesionales; por ello se le concede especial importancia a este suceso; ya que en vista de la información resultante se permitirá conocer cuáles son los motivos del consumo de alcohol en estudiantes; y también se podrá contribuir a planificar estrategias para fomentar la dedicación del tiempo libre a actividades preventivos promocionales en los estudiantes consumidores de alcohol; de esta manera se minimizara los motivos de este fenómeno evidente y tan grande, que es “Motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica- 2018”.

Así mismo, fortalecerá la toma de decisiones; en primera instancia en las autoridades de dicha Institución y finalmente de políticas públicas y de salud mental, del gobierno regional y nacional sobre las condiciones de minimizar esta problemática, considerando que la salud de los adolescentes y jóvenes son de gran importancia para las etapas posteriores de sus vidas y el desarrollo de nuestra Región y Nación.





CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.

Luego de una búsqueda minuciosa de trabajos de investigación previos que tengan similitud con el presente estudio se ha encontrado:

A Nivel Internacional:

Casango O. (2017). Público en su estudio denominado “Motivos para el consumo de alcohol entre estudiantes de una secundaria pública de minatitlán, veracruz”

Objetivo: Identificar los motivos para el consumo de alcohol entre estudiantes de una secundaria pública de Minatitlán, Veracruz. **Método:** Estudio descriptivo y transversal. Se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple por cuotas, proporcional al tamaño de la población. La muestra estuvo constituida por 127 estudiantes. Se empleó una cédula de datos personales, el Test AUDIT, y el cuestionario de motivos para el consumo de Alcohol. Llegando a los siguientes

Resultados: La media de edad de inicio en el consumo de alcohol es de 11.7 años; 31.5% de los participantes que consumieron alcohol durante el último año pertenece al sexo masculino, y la cerveza es la bebida de preferencia con 37%. También se observó que 16.5% de los participantes se encuentra en una fase de consumo riesgoso; por último, se registró que los principales motivos para el consumo de alcohol se relacionan directamente con los factores sociales y de

reforzamiento, **Conclusiones:** Los adolescentes empiezan a consumir alcohol debido a la convivencia que se genera en las reuniones sociales, y por encontrar esta actividad divertida y emocionante. Existe, además, permisividad por parte de los padres de familia como un posible factor que influye en los motivos del consumo a temprana edad, así como en el aumento del uso entre el género femenino. (8)

Telumbre T; Pimentel y López (2015). En su estudio realizado “Consumo de alcohol entre los adolescentes representa un problema de salud pública que conlleva a consecuencias adversas para la salud de la persona que lo consume, la familia y la sociedad”, tuvo como **objetivo:** del estudio fue determinar la relación de los motivos para el consumo de alcohol y el consumo de alcohol en adolescentes en 356 adolescentes del Estado de Guerrero, México a través de un estudio descriptivo correlacional. Se identificó que el 67.9% de los adolescentes han consumido alcohol alguna vez en la vida, 44.7% en el último año y el 22.7% en el último mes. La edad inicio del consumo de alcohol fue a los 14.4 años y los adolescentes consumen 2.6 bebidas alcohólicas en una sola ocasión. Se identificó que los principales motivos para el consumo de alcohol están relacionados con aspectos sociales (= 8.7) y para el manejo de problemas emocionales (= 7.6) del adolescente. Además. **Resultados:** muestran una relación positiva y significativa entre los motivos para el consumo de alcohol y la cantidad de las bebidas alcohólicas consumidas en un día típico ($rs = .184$, $p = .018$). Estos hallazgos exponen la magnitud del consumo de alcohol en los adolescentes, así como las motivaciones para el consumo de alcohol, los cuales servirán de base para que los programas de atención a la salud a los adolescentes puedan reorientar sus acciones y poder influir en la modificación de las conductas de riesgo de los adolescentes. (9)

Galviz R. (2012). En su estudio denominado evaluación de una intervención con medios audiovisuales basada en conceptos de motivación a la protección para el fomento de la moderación del consumo de alcohol en adolescentes. Se ha realizado una revisión bibliográfica sobre la motivación extrínseca e intrínseca en el consumo de alcohol. **Objetivo:** de este trabajo se plantea estudiar los componentes extrínsecos e intrínsecos presentes en la motivación implicada en el consumo de

alcohol. Para ello, se han relacionado los principales elementos y mecanismos explicativos de ambos tipos de motivación con el consumo de sustancias, desarrollando las distintas teorías existentes y obteniendo. **Resultados** que han propiciado la emisión de unas conclusiones donde se establece, en primer lugar, que el efecto del alcohol puede actuar como incentivo y las claves ambientales asociadas a la conducta de consumo son capaces de producir en el sujeto drogodependiente respuestas condicionadas que se establecen por condicionamiento clásico. En segundo lugar, la conducta de craving se aprende por condicionamiento operante, siendo el reforzamiento negativo y el reforzamiento positivo las dos modalidades de refuerzo existentes en la conducta relacionada con el consumo de alcohol. En tercer lugar, uno de los principales motivos para el consumo de Alcohol entre la población es la curiosidad, siendo ésta una de las necesidades psicológicas explicativas de la motivación intrínseca. **Conclusión:** Se encuentra un fuerte componente extrínseco en la motivación relacionada con el consumo de alcohol entre la población, y también existe cierto componente intrínseco, asociado a la necesidad psicológica de curiosidad y a la búsqueda de nuevas experiencias. (10)

Cortaza R.; Villar L. (2017). Publicaron “Motivos para consumir alcohol en adolescentes, México (2012)”. Donde el **objetivo:** de la presente investigación fue explorar los motivos que llevan a los adolescentes a consumir alcohol. Donde Participaron 550 jóvenes, 260 hombres y 290 mujeres de 14 a 23 años (media de 16.88), estudiantes de educación media superior del Distrito Federal. Para medir los motivos del consumo se realizaron tres preguntas abiertas para obtener las motivaciones. Del total de adolescentes, 79.3% reportó haber tomado alguna bebida alcohólica y solo este porcentaje respondió el cuestionario. Los hallazgos indican que el consumo de alcohol se encuentra vinculado a motivos sociales (50.4%), afectivos (24.9%), hedónicos (12.2%) y cognoscitivos (7.4%). Cada uno de estos motivos se caracteriza por una combinación de diferentes pensamientos, sentimientos, situaciones y personas presentes durante el consumo de alcohol. La discusión analiza las implicaciones prácticas para los programas de intervención. Llegando a los **resultados:** De los 550 adolescentes encuestados, el 79.3% ha consumido una copa o vaso completo alguna vez en la vida. Los jóvenes señalan

que la edad promedio para iniciar el consumo es a los 13.65 años (DE=2), de manera similar en hombres (M=13.52, DE=2.2) y en mujeres (M=13.78, DE=1.7; $t=-1.35$, $p=.17$). Se encontraron diferencias en el consumo de alcohol entre hombres y mujeres en la frecuencia [hombres M=2.33, DE=.9; mujeres M=2.17, DE=.8; rango=1 a 6; $t=2.13$, $p<.05$], cantidad de vasos o copas [hombres 3.27, DE=1.8; mujeres M=2.75, DE=1.4; rango=1 a 20; $t=3.67$, $p<.001$], el consumo excesivo de alcohol, en términos de cinco copas o más en una sola ocasión de consumo [hombres M=2.17, DE=1; mujeres M=1.87, DE=.8; rango=1 a 6; $t=3.56$, $p<.001$], así como en la cantidad de vasos o copas con las cuales consideran que se emborrachan [hombres M=7.9, DE=3.7; mujeres M=6.06, DE=2.7; rango=1 a 22; $t=6.11$, $p<.001$]. Descriptores: motivos para consumir alcohol, estudio exploratorio, adolescentes, cuestionario abierto, consumo de alcohol. (11)

Borrego R. (2016). En su estudio “Motivación extrínseca e intrínseca en el consumo de alcohol”. **Objetivo:** establecer los motivos de consumo de alcohol en escolares de la ciudad de Bogotá. Para esto se aplicó el cuestionario de motivos de consumo de alcohol (CMC) a 1193 estudiantes que se encontraban cursando entre el grado sexto hasta el onceavo grado de secundaria de 2 colegios públicos y 4 colegios privados de la ciudad de Bogotá, 706 hombres, 471 mujeres y 16 estudiantes que no reportaron sexo con edades comprendidas entre los 10 y los 21 años de edad ($X = 87,32$). **Resultados** se encontró que los motivos que más presentan los estudiantes para consumir alcohol son los motivos sociales y los motivos para sobresalir y (12.2%) presentan motivos para manejar problemas y los motivos para tener conformidad con la vida. (12)

Lara B. (2015). En su estudio público, “Motivos de consumo y no consumo en los adolescentes de un colegio de chía”. **Objetivo:** identificar motivos de consumo y no consumo en los adolescentes de un colegio de Chía. Se realizó un estudio cualitativo de análisis de contenido en donde se desarrolló una aproximación cualitativa por medio de preguntas abiertas; para posteriormente crear las categorías de análisis y cuantificar los resultados. La aplicación se llevó a cabo en una muestra de 282 adolescentes. **Resultados** identifican las categorías y subcategorías de los motivos de consumo, las cuales muestran las diferentes temáticas y cuestiones que los jóvenes describen para argumentar el por qué

consumir o no alcohol. La discusión resalta la importancia de generar programas preventivos que tengan en cuenta los motivos de consumo y no consumo de los jóvenes, que tengan en cuenta diferencias individuales en los estudiantes, que promueva los recursos personales como factores de protección y que desestimen las asociaciones culturales del consumo de alcohol en jóvenes (13)

A Nivel Nacional:

Ccorihuaman F. (2015). Presento en su estudio denominado “Característica del consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes de la carrera profesional de enfermería de la universidad andina del cusco 2014” el presente trabajo de investigación. **Objetivo:** determinar las características sociodemográficas y describir las características del consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes de la Carrera Profesional de Enfermería de la Universidad Andina del Cusco 2014. Fue un estudio transversal y descriptivo; la muestra estuvo conformada por 89 estudiantes del 1er al 9no semestre matriculados en las asignaturas de especialidad. Se empleó la técnica de la entrevista y como instrumento la encuesta. **Resultados:** se identificó que el 82% de la muestra son de sexo femenino, el 42% tienen de 22 a 25 años de edad, el 80% son católicos y se evidenció un mayor número de estudiantes que se encuentran cursando del 7mo al 9no ciclo; un poco más de la mitad (57%) solo se dedica a estudiar y poseen una familia completa funcional. Se tiene también que el 62% y el 64% proceden y residen en la ciudad del Cusco respectivamente. Con respecto a las características del consumo de bebidas alcohólicas, se observó que el 94% de la muestra si consumen bebidas alcohólicas y prefieren las bebidas fermentadas, el 45% reportó una frecuencia de consumo mensual cuya motivación preferencial es por hacer amigos por lo que el 75% bebe habitualmente con ellos. El 67% asegura que es fácil conseguir bebidas alcohólicas, para ello la gran mayoría hace bolsa común y beben habitualmente en discotecas, bares y locales alrededores de la universidad. Existe un 57% que alguna vez bebió antes de ingresar a clases de la universidad y un porcentaje similar faltó por lo menos una vez a clases por irse a beber y obviamente existe un 24% que al menos una vez desaprobó un curso por este motivo, lo cual no sorprende que el 54% afirme que mienten a sus padres o tutores por irse a beber. (15)

Maximiliano C.; Ortega R. y Salas M. (2015). Publicaron en su estudio denominado “Prevalencia de consumo de alcohol en adolescentes de las instituciones educativas estatales, distrito de Ventanilla”, como **Objetivo:** determinar la prevalencia del consumo de alcohol en los adolescentes. Material y métodos: el diseño del estudio es de tipo cuantitativo – descriptivo de corte transversal, la muestra estuvo constituida por 4095 alumnos del 1° al 5° año de secundaria del distrito de Ventanilla, aplicándose el instrumento (cuestionario), con la finalidad de evaluar el consumo de alcohol. **Resultados:** se encontró que los adolescentes que han consumido bebidas alcohólicas alguna vez en su vida, fueron 42,4%, los que han consumido en los últimos 12 meses fueron 30%, los que consumieron en los últimos 30 días fueron 24%, los adolescentes de sexo masculino que han consumido alguna vez en su vida fueron 45,2%, mientras que en el caso de las mujeres fueron 39,9%. **Conclusiones:** el consumo de alcohol es alto en este grupo de edad, además que los determinantes asociados son susceptibles de intervenciones educativas que deben considerarse prioritarias, en particular las que tienen que ver con el ambiente familiar y el grupo de pares. (16)

Terrones G. Villanueva Q. (2016). Publicaron en su estudio denominado “Relación entre la dinámica familiar y el consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de nivel secundaria”, tuvieron como **Objetivo:** determinar la relación entre la dinámica familiar y el consumo de bebidas alcohólicas en adolescentes de nivel secundaria en una institución educativa técnica nacional de Puente Piedra - Lima 2016, realizado el mes de diciembre del 2014. Material y método: el estudio fue descriptivo correlacional y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 158 estudiantes de 13 a 17 años de edad de ambos sexos. La recolección de datos se realizó a través de una encuesta y se aplicó un cuestionario estructurado en 4 partes: la primera, datos generales; segunda, evaluación del consumo de bebidas alcohólicas; la tercera, evaluación de la dinámica familiar: cohesión y adaptabilidad (FACESIII) y la cuarta, la escala de comunicación padres - adolescentes (PACS). **Resultados:** la relación entre la dinámica familiar y el consumo de bebidas alcohólicas, según el coeficiente de correlación Rho de Spearman ($Rho = -0.287$), muestra una correlación negativa, la cual resultó estadísticamente significativa ($p = 0.000$), En cuanto a la dinámica familiar; los

adolescentes presentaron un nivel de cohesión moderadamente bajo (31.7%) y muy bajo (31.0%), un nivel muy alto de adaptabilidad (42.4%) y un nivel de comunicación negativa (44.3%). Sobre el nivel de consumo de bebidas alcohólicas fue mayor el de tipo perjudicial (32.9%). **Conclusiones:** existe relación estadísticamente significativa entre valores bajos de dinámica familiar, con valores altos de consumo de bebidas alcohólicas. (17)

La Organización Mundial de la Salud (OMS) menciona en su informe del 2014 que el consumo de alcohol causa más de tres millones de muertes al año, representa el 5.9% de todas las defunciones y el sexo masculino es el más afectado. Por otro lado este organismo menciona que de todas las enfermedades y lesiones que se presentaron en el año 2012, cerca de 139 millones de casos, estuvieron relacionadas al consumo de alcohol. (2)

Maximiliano C.; Ortega R. y Salas M. (2015). En América Latina se estima que cada año, el consumo frecuente de más de cinco copas de alcohol por ocasión, causa la muerte de una persona cada dos minutos. Éste consumo es 50% mayor que el promedio mundial. En México, Brasil, Perú, Bolivia, Uruguay, Costa Rica y Chile el consumo excesivo episódico es elevado. (16) .

