



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
SALESIANA
SEDE QUITO
CARRERA DE PSICOLOGÍA**

**MOTIVACIONES INTRÍNSECAS Y EXTRÍNSECAS RELACIONADAS AL
EXCESIVO CONSUMO DE ALCOHOL EN ADULTOS JÓVENES ENTRE 18 A 30
AÑOS DE EDAD EN LA CIUDAD DE QUITO DURANTE EL PERIODO 2023.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título de Licenciada en Psicología

AUTOR: LEIDY ROSARIO GETIAL MORÁN

TUTOR: VERÓNICA JAZMÍN CORRAL PROAÑO

Quito-Ecuador

2023

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Leidy Rosario Getial Morán con documento de identificación N°2351053620,
manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la
Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de maneratotal o
parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 01 de agosto del año 2023

Atentamente,



Leidy Rosario Getial Morán

2351053620

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Yo, Leidy Rosario Getial Morán con documento de identificación No. 2351053620, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de titulación por investigación: Motivaciones intrínsecas y extrínsecas relacionadas al excesivo consumo de alcohol en adultos jóvenes entre 18 a 30 años de edad en la ciudad de Quito durante el periodo 2023, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Psicología en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 01 de agosto del año 2023

Atentamente,



Leidy Rosario Getial Morán

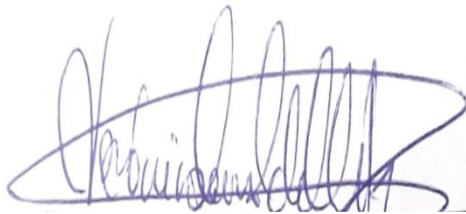
2351053620

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Verónica Jazmín Corral Proaño con documento de identificación N° 1714080759 docente de la Universidad Politécnica Salesiana declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación, Motivaciones intrínsecas y extrínsecas relacionadas al excesivo consumo de alcohol en adultos jóvenes entre 18 a 30 años de edad en la ciudad de Quito durante el periodo 2023, realizado por Leidy Rosario Getial Morán, con documento de identificación N° 2351053620, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción: Sistematización de prácticas de investigación, que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 01 de agosto del año 2023

Atentamente,



Verónica Jazmín Corral Proaño
1714080759

**MOTIVACIONES INTRÍNSECAS Y EXTRÍNSECAS RELACIONADAS AL
EXCESIVO CONSUMO DE ALCOHOL EN ADULTOS JÓVENES ENTRE 18 A 30
AÑOS DE EDAD EN LA CIUDAD DE QUITO DURANTE EL PERIODO 2023.**

RESUMEN

El siguiente trabajo investigativo fue realizado con el propósito de determinar la relación existente entre las motivaciones intrínsecas y extrínsecas con el consumo excesivo de alcohol en adultos jóvenes de la ciudad de Quito. Para llevar a cabo esta investigación se tomó como muestra 60 personas de entre dieciocho a treinta años de edad que viven dentro de Quito. La información se recolectó de manera digital mediante cuestionarios en línea haciendo uso del Test AUDIT para conocer la frecuencia del consumo de alcohol y el Cuestionario CMC para identificar los motivos para beber alcohol. Esta investigación fue de corte cuantitativo, descriptivo e inferencial. Demostró que existe una relación significativa entre las Motivaciones internas y el consumo de alcohol, las mujeres presentan un mayor consumo, la edad y el lugar de residencia son variables importantes.

Palabras claves: Consumo excesivo, alcohol, motivaciones intrínsecas y extrínsecas, adultos jóvenes, Quito, cuestionarios, correlación, edad, sexo y residencia.

ABSTRACT

The follow investigative work was carried out with the purpose of determining the relationship between intrinsic and extrinsic motivations with excessive alcohol consumption in young adults in the city of Quito. In order to carry out this research, a sample of 60 people between eighteen and thirty years of age living in Quito was taken as a sample. The information was collected digitally through online questionnaires using the AUDIT test to determine the frequency of alcohol consumption and the CMC questionnaire to identify the motives for drinking alcohol. This research was quantitative, descriptive and inferential. It showed that there is a significant relationship between internal motivations and alcohol consumption, women have a higher consumption, age and place of residence are important variables.

Keywords: excessive consumption, alcohol, intrinsic and extrinsic motivations, young adults, Quito, questionnaires, correlation, age, sex and residence.

Índice de contenido

1	Datos informativos del proyecto.....	9
2	Objetivo	10
2.1	Objetivo general	10
2.2	Objetivos específicos.....	10
3.	Eje de la intervención o investigación	10
3	Objeto de la práctica de investigación.....	13
4	Metodología.....	17
4.1	Procedimiento para la recolección de datos	19
4.2	Consideraciones éticas	20
5	Preguntas clave.....	21
5.1	Preguntas de investigación	21
6	Organización y procesamiento de la información	22
7	Análisis de la información.....	34
8	Justificación	35
9	Caracterización de los beneficiarios	37
10	Interpretación	38
11	Principales logros del aprendizaje	41
12	Conclusiones y recomendaciones	42

12.1	Conclusiones.....	42
12.2	Recomendaciones	43
13	Referencias bibliográficas.....	45
14	Anexos	49
14.1	Anexo I.	49
14.2	Anexo 2.....	52
14.3	Anexo 3.....	54

**MOTIVACIONES INTRÍNSECAS Y EXTRÍNSECAS RELACIONADAS AL
EXCESIVO CONSUMO DE ALCOHOL EN ADULTOS JÓVENES ENTRE 18 A 30
AÑOS DE EDAD EN LA CIUDAD DE QUITO DURANTE EL PERIODO 2023.**

PRIMERA PARTE

1 Datos informativos del proyecto

- Trabajo de titulación: Investigación
- Nombre del proyecto: Motivaciones intrínsecas y extrínsecas relacionadas al excesivo consumo de alcohol en adultos jóvenes entre 18 a 30 años de edad en la ciudad de Quito durante el 2023.
- Delimitación del tema: Motivaciones intrínsecas y motivaciones extrínsecas relacionadas al excesivo consumo de alcohol en adultos jóvenes de, entre 18 a 30 años de edad, en la ciudad de Quito durante el periodo 2023.

2 Objetivo

La investigación presentada a continuación tiene como objetivo determinar la relación potencial entre las motivaciones intrínsecas y extrínsecas; y la frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas, entre los quiteños de 18 a 30 años.

2.1 Objetivo general

- Determinar la relación entre las motivaciones intrínsecas como extrínsecas y el excesivo consumo de bebidas alcohólicas en jóvenes, habitantes de Quito, de 18 a 30 años durante el 2023.

2.2 Objetivos específicos

- Analizar la existencia de una correlación de las motivaciones intrínsecas como extrínsecas y el consumo excesivo de alcohol.
- Definir el tipo de relación existente entre ambos tipos de motivaciones con el consumo de alcohol y el nivel correlacional de la primera sobre la segunda.
- Reconocer la presencia de otros factores que influyen sobre el consumo de bebidas alcohólicas en jóvenes con edades de entre 18 a 30 años.

3. Eje de la intervención o investigación

El trabajo que se presenta a continuación, tiene un enfoque cuantitativo, ya que se logró recopilar datos mediante ciertas herramientas y analizarlos de manera deductiva. Sin embargo, esta investigación tiene un alcance correlacional, donde se estudian dos variables con la finalidad de encontrar su grado de relación o asociación existente entre ambas. Cabe destacar que, pese a

que este trabajo busca relacionar dos variables, también arroja datos descriptivos y explicativos que profundizarán el análisis de las temáticas estudiadas.

La investigación centró su estudio en dos variables: la motivación; en sus dos dimensiones intrínsecas o extrínsecas; y la ingesta excesiva de alcohol, específicamente entre los habitantes de Quito con edades de 18 a 30 años en el presente 2023. Debido a que existen dos variables a vincular, la primera referida las motivaciones es la variable independiente ya que su valor no depende de ninguna otra, mientras que aquella variable que está en función de la primera es el consumo de alcohol.

La perspectiva teórica que sigue esta investigación proviene desde el modelo cognitivo-conductual, asociando conductas o hábitos repetitivos con el centro cognitivo de recompensa y motivación.

El modelo que permite al paciente cambiar sus pensamientos, emociones, conductas y hábitos fisiológicos por otros más adaptados que favorezcan la reducción del problema, pertenece al enfoque cognitivo-conductual. Si bien, este modelo, como indica su nombre, surge de la unión de dos grandes corrientes teóricas que anteponen una revisión importante del ambiente biopsicosocial del sujeto tomando en cuenta el compromiso, motivación y colaboración de este mismo y de los otros cercanos a su contexto (Padilla & Puerta, 2011). Para los conductistas, el consumo de alcohol es producido por un desorden en la conducta generado por refuerzos que asumen el control sobre los hábitos de la persona (Higgins et al. 2004).