A NIVEL LOCAL:

Huamancaja A. y Quispe P. (2014). En su estudio, “Nivel de autoestima y consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes de la facultad de Enfermería de la Universidad Nacional de Huancavelica- 2014”. **Objetivo:** determinar la relación que existe entre el nivel de autoestima y consumo de bebidas alcohólicas en los estudiantes de la Facultad de Enfermería de la Universidad Nacional de Huancavelica- 2014. **Resultados** fueron el 61.9% de los estudiantes de la Facultad de Enfermería tienen una autoestima alta, 31.2% una autoestima media y 6.9%; una autoestima baja. El 84.2% de los estudiantes de la Facultad de Enfermería son consumidores recientes de alcohol, el 15.3% presentan síntomas de dependencia y 0.5% presentan problemas de dependencia al alcohol. El 59.8%, de los estudiantes de la Facultad de Enfermería tienen una autoestima alta y son consumidores recientes del alcohol; 7.4% tienen una autoestima media y presentan síntomas de dependencia y 0.5% autoestima baja y tienen problemas de dependencia al alcohol. **Conclusión:** que el nivel de autoestima se relaciona directamente con el consumo

de bebidas alcohólicas; a mayor autoestima menor riesgo de consumo de bebidas alcohólicas y viceversa. (14)

Huancavelica mantiene problemas de salud relacionados a los estilos de vida (nutrición, actividad física, recreación, por el consumo de alcohol y el Rendimiento académico por los estudiantes de la institución educativa todo estos factores se convierten en condicionantes negativos para la salud de la población; es por ello que se viene observando el incremento de las enfermedades crónica degenerativas, incremento de las morbilidades y la no solución de los problemas prioritarios de salud, como es la mortalidad materna, la presencia de enfermedades transmisibles, violencia. ya que existen muchos estudiantes que, por realizar trabajos en grupo, se dedican al consumo de alcohol para sentirse bien en las reuniones con sus amigos, dando mayor importancia a este tipo de actividad que, a la realización de la actividad académica, además el consumo de alcohol puede destruir las familias, los trabajos, por tanto, se debe incentivar a los jóvenes en actividades de prevención, que permitan ocupar el tiempo libre de forma sana.

2.2. BASES TEORICAS

Dentro de las teorías en la que se sustenta el trabajo de investigación, se detalla:

Teoría de Orem

Así mismo estos resultados se sustentan con la teoría del déficit de autocuidado. Orem desarrolla su teoría a partir de los 4 elementos paradigmáticos de la enfermería: Persona, Entorno, Salud, Enfermería. Dorothea Orem concibe al ser humano como un organismo biológico, racional y pensante; los seres humanos tienen la capacidad de reflexionar sobre sí mismos y su entorno, capacidad para simbolizar lo que experimentan y usar creaciones simbólicas (ideas, palabras) para pensar, comunicarse, guiar los esfuerzos para hacer cosas que son beneficiosas para sí mismos y para otros, define los cuidados de enfermería como el ayudar al individuo a llevar a cabo para mantener acciones de autocuidado para conservar la salud y la vida, recuperarse de la enfermedad para afrontar las consecuencias de ésta. El entorno es entendido en este modelo como todos aquellos factores, físicos, químicos, biológicos y sociales, ya sean éstos familiares o comunitarios, que pueden influir e interactuar en la persona, finalmente el concepto de salud es definido como un estado que, para la persona, significa cosas diferentes en sus

distintos componentes y cambia a medida que cambian las características humanas y biológicas de la persona.

Teoría de la personalidad de Jung

Carl Jung proponía que la personalidad estaba configurada por la persona o parte de nuestra personalidad que sirve para adaptarse al medio y que se relaciona con lo que los demás pueden observar y la sombra o la parte en que se incluyen aquellas partes del Yo que no resultan admisibles para el propio sujeto. Asimismo, a partir de los arquetipos adquiridos por el inconsciente colectivo y los diferentes complejos que adoptamos en nuestro desarrollo hacia la identidad se van generando diferentes tipos de personalidad en función de que las inquietudes se dirijan hacia el interior o exterior, si son más sensitivos o intuitivos y si tienden a centrarse más en pensamiento o sentimiento, siendo pensar, sentir, intuir y percibir las principales funciones psicológicas.

Teorías Sociales de la Adicción al Alcohol. Toda cultura que consume colectivamente una droga tiende a ensalzar sus valores positivos y a menospreciar sus riesgos, dada la mentalidad del usuario, fruto de los intereses que giran en torno a la producción, venta y distribución de la misma. Resulta llamativo que exista un acuerdo unánime en cuanto a adoptar actuaciones tendentes a disminuir la oferta de drogas ilegales mientras que, cuando se trata de bebidas alcohólicas, no se actúa de la misma forma. Siguiendo las explicaciones basadas en los factores sociales se puede afirmar que el alcoholismo estaría relacionado con la insatisfacción causada por la carencia de otras formas de obtener gratificación. Asimismo, también influiría el contexto dentro del cual se utiliza el alcohol.

La presión de los iguales juega en los adolescentes un papel importante en su actitud frente a la bebida y su susceptibilidad a padecer en el futuro una adicción al alcohol. En nuestra sociedad la forma típica de consumo de alcohol entre los jóvenes es en compañía de los amigos, en lugares públicos y durante el fin de semana. Durante esta etapa la presión de los compañeros junto con la limitación del comportamiento de otras personas, precipitan a menudo el llamado alcoholismo de fin de semana.

Finalmente concluimos que las teorías mencionadas son las que respalda de una forma adecuada a nuestro trabajo de investigación porque tienen mucho que ver con el consumo del alcohol.

2.3. Bases conceptuales

2.3.1. Consumo de Alcohol:

Bebida que contiene etanol. Éste es un depresor del sistema nervioso central. Sus efectos dependen de la concentración en el organismo, la constitución de éste y del tipo de alcohol que se consuma.

Cuando hablamos de alcohol nos referimos generalmente al etanol o alcohol etílico, por ser el constituyente fundamental de las bebidas alcohólicas.

2.3.1.1. Tipos de bebidas:

A. Bebidas fermentadas: obtenidas por fermentación de un mosto abundante en azúcares. Hablamos de la sidra, cava, vino y cerveza. Su grado de alcohol puede oscilar entre 5 y 15 grados.

B. Bebidas destiladas: Se obtienen mediante un proceso artificial, destilando una bebida fermentada y aumentando su concentración de alcohol puro. Es el caso de la ginebra, ron, whisky, vodka, anís, coñac, aguardiente, licores afrutados y determinados aperitivos. Su grado de alcohol suele oscilar entre 17 y 45 grados.

2.3.1.2. Consumo de alcohol: Es el acto de ingerir o beber sustancias líquidas que contengan alcohol etílico o etanol, tales como la cerveza, vino, ron, aguardiente y otros. El consumo de alcohol es una consecuencia de la problemática social y personal que puede vivir una persona. **(19)**

2.3.1.3. Alcoholismo: Es una enfermedad crónica producida por la ingestión de bebidas alcohólicas un nivel que interfiere con la salud física o mental del individuo y con las responsabilidades sociales, familiares u ocupacionales. **(20)**

2.3.1.4. Causas del consumo de alcohol:

El consumo de alcohol puede tener diversas causas no exactas, en este estudio se basará en la teoría conductista que menciona “el consumo de sustancias (alcohol) es una respuesta ante estímulos estresantes”. El consumo se ve reforzado debido a que estas sustancias, sí producen un alivio temporal de la ansiedad. También considera la presión de los compañeros, especialmente durante la adolescencia, cuando el individuo es más vulnerable a este tipo de presión grupal. Otros solo lo hacen por diversión o el simple hecho de embriagarse. Tenemos una explicación por cada uno de las causas:

A. Factores Sociales:

- a. Imitación o ignorancia:** Hay muchos que beben porque otros lo hacen ya sea en el hogar, bares, fiestas, reuniones, otros creen que las bebidas alcohólicas les facilita en el trabajo, les ayuda en la digestión, los produce calor cuando hace frío, etc.
- b. Placer:** Hay quienes sienten placer al beber alcohol no tanto por el sabor en sí, si no por el efecto del alcohol sobre el organismo
- c. Evasión de la Realidad:** Al no alcanzar la debida madurez de espíritu, por lo tanto, son incapaces de enfrentarse a la realidad de la vida, a sus dificultades y solucionar sus problemas en forma adecuada, cuando padecen miseria, etc.
- d. Compulsión Patológica Para Tomar Bebidas Alcohólicas:**
Soy un bebedor compulsivo, la vista del alcohol me impulsa y no tengo fuerzas para resistir la tentación. Son excusas que se oyen a diario, con la implicación de que la voluntad ha dejado de ser libre, como si hubiera caído bajo el dominio de otros.
- e. Reunión Familiar:** Es un hecho innegable y natural dentro de la vida familiar el deseo grande de procurarse prestancia y distinción de un modo muy significativo con la hospitalidad y afectuosidad con que los miembros acogen las relaciones

familiares. Este fenómeno se produce según la comodidad y la capacidad social; o si no limitan su participación social en casa.

f. Las Reuniones y Fiestas Públicas: Comprenden los bailes sociales, bingos, paseos, etc. Todos de carácter público; en los cuales hay frecuente y fuerte consumo de bebidas alcohólicas. Estas clases de reuniones sociales son las que mayormente provocan estado de embriaguez alcohólica en la población joven y profesional de la ciudad porque son muy concurridas.

g. Los grupos o círculos de amigos: Una manera muy rápida y fácil de sentirse embriagado resulta cuando uno se encuentra en medio de amigos. Aquí de juego en juego se logra desafiar las consecuencias de la embriaguez y se entregan íntegros a la bebida. Esta forma de embriaguez no necesita de grandes preámbulos y se suceden tan repentinamente a cualquier hora y época del año. Son los casos de embriaguez que nunca faltan, los que se originan en distintos sitios de la ciudad y sean en billares, picanterías, cantinas, clubs, etc. **(21)**

B. Factores Económicos:

Las clases sociales no solamente están determinadas por el nivel de ingreso, sino también por la educación, la ocupación, orientación de valores, área de residencia, entre otras cosas. Personas que están en una determinada clase social, por lo general, tienen los mismos gustos, optan por las mismas marcas y cubren sus necesidades de la misma forma. Personas de distintas clases sociales satisfacen sus necesidades de forma diferente. **(22)**

Cada vez el inicio del consumo de bebidas alcohólicas en menores se da en edades muy tempranas, influye la personalidad de cada persona, pero en los adolescentes influye mucho los ejemplos que les den los padres, la sociedad y los amigos juegan un rol importante. Para ciertos grupos profesionales el uso del

alcohol no significa, sino algo natural que pertenece a la vida cotidiana y no influye en la economía familiar. (23)

C. Factores Culturales:

Es el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época de un grupo social. Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico". Dentro de la cultura también se encuentran los valores en los que una persona crece y la induce luego a tomar cierto tipo de decisiones. Cada país, y dentro de él, cada región, tiene su cultura propia. Es decir, al vivir una persona en una región, los hábitos y costumbres de esta región influyen en su conducta como comprador. (24)

La cultura actúa en forma muy intensa sobre los bebedores, la ingestión de bebidas alcohólicas está condicionada por falta de conocimiento acerca de las consecuencias que trae para la salud. (22)

D. Factores Psicológicos:

Posiblemente los factores psicológicos sean las razones determinantes para llevar al vicio de beber. Las frustraciones, los fracasos, la ira, los temores, el estrés, la ansiedad, la depresión, hacen que las personas intenten escapar de sus sentimientos dolorosos por medio de la bebida. La regresión emocional a la primera infancia debido a hogares divididos, el deseo de dominar, la falta de capacidad de recibir o dar amor; todo se encaja a las tendencias mentales del alcoholismo. (25).

2.3.1.5. Riesgos del Consumo de Alcohol.

El alcohol siendo una droga que produce alteraciones en el sistema nervioso central y además puede crear dependencia física y psicológica; se considera que es la que más se consume en el entorno laboral a diversas cantidades y frecuencias mencionando que dosis excesivas producen distintos grados de embriaguez y

resulta una de las primeras causas de accidentes laborales y de tráfico.

Describiendo a este fenómeno se considera que el individuo que consume alcohol necesitaría más adelante cantidades progresivamente mayores de alcohol para obtener los mismos efectos que obtenía al principio con cantidades menores, el alcohol a bajas dosis; provoca una disminución de la atención, del tiempo de reacción y de los reflejos, falsa apreciación de las distancias, aumento de la distancia de frenado, sensación de fatiga al tiempo que puede darse una conducta agresiva. A dosis altas; alteración de la coordinación visual y motora, de las percepciones sensoriales y déficit de atención. Siendo considerado los riesgos de accidentes es extremadamente alto. (22)

2.3.1.6. Síntomas de dependencia alcohólica.

Las personas que sufren de alcoholismo o de abuso de alcohol con frecuencia:

- Siguen bebiendo, aun ven afectada la salud, el trabajo o la familia.
- Beben solas.
- Se vuelven violentas cuando beben.
- Se vuelven hostiles cuando se les pregunta por la bebida.
- No son capaces de controlar la bebida: son incapaces de suspender o reducir el consumo de alcohol.
- Faltan al trabajo o al colegio o tienen una disminución en su desempeño debido a la bebida.
- Dejan de tomar parte en actividades debido al alcohol.
- Necesitan consumir alcohol la mayoría de los días para lograr pasar el día.
- Se descuidan para comer o no comen bien
- No les importa o ignoran cómo están vestidos o si están limpios.
- Tratan de ocultar el consumo de alcohol.

- Tiemblan en las mañanas o después de períodos sin beber un trago.
- Sentimientos de culpabilidad, sobre todo a la mañana siguiente.
- Justificaciones del tipo de "yo lo dejo cuando quiera", "todo el mundo bebe", etc.
- Sentirse molesto cuando alguien le sugiere que no beba tanto
- Intentos y promesas de no beber, o de beber menos.

2.3.1.7. Clasificación del consumo de alcohol.

La clasificación de personas que consumen alcohol es:

- a) Abstemio:** Persona que nunca ha consumido alcohol de manera habitual, aunque tome alguna pequeña cantidad ocasionalmente.
- b) Bebedor ocasional:** Persona que bebe cantidades variables del alcohol y casi exclusivamente con motivos de acontecimientos familiares (cumpleaños) solo en casa, debe haber bebido durante el año menos de una vez por mes.
- c) Bebedor habitual:** Las personas que beben cantidades variables aproximadamente de 3 botellas, con motivo de acontecimientos, de otras festividades y frecuentemente los fines de semana, a menudo en establecimientos públicos, haber bebido al menos una vez por mes presenta hasta 12 embriagues por año.
- d) Bebedor moderado:** El que bebe más de 6 copas de caliente o tequila y 5 botellas de cerveza y lo hace durante la semana o todos los fines de semana: se embriaga más de 12 veces por año.
- e) Bebedor excesivo:** El que bebe o es incapaz de detenerse una vez iniciado la ingesta. (22)

2.3.1.8. Tipos de Consumo de Alcohol:

Se han identificado 3 pautas de consumo de alcohol.

- a) No peligrosos:** Los efectos del consumo de etanol conllevan a un bajo riesgo de ocasionar problemas agudos y crónicos. En varones es menor a 40gr. Y en mujeres en 20 gr. Y se relaciona con el uso que hace referencia a aquel consumo que, por producirse con una frecuencia mínima y en cantidades

pequeñas, no reporta al individuo consecuencias negativas (físicas, psicológicas o sociales).

- b) Peligrosos:** Consumo que puede resultar dañino para la salud en caso de persistir. En varones de 40 a 60 gr. de etanol y en mujeres de 20 a 40 gr y se relaciona con el abuso que es el consumo que puede tener consecuencias muy negativas (agudas o crónicas) para las personas: porque se superan determinadas cantidades de alcohol, características de la persona o de la actividad que se realizan simultáneamente.
 - c) Nocivos:** Consumo que está ocasionando problemas. En varones a 60 gr. De etanol y en mujeres mayor de 40 gr. Y se relaciona con la dependencia que son bebedores habituales que ya han desarrollado tolerancia ante el alcohol, y por ello, cada vez tienen que beber mayores cantidades para conseguir el mismo efecto. Pueden llegar a presentar una conducta compulsiva por tomar alcohol de forma continuada o periódica.
- (26)

2.3.2. Motivación:

La motivación se refiere al proceso o condición que puede ser fisiológico o psicológico, innato o adquirido, interno o externo al organismo el cual determina o describe por qué o respecto a qué, se inicia la conducta, se mantiene, se guía, se selecciona o finaliza; este fenómeno también se refiere al estado por el cual determinada conducta frecuentemente se logra o se desea; asimismo se refiere al hecho que un individuo aprenderá, recordará u olvidará cierto material de acuerdo con la importancia y el significado que el sujeto le dé a la situación. (27)

La motivación es uno de los aspectos psicológicos que se relaciona más estrechamente con el desarrollo del ser humano. La motivación no se caracteriza como un rasgo personal, sino por la interacción de las personas con la situación, por ello la motivación varía de una persona a otra y en una misma persona puede variar en diferentes momentos y situaciones. La motivación es aquello que nos impulsa a realizar actos o a tomar decisiones

en el día a día. De hecho, es un elemento que precede a las acciones que ejecutamos y que, por eso mismo, en cierta forma las condicionan. (28)

2.3.2.1. Factores de la motivación

De acuerdo con López, existen cinco principios motivacionales, a saber:

- A. Principio de la predisposición.** Cuando estamos predispuestos positivamente hacia una tarea, su ejecución resulta casi siempre agradable. Cuando cambiamos el ¿por qué? por el ¿por qué no?, o el esto es inaguantable por el ¿qué estoy aprendiendo de esta situación?, o estoy enfadado por qué. Por el me pregunto por qué me estoy enfadando ante este hecho (es decir, cambio la ira por la curiosidad), estamos aplicando este principio.
- B. Principio de la consecuencia.** Tenemos tendencia a reproducir las experiencias que tienen consecuencias agradables y a no repetir las que tienen consecuencias desagradables. Cuando obtenemos una consecuencia igual o mejor de la prevista nos sentimos recompensados y guardamos, a nivel consciente o inconsciente, ese agradable recuerdo por lo que tendemos a repetir esa estrategia.
- C. Principio de la repetición.** Cuando un estímulo provoca una reacción determinada positiva, el lazo que une el estímulo con la respuesta puede reforzarse con el ejercicio o repetición. Así la maestría en la ejecución de una tarea vendrá dada, entre otros aspectos, por la repetición que se ve reforzada por un modelaje hacia la excelencia.
- D. Principio de la novedad.** En igualdad de condiciones, las novedades controladas suelen ser más atractivas y motivadoras que aquello ya conocido. Este principio es cierto siempre que se aborde con un cierto control y con una dosis elevada de seguridad personal ya que, en caso contrario, puede aparecer el fenómeno de la resistencia al cambio.

E. Principio de la vivencia. Relacionar una vivencia que nos haya resultado agradable con lo que pretendíamos alcanzar puede ser muy motivador, esa vivencia puede referirse tanto. (29)

2.3.3. Tipos de motivación

A. Motivación intrínseca:

Motivación asociada con las actividades que son reforzadoras en sí mismas. Lo que nos motiva a hacer algo cuando no tenemos que hacerlo. ¿Esta motivación no proviene de factores externos sino, por el contrario, de otros de tipo interno? Es decir, ¿qué sucede si es la propia persona la que genera el estímulo para ejecutar una acción? Cuando eso pasa, estamos ante lo que la psicología denomina motivación intrínseca, es decir, aquella conducta que trae en sí misma el incentivo. En cualquier de los dos casos, existen 4 características que nos ayudan a comprender mejor el concepto de motivación intrínseca:

- a) **Autodeterminación:** Es la capacidad individual para gestionar el camino de la vida. Implica, a su vez, dos elementos: por un lado, la capacidad de decisión en torno a aspectos cruciales; por otro, el establecimiento de metas y planes que permitan una proyección de la persona en todos sus aspectos.
- b) **Competencia:** Son aquellas capacidades, habilidades, talentos, destrezas y conocimientos con los que cuenta cada individuo para llevar a cabo su proyecto personal. Las competencias nos definen como sujetos y nos diferencian del resto de las personas con las que convivimos.
- c) **Interrelación:** Aun cuando la motivación intrínseca es labor de cada persona, las relaciones interpersonales siguen siendo fundamentales para que cada uno decida cuáles son sus intereses. El reflejo en los otros es necesario, pues de una forma u otra éstos también nos definen como individuos.
- d) **Curiosidad:** Es la condición innata de las personas para el conocimiento. La curiosidad es un motivo en sí mismo que debe ser orientado en función de las metas de cada individuo. Si nuestros

intereses son distintos, probablemente es porque nuestra curiosidad también lo es. A través de ésta, además, podemos buscar respuestas sin recibir estímulos exteriores. Algunas características de la motivación intrínseca

- **La creatividad.** La gente motivada piensa con mayor claridad. Dedicar más recursos intelectuales a su proyecto actual y el resultado es una mayor creatividad.
- **Energía.** Cuando estamos motivados necesitamos menos sueño, no porque estemos constantemente secretando adrenalina sino porque tenemos una emoción genuina y energizante.
- **Flexibilidad.** La motivación nos hace descubrir que la flexibilidad es una habilidad que se puede desarrollar y que no depende de las circunstancias. Cuando las circunstancias cambian, estamos más abiertos a ceder para manejar la situación en lugar de permanecer rígidos.
- **Salud.** Las personas con sentimientos positivos sobre su vida y su potencial, tienen razones para estar y mantenerse saludables. Han experimentado la diferencia que hay en materia de salud y energía cuando pasan por momentos de desmotivación, y prefieren estar motivadas.
- **Magnetismo.** Una vida motivada es interesante y la gente motivada tiene cierto magnetismo. Las personas se sienten naturalmente atraídas por los ganadores, que generan energía por hábito y por naturaleza.
- **Ímpetu.** La motivación se perpetúa a sí misma. Va ganando velocidad en su paso por oficinas, hogares y comunidades. Vivir motivado se facilita pues se convierte en un hábito.
- **Multipliación.** La motivación es contagiosa: se propaga y se multiplica. A la gente que rodea a una persona motivada "se le pega" esa motivación.
- **Reconocimiento.** Las personas motivadas sobresalen. Los demás las respetan por sus logros, admiran sus agallas y les

ofrecen su ayuda, pues desean tener alguna relación con gente ganadora.

- **Optimismo.** Un individuo motivado descubre que el optimismo abre más puertas que el negativismo. Aprende a encontrar el potencial que hay en todas las cosas. El cambio no los saca del camino. Lleva a todo el lado bueno.
- **Productividad.** La gente motivada hace más cosas, es más activa y asume las tareas con entusiasmo. Se mueve rápida y deliberada-mente y siempre quiere tener la actitud de sentir que puede hacer las cosas.
- **Estabilidad.** Al estar motivados nos concentramos y no nos distraemos ni nos alejamos de nuestro destino. Estamos sintonizados con el objeto de nuestra motivación.

B. Motivación extrínseca: Motivación creada por factores externos como las recompensas y los castigos. Cuando hacemos algo para obtener una calificación, evitar un castigo, complacer al maestro o por alguna otra razón que tiene poco que ver con la tarea.

La motivación extrínseca en educación es aquella que anima al estudiante a aprender, a hacer sus tareas en tiempo y forma, a comportarse como es debido, mediante un sistema de premios y castigos, lo que es típico del conductismo. Se trata de lograr el objetivo del proceso enseñanza-aprendizaje por temor al castigo o para conseguir fines ajenos al aprendizaje mismo. El alumno no estudia para saber, sino para aprobar, o para no repetir el curso, o para que no lo reten sus padres o maestros.

(30)

Al hablar de **motivación extrínseca** nos referimos a aquella motivación externa que se necesita para poder realizar algunas actividades, para realizar cualquier cosa que deba hacer puesto que la motivación no es parte de su personalidad, la motivación no es algo esencial en la persona, la motivación debe ser externa como ser las recompensas, puede basarse en dinero , en material, en fin, solo así se sienten motivados a cualquier actividad favor, por recibir la satisfacción de obtener algo externo, una

persona con esta característica puede hacer algo que no le gusta solo por recibir una recompensa, sin embargo una persona extrínseca en motivación puede encontrar el disfrute en algunas de las actividades, claro que a veces se desanima por las recompensas que a veces suelen ser nada más que un agradecimiento, una bella sonrisa. (31)

La motivación extrínseca se refiere a la motivación que viene de afuera de un individuo. Los factores motivadores son recompensas externas, o del exterior, como dinero o calificaciones. Estas recompensas proporcionan satisfacción y placer que la tarea en sí misma puede no proporcionar. Una persona extrínsecamente motivada trabajará en una tarea, incluso cuando tiene poco interés en ella, debido a la satisfacción anticipada que se obtiene de una recompensa. La motivación extrínseca no significa, sin embargo, que una persona no obtendrá ningún placer de trabajar en una tarea o completarla. Sólo quiere decir que el placer que anticipan de alguna recompensa externa seguirá siendo un motivador, incluso cuando la tarea a realizar tenga poco o ningún interés. (32)

2.3.4. Estadios de la motivación extrínseca

- a) **Motivación regulada externamente:** No existe autonomía y se hace porque alguien nos lo pide o porque esperamos una recompensa.
- b) **Motivación introyectada:** El objetivo sigue siendo cumplir una demanda externa, pero la recompensa es interna. Tiene que ver con el mantenimiento de la autoestima, con alegrarse por ser capaz de hacer algo que nos piden, pero no tiene autonomía.
- c) **Motivación regulada por identificación:** Se sigue realizando por algo externo, pero cuenta con mayor autonomía y capacidad de tomar decisiones para llegar a ella.
- d) **Motivación por integración:** Es el tipo de motivación extrínseca más parecida a la intrínseca. Se logra cuando la persona asimila los objetivos como propios y acordes a su sistema de valores, además de tener una gran autonomía. Sigue sin ser intrínseca porque la tarea no se realiza por el propio disfrute de la misma, pero consigue

mejores resultados que cualquier otro estadio de motivación extrínseca. (33)

2.4. HIPOTESIS

2.4.1. Hipótesis general

Existe relación entre motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica en el año 2018.