Según otro autor, indica que:

Las conductas adictivas tienen lugar cuando la exposición inicial a los estímulos reforzadores, en este caso las drogas, son seguidas por una escalada progresiva en la conducta que los produce, las conductas resultantes eventualmente dominan el repertorio

conductual por el hecho de que estos estímulos tienen un efecto reforzante más potente que otros estímulos en el ambiente del sujeto, estos casos se pueden deber principalmente a historias de aprendizaje particulares combinadas con un fácil acceso a estos reforzadores y a un contacto insuficiente con otras fuentes alternativas de refuerzos.

(Rosenthal B., 2015, p. 7)

Adicionalmente, los refuerzos son factores que influyen en el actuar de una persona y que lo motivan a llevar a cabo una actividad. Según Froján et al., (2010) las motivaciones son consideradas como algo que se encuentra dentro del cliente y aquellos cambios no solo son necesarios, sino que suficientes, otorgándole un papel crucial para generar una transformación en la conducta.

Magar et al., (2008) establecieron que una escasa autorregulación está asociada con un mayor involucramiento en actividades que presenten riesgos y excesos, como por ejemplo el consumo excesivo de bebidas y problemas para controlarlo. Además, una baja autorregulación está relacionada con incurrir en actividades conflictivas como peleas debido a la falta de factores en la toma de decisiones correctas.

Lo que nos demuestra que gran parte de las acciones humanas como el ingerir sustancias lícitas tendrán factores internos y a su vez sociales que afectan el actuar de una persona, dejando como consecuencias daños a su salud o a sus relaciones sociales.

Finalmente, las variables que se abordaron en esta investigación son: el consumo excesivo de alcohol relacionado con la variable de las motivaciones con sus dimensiones intrínsecas y extrínsecas al momento de beber en adultos jóvenes de la ciudad de Quito. También se correlacionó las variables sociodemográficas de Lugar de Residencia, Sexo y Edad con el consumo de alcohol; así mismo, se lo hizo con las motivaciones tanto Intrínsecas como

Extrínsecas.

3 **Objeto de la práctica de investigación.**

La presente investigación tiene como objeto de estudio determinar la posible relación existente entre las motivaciones intrínsecas/ extrínsecas y el consumo excesivo de alcohol en adultos jóvenes en la ciudad de Quito- Ecuador durante el 2023.

Como indica la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2021):

El uso del alcohol está profundamente arraigado en el paisaje social de muchas naciones y aproximadamente 2300 millones de personas consumen bebidas alcohólicas en la mayoría de partes del mundo... Las normas sociales vigentes que amparan las conductas de consumo de alcohol y los mensajes contrarios que se emiten en relación a los perjuicios y beneficios de dicho consumo pueden fomentar el consumo de bebidas alcohólicas, dificultan la búsqueda de atención de salud y ablandan las acciones comunitarias. (p.05)

Mayoritariamente las drogas de abuso, incluido el alcohol, tienen efectos psicológicos en los mecanismos cerebrales involucrados en el sistema de recompensa, y los efectos resultantes del uso a largo plazo de estas sustancias pueden afectar los nervios que requieren varios mecanismos de motivación para funcionar correctamente. las emociones pueden verse comprometidas, mecanismos cognitivos y ejecutivos (Lage, 2021).

El alcohol es una sustancia psicoactiva con propiedades embriagadoras y generadora de dependencia. Los datos probatorios acumulados indican que el consumo de alcohol está asociado a riesgos inherentes para la salud, aunque estos varían

significativamente de un consumidor a otro en cuanto a su magnitud y sus consecuencias.

Diversos aspectos del acto de beber influyen en las consecuencias que el consumo de alcohol tiene para la salud. (OMS, 2021, p. 05)

Dejando por sentado que “el consumo excesivo de alcohol está implicado en varios resultados peligrosos, entre los que se incluyen lesiones accidentales, delitos violentos, intentos de suicidio y violencia de pareja” (Alcohol Justice, 2020, p. 2).

Podemos ver que, aunque el alcohol sea una sustancia de uso social y legalizada, esta produce graves deterioros a nivel de salud de quien lo ingiere, provocando daños importantes a nivel fisiológico y psíquico lo que repercute negativamente a nivel social y en el libre ejercicio de las labores diarias.

América Latina posee uno de los porcentajes más elevados de consumo de alcohol a nivel mundial, según un nuevo estudio, y preocupación del uso nocivo. En República Dominicana, el 3,5% de la población presenta resultados que ponen en riesgo al consumidor excesivo de alcohol. Además, también se han registrado altas tasas de intoxicación en países del Caribe, América del Norte, algunos países como son Argentina, Brasil, y regiones andinas como Bolivia y Ecuador, debido a la dependencia al consumo (OPS, 2021).

Según la OMS (2021) más de 85 mil personas fallecen al año en América producto de las consecuencias perjudiciales para la vida y la salud generado por el excesivo consumo de alcohol.

Y en este mismo año la Organización Panamericana de Salud (OPS) confirmó que las muertes, mayoritariamente correspondieron a personas con menos de 60 años, siendo las causas primarias la hepatopatía con un 64% y los trastornos neuropsiquiátricos con un índice del 27%, debido a un consumo dependiente al alcohol. En América se originaron 300,000 del total de todas las muertes (OMS, 2021).

Particularmente en nuestro país, 604 personas mueren al año a causa del consumo de alcohol, puesto que, este neurodepresivo un factor predisponente para generar situaciones que orientan al peligro la vida de quienes lo consumen o para desarrollar enfermedades crónicas. Las provincias del Guayas y Pichincha son los territorios que arrojan mayores cifras en el índice de personas con problemas para controlar su consumo (INEC, 2013).

Del mismo modo que para otras sustancias los primeros contactos con el alcohol están determinados por factores socioculturales. La mayoría de los sujetos empiezan a ingerir alcohol durante la adolescencia, las primeras bebidas se prueban generalmente entre los 13 y 15 años, los sujetos que mantienen un uso fuerte pueden llegar a presentar los primeros problemas relacionados con el alcohol antes de los 20 años. (De la fuente, 1997 citado por Pantoja, 2010, p. 3)

La motivación es otro factor primordial, lo que destaca el valor de los incentivos y los consiguientes cambios emocionales, su predisposición y determinación el comportamiento de consumo de alcohol. “De esta forma, el consumo de alcohol está determinado por el cambio afectivo positivo que los individuos esperan lograr a través de la ingesta de bebidas alcohólicas en comparación a las consecuencias del no consumir alcohol” (Cox y Klinger, 1998 citado por Hurtado, 2019, p. 20).

Por lo que, la motivación para consumir alcohol está estrechamente relacionada con los incentivos que reciba el sujeto en las diversas áreas de su vida, así como también en los cambios que experimenta producto de ellos (Chau, 1999). Las motivaciones, históricamente, eran concebidas de diversas maneras, según cada enfoque trataba de definirla, por ejemplo, para el Psicoanálisis, las motivaciones eran una fuerza interna que dirigía la acción hacia un objetivo gratificante, así mismo, el conductismo clásico, relacionó la motivación con aquel impulso que

movía a un organismo a la acción, lo que provocaba su conducta (Piña, 2009).

Sin embargo, con los avances y estudios en la Psicología de la motivación se pudo llegar a un consenso más apropiado para definir a las motivaciones. Su precursor Tolman, basado en un estudio que hizo en 1932, señaló que, una conducta motivada está dirigida a alcanzar de cierto modo algún objetivo, siendo que, el sujeto no aprende simples asociaciones, sino que esta mediado por una conducta y una meta en particular que desarrolla gracias a su mapa cognitiva y al contexto ambiental (Palmero et al. 2008).

Respecto a lo anterior, Tolman ya nos habla de dos categorías motivacionales que empujan la conducta del sujeto, guiándola hacia un objeto en específico, pero no las señala con claridad. Fue F. Herzberg, en 1959 quien formuló la Teoría de la Motivación e higiene, postulando dos tipos de motivaciones; las motivaciones extrínsecas (higiene) las cuales se refiere al entorno y cuya ausencia genera insatisfacción, mientras que llamó como intrínsecas (motivacionales) aquellas relacionadas con la actividad propiamente dicha, siendo resultado de un efecto interno de estado superior en la persona, sintiendo gratificación y plenitud una vez realizada (Madero, 2019).

En la actualidad, el modelo cognitivo conductual, es el que mejor explica las motivaciones que guían la conducta de un individuo, específicamente cuando se trata de estudiar y analizar el hábito en la ingesta de alcohol o el uso de otras sustancias. Específicamente en Ecuador, el consumo excesivo de alcohol es fuertemente vinculado al ambiente cultural andina que motiva a consumir bebidas alcohólicas excesivamente. Un estudio hecho en el Instituto Otavaleño de Antropología; desarrollado por Butler (1992), demostró la importancia de reconocer los valores sociales y espirituales que se comparten en celebraciones a través de bebidas alcohólicas. Como resultado del estudio, se encontró que, compartir bebidas alcohólicas

se convirtió en el vínculo dominante para la creación o intercambio en las relaciones sociales válidas. Dichas relaciones se destacan por el intercambio mutuo que no solo asegura la supervivencia en el contexto, sino que producen condiciones y estados valorados por ellos mismos. Las fiestas, rituales, mingas y servicios religiosos están atravesados por la participación del trago o de alguna bebida alcohólica.