2.4.2. Hipótesis Específicas:

- La motivación para el consumo de alcohol que presentan los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América en el año 2018.
- El consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica, en el año 2018.

2.5. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:

- a) **Alcoholismo:** Persona comprometida a una situación alcohólica delirante, alucinatorio, delirium tremens sin derecho de pertenencia y descompensación del equilibrio.
- b) **Alcohol:** Es droga más ampliamente empleada por los jóvenes especialmente por los estudiantes
- c) **Salud Mental:** Es el equilibrio preciso de la capacidad mental y sus diferentes procesos.
- d) **Motivación:** Es la fuerza que impulsa a la persona a realizar cualquier tipo de actividad o a iniciar y mantener todo el proyecto propuesto.
- e) **Extrínseca:** Es provocada por las consecuencias internas de nuestra propia conducta.
- f) **Intrínseca:** Se trata de despertar el interés motivacional de la persona mediante recompensas externas

2.6. DEFINICION OPERATIVA DE VARIABLES:

Variable (1): Motivación

Variable (2): Consumo de alcohol

2.6.1 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE: Motivación		
DEFINICION CONCEPTUAL.- La motivación se refiere al proceso o condición que puede ser fisiológico o psicológico, innato o adquirido, interno o externo al organismo el cual determina o describe por qué o respecto a qué, se inicia la conducta, se mantiene, se guía, se selecciona o finaliza; este fenómeno también se refiere al estado por el cual determinada conducta frecuentemente se logra o se desea; asimismo se refiere al hecho que un individuo aprenderá, recordará u olvidará cierto material de acuerdo con la importancia y el significado que el sujeto le dé a la situación.		
DEFINICION OPERACIONAL.- Será medido a través de una encuesta que consta de 16 preguntas y de 4 respuestas, las cuales medirán los tipos de motivación para el consumo de alcohol.		
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
MOTIVACION INTRINSECA	AUTODETERMINACIÓN	1. Consume alcohol para tener amigos. a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre 2. Consume alcohol cuando esta de mal humor. a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre 3. Se siente contento al consumir alcohol. a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre.

		4. Se siente emocionado al consumir alcohol. a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre
	COMPETENCIA	5. Al consumir alcohol se siente diferente de los demás. a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre
	INTERRELACION	6. Al consumir alcohol no se siente excluido de sus amigos o compañeros. a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre 7. Bebe para que otros no se burlen de mí por no tomar. a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre
		8. Bebe para emborracharse (embriagarse). a) Nunca b) Pocas veces

	CURIOSIDAD	c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre 9. Al consumir alcohol disfrutar una fiesta. a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre 10. Consumo alcohol cuando me siento triste o deprimido. a) Nunca b) Mitad de las veces c) Mayoría de las veces d) Siempre.
MOTIVACION EXTRINSECA	EXTERNAMENTE	11. Consume alcohol para caerles bien a los demás. a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre 12. Consume alcohol para olvidarse de sus problemas (general). a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre 13. Tus amigos te presionan para consumir alcohol. a) Nunca

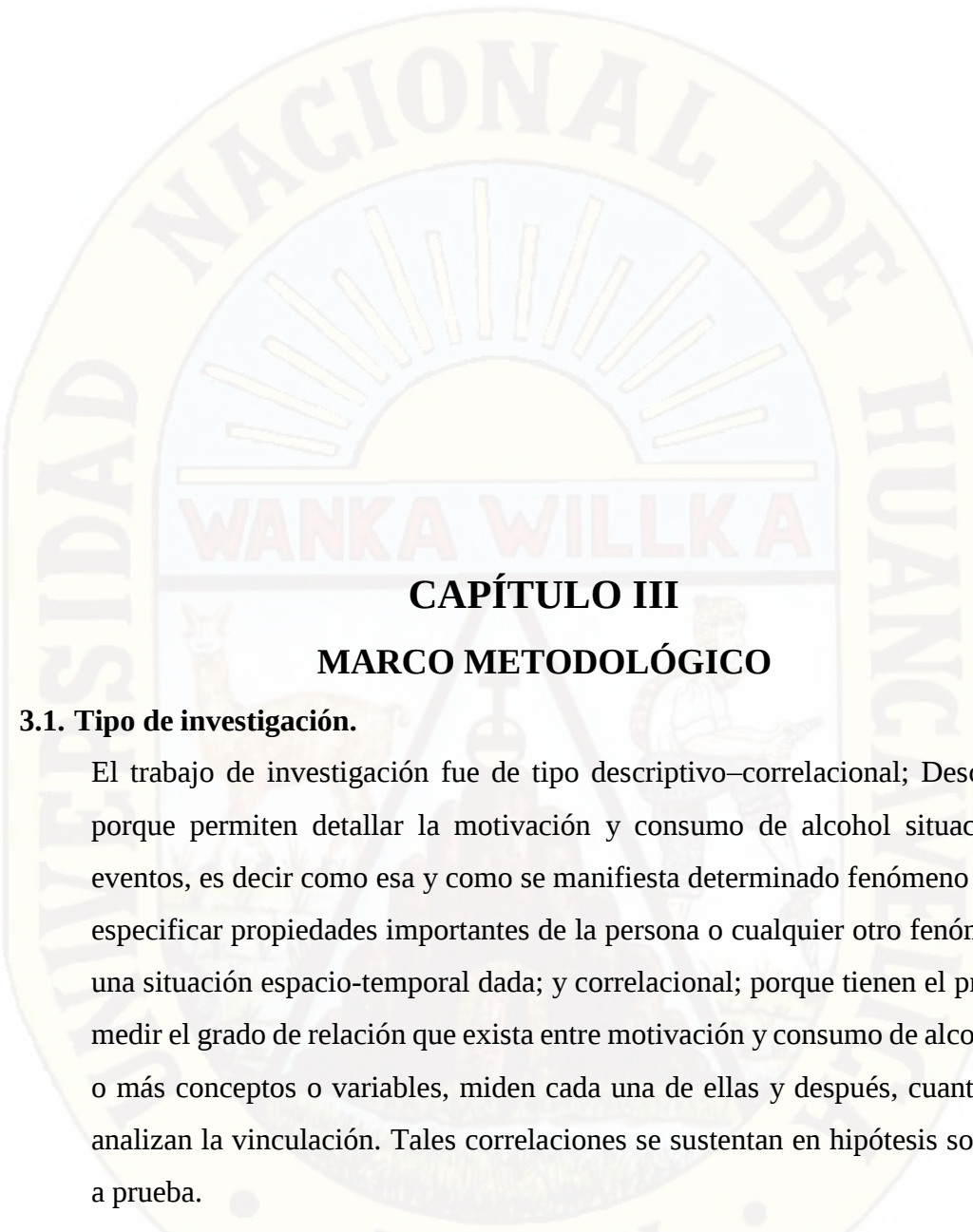
		b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre
	IDENTIFICACIÓN	14. Al consumir alcohol siente más seguro de mí mismo. a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre
	INTEGRACIÓN	15. Al consumir alcohol llega a integrar un grupo que quiere. a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre 16. Al consumir alcohol se olvida de sus preocupaciones (personales). a) Nunca b) Pocas veces c) Mitad de las veces d) Mayoría de las veces e) Siempre.
VARIABLE: CONSUMO DE ALCOHOL		
DEFINICION CONCEPTUAL.- La motivación se refiere al proceso o condición que puede ser fisiológico o psicológico, innato o adquirido, interno o externo al organismo el cual determina o describe por qué o respecto a qué, se inicia la conducta, se mantiene, se guía, se selecciona o finaliza; este fenómeno también se refiere al estado por el cual determinada conducta frecuentemente se logra o se desea; asimismo se refiere al hecho que un individuo aprenderá, recordará u olvidará cierto material de acuerdo con la importancia y el significado que el sujeto le dé a la situación.		

DEFINICION OPERACIONAL. - Será medido a través de una encuesta que consta de 16 preguntas y de 4 respuestas, las cuales medirán los tipos de motivación para el consumo de alcohol.

DIMENSION	ITEMS
ALCOHOL	1. ¿Conque frecuencia consume alguna bebida alcohólica? a) Nunca b) Una o más veces al mes c) De 2 a 4 veces al mes d) De 2 a 3 más veces a la semana e) 4 o más veces a la semana 2. ¿Cuántas consumiciones de bebidas alcohólicas suele realizar en un día de consumo normal? a) 1 o 2 b) 3 o 4 c) 5 o 6 d) De 7 a 9 e) 10 o más 3. ¿Con qué frecuencia toma 6 o más bebidas alcohólicas en un solo día? a) Nunca b) Menos de una vez al mes c) Mensualmente d) Semanalmente e) A diario o casi a diario 4. ¿con que frecuencia en el curso del último año ha sido incapaz de parar de beber una vez había empezado? a) Nunca b) Menos de una vez al mes c) Mensualmente d) Semanalmente e) A diario o casi a diario

	5. Con que frecuencia en el curso del último año no pudo hacer lo que se esperaba de usted por que habían bebido a) Nunca b) Menos de una vez al mes c) Mensualmente d) Semanalmente e) A diario o casi a diario 6. Con que frecuencia en el curso del último año ha necesitado beber en ayunas para recuperarse después de haber bebido mucho el día anterior. a) Nunca b) Menos de una vez al mes c) Mensualmente d) Semanalmente e) A diario o casi a diario 7. ¿Con que frecuencia en el curso del último año ha tenido remordimiento o sentimientos de culpa después de haber bebido? a) Nunca b) Menos de una vez al mes c) Mensualmente d) Semanalmente e) A diario o casi a diario 8. ¿Con que frecuencia en el curso del último año no ha podido recordar lo que sucedió la noche anterior porque había estado bebiendo? a) Nunca b) Menos de una vez al mes c) Mensualmente d) Semanalmente e) A diario o casi a diario 9. ¿usted o alguna persona ha resultado herido porque usted había bebido?
--	---

	a) No b) Sí, pero no en el curso del último año c) Si el último año 10. ¿Algún familiar, amigo, médico o profesional sanitario ha mostrado preocupación por consumo de bebidas alcohólicas o le ha sugerido que deje de beber? a) No b) Sí, pero no en el curso del último año c) Sí, el último año
--	---



CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación.

El trabajo de investigación fue de tipo descriptivo–correlacional; Descriptiva, porque permiten detallar la motivación y consumo de alcohol situaciones y eventos, es decir como esa y como se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de la persona o cualquier otro fenómeno en una situación espacio-temporal dada; y correlacional; porque tienen el propósito medir el grado de relación que exista entre motivación y consumo de alcohol dos o más conceptos o variables, miden cada una de ellas y después, cuantifican y analizan la vinculación. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba.

3.2. Nivel de investigación.

El estudio fue de nivel correlacional; porque tiene como propósito de medir el grado de relación que existe motivación y consumo de alcohol entre dos variables.

3.3. Método de investigación.

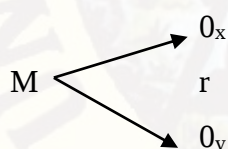
En el presente estudio fue de método. Descriptivo, Bibliográfico y estadístico; Descriptivo, porque se describió, analizó e interpretó sistemáticamente un conjunto de hechos relacionado con otra variable tal como se da en el presente.

Así como estudia al fenómeno en su estado actual y en su forma natural. Estadístico; porque a través de la aplicación facilitará la representación de datos de los fenómenos observados, y la toma de decisiones a la aplicación de la estadística descriptiva. Y Bibliográfica; porque permite recopilar y sistematizar información de fuentes secundarias contenidas en libros, artículos de revistas, publicaciones, investigaciones, etc.

3.4. Diseño de investigación

El diseño fue No Experimental Transeccional Descriptiva y correlacional. Diseño No Experimental; porque carecen de manipulación intencional y tan solo se analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia. Transeccional; porque permite realizar estudios de investigación de hechos y fenómenos de la realidad en un momento determinado del tiempo. Descriptiva, porque facilitará analizar y conocer las características, rasgos, propiedades y cualidades de un hecho o fenómeno de la realidad en un momento determinado del tiempo. correlacional; porque tiene la particularidad de permitir al investigador analizar y estudiar la relación de hechos y fenómenos de la realidad, así mismo busca determinar el grado de relación entre motivación y consumo de alcohol de las variables que se estudia.

Esquema:



Donde:

M = Muestra: Estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica-2018

O_y = Medición de la variable, Motivación

O_x = Medición de la variable, Consumo de Alcohol

r = Relación.

3.5. Población y muestra

Población: La población estuvo constituido por 27 estudiantes del 5° grado de Secundaria de la Institución Educativa América del distrito de Ascensión, Huancavelica-2018.

Muestra: Estuvo conformado por 27 estudiantes del 5° grado de Secundaria.

Criterio de inclusión: Se incluyó a todos los estudiantes que bebieron por primera vez del 5° grado de secundario de la Institución Educativa América, Huancavelica- 2018.

Criterio de exclusión: Estudiantes matriculados que no asisten a la institución educativa. Y que no bebieron

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron:

- **Variable (1):** Motivación: se utilizó la técnica encuesta, cuyo instrumento to cuestionario. CMC (Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol).
- **Variable (2):** Consumo de alcohol: se utilizó la técnica de encuesta cuyo instrumento se usó la escala AUDIT (Prueba de Identificación de Trastornos Relacionados con el Consumo de Alcohol) en adolescentes usada por el Ministerio de Salud para identificar el nivel de consumo de alcohol.

3.7. TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

Para la recolección de datos se tuvo en cuenta los siguientes pasos:

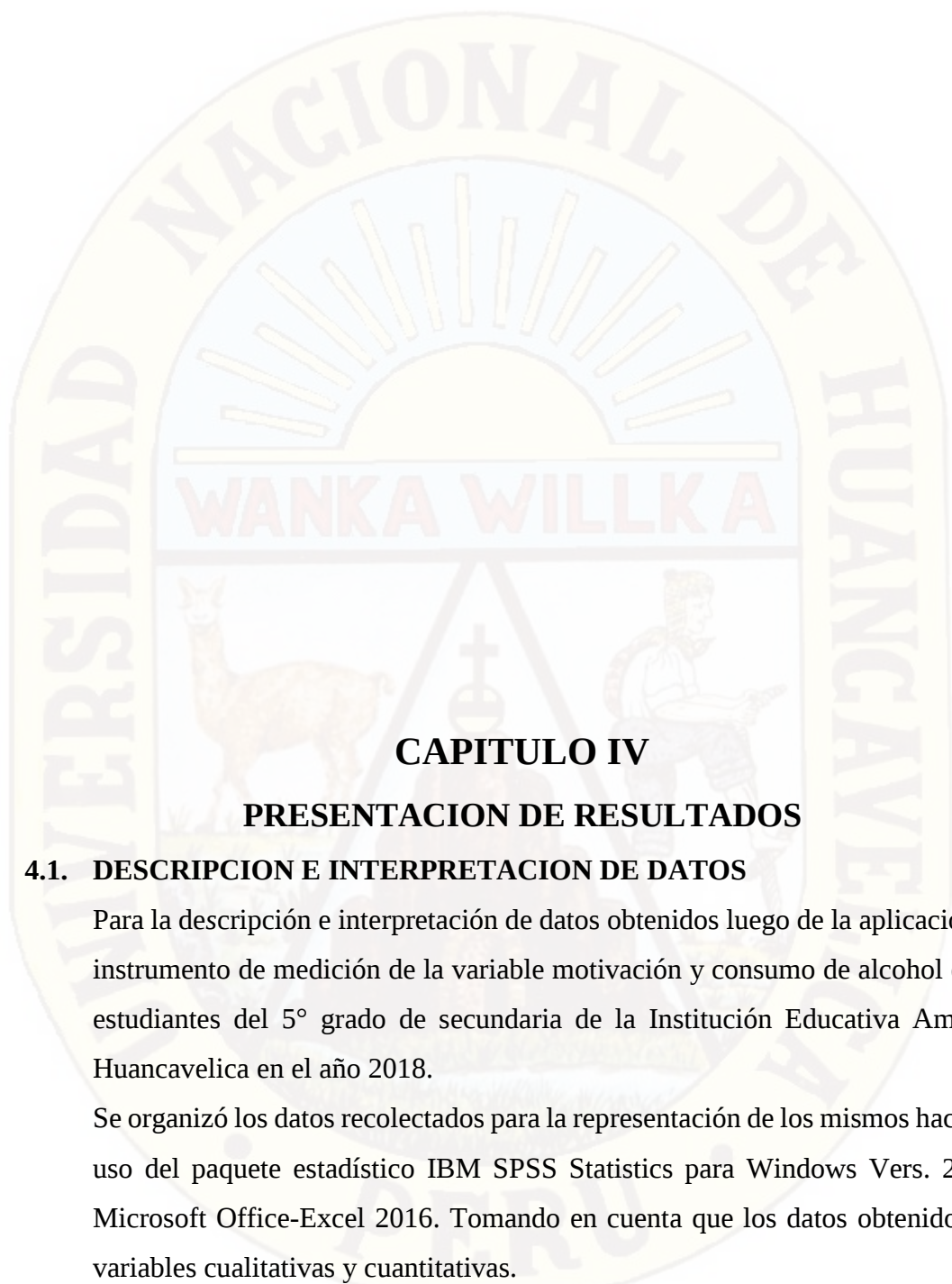
- Se coordinó con las autoridades de la institución educativa América, para la ejecución del trabajo de tesis.
- Se estructuró el instrumento de recolección de datos.
- Se Validó el instrumento de recolección de datos a través de opinión de expertos; y su procesamiento estadístico del mismo.
- Se realizó la Validez y confiabilidad a través de prueba piloto y su procesamiento estadístico del mismo.
- Se planificó la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.
- Se aplicó el instrumento de recolección de datos previa coordinación, con las autoridades de la Institución Educativa América.

- Por último, se organizó los datos recolectados para el análisis estadístico correspondiente.

3.8. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.

Para el procesamiento y análisis de datos se utilizó el paquete estadístico SPSS para Windows Vers. 19.0, Hoja de cálculo de Microsoft Office Excel 2010, tomando en cuenta que los datos obtenidos son variables cuantitativos y cualitativos.

Así mismo; se utilizó la estadística descriptiva para la representación de los datos en tablas y gráficos estadísticos; y para la contratación de la hipótesis la aplicación de la estadística inferencial; a través de la correlación de Pearson. A un nivel de confianza de 95% y nivel de significancia al 5%.



CAPITULO IV

PRESENTACION DE RESULTADOS

4.1. DESCRIPCION E INTERPRETACION DE DATOS

Para la descripción e interpretación de datos obtenidos luego de la aplicación del instrumento de medición de la variable motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica en el año 2018.

Se organizó los datos recolectados para la representación de los mismos haciendo uso del paquete estadístico IBM SPSS Statistics para Windows Vers. 25.0 y Microsoft Office-Excel 2016. Tomando en cuenta que los datos obtenidos son variables cualitativas y cuantitativas.

La representación de los datos en tablas y gráficos estadísticos. Y un análisis estadístico inferencial a un nivel de significancia de 5%(0,05) y nivel de confianza de 95%(0,95).

TABLA N° 01

MOTIVACIÓN PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCABELICA - 2018.

Motivación para el consumo de alcohol	Frecuencia	Porcentaje
Motivación intrínseca	21	77.8
Motivación extrínseca	6	22.2
Total	27	100.0

Fuente: Instrumento aplicado, 2018

GRÁFICO N° 01:

MOTIVACIÓN PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCABELICA - 2018.



Fuente: Tabla N° 01

Interpretación:

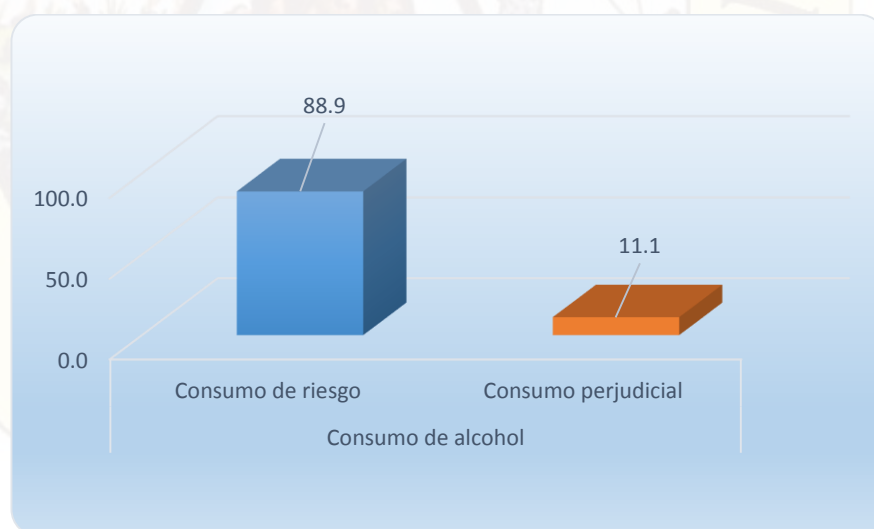
En la Tabla y Gráfico N° 01 se observa que; 77,8% de estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América presentan motivación intrínseca para el consumo de alcohol, y, 22,2%, presenta motivación extrínseca.

TABLA N° 02:
CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCABELICA - 2018.

Consumo de alcohol	Frecuencia	Porcentaje
Consumo de riesgo	24	88.9
Consumo perjudicial	3	11.1
Consumo de dependencia	0	0
Total	27	100.0

Fuente: Instrumento aplicado, 2018

GRÁFICO N° 02:
CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCABELICA - 2018.



Fuente: Tabla N° 02

Interpretación:

En la Tabla y Gráfico N° 02 se observa que; 88,9% de estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América consumen alcohol de riesgo, y, 11,1%, consumo perjudicial.

TABLA N° 03:

MOTIVACIÓN Y CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCAMELICA - 2018.

Motivación para el consumo de alcohol	Consumo de alcohol				Total	
	Consumo de riesgo		Consumo perjudicial			
	fi	f%	fi	f%	fi	f%
Motivación intrínseca	19	70.4%	2	7.4%	21	77.8%
Motivación extrínseca	5	18.5%	1	3.7%	6	22.2%
Total	24	88.9%	3	11.1%	27	100.0%

Fuente: Instrumento aplicado, 2018

GRÁFICO N° 03:

MOTIVACIÓN Y CONSUMO DE ALCOHOL EN ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AMÉRICA, HUANCAMELICA - 2018.



Fuente: Tabla N° 03

Interpretación:

En la Tabla y Gráfico N° 03 se observa que; el 70.4% de estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América presentan consumo de alcohol de riesgo por motivación intrínseca, por otro lado (7.4%), tiene consumo perjudicial por una motivación intrínseca, y el 18.5% presentan consumo de alcohol de riesgo por motivación extrínseca, finalmente (3.7%) tiene consumo perjudicial por motivación, extrínsecas.

4.2. ANÁLISIS DE DATOS

SIGNIFICACIÓN ESTADÍSTICA DEL COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE PEARSON (r Pearson)

Estrategia de afrontamiento e inteligencia emocional

1. Hipótesis Estadística:

Hipótesis Nula (H₀):

H₀: $r_{xy} = 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido procede de una población cuya correlación es cero ($\rho = 0$).

Hipótesis Alterna (H_a):

H₁ : $r_{xy} = 0 \Rightarrow$ El coeficiente de correlación obtenido procede de una población cuyo coeficiente de correlación es distinto de cero ($\rho \neq 0$).

2. Nivel de significancia (α) y nivel de confianza (Y):

(α) = 0,05 (5%); (Y) = 0,95 (95%)

3. Función o Estadística de Prueba

Formula de la correlación de Pearson.

$$r_s = \frac{n \sum r_x r_y - \sum r_x \sum r_y}{\sqrt{\left[n \sum r_x^2 - (\sum r_x)^2 \right] \left[n \sum r_y^2 - (\sum r_y)^2 \right]}}$$

Dónde:

r = coeficiente de correlación de Pearson.

N = número de datos.

X = puntaje crudo de X.

Y = puntaje crudo de Y.

4. Región crítica o de rechazo de la hipótesis nula:

En la correlación de Pearson se encuentra entre -1 y +1 que mide el grado de relación entre dos variables (llamadas X e Y). Un valor positivo de la correlación implica una relación directa positiva (valores grandes de X, tienden a estar relacionado con grandes valores de Y y los valores pequeños de X, tienden a estar relacionado a valores pequeños de Y). Un valor

negativo de la correlación implica una asociación negativa o inversa (valores grandes de X, tienden a estar relacionado con valores pequeños de Y, y viceversa).

Coefficiente de correlación.

Se expresa numéricamente, tanto en la fuerza como en la dirección de la correlación lineal en línea recta. Tales coeficientes de correlación se encuentran generalmente entre -1.00 y $+1.00$ como sigue:

Parámetro del coeficiente de correlación.

- 1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.95	Correlación negativa fuerte.
-0.50	Correlación negativa moderada.
- 0.10	Correlación negativa débil.
0.00	Ninguna correlación.
+ 0.10	Correlación positiva débil
+ 0.50	Correlación positiva moderada.
+ 0.95	Correlación positiva fuerte.
+ 1.00	Correlación positiva perfecta.

5. Valor Calculado

El valor calculado (VC) de la función r de Pearson se obtiene en la Tabla N° 01.

TABLA N° 01
OBTENCIÓN DEL VALOR CALCULADO DE
 r de Pearson Correlaciones

Correlaciones			
		<i>Motivación para el consumo del alcohol</i>	<i>Consumo de alcohol</i>
<i>Motivación para el consumo del alcohol</i>	<i>Correlación de Pearson</i>	1	,854**
	<i>Sig. (bilateral)</i>		,000
	<i>N</i>	27	27

Consumo de alcohol	Correlación de Pearson	,854**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	27	27
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

6. Decisión Estadística:

La correlación de pearson es 0,854, por lo que de acuerdo a la tabla de decisiones existe correlación positiva moderada, se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna, al 5% de significancia estadística.

Con estos resultados, se concluye que las variables de estudio están relacionadas; vale decir, que existe evidencia estadística suficiente para afirmar que existe relación muy significativa entre la motivación para el consumo de alcohol y el nivel de consumo de alcohol.