4 Metodología

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo de corte transversal, correlacional, inferencial y no experimental. El presente trabajo cuenta con un muestreo de 60 personas tomadas de manera no aleatorio/ no probabilístico, en el cual el criterio para participar es tener edades de entre los 18 a 30 años de edad, sin importar condición social, profesión o género. La recolección de datos en este estudio se llevó a cabo mediante el uso de 2 instrumentos: el Test AUDIT y el cuestionario de Motivos para Beber alcohol (CMC).

El primer instrumento para evaluar el consumo excesivo de alcohol se denomina Test AUDIT (Test de Identificación de los Trastornos Debidos al Consumo de Alcohol) el cual pretende reconocer el consumo riesgoso de dicha sustancia, además facilita un trabajo enmarcado en la intervención, orientado a los bebedores en exceso, con el fin de que puedan minimizar o erradicar el consumo de alcohol; por lo tanto, evadir los riesgos tentativos a la salud debido a un mal hábito de consumo. Además, da la facilidad para identificar la dependencia y las derivaciones emergentes del consumo excesivo de bebidas alcoholizantes (Babor et al. 2001).

La Organización Mundial de la Salud, impulso dicho test como un procedimiento fácil de desarrollar al momento de averiguar el índice de consumo de bebidas alcohólicas, siendo un soporte práctico para una valoración temprana.

El AUDIT consta de 10 ítems divididos en tres tipos de dimensiones o categorías relacionada al Consumo Excesivo de Alcohol.

La primera dimensión corresponde al consumo riesgoso; busca encontrar la frecuencia del hábito, el consumo elevado, y la cantidad que se consume.

La segunda dimensión correspondientes a los síntomas de dependencia relacionados a la pérdida del control del consumo, aumento en el consumo de alcohol y consumo matutino.

La tercera dimensión o dominio hace referencia al consumo perjudicial del alcohol, vinculado al sentimiento de culpa después de consumir, lagunas de la memoria, lesiones y la preocupación de los demás.

Dentro de cada pregunta se postulan de entre 0 a 4 cifras donde 0 corresponde a “Nunca”, mientras que 4 corresponde “A diario o casi a diario”. Las cifras de respuesta serán seleccionadas según la propia percepción del evaluado (Babor et al. 2001).

Finalmente, el test tiene una puntuación final con 4 niveles de riesgo que va desde riesgo bajo correspondiente a 7 puntos, un riesgo medio hasta 15 puntos, riesgo alto de 16 hasta 19 puntos y probable adicción desde 20 a 40 puntos, ubicando al sujeto en alguno de estos niveles según su puntaje (Villavicencio & Mori, 2021).

Cabe destacar que, este test ha sido validado en diversos países y se lo ha adaptado al contexto latinoamericano, siendo usado en países como Colombia y México.

Además, se hizo, también, uso de otro cuestionario que nos permitió abordar la segunda variable relacionada con las motivaciones para consumir alcohol.

El segundo instrumento que se utilizó para evaluar la variable relacionada con las motivaciones lleva por nombre Cuestionario de Motivos para Beber alcohol (CMC), desarrollado en Estados Unidos en 1994 por Cooper.

Este instrumento tiene como objeto la identificación y evaluación de las motivaciones por las cuales las personas consumen alcohol. Está formado de 20 razones o motivaciones divididas en dimensiones o subescalas, las cuales son: La primera dimensión está relacionada a los motivos para manejar problemas, la segunda dimensión se refiere a los motivos para tener conformidad en la vida, la tercera dimensión se vincula con los motivos sociales que provocan el excesivo consumo de alcohol y finalmente, la última dimensión hace referencia a los motivos para sobresalir. De los puntajes obtenidos después de la aplicación de este cuestionario se calculan según cada dimensión con puntajes que van desde 20, lo mínimo y 100 correspondiente al máximo, donde el puntaje máximo simboliza más altas motivaciones durante el consumo de alcohol (Terán, 2005).

Cabe recalcar que, de los 20 enunciados en el CMC, para este trabajo se dividió únicamente en dos dimensiones correspondientes a motivaciones intrínsecas y motivaciones extrínsecas específicamente.

4.1 Procedimiento para la recolección de datos

Para que tenga lugar este estudio, se contó con las debidas autorizaciones y aprobaciones por parte de la Unidad de Titulación de la carrera de Psicología en la Universidad Politécnica Salesiana con su sede en Quito.

La muestra se seleccionó de manera accidentada y por conveniencia, ya que los rangos de edad oscilan entre los 18 a 30 años, por lo que, es mucho más fácil efectuar la investigación mediante el uso de herramientas tecnológicas a través de medios digitales que nos permitirán, eficazmente, ahorrar tiempo, optimizar recursos y obtener resultados más precisos.

Para escoger la muestra, primero se presentó a los colaboradores y participantes una

explicación clara sobre el estudio, donde se asegura la confidencialidad de la información personal entregada y que la investigación es para fines académicos, por lo que los resultados se publicarán a nivel general una vez terminado el proyecto.

Luego de esto, por propia voluntad de los sujetos, en este caso jóvenes adultos que habitan en la ciudad de Quito, dieron su autorización para desarrollar a plenitud la presente investigación mediante el consentimiento informado, el cuál constó en las primeras páginas dentro del link donde estuvieron los dos tipos de instrumentos anteriormente expuesto, puesto que se realizó de manera digital. Adicionalmente, los criterios de exclusión específicamente estuvieron planteados en preguntas que resaltaban lo siguiente: uso de psicofármacos, rehabilitación y diagnóstico de trastorno por consumo de alguna sustancia; reflejando los límites del alcance de este estudio para no profundizar en temas fuera del ámbito preventivo de salud, que pudieran entorpecer los resultados.

Cabe resaltar que, si alguien no está de acuerdo con participar dentro de este estudio, tiene total libertad de negarse a hacerlo en el momento en que desee y que no tiene repercusiones negativas sobre sus actividades cotidianas.

4.2 Consideraciones éticas

El presente estudio se encuentra respaldado por la SENECYT (2021); en su Art. 387 de la Constitución de la República del Ecuador, numeral 2 y 4 establecen que, es competencia del Estado, la producción de conocimiento a través de la promoción de temas investigativos en materia de innovación y tecnológicos, sin dejar de lado los saberes culturales para fomentar un buen vivir, fortaleciendo la libertad para crear conocimiento acogiéndose a las leyes legales, éticas y ambientales.

Según la Ley Orgánica de la Secretaría Nacional en materia de Investigación en materia de investigación para la Salud (Ley Orgánica de Salud, 2015) con respecto a las consideraciones éticas, en base a lo establecido en el Capítulo III, artículo 07, literal L; respetando el consentimiento previo para participar en cualquier tipo de investigación, objeto de pruebas y ensayos clínicos, sin someter a nadie fuera de su propia voluntad.

Además, en esta misma Ley, en el Capítulo II, en el Art. 190 se estipula que la entidad sanitaria estimula y suscita el proceso de intercambio de saberes científicos enmarcados en los principios legales.

Adicionalmente en el Capítulo I de la investigación científica en salud, el Art. 208 propone que; toda investigación será regulada y vigilada por las jurisdicciones asignadas, siempre y cuando estén sujetas a las normativas legales, previas al consentimiento voluntario y confidencia de la información.

Finalmente, en la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (2021), Art. 66 numeral 19; estipula que la Constitución de la República, salvaguarda la protección de la información personal, adicionalmente en relación al mismo acceso a dichos datos personales. Para la recolección, almacenamiento, el proceso y la distribución de la información, es necesario la debida autorización de su propietario como estipula la ley establecida en nuestro país.

5 Preguntas clave

5.1 Preguntas de investigación

1. ¿Existirá una relación entre las motivaciones intrínsecas/extrínsecas y el consumo de bebidas alcohólicas, en habitantes de la ciudad de Quito, entre 18 a 30 años, en el transcurso del 2023?

2. ¿Qué tipo de relación existe entre las motivaciones tanto intrínsecas como extrínsecas y el hecho de consumir excesivamente alcohol?
3. ¿Las variables relacionadas con la edad, el sexo y lugar de los participantes, influyen para que haya mayor consumo de alcohol?

6 Organización y procesamiento de la información

Para la sistematización del presente trabajo correspondiente a una investigación cuantitativa, se presenta la información estadística de cada variable; de tal manera que se realizó la descripción de las mismas. empezando por detallar la estadística descriptiva del consumo de Alcohol, luego se realiza la estadística inferencial con el lugar de residencia, el sexo y la edad de la muestra.

Además, se presenta la estadística descriptiva para Motivaciones Intrínsecas y Extrínsecas, y también la estadística inferencial para el lugar de residencia, el sexo y la edad de la muestra. La información se presenta en tablas para mayor claridad en el análisis de resultados.

Estadística descriptiva

Tabla 1

Análisis sociodemográfico (N=60)

Información		F	%
Edad	18 a 25	36	60,0%
	25 a 30	24	40,0%
Sexo	Femenino	35	58,3%
	Masculino	25	41,7%
Carrera	Conducción	1	1,7%
	Psicología	27	45,0%
	Idiomas	3	5,0%
	Economía	1	1,7%
	Ingeniería	5	8,3%
	Administración empresas	4	6,7%
	Turismo	1	1,7%
	Informática	1	1,7%
	Pedagogía	2	3,3%
	Enfermería	2	3,3%
	Fotografía	1	1,7%
	Educación Básica	3	5,0%
	Química farmacéutica	2	3,3%
	Producción audiovisual	4	6,7%
	Contabilidad y Auditoría	2	3,3%
Nivel	Medicina	1	1,7%
	Primero	8	13,3%
	Segundo	1	1,7%
	Tercero	1	1,7%
	Cuarto	2	3,3%
	Quinto	5	8,3%
	Sexto	2	3,3%
	Séptimo	4	6,7%
Estado civil	Octavo	11	18,3%
	Noveno	26	43,3%
	Soltero	56	93,3%
Residencia	Casado	4	6,7%
	Total	60	100,0%
Residencia	Norte de Quito	30	50,0%
	Sur de Quito	24	40,0%
	Centro de Quito	6	10,0%
	Fuera de Quito	0	0,0%

Nota: La tabla muestra la frecuencia y el porcentaje de los datos sociodemográficos de la muestra.

La Tabla 1 muestra que el 60% de los jóvenes totales de la muestra, correspondían a edades de entre 18 a 25 años, mientras que el 40% restante correspondería a personas con edades de entre 25 a 30 años; Así mismo, el 58,3 % de los participantes fueron mujeres, mientras que el 41,7% fueron hombres.

Del mismo modo, la participación más alta del estudio, perteneció a estudiantes de Psicología abarcando un 45 % de los datos correspondientes a los participantes totales. Siguiendo esta línea los niveles que más participaron fueron: noveno nivel con el 43,3 %, le sigue octavo con 18, 3% y finalmente primero con 13,3% del total de la muestra.

Otra cifra significativa corresponde al Estado civil, ya que la mayoría de participantes, es decir el 93,3% son solteros, su lugar de residencia principal es el Norte de Quito correspondiendo a la mitad de la muestra, mientras que en el Sur de Quito se concentró el 40%; y por último el Centro de Quito con una participación del 10% del total.

Tabla 2

Factores sociodemográficos (N=60)

	Edad	Nivel
N	60	60
\bar{X}	1,4	6,8
Mdn	1,0	8,0
D.E	0,5	2,9
Mínimo	18 a 25	1
Máximo	25 a 30	8

Nota: La tabla muestra la Media, la Media y la Desv. Estándar, el Máximo y el Mínimo de la Edad y el nivel académico.

La Tabla 2 demuestra que la Media etaria de quienes conforman la muestra, oscila entre

los 20 a 25 años de edad, y su grado de escolaridad es Octavo semestre de la mayoría de carreras.

Tabla 3

Factores sociodemográficos (N=60)

	Edad	Residencia
N	60	60
\bar{X}	1,4	0,6
Mdn	1,0	0,5
D.E	0,5	0,7
Mínimo	18 a 25	Centro
Máximo	25 a 30	Norte

Nota: La tabla muestra la Media, la Media y la Desv. Estándar, el Máximo y el Mínimo de la Edad y el lugar de Residencia.

De igual manera, en la Tabla 3 se refleja que media de los participantes según sus edades y lugar de residencia corresponden a su ubicación mayoritariamente en el Norte y Sur de Quito, con un valor mínimo de residencia en el Centro de Quito.

Tabla 4

Estadística descriptiva del consumo de alcohol (N=60)

Puntaje AUDIT	
N	60
\bar{X}	1,5
Mdn	1,0
D.E	0,5
Mínimo	Riesgo bajo
Máximo	Riesgo alto

Nota: La tabla muestra la Media, la Media y la Desv. Estándar, el Máximo y el Mínimo del puntaje del Test AUDIT.

Tabla 5

Estadística descriptiva de las Motivaciones Intrínsecas (N=60)

Total Intrínsecas	
N	60
\bar{X}	1,4
Mdn	1,0
D.E	0,6
Mínimo	Incidencia baja
Máximo	Incidencia fuerte

Nota: La tabla muestra la Media, la Media y la Desv. Estándar, el Máximo y el Mínimo del puntaje del Cuestionario CMC; dimensión Intrínseca.

Tabla 6

Estadística descriptiva de las Motivaciones Extrínsecas (N=60)

Total Extrínsecas	
N	60
\bar{X}	1,4
Mdn	1,0
D.E	0,6
Mínimo	Incidencia baja
Máximo	Incidencia alta

Nota: La tabla muestra la Media, la Media y la Desv. Estándar, el Máximo y el Mínimo del puntaje del Cuestionario CMC; dimensión Extrínseca.

Estadística inferencial

Tabla 7

Consumo de Alcohol según el lugar de residencia (N=60)

Consumo/ Residencia	Norte de Quito		Residencia Sur de Quito		Centro de Quito	
	F	%	F	%	F	%
Riesgo bajo	17	56,7	11	45,8	3	50,0
Riesgo medio	13	43,3	12	50,0	3	50,0
Puntaje total AUDIT						
Riesgo alto	0	0	1	4,2	0	0,0
Posible adicción	0	0	0	0	0	0
Total	30	100	24	100	6	100

Nota: Esta tabla presenta la Frecuencia, el Porcentaje y el Total entre: el consumo total medido por el test AUDIT y el lugar de Residencia.

La Tabla 7 corresponde al consumo de alcohol del puntaje total del test AUDIT, predominando en los tres lugares, un consumo con riesgo bajo correspondiente a un 56,7% del total, representando el 50% del total de la muestra en el Norte de Quito, seguido por un riesgo medio del 43,3%.

De igual manera, el Sur de Quito presento el 40% de la muestra total, predominando el consumo de riesgo medio con un 50% de la muestra recopilada de aquel lugar.

Finalmente, el Centro de Quito, presento un 10% del total de la muestra con un riesgo bajo y riesgo medio equitativo.

Se observa una correlación directa ($S_p = 0,1$; $p = 0,04$) entre el consumo y el lugar de residencia.

Tabla 8*Consumo de alcohol según el sexo (N=60)*

Consumo / Sexo	Sexo					
	Femenino		Masculino		Total	
	F	%	F	%	F	%
Riesgo bajo	18	51,4	13	52,0	31	51,7
Riesgo medio	17	48,6	11	44,0	28	46,7
Puntaje total						
AUDIT Riesgo alto	0	0,0	1	4,0	1	1,7
Possible adicción	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	35	100	25	100	60	100

Nota: La tabla muestra la Frecuencia, el Porcentaje y el Total entre; el consumo total medido por el test AUDIT y el Sexo de la muestra.

En la Tabla 8 puede apreciarse que predomina el consumo de Riesgo bajo tanto en mujeres como en hombres. Sin embargo, respecto al Riesgo medio es de 46,7 % del total de la muestra y se puede ver que las mujeres predominan con un 48,6% del consumo en su muestra de 35 participantes a diferencia de los hombres con un 44 %. Estas son diferencias significativas.

Se observa una correlación directa ($S_p = 0,6$; $p = 0,01$) entre el consumo de alcohol y el sexo de la muestra.

Tabla 9*Consumo de alcohol según la edad (N=60)*

Consumo/ Edad	Edad					
	18 a 25		25 a 30		30 a más	
	F	%	F	%	F	%
Riesgo bajo	17	47,2	14	58,3	0	0,0
Riesgo medio	18	50,0	10	41,7	0	0,0
Puntaje total						
AUDIT Riesgo alto	1	2,8	0	0,0	0	0,0
Posible adicción	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	36	100	24	100	0	0

Nota: La tabla muestra la Frecuencia, el Porcentaje y el Total entre; el consumo total medido por el test AUDIT y la Edad de la muestra.

En la Tabla 9 se puede evidenciar que los jóvenes con edades de entre 18 a 25 años, consumen mayoritariamente alcohol, en comparación con los demás rangos etarios. Predomina el consumo de riesgo medio con un 50% del total de la muestra en esta edad, mientras que un consumo de riesgo bajo representa el 47, 2%.

Por el contrario, en jóvenes de 25 a 30 años de edad predomina un consumo de riesgo bajo con el 58, 3%, mientras que el riesgo medio solo correspondió al 41.7%.

Esto representa una diferencia significativa entre estos dos rangos etarios.

Finalmente, en el rango de 30 años a más, no hubo una muestra correspondiente a este grupo etario.