4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

El consumo de alcohol por parte de los estudiantes constituye una amenaza para la salud pública, ya que genera consecuencias negativas a nivel biológico, físico, emocional y psicológico en quien lo consume. Los resultados reflejan que la motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5° Grado de Secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica- 2018, se observa que; el 70.4% de estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América presentan consumo de alcohol de riesgo por motivación intrínseca, el (7,4%), tiene consumo perjudicial por una motivación intrínseca, y el 18.5% presentan consumo de alcohol de riesgo por motivación extrínseca, finalmente (3.7%) tiene consumo perjudicial por motivación, extrínsecas estos resultados son similares a los encontrados por **Casango (2017)**. el 31.5% de los participantes que consumieron alcohol durante el último año pertenece al sexo masculino, y la cerveza es la bebida de preferencia con 37%. También se observó que 16.5% de los participantes se encuentra en una fase de consumo riesgoso, según **Dirtepol (2014)** un incremento en el consumo de alcohol, el cual es un enemigo de la juventud presente, en todos los estratos sociales, principalmente, en las instituciones educativas que al final generando un problema en los estudiantes. Llegando a consumir alcohol por distintos motivos como personales, emocionales y familiares y más aún en personas que estarán directamente involucrados con la salud. Con estos resultados nos reflejan que el consumo de alcohol de riesgo trae consecuencias para el estudiante, como la incapacidad de enfrentarse a la realidad de la vida, a sus dificultades y solucionar sus problemas en forma adecuada, cuando padecen miseria, Se descuidan para comer o no comen bien, Faltan al trabajo o al colegio o tienen una disminución en su desempeño debido a la bebida. Una persona en estado de embriaguez puede lastimar a otros o ponerlos en peligro de sufrir accidentes de tránsito o actos de violencia, y también puede perjudicar a sus compañeros de trabajo, familiares, amigos e incluso extraños. En otras palabras, el consumo nocivo de alcohol tiene un profundo efecto perjudicial en la sociedad.

El 77,8% de estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América presentan motivación intrínseca para el consumo de alcohol y 22,2%,

Motivación extrínseca. Estos resultados concuerdan con el estudio realizado por **Borrego R. (2016)**. El 87.3% encontró que los motivos que más presentan los estudiantes para consumir alcohol son los motivos extrínsecos y (12.2%) motivos intrínsecos. lo q sustenta Remón (2013). que la motivación intrínseca trae consecuencias para el estudiante, la incapacidad individual para gestionar el camino de la vida. Implica, a su vez, dos elementos: por un lado, la incapacidad de decisión en torno a aspectos cruciales; por otro, no va llegar alcanzar, metas y planes que permitan una proyección de la persona en todos sus aspectos, no va tener, habilidades, talentos, destrezas y conocimientos con los que cuenta cada individuo para llevar a cabo su proyecto personal.

El 88,9% de estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América consumen alcohol de riesgo, y, 11,1%, consumo perjudicial. Estos resultados se reafirman por Cortaza (2017). Donde el, 79.3% reporto haber tomado alguna bebida alcohólica y solo este porcentaje respondió el cuestionario. Los hallazgos indican que el consumo de alcohol se encuentra vinculado a motivos sociales (50.4%), afectivos (24.9%), hedónicos (12.2%) y cognoscitivos (7.4%). El consumo de alcohol está relacionado con muchos problemas graves de índole social y del desarrollo, en particular la violencia, el descuido y maltrato de menores y el absentismo laboral. Poniendo en peligro de sufrir accidentes de tránsito o actos de violencia, y también puede perjudicar a sus compañeros de trabajo, familiares, amigos e incluso extraños. En otras palabras, el consumo nocivo de alcohol tiene un profundo efecto perjudicial en la sociedad.

Por otro lado la teoría de Dorothea Orem, define el autocuidado de una persona como el conjunto de actividades que realiza una persona por sí misma y que contribuyen a su salud, por ello es importante que el adolescente conozca sobre las consecuencias del consumo de alcohol y así evitar los problemas de la salud pública, donde los seres humanos tienen la capacidad de reflexionar sobre sí mismos y su entorno, capacidad para simbolizar lo que experimentan y usar creaciones simbólicas (ideas, palabras) para pensar, comunicarse, guiar los esfuerzos para hacer cosas que son beneficiosas para sí mismos y para otros.

CONCLUSIONES

1. La motivación para el consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica – 2018. Es la motivación intrínseca en un 77.8%.
2. El consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica- 2018. El consumo alcohol es de riesgo en un 88.9 %. Mientras el perjudicial
3. En la motivación y consumo de alcohol, se observa que; el 70.4% de estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América presentan consumo de alcohol de riesgo por motivación intrínseca, por otro lado (7,4%), tiene consumo perjudicial por una motivación intrínseca, y el 18.5% presentan consumo de alcohol de riesgo por motivación extrínseca, finalmente (3.7%) tiene consumo perjudicial por motivación, extrínsecas.

RECOMENDACIONES

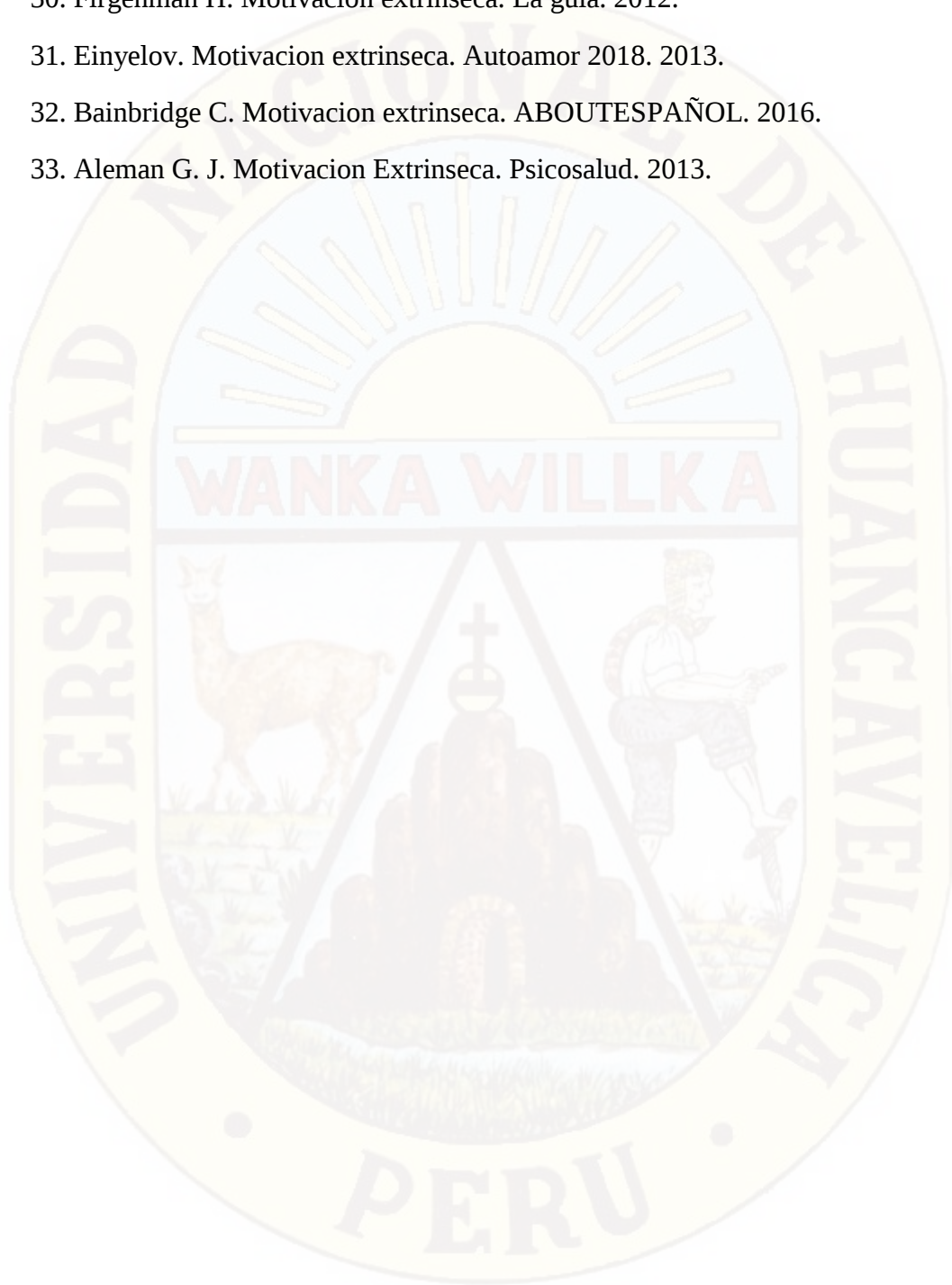
- A la Institución Educativa América, Huancavelica.
 - A los tutores, realizar sesiones educativas en prevención al consumo de alcohol.
 - Fomentar práctica de actividades deportivas de manera continua para mejorar la responsabilidad personal, ayudar a promover el desarrollo físico y reducir el consumo de alcohol.
- A la Facultad de Enfermería
 - Constituir alianzas estratégicas con las instituciones educativas para direccionar actividades sostenibles en el fortalecimiento de atención integral en salud del adolescente.

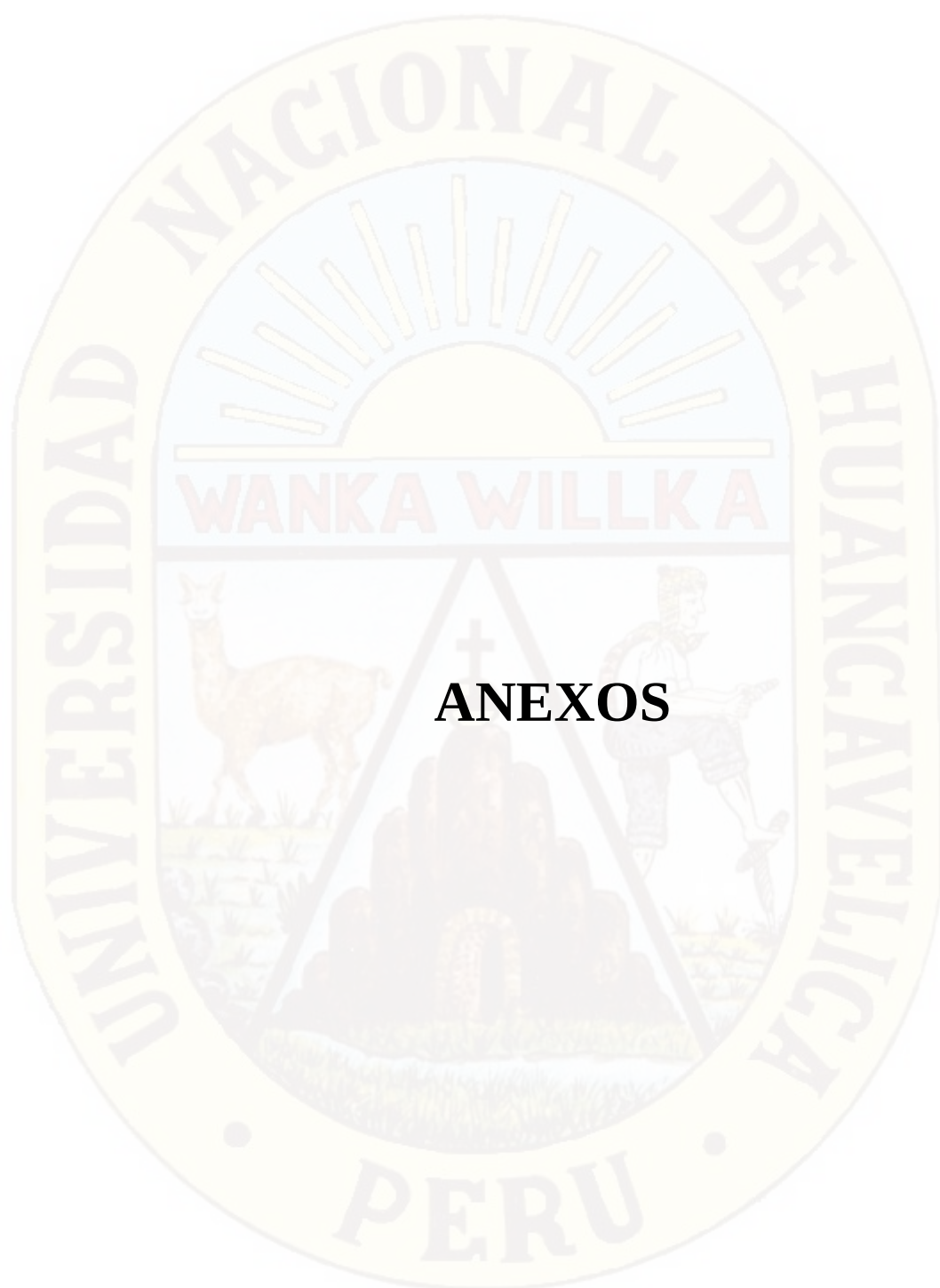
BIBLIOGRAFÍA

1. El consumo nocivo de bebidas alcoholicas. el patogeno. 2013.
2. Moreno J. Los paises que mas beben en america latina. Mundo..
3. Mas de un millon de perunos son adictos al alcohol. La Republica..
4. Garcia P. Adolescentes y consumo de drogas. Ser. 2016.
5. Tupia, Walter. Alcoholismo en Huancavelica. Correo..
6. Meza, Cristhian. Bebedores. Correo..
7. Cortez A, Guadalupe , Medina , Enriquez. El consumo de alcohol como problema de salud pública MEXICO: Ra Ximhai; 2017.
8. Casango O, Cortaza , Villar. motivos para el consumo de alcohol en estudiantes de secundaria. Portafolio Cientifico. 2017.
9. telumbre, , pimentel, , lopez, , sanchez, , fuentes. motivos para el consumo de alcohol en adolescentes de chilpancingo Mexico; 2015.
10. Borrego, , Caño. Motivación extrínseca e intrínseca en el consumo de drogas..
11. Gorge P. Exploracion de los motivos para consumir alcohol en adolescentes. psicologia iberoamerica. 2012.
12. Pardo, , Muñoz, , Bernal, , Montaña, , Rueda, , Salazar. motivos asociados al consumo de alcohol en estudiantes de la ciudad de Bogota. gepu. 2016.
13. Flores, , Trujillo. Tomar no tomar?: analisis de los motivos de consumo y no consumo de alcohol en jovenes. PERSPECTIVAS EN PSICOLOGÍA. 2012.
14. Moral, , Rodrigez, , Ruiz.. Motivadores de consumo de alcohol en adolescentes:. 2014.
15. Huaman C, E. Caracteristicas del consumo de bebidas alcoholicas en estudiantes de la carrera profesional de enfermeria de la universidad andina del cuzco. tesis. Cuzco: Universiad Nacional de Cuzco, cuzco.
16. Maximiliano, C. L, Ortega R. A, Salas M. M, Vaiz B. R. Prevalenica de consumo de alcohol en adolescentes de las instituciones educativas estatales, distrito ventanilla. Revista Enfermeria Herediana. 2015.