Se observa una correlación significativa ($S_p = -0, 2$; $p = 0,05$) entre el consumo y edad. Respecto a la segunda variable denominada Motivaciones para consumir alcohol, en sus dos dimensiones: Motivaciones Intrínsecas y Motivaciones extrínsecas. Se buscó la correlación con

las variables independientes sociodemográficas como es; lugar de residencia, sexo y edad. Sin embargo, en las dos primeras no existió una correlación significativa.

Motivaciones Intrínsecas y Lugar de residencia

Sp= 0, 1; p= 0,5)

Motivaciones Extrínsecas y Lugar de residencia

Sp= 0, 05; p= 0,07

Esto demuestra que no existe una correlación significativa entre las motivaciones Intrínsecas como Extrínsecas con el Lugar de residencia de la muestra.

Motivaciones Intrínsecas y sexo

Sp= 0, 1; p= 0,3

Motivaciones Extrínsecas y sexo

Sp= 0, 09; p= 0,4

Esto demuestra que existe una correlación poco significativa entre las motivaciones Intrínsecas como Extrínsecas con el Sexo de la muestra.

Mientras tanto que en la última variable asociada con la Edad y las motivaciones tanto intrínsecas como extrínsecas de los participantes, se pudo obtener la siguiente tabla.

Tabla 10*Motivaciones Intrínsecas con la edad (N=60)*

M.Intrínsecas/ Edad	Edad						
	18 a 25		25 a 30		30 a más		
	F	%	F	%	F	%	
Total Intrínsecas	Incidencia baja	20	55,6	18	75,0	0	0,0
	Incidencia normal	14	38,9	5	20,8	0	0,0
	Incidencia alta	2	5,6	0	0,0	0	0,0
	Incidencia fuerte	0	0,0	1	4,2	0	0,0
	Total	36	100	24	100	0	0

Nota: La tabla muestra la Frecuencia, el Porcentaje y el Total entre las Motivaciones Intrínsecas y la Edad de la muestra.

En la Tabla 10 se puede reconocer que la incidencia baja de las Motivaciones Intrínsecas es mayoritaria con un 63,3%, la incidencia normal es del 31,7%, mientras que la incidencia alta es de 3,3% del total de la muestra. Finalmente, cuenta con la incidencia fuerte del 1,7%.

Se observa entre las dos variables: Motivaciones Intrínsecas y Edad, una correlación baja pero significativa entre ambas variables. ($S_p = 0,2$; $p = 0,05$).

Tabla 11*Motivaciones Extrínsecas con la edad (N=60)*

M.Extrínsecas/ Edad	Edad					
	18 a 25		25 a 30		30 a más	
	f	%	f	%	f	%
Incidencia baja	23	63,9	16	66,7	0	0,0
Incidencia normal	11	30,6	6	25,0	0	0,0
Total Extrínsecas	2	5,6	2	8,3	0	0,0
Incidencia fuerte	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	36	100	24	100	0	0

Nota: La tabla muestra la Frecuencia, el Porcentaje y el Total entre Motivaciones Extrínsecas y la Edad de la muestra.

En la Tabla 11 se puede evidenciar que las Motivaciones Extrínsecas tienen mayoritariamente una incidencia baja del 65%, mientras que la incidencia normal es del 28,3% y a incidencia alta es de 6,7% del total de la muestra.

Se observa entre las dos variables: Motivaciones Extrínsecas y Edad, una correlación negativa, baja pero significativa ($S_p = -0,3$; $p = 0,01$) entre las variables anteriormente mencionada en esta tabla.

Tabla 12*Consumo de alcohol con las Motivaciones Intrínsecas y Extrínsecas (N=60)*

Correlaciones AUDIT/ CMC		AUDIT	Total Intrínsecas	Total Extrínsecas	
Rho de Spearman	AUDIT	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1		
	Total Intrínsecas	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,3	1	
	Total Extrínsecas	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,06	,445**	1
			0,66	0,00	.

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: La tabla presenta el nivel de correlación y de significancia entre el test AUDIT y el Cuestionario CMC (motivaciones Intrínsecas y Extrínsecas).

La Tabla 12 demuestra que existe una correlación directa del Puntaje Total del test AUDIT y las Motivaciones Intrínsecas ($S_p = 0,2$; $p = 0,05$), lo que demuestra que existe una positiva correlación de significancia entre estas dos variables.

Mientras que, entre el Puntaje Total del test AUDIT y las Motivaciones Extrínsecas, se observa una correlación poco significativa ($S_p = 0,06$; $p = 0,7$).

En cuanto a las Motivaciones Intrínsecas con las Extrínsecas, en la Tabla 9 se evidencia que existe una correlación directa ($S_p = 0,4$; $p = 0,0$) lo que demuestra que hay una correlación moderada entre ambas variables.

7 Análisis de la información

Los datos recopilados durante la aplicación de los dos instrumentos: AUDIT y Cuestionario CMC fueron procesados a través de un software estadístico *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versión 29.0.

El análisis que se realizó es de tipo estadístico de tal manera que se presentan datos numéricos, tanto de tipo descriptivo como tablas de frecuencias y de tipo inferencial como tablas de correlación, los cuales se pretenden interpretar para llegar a dar una conclusión satisfactoria a la investigación. Para procesar y analizar los datos se hizo uso de la estadística descriptiva e inferencial como se dijo anteriormente; es decir que se obtuvieron tablas de frecuencias con porcentajes, medidas de tendencia central, los niveles de confianza y el valor p o de significancia. Adicionalmente se usó la estadística inferencial para hallar los coeficientes de correlación entre los resultados del test AUDIT y los resultados del CMC según las dimensiones de cada uno. Para encontrar la normalidad de las variables se empleó la prueba de normalidad de *Kolmogorov-Smirnov*, concluyendo en el uso de la prueba de normalidad de *Kolmogorov*, ya que nuestra muestra fue superior a 50 personas; posteriormente se correlacionó las variables mediante el Coeficiente de Correlación de *Spearman*, debido a que se demostró una distribución poco normal de la distribución de datos en las variables.

SEGUNDA PARTE

8 Justificación

El propósito de esta investigación radica en determinar la relación entre las motivaciones intrínsecas, extrínsecas y el excesivo consumo de alcohol, para reconocer la influencia sobre el mismo, dentro del contexto ecuatoriano, específicamente en la ciudad de Quito-Pichincha, con individuos habitantes de entre dieciocho años a treinta años. Los fines investigativos de este trabajo pretenden aportar a nivel nacional y fuera del país novedosos hallazgos de importancia que permitan abrir la puerta a nuevas averiguaciones para profundizar en conocimientos referentes al consumo de alcohol en adultos jóvenes; de tal manera, que se podrá identificar las principales motivaciones o estimulaciones psicológicas internas y externas del individuo, producto de la interacción con los otros, ya que, nuestra sociedad comparte la visión permisiva y necesaria de consumir esta sustancia ya sea por diversión o por tradición.

Además, la relevancia de este trabajo investigativo yace en su aporte social, puesto que, gracias a los hallazgos obtenidos se contribuirá con evidencias comprobadas y respaldadas de manera veraz y objetiva relacionadas con el problema del consumo excesivo de alcohol en mayores de edad; por lo tanto, será una herramienta útil para la promoción y prevención de futuros casos, empezando desde la comprensión dentro del sistema familiar, amistades, relaciones interpersonales, entre otras.

Adicionalmente, permitirá reconocer la importancia de no normalizar el consumo excesivo de alcohol en nuestra sociedad, llegando a ser una herramienta de psicoeducación muy útil; profundizando la búsqueda de soluciones para dicha problemática, comenzando por reconocer las motivaciones intrínsecas/extrínsecas que inclinan a los sujetos a beber excesivamente, ofreciendo una exploración útil para el apoyo de la salud pública preventiva en el

contexto nacional y a nivel latinoamericano.

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. (Ahumada et al. 2017, p. 2)

En relación al perfil del consumidor, Meneses et al. (2019) afirman que:

El perfil promedio de un individuo clasificado como consumidor excesivo de alcohol muestra que residen principalmente en las zonas urbanas de la sierra, supera los 45 años, son hombres y se identifican como mestizos. Adicionalmente, destinan en promedio 31 dólares mensuales en bebidas alcohólicas. (p. 8)

Según estos mismos autores el comportamiento que distingue al consumidor excesivo presenta dos principales particularidades que distinguen a las sustancias adictivas: el refuerzo y la tolerancia. Cuando se trata del reforzamiento involucra un hábito de consumo proporcional que va aumentando paulatinamente en futuro y a su vez esto se relaciona con el concepto de complementariedad inmediato. Este tipo de habituación complementaria hace referencia a que, el consumo actual de una sustancia adictiva tiene un complemento que refuerza el consumo futuro. Mientras que, la tolerancia se caracteriza por hacer que una sustancia adictiva de su utilidad disminuya si el consumo pasado fue mayor (Meneses et al. 2019).

Es decir, que gran parte del resultado comportamental viene guiado por el tipo de refuerzo que se provoca al consumir de alcohol generando en el cuerpo una tolerancia ante la sustancia que, al ser un consumo habitual, los estímulos serán menos intensos en comparación al iniciar el consumo alcohol, por lo que será necesario consumir mayores cantidades para

conseguir los mismos efectos y lograr que su sistema de recompensas se sienta satisfecho.

Algo importante por rescatar es el trato poco interesado por parte de las políticas gubernamentales hacia el consumo excesivo de alcohol, puesto que, considerando los efectos del consumo de alcohol y el peligro que representa para la salud, encontramos que, no se le ha dado la merecida atención para contrarrestar el uso perjudicial de esta sustancia. Esto puede deberse a la poca información de los consumidores de alcohol, considerándose un tema habitual en nuestra sociedad. A más de de los múltiples efectos nocivos y crónicos producidos para la salud debido al consumo excesivo de alcohol, también existen efectos psicosociales generalizados como la violencia en el hogar, la negligencia, el abuso y el ausentismo al trabajo (Ahumada et al. 2017).

Por lo tanto, es de suma importancia conocer, estudiar e informar sobre los motivos psicológicos que influyen en el consumo excesivo de alcohol.

9 Caracterización de los beneficiarios

Esta investigación está dirigida a los habitantes de la ciudad de Quito de 18 a 30 años y que presentan complicaciones con el consumo de bebidas alcohólicas, con la finalidad de reconocer aquellas motivaciones que incentivan directamente al beber dicha sustancia. El estudio es de tipo correlacional no aleatorio.

La muestra se conformó por 60 personas de entre 18 a 25 y 25 a 30 años de edad, la participación incluyó ambos géneros femenino y masculino, de la cual, 35 fueron mujeres y 25 fueron hombres, presentando mayor participación de las primeras. La carrera que más participación de personas tuvo fue Psicología, específicamente de los dos últimos niveles, es decir octavo y noveno. Así mismo, la mayor cantidad de personas provenían del Norte de Quito.

También, se logró evidenciar que la participación de la muestra fue alta, llegando a llenar

rápidamente la cantidad solicitada de encuestas para el estudio. Cabe destacar que, si bien gran parte de personas participaron de manera activa. También, se encontraron localidades con personas que se negaron a participar debido a una falta de confianza y miedo a la estigmatización puesto que temían ser juzgados por consumir alcohol, lo que provocó que se nieguen, no obstante, como se dijo anteriormente, la participación era completamente voluntaria.

Las habilidades y capacidades desarrolladas por beneficiarios y participantes de este estudio son: empatía con el tema de estudio, comunicación y difusión, desarrollo de un pensamiento más crítico y objetivo sobre el consumo de alcohol y finalmente, la responsabilidad social.

Este trabajo investigativo, se compuso por aproximadamente 60 personas tomadas de manera intencional y accidental, de entre 18 a 30 años en el periodo 2023, pertenecientes a diversas universidades, estudiantes y que sean habitantes de la ciudad de Quito, de la cual no hayan sido diagnosticados con algún tipo de trastorno por consumo de sustancias o de haber estado en rehabilitación, como tampoco consuman psicofármacos.

10 Interpretación

En base a las preguntas de investigación, las cuales pretender encontrar la relación existente entre las motivaciones tanto Intrínsecas como Extrínsecas con el consumo de alcohol en habitantes de la ciudad de Quito de 18 a 30 años de edad, quedo demostrado que existe una correlación directa entre la variable motivaciones intrínsecas y consumo de alcohol. Por el contrario, para las motivaciones extrínsecas y el consumo de alcohol no existe una correlación significativa.

Continuando con lo anterior, la correlación existente entre las Motivaciones Intrínsecas y

el consumo de alcohol, indica que a mayor presencia motivadores internos de la persona, se produce un mayor consumo de bebidas alcohólicas. Según Castellanos & Flórez (2012) añade que las motivaciones intrínsecas surgen de un proceso de internalización proporcionado por la satisfacción de necesidades como la independencia, la capacidad y la correlación. Los beneficios producidos, gracias a un nivel más alto de internalización por parte de los sujetos son numerosos, por ejemplo; existe una mayor efectividad conductual, una mejor percepción de bienestar, una favorable adaptación del ambiente social por parte del individuo, además de elevado índice de voluntariedad.

Otro estudio, realizado en México, demostró que gran parte de las razones de los jóvenes para consumir alcohol estaba fuertemente asociado a motivaciones afectivas internas como la satisfacción, el deseo de animarse, sentirse bien o relajados. De igual manera, que cuando se encuentran tristes, nerviosos o ansiosos consumen alcohol frecuentemente para desahogarse. El contenido en cada categoría obtenidas de los motivos cognoscitivos representó estrategias de afrontamiento para quitarse o evadir los problemas, además de utilizarlo para adquirir mayor confianza (Palacios, 2012).

Esto es congruente con los resultados obtenidos en este trabajo investigativo, donde se logró evidenciar que gran parte de las motivaciones surge por razones como la desinhibición al momento de actuar, la sensación de ánimo que genera, por propio disfrute o diversión que genera, por falta de propia seguridad y porque ayuda en momentos angustiantes.

Así mismo, se llegó a demostrar que el género que mayor consumo de alcohol obtuvo fueron las mujeres, alcanzando niveles de riesgo por consumo superior al de los hombres, esto se debe a que según un estudio realizado a mujeres adultas demostró que el consumo de las mujeres se debe más a una situación afectiva, por ejemplo, la separación, la unión libre o el abandono del

hogar, representando en el alcohol un mecanismo de afrontamiento (Alonso et al. 2009).

Corroborando lo hallazgos del estudio que indicaron mayor correlación entre las motivaciones internas y el consumo de alcohol, siendo mayor el consumo en mujeres.

Otro hallazgo importante es la edad y el estado civil, ya que, según este mismo estudio, ratifica que, la mayor parte de mujeres que beben son solteras y se encuentran en edades de entre los 18 años a 30, mientras que en edades mayores su consumo disminuye. Otro factor importante es la actividad que realizan puesto que aquellas con actividades estresantes tienden a beber más que aquellas que viven una vida más tranquila, esto podría explicarse debido a que la mujer aparte de cumplir con su rol laboral también cumple con el rol de ama de casa, crianza y cuidadora del hogar (Alonso et al. 2009). Lo que asocia los resultados de esta investigación puesto que, en su mayoría, las féminas participantes de este estudio se encuentran en rangos de edad de 18 a 30 años, siendo aproximadamente el 90% solteras y todas son estudiantes.

Otro factor importante que interviene en el consumo de alcohol con relación a las motivaciones, es el ambiente o el lugar de residencia. El estudio demostró que, todos los lugares representan un riesgo bajo en consumo de alcohol. Sin embargo, el riesgo medio es mayor en el Sur de Quito que en otros lugares, con un 50% de su muestra. Las explicaciones de estos resultados se deben a que, como afirma Santillán (2017), los procesos de segregación residencial y estigmatización territorial del Sur de Quito, guían muchas de las acciones orientada a la búsqueda de identidad de sus habitantes comprometiendo el lado afectivo, tradicional y cultural de dicho lugar. Otro elemento importante que señala este autor, recalca que la tradición indígena se encuentra más arraigada en el Sur en comparación a otros lugares de la Capital. Lo que se asocia perfectamente con lo planteado sobre el consumo de alcohol por tradicionalismo.

11 Principales logros del aprendizaje

La investigación presentada cumplió con su objetivo, el cual radica en hallar la correlación de las motivaciones intrínsecas y extrínsecas con el consumo de alcohol, ya que se logró demostrar que existe un grado de correlación significativa en al menos una de las variables de motivaciones con el alcohol.

Además, la experiencia investigativa aportó con novedosos hallazgos, que permitirán que se continúe con esta línea de estudio para futuras personas interesadas en el tema, siendo de profunda utilidad el conocer la realidad social y cultural por la que son atravesadas las actividades sociales como el disfrute de una fecha cívica o una simple reunión de amigos, que bien pueden aportar ideas innovadoras si nos ponemos el lente de un verdadero observador.

Otra de las cosas por recalcar, son las lecciones tanto personales como académicas vividas durante el proceso fueron y serán de gran ayuda a la hora de abordar nuevas investigaciones; por lo que debemos considerar cada uno de sus pros y contras en relación a lo que no se logró y a lo que se pudo llegar satisfactoriamente.

Adicionalmente, a pesar de haberse logrado los objetivos planteados, también se generaron nuevas alternativas que pueden favorecer para las futuras investigaciones, si se las toma en cuenta. Por ejemplo, una de las cosas en la práctica que pueden ser mejoradas, es la manera en que se puede comunicar a los participantes sobre el estudio de un tema tan delicado como es el consumo de alcohol, ya que durante el proceso se pudo ver que muchas de las personas se sintieron incómodas o hasta tenían temor de ser estigmatizadas como alcohólicas debido al desconocimiento sobre el estudio y su finalidad.

No obstante, algo importante a tomar en cuenta durante la aplicación práctica de la investigación, es responder de manera sincera todas las dudas e interrogantes surgidas en el

momento de presentar la temática del proyecto, llegando a la comprensión de que este estudio es de tipo investigativo y está enfocado en ayudar social, familiar y personalmente con recursos favorables, útiles y de psicoeducación.