17. Terrones G. E, Villanueva Q. J. Relacion entre la dinamica familiar y el consumo de bebidas alcoholicas en adolescentes de nivel secundario. Lima - Peru: Universidad Peruana Cayetano Heredia, Lima.
18. Huamancaja A. A, Quispe Q. HN. nivel de autoestima y consumo de bebidaas alcoholicas en estudainates de la facultad de enfermeria de la Universidad Nacional de Huancavelica-2014. Huancavelica - Peru: Universidad Nacional de Huancavelica, Huancavelica.
19. Solis.E , Vega.Q. motivos y consumo de alcohol en estudiantes universitarios. Arequipa: universidad nacional de san agustin de Arequipa, Arequipa.
20. Dany. Principios de alcoholismo. Alcoholismo. 2012.
21. Pascual M. M. Factores sociales que inducen al consumo de alcohol en jovenes. Dependientes. 2012.
22. Daminan R. K, Jandery L. M. consumo de alcohol y redimiento academico de los estudiantes varones de la facultad de enfermeria de la universidad nacional de huancavelica 2011. Huancavelica-Peru: Universidad Nacional Huancavelica, Hunacavelica.
23. Calderon M. Factores que influyen en el consumo de alcohol en adolescentes. Capital. 2018.
24. Maridueña U. L, Cevallos V. RE. Influencia del factor cultural en el consumo de alcohol. Repositorio Dspace. 2017.
25. Revilla C. , Diaz C. IB, Ducase P. , Pacheco Q. C. Factores psicosociales en alcohólicos dependientes. Scielo. 2012.
26. Ciencia Psicologia/Psiquiatria. tipos de consumo de alcohol. El Español. 2014.
27. Zevallos A. J. influencia de la motivacion en el aprendizaje motor de los estudiantes del cuarto grado de instituciones educativas ex variante tecnica cono sur juliaca 2015. Juliaca: Universidad Andina Nestor Caseres Velazques, Puno.
28. Calzada R. C, Sanches T.. Iniciacion en el consumo de alcohol en estudiantes de la institucion Educativa"Mariscal Castilla" el Tambo- Huancayo 2012. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Peru, Huancayo -Junin.
29. Valdes H. C. Motivacion, conceptos y teorias. Gestipolis. 2016.

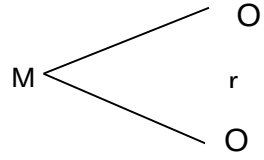
30. Firgenman H. Motivacion extrinseca. La guia. 2012.
31. Einyelov. Motivacion extrinseca. Autoamor 2018. 2013.
32. Bainbridge C. Motivacion extrinseca. ABOUTESPAÑOL. 2016.
33. Aleman G. J. Motivacion Extrinseca. Psicosalud. 2013.





ANEXOS

ANEXOS 01. MATRIZ DE CONSISTENCIA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
PREGUNTA GENERAL ¿Cuál es la relación entre motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica en el año 2018? PREGUNTAS ESPECÍFICAS 1. ¿Cuál es la motivación para el consumo de alcohol que presentan los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa	OBJETIVO GENERAL Determinar la relación entre motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica-2018 OBJETIVOS ESPECÍFICOS ➤ Identificar la motivación para el consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa	HIPÓTESIS GENERAL Existe relación entre motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica el año 2018 HIPÓTESIS ESPECÍFICA ➤ la motivación para el consumo de alcohol que presentan los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica en el año 2018. Es	Variable 1 Motivación Variable 2 Consumo de alcohol.	TIPO DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo–correlacional NIVEL DE INVESTIGACIÓN: El estudio será de nivel correlacional. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: No Experimental Transeccional  Donde: M = Muestra (Estudiantes del 5° grado de secundaria de la institución educativa América). r= relación entre la Ox y Oy Ox = Medición de la variable (motivación). Oy =Medición de la variable (Consumo de Alcohol).

América, Huancavelica el año 2018? 2. ¿Cómo es el consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica en el año 2018?	América, Huancavelica- 2018 ➤ Establecer la frecuencia del consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica- 2018	intrínseca ➤ El consumo de alcohol en los estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica en el año 2018. Consumo de riesgo	POBLACIÓN: La población para el estudio estará constituida por 27 estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa América. MUESTRA: Estará conformado por la totalidad de la población ya que se realizó del muestreo no probabilístico por conveniencia. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Variable: 1 Motivación. TÈCNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionario Variable: 2 Consumo de alcohol • TÈCNICA: Encuesta • INSTRUMENTO: Cuestionario
--	---	---	---

ANEXO 02. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE
HUANCAVELICA
CUESTIONARIO “CMC”.**



INTRODUCCIÓN: El presente cuestionario nos ayudara en determinar motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5º grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica- 2018.

INSTRUCCIONES: Lee cuidadosamente las preguntas, luego marca con una “X” la respuesta que creas conveniente.

DATOS REFERENCIALES:

Edad: 15 años ☐ 16 años ☐ 17 años ☐ 18 años ☐

1. Consume alcohol para tener amigos.

- a) Pocas veces
- b) Mitad de las veces
- c) Mayoría de las veces
- d) Siempre

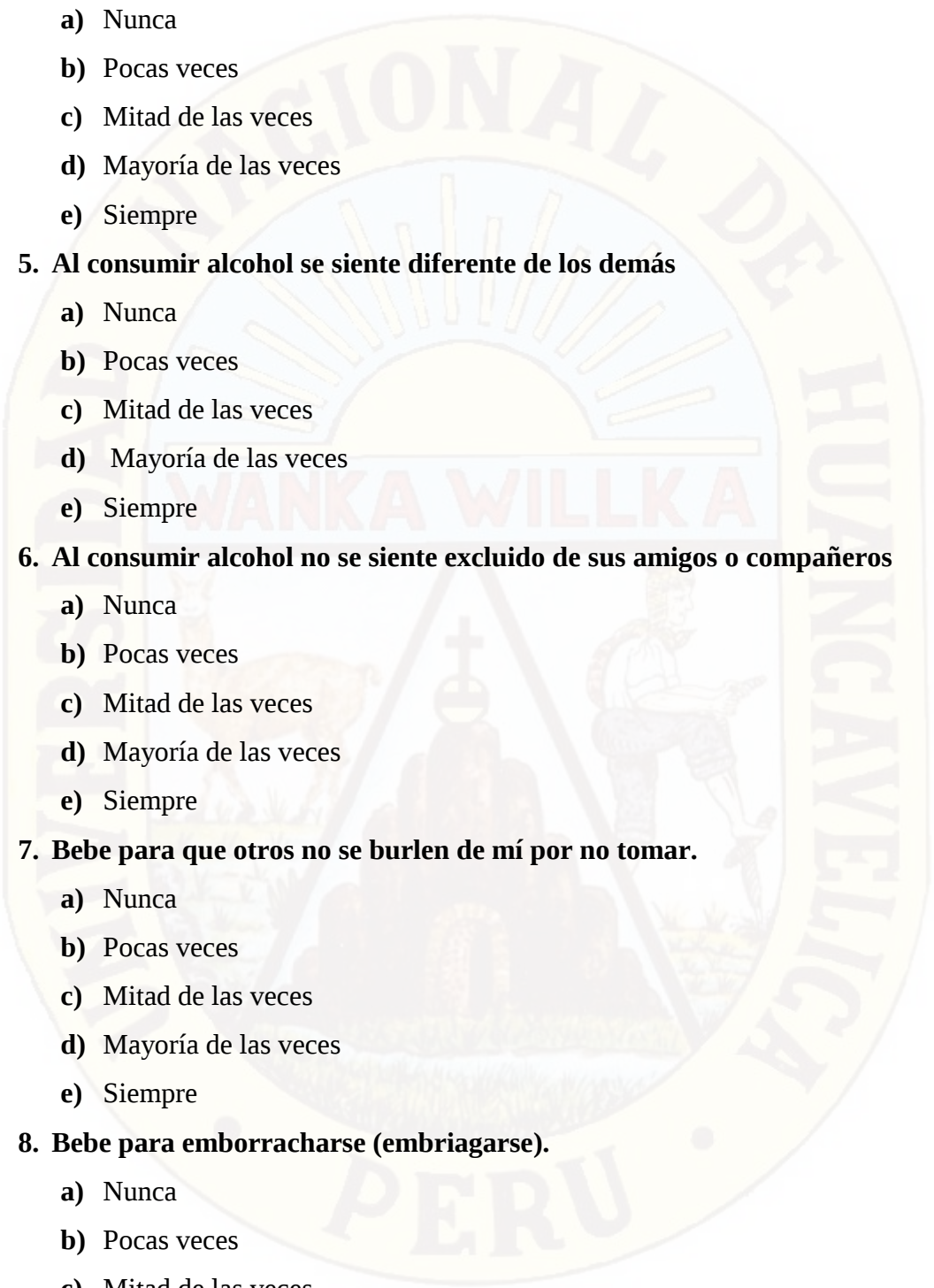
2. Consume alcohol cuando esta de mal humor.

- a) Nunca
- b) Pocas veces
- c) Mitad de las veces
- d) Mayoría de las veces
- e) Siempre

3. Se siente contento al consumir alcohol.

- a) Nunca
- b) Pocas veces
- c) Mitad de las veces
- d) Mayoría de las veces
- e) Siempre.

4. Se siente emocionado al consumir alcohol.

- 
- a) Nunca
 - b) Pocas veces
 - c) Mitad de las veces
 - d) Mayoría de las veces
 - e) Siempre
- 5. Al consumir alcohol se siente diferente de los demás**
- a) Nunca
 - b) Pocas veces
 - c) Mitad de las veces
 - d) Mayoría de las veces
 - e) Siempre
- 6. Al consumir alcohol no se siente excluido de sus amigos o compañeros**
- a) Nunca
 - b) Pocas veces
 - c) Mitad de las veces
 - d) Mayoría de las veces
 - e) Siempre
- 7. Bebe para que otros no se burlen de mí por no tomar.**
- a) Nunca
 - b) Pocas veces
 - c) Mitad de las veces
 - d) Mayoría de las veces
 - e) Siempre
- 8. Bebe para emborracharse (embriagarse).**
- a) Nunca
 - b) Pocas veces
 - c) Mitad de las veces
 - d) Mayoría de las veces
 - e) Siempre
- 9. Al consumir alcohol disfrutar una fiesta.**
- a) Nunca
 - b) Pocas veces

- c) Mitad de las veces
- d) Mayoría de las veces
- e) Siempre

10. Consumo alcohol cuando me siento triste o deprimido.

- a) Nunca
- b) Mitad de las veces
- c) Mayoría de las veces
- d) Siempre.

11. Consume alcohol para caerles bien a los demás

- a) Nunca
- b) Pocas veces
- c) Mitad de las veces
- d) Mayoría de las veces
- e) Siempre

12. Consume alcohol para olvidarse de sus problemas (general).

- a) Nunca
- b) Pocas veces
- c) Mitad de las veces
- d) Mayoría de las veces
- e) Siempre

13. Tus amigos te presionan para consumir alcohol.

- a) Nunca
- b) Pocas veces
- c) Mitad de las veces
- d) Mayoría de las veces
- e) Siempre

14. Al consumir alcohol siente más seguro de mí mismo

- a) Nunca
- b) Pocas veces
- c) Mitad de las veces
- d) Mayoría de las veces

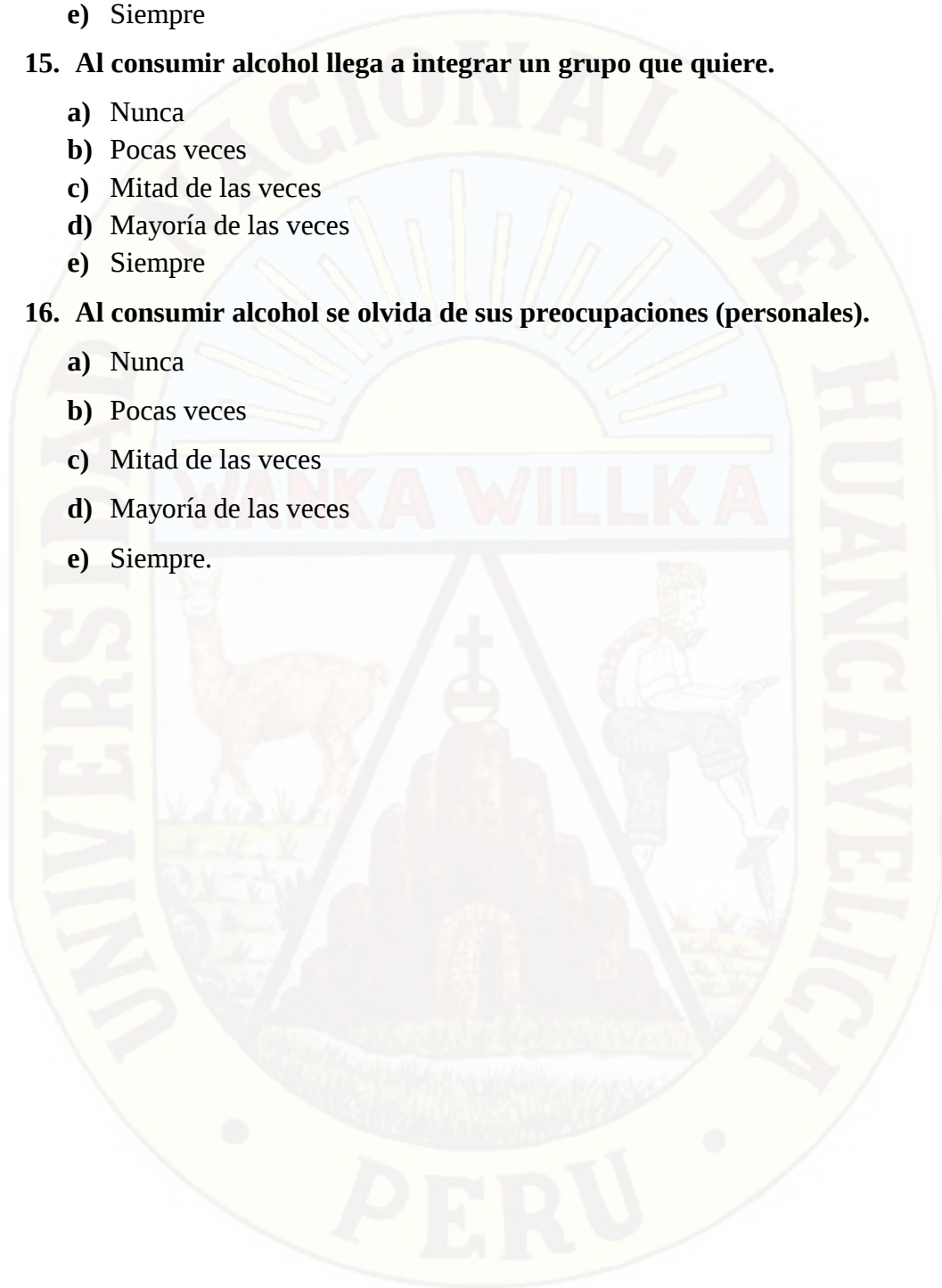
e) Siempre

15. Al consumir alcohol llega a integrar un grupo que quiere.

- a) Nunca
- b) Pocas veces
- c) Mitad de las veces
- d) Mayoría de las veces
- e) Siempre

16. Al consumir alcohol se olvida de sus preocupaciones (personales).

- a) Nunca
- b) Pocas veces
- c) Mitad de las veces
- d) Mayoría de las veces
- e) Siempre.





UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA



CUESTIONARIO "AUDIT"

INTRODUCCIÓN: El presente cuestionario nos ayudara en determinar consumo de alcohol en los estudiantes del 5º grado de secundaria de la Institución Educativa América, Huancavelica- 2018.

INSTRUCCIONES: responda las siguientes preguntas,

Ha bebido alguna vez

Si ()

No ().

➤ Si la pregunta es si responda, las siguientes preguntas, si la respuesta es no devuelva la encuesta

DATOS REFERENCIALES:

Edad: 15 años ☐ 16 años ☐ 17 años ☐ 18 años ☐

1. ¿Con que frecuencia consume alguna bebida alcohólica?

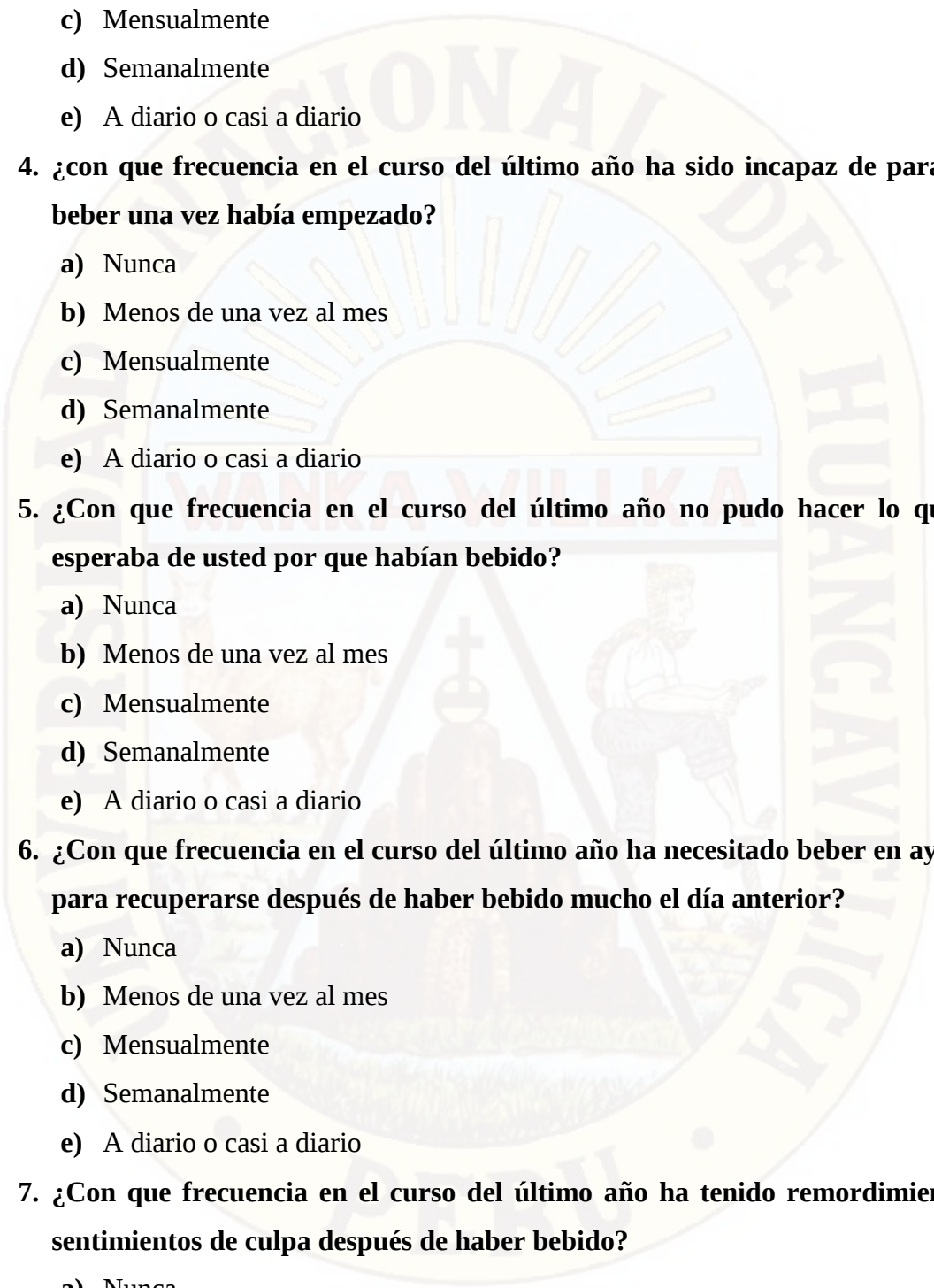
- a) Nunca
- b) Una o más veces al mes
- c) De 2 a 4 veces al mes
- d) De 2 a 3 más veces a la semana
- e) 4 o más veces a la semana

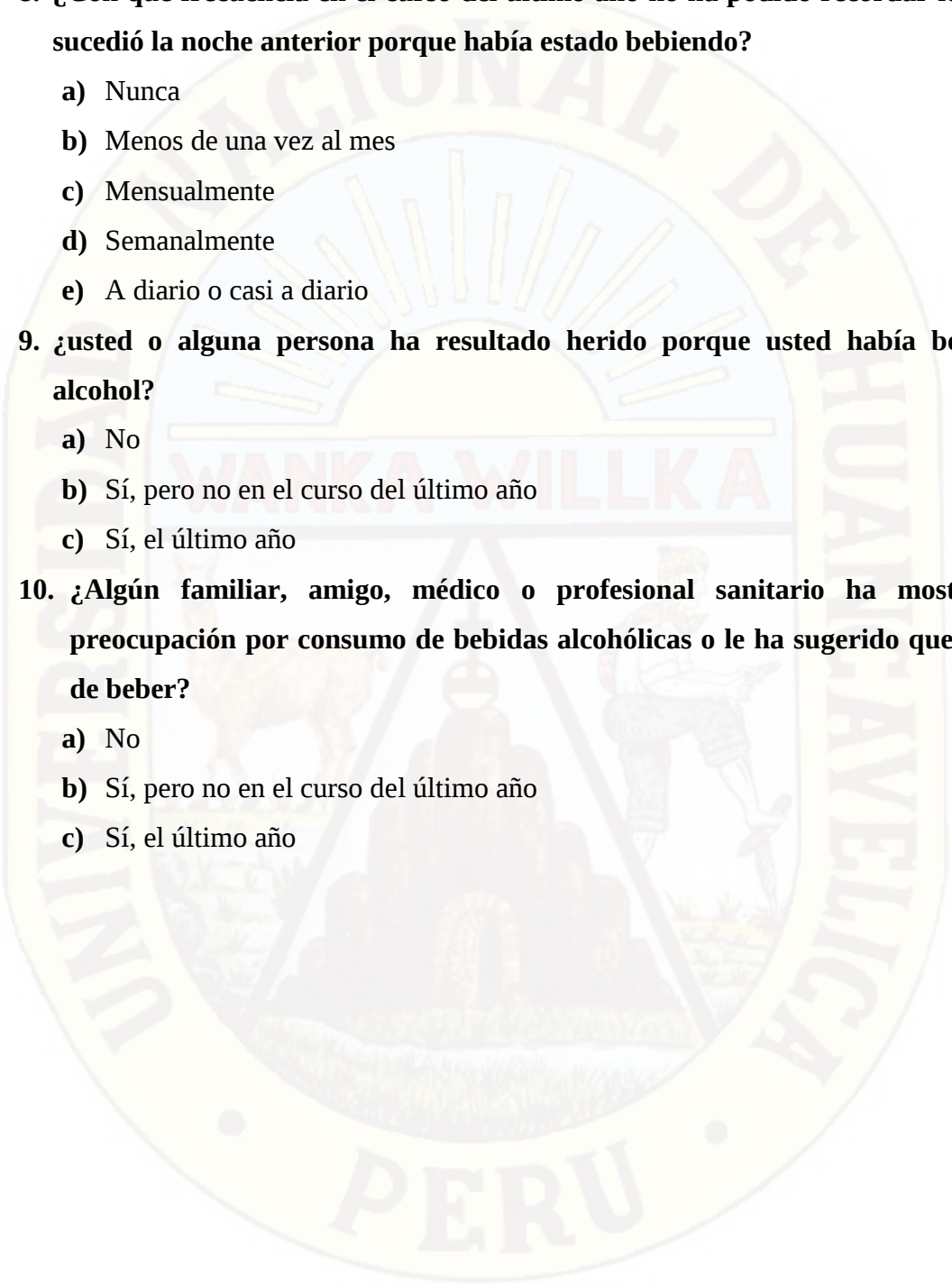
2. ¿Cuántas consumiciones de bebidas alcohólicas suele realizar en un día de consumo normal?

- a) 1 o 2
- b) 3 o 4
- c) 5 o 6
- d) De 7 a 9
- e) 10 o más

3. ¿Con qué frecuencia toma 6 o más bebidas alcohólicas en un solo día?

- a) Nunca
- b) Menos de una vez al mes

- 
- c) Mensualmente
 - d) Semanalmente
 - e) A diario o casi a diario
4. **¿con que frecuencia en el curso del último año ha sido incapaz de parar de beber una vez había empezado?**
- a) Nunca
 - b) Menos de una vez al mes
 - c) Mensualmente
 - d) Semanalmente
 - e) A diario o casi a diario
5. **¿Con que frecuencia en el curso del último año no pudo hacer lo que se esperaba de usted por que habían bebido?**
- a) Nunca
 - b) Menos de una vez al mes
 - c) Mensualmente
 - d) Semanalmente
 - e) A diario o casi a diario
6. **¿Con que frecuencia en el curso del último año ha necesitado beber en ayunas para recuperarse después de haber bebido mucho el día anterior?**
- a) Nunca
 - b) Menos de una vez al mes
 - c) Mensualmente
 - d) Semanalmente
 - e) A diario o casi a diario
7. **¿Con que frecuencia en el curso del último año ha tenido remordimiento o sentimientos de culpa después de haber bebido?**
- a) Nunca
 - b) Menos de una vez al mes
 - c) Mensualmente
 - d) Semanalmente
 - e) A diario o casi a diario

- 
- 8. ¿Con que frecuencia en el curso del último año no ha podido recordar lo que sucedió la noche anterior porque había estado bebiendo?**
- a) Nunca
 - b) Menos de una vez al mes
 - c) Mensualmente
 - d) Semanalmente
 - e) A diario o casi a diario
- 9. ¿usted o alguna persona ha resultado herido porque usted había bebido alcohol?**
- a) No
 - b) Sí, pero no en el curso del último año
 - c) Sí, el último año
- 10. ¿Algún familiar, amigo, médico o profesional sanitario ha mostrado preocupación por consumo de bebidas alcohólicas o le ha sugerido que deje de beber?**
- a) No
 - b) Sí, pero no en el curso del último año
 - c) Sí, el último año

ANEXO 03

IMÁGENES



Encuesta a los alumnos de la Institución Educativa América Huancavelica



Estudiantes del 5 ° grado de secundaria relleno instrumento de recolección de datos.



Estudiantes del 5 ° grado de secundaria culminando con la encuesta del instrumento de recolección de datos.