Finalmente, a nivel de salud preventiva, esta investigación tiene un impacto social importante, debido a que logra concientizar y reconocer la importancia de los motivadores internos que conjugados con el ambiente orientan las acciones de adultos jóvenes ecuatorianos, que de cierta manera pueden ser benéficas como perjudiciales a la hora de consumir bebidas alcohólicas.

12 Conclusiones y recomendaciones

12.1 Conclusiones

En el presente trabajo se logró identificar que existe una importante relación entre las motivaciones intrínsecas con la última variable relacionada al alcohol, sin olvidar que si bien se pretendía identificar la relación de ambas dimensiones motivacionales con el consumo; los resultados fueron diferentes.

Si bien, gran parte de los objetivos planteado se lograron, esto solo permitió realizar la investigación a nivel Intrínseco, definiendo que existe na correlación directa y significativa, limitando el estudio a una sola variable, puesto que, en las Motivaciones Extrínsecas no se pudo afirmar lo mismo.

Una de las limitaciones de esta investigación, es que es aplicada al contexto de la región Andina del Ecuador, por lo tanto, no se puede generalizar la información, ya que corresponde específicamente a la sociedad Quiteña tanto del Norte, Sur y centro.

Del estudio realizado, algo innovador encontrado en los resultados es la relevancia de las

mujeres por sobre los hombres en el consumo de alcohol, ya que, se creería que es todo lo contrario. Como afirma Alonso et al. (2018) actualmente se ha identificado que no existe una diferencia entre consumo de alcohol y sexo del encuestado, puesto que actualmente este tema ya no es exclusivo de los varones, sino que es equitativo entre hombres y mujeres, no obstante, en el tema femenino predomina el factor emocional, y su consumo es infravalorado por ellas mismas y por la sociedad.

Otro punto importante es la edad, que oscila entre 18 a 25 años en la mayoría de los participantes, esta edad es importante puesto que se asocia al estado civil en el que se encuentran, demostrando que más del 90% afirma estar soltero/a, ya que empiezan o están terminando sus estudios universitarios.

Finalmente, se concluyó que, si bien existe un consumo de alcohol en Quito, la parte con un consumo alto, sobre todo, es el Sur, puesto al ambiente cultural arraigado a las creencias indígenas, el nivel socio económico y la gran importancia a la estigmatización por parte de los demás sectores que favorecen a ratificar el consumo en este territorio (Santillán, 2017).

12.2 Recomendaciones

En base a los hallazgos hechos en la investigación se da apertura a nuevas interrogantes, las cuales son: identificar cómo influyen los factores de riesgo a la hora de percibir e interiorizar las motivaciones, reconocer en qué contexto se corresponden significativamente las motivaciones extrínsecas y el consumo de bebidas alcoholizantes, cómo perjudica esto al ámbito familiar y personal, qué constructos sociales se plantean ante el consumo excesivo de alcohol, entre otras.

Aperturar nuevas aristas investigativas que enfoquen su estudio en las motivaciones

Extrínsecas y el consumo excesivo de alcohol.

Continuar estudiando las motivaciones y los procesos que conlleva tanto interna como externamente la ascensión de factores motivadores para consumir alcohol.

Realizar estudios con muestras más grandes y que procedan de universidades públicas y privadas, diferenciando cada una, para lograr mejor comprensión del estudio y de los datos arrojados. Así mismo, también estudiar diferentes contextos ocupacionales y su perspectiva frente al consumo de alcohol.

Por último, es importante reconocer que esta investigación está orientada a la psicoeducación; por lo tanto, continuar con averiguaciones, comparaciones y demás estudios es de interés para combatir y concientizar sobre el nocivo daño del consumo excesivo de alcohol en nuestra sociedad.

13 Referencias bibliográficas

- Ahumada, J., Gámez, M., & Valdez, C. (2017). El consumo de alcohol como problema de salud pública. *Revista Ra Ximhai*, 13(2). <https://www.redalyc.org/pdf/461/46154510001.pdf>
- Alcohol Justice informa a los defensores de salud y seguridad de California, alarmada. (2020, 06 de Agosto). *Hispanic PR Wire; Miami*. <https://www.proquest.com/wire-feeds/alcohol-justice-informa-los-defensores-de-salud-y/docview/2430690545/se-2?accountid=32861>
- Alonso, M., Alonso, M., Álvarez, J., López, K., Rodríguez, L., & Angélica, N. (2009). Factores de riesgo personales, psicosociales y consumo de alcohol en mujeres adultas. *Revista de Investigación en Enfermería: Imagen y Desarrollo*, 11(1).
<https://www.redalyc.org/pdf/1452/145216898007.pdf>
- Babor, H. S. (2001). *Paho.org*.
https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2009/AUDIT_spa.pdf
- Butler, B. (1992). Espiritualidad y uso de alcohol entre la gente otavaleña. *Revista Sarance*, (16).
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/9928/1/REXTN-SA16-03-Butler.pdf>
- Castellanos, C., & Flórez, L. (2012). Efectos de la entrevista motivacional sobre la motivación autónoma en jóvenes consumidores de alcohol. *Revista de Salud pública*, 14(2).
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-00642012000800007
- Chau, C. (1999). Consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes universitarios: motivaciones y estilos de afrontamiento. *Revista Persona*, 1(2).
doi:<https://doi.org/10.26439/persona1999.n002.702>
- Froján, M., Alpañés, M., Calero, A., & Vargas, I. (2010). Una concepción conductual de la

- motivación en el proceso terapéutico. *Revista Psicothema*, 22(4).
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72715515005>
- Higgins, S., Heil, S., & Lussier, J. (2004). Implicaciones clínicas del reforzamiento como determinante de los trastornos por consumo de sustancias. *Revista Anual de Psicología*, 55. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142033>
- Hurtado, S. (2019). *Motivaciones y patrones de consumo de alcohol en estudiantes de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad Central del Ecuador [Tesis de licenciatura, Universidad Central del Ecuador]*. Repositorio institucional.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18505/1/T-UCE-0007-CPS-121.pdf>
- INEC (2013). *Más de 900 mil ecuatorianos consumen alcohol*.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/mas-de-900-mil-ecuatorianos-consumen-alcohol/>
- Lage, M. (2021). *Abuso de alcohol y deterioro cognitivo: diagnóstico y rehabilitación [Tesis de doctorado, Universidade Da Coruña]*. Base de datos.
https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/27933/LageMuino_Manuel%20Arturo_TD_2021.pdf?sequence=6
- Madero, S. (2019). Factores de la teoría de Herzberg y el impacto de los incentivos en la satisfacción de los trabajadores. *Acta Universitaria*, 29.
[doi:https://doi.org/10.15174/au.2019.2153](https://doi.org/10.15174/au.2019.2153)
- Magar, E., Phillips, L., & Hosie, J. (2008). Personalidad y diferencias individuales. *Revista ScienceDirect*, 45(2). [doi:https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.03.014](https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.03.014)
- Meneses, K., Cisneros, M., & Braganza, M. (2019). Análisis socioeconómico del consumo excesivo de alcohol en Ecuador. *Revista científica de Salud, Bogotá*, 17(2). [doi:i: http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/revsalud/a.7938](http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/revsalud/a.7938)

- OMS (2021). *Plan de Acción Mundial*. https://cdn.who.int/media/docs/default-source/alcohol/alcohol-action-plan/first-draft/global-alcohol-action_plan_first_draft_es.pdf?sfvrsn=59817c21_5
- OPS (2021). *Informe sobre la situación del alcohol y la salud en la Región de las Américas 2020*. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/53579>
- Padilla, D., & Puerta, J. (2011). Terapia cognitiva - conductual (TCC) como tratamiento para la depresión: una revisión del estado del arte. *Revista Duazary*, 8(2).
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=512156315016>
- Palacios, J. (2012). Exploración de los motivos para consumir alcohol en adolescentes. *Revista de Psicología Iberoamericana*, 20(1).
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133924623004>
- Palmero, F., Gómez, C., Carpi, A., & Guerrero, C. (2008). Perspectiva histórica de la psicología de la motivación. *Revista Avances en Psicología Latinoamericana*, 26(2).
<http://www.scielo.org.co/pdf/apl/v26n2/v26n2a4.pdf>
- Pantoja, J. (2010). Expectativas y su relación con el nivel de consumo de alcohol en una población de estudiantes de bachillerato. *Revista Redalyc*, (46).
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37318636005>
- Piña, J. (2009). Motivación en Psicología y salud: motivación no es sinónimo de intención, actitud o percepción de riesgo. *Diversitas: Revista Perspectivas en Psicología*, 5(1).
<http://www.scielo.org.co/pdf/dpp/v5n1/v5n1a03.pdf>
- Rosenthal B., T. (2015). *bibliotecadigital.usb.edu.com*.
<https://bibliotecadigital.usb.edu.co/server/api/core/bitstreams/45d238ac-5d68-4ea0-ae4a-ed371b1c2d0a/content>

Santillán, A. (2017). El sentir frente a la estigmatización territorial. Travesías de topofilia en el Sur de Quito. *Revista INVI*, 32(91). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-83582017000300189>

Terán, M. (2005). *Las motivaciones y el consumo de alcohol en jóvenes universitarios [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Nueva León]*. Base de datos. <http://eprints.uanl.mx/1680/1/1020151772.PDF>

Villavicencio, M., & Mori, J. (2021). *Factores sociodemográficos asociados a la dependencia al alcohol en personas de 20 a 60 años de la parroquia nuestra señora de la alegría en el distrito de San Borja – Lima 2021 [Tesis de especialidad, Universidad Privada Norbert Wiener]*. Repositorio institucional. <http://purl.org/pe-repo/ocde/ford#3.03.03>

14 Anexos

14.1 Anexo I.

Motivaciones intrínsecas y extrínsecas relacionadas al excesivo consumo de alcohol en adultos jóvenes entre 18 a 30 años de edad en la ciudad de Quito durante el 2023.

Consentimiento informado

El presente estudio está aprobado por la Universidad Politécnica Salesiana y llevado a cabo por Leidy Getial, estudiante de noveno semestre de la carrera de Psicología.

PROCEDIMIENTO: Si usted accede a participar en la presente investigación, deberá llenar los documentos que se encuentran a continuación que son: una ficha de datos personales, Test AUDIT y un cuestionario de los motivos para beber alcohol (CMC).

RIESGOS O MOLESTIAS: Este estudio no conlleva ningún riesgo o molestia para los participantes. Sin embargo, de presentar alguna inquietud o molestia, los participantes pueden comunicarse con el siguiente correo electrónico: lgetial@est.ups.edu.ec

BENEFICIOS (INDIVIDUALES Y SOCIALES): No hay beneficios individuales directos, sin embargo, existe un beneficio social que se logrará gracias a su participación, y contribuirá a la generación de nuevos conocimientos contextualizados dentro del medio ecuatoriano, acerca de las motivaciones intrínsecas y extrínsecas relacionadas con el excesivo consumo de alcohol.

CONFIDENCIALIDAD: Los datos personales y resultados obtenidos de su participación serán manejado de manera estrictamente confidencial y no se utilizará para otros fines que no sean propios del estudio. Para ello, la información obtenida codificada numéricamente en un ordenador seguro custodiado únicamente por la investigadora.

COSTOS, INCENTIVOS Y RECOMPENSAS: Usted no recibirá ningún tipo de incentivo físico o monetario por su participación, tampoco deberá pagar nada.

PARTICIPACIÓN VOLUNTARIA: Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Usted puede negarse sin riesgo de ser penalizado por ello.

COMUNICACIÓN Y TRANSFERENCIA DE RESULTADOS: El estudio será compartido y publicado mediante medios de divulgación confiable, no serán enviados de manera personal a ningún participante ni se compartirán datos personales.

CONTACTO

En caso de requerir mayor información comunicarse con Leidy Getial, correo electrónico lgetial@est.ups.edu.ec

Consigna google forms

Revise los siguientes enunciados e indique si está de acuerdo con ello:

- He leído la información sobre el estudio de las motivaciones intrínsecas y extrínsecas relacionadas con el excesivo consumo de alcohol en adultos jóvenes de entre 18 a 30 años de edad.

- Entiendo que mi participación es voluntaria y que puedo negarme o retirarme del

estudio en cualquier momento sin dar explicaciones. Si decido retirarme, mi información será eliminada y destruida de los registros de codificación.

- Entiendo que se hará un manejo confidencial de mis datos personales y de mi identidad que yo decida otorgar.

- Entiendo que los resultados que se obtengan serán utilizados con fines académicos, sin embargo, en caso de que los hallazgos impliquen un riesgo significativo para mi salud comunicarse con la responsable mediante correo electrónico.

- De acuerdo
- En desacuerdo

14.2 Anexo 2.

Test AUDIT

Preguntas	Respuestas	Puntaje
1. ¿Con qué frecuencia consume alguna bebida alcohólica?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nunca<input type="radio"/> Una o menos veces al mes<input type="radio"/> De 2 a 4 veces al mes<input type="radio"/> De 2 a 3 veces a la semana<input type="radio"/> 4 o más veces a la semana	<ul style="list-style-type: none">01234
2. ¿Cuántas bebidas alcohólicas toma en un día normal?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 1 o 2<input type="radio"/> 3 o 4<input type="radio"/> 5 o 6<input type="radio"/> 7, 8, o 9<input type="radio"/> 10 o más	<ul style="list-style-type: none">01234
3. ¿Con qué frecuencia toma 5 o más bebidas alcohólicas en un solo día?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nunca<input type="radio"/> Menos de una vez al mes<input type="radio"/> Mensualmente<input type="radio"/> Semanalmente<input type="radio"/> A diario o casi a diario	<ul style="list-style-type: none">01234
4. ¿Con qué frecuencia en el curso del último año ha sido incapaz de parar de beber una vez había empezado?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nunca<input type="radio"/> Menos de una vez al mes<input type="radio"/> Mensualmente<input type="radio"/> Semanalmente<input type="radio"/> A diario o casi a diario	<ul style="list-style-type: none">01234
5. ¿Con qué frecuencia en el curso del último año no pudo hacer lo que se esperaba de usted porque había bebido?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nunca<input type="radio"/> Menos de una vez al mes<input type="radio"/> Mensualmente<input type="radio"/> Semanalmente<input type="radio"/> A diario o casi a diario	<ul style="list-style-type: none">01234
6. ¿Con qué frecuencia durante el último año ha necesitado un trago por la mañana para ponerse en marcha después de una noche de haber consumido abundante alcohol?	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nunca<input type="radio"/> Menos de una vez al mes<input type="radio"/> Mensualmente<input type="radio"/> Semanalmente<input type="radio"/> A diario o casi a diario	<ul style="list-style-type: none">01234
7. ¿Con qué frecuencia en el curso del último año ha tenido	<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nunca<input type="radio"/> Menos de una vez al mes<input type="radio"/> Mensualmente	<ul style="list-style-type: none">012

remordimientos o sentimientos de culpa después de haber bebido?	<input type="radio"/> Semanalmente <input type="radio"/> A diario o casi a diario	3 4
8. ¿Con qué frecuencia en el curso del último año no ha podido recordar lo que sucedió la noche anterior debido al alcohol?	<input type="radio"/> Nunca <input type="radio"/> Menos de una vez al mes <input type="radio"/> Mensualmente <input type="radio"/> Semanalmente <input type="radio"/> A diario o casi a diario	0 1 2 3 4
9. ¿Usted o alguna otra persona ha resultado lesionado/a como consecuencia de su consumo de alcohol?	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> Sí, pero no en el curso del último año <input type="radio"/> Sí, el último año	0 2 3
10. ¿Ha estado preocupado algún familiar, amigo o profesional sanitario por su consumo de alcohol o le ha sugerido que reduzca su consumo?	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> Sí, pero no en el curso del último año <input type="radio"/> Sí, el último año	0 2 3

14.3 Anexo 3

Cuestionario Motivos del Consumo de alcohol (CMC)

Lea atentamente cada enunciado y responda según su propio criterio marcando el ítem que corresponda; donde; 0 corresponde a CASI NUNCA, 1: POCAS VECES, 2: LA MITAD DE LAS VECES, 3: LA MAYORÍA DE VECES y 4: SIEMPRE.

Preguntas	Casi nunca	Pocas veces	La mitad de las veces	La mayoría de las veces	Siempre
1. Para olvidarme de mis preocupaciones	0	1	2	3	4
2. Porque mis amigos me presionan	0	1	2	3	4
3. Porque me ayuda a disfrutar de una fiesta	0	1	2	3	4
4. Porque me ayuda cuando me siento triste o deprimido	0	1	2	3	4
5. Para ser sociable y hacer más amigos	0	1	2	3	4

6. Para animarme	0	1	2	3	4
7. Porque me gusta cómo me siento cuando lo consumo	0	1	2	3	4
8. Para que otros no se burlen de mi por no tomar	0	1	2	3	4
9. Porque es emocionante	0	1	2	3	4
10. Para embriagarme	0	1	2	3	4
11. Porque hace las reuniones sociales más divertidas	0	1	2	3	4
12. Para pertenecer al grupo que quiero	0	1	2	3	4
13. Porque me da una sensación placentera	0	1	2	3	4
14. Porque mejora las fiestas y celebraciones	0	1	2	3	4

15. Porque me siento más seguro de mis mismo	0	1	2	3	4
16. Para celebrar una ocasión especial con mis amigos	0	1	2	3	4
17. Para olvidarme de mis problemas	0	1	2	3	4
18. Porque es divertido	0	1	2	3	4
19. Para caerles bien a los demás	0	1	2	3	4
20. Para sentir que me incluyen amigos y compañeros	0	1	2	3	4
Total					