



FACULTAD DE PSICOLOGÍA

MOTIVACIÓN AL CONSUMO DE ALCOHOL Y APOYO SOCIAL PERCIBIDO EN ESTUDIANTES DE UN COLEGIO EN SAN JUAN DE LURIGANCHO

Línea de investigación:
Psicología de los procesos básicos y psicología educativa

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Psicología

Autora

Guillen Plasencia, Karla Alessandra

Asesor

Portocarrero Ramos, Carlos Alberto

ORCID: 0000-0001-8874-2348

Jurado

Díaz Hamada, Luis Alberto

Hervias Guerra, Edmundo Magno

Henostroza Mota, Carmela Reynalda

Lima - Perú

2026



MOTIVACIÓN AL CONSUMO DE ALCOHOL Y APOYO SOCIAL PERCIBIDO EN ESTUDIANTES DE UN COLEGIO EN SAN JUAN DE LURIGANCHO

INFORME DE ORIGINALIDAD

30%

INDICE DE SIMILITUD

27%

FUENTES DE INTERNET

15%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

1library.co

Fuente de Internet

2%

2

repositorio.uflo.edu.ar

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

Submitted to Universidad Autónoma de
Nuevo León

Trabajo del estudiante

1%

5

alicia.concytec.gob.pe

Fuente de Internet

1%

6

www.coursehero.com

Fuente de Internet

1%

7

repositorio.unsa.edu.pe

Fuente de Internet

1%

8

Pedro González Angulo. "Modelo explicativo de factores protectores socio ecologicos del consumo de alcohol en jóvenes universitarios", Universidade de Sao Paulo, Agencia USP de Gestao da Informacao Academica (AGUIA), 2022

Publicación

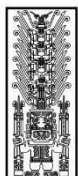
1%

9

repositorio.autonoma.edu.pe

Fuente de Internet

1%



FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**MOTIVACIÓN AL CONSUMO DE ALCOHOL Y APOYO SOCIAL PERCIBIDO EN ESTUDIANTES
DE UN COLEGIO EN SAN JUAN DE LURIGANCHO**

**Línea de investigación:
Psicología de los procesos básicos y psicología educativa**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Psicología

Autora

Guillen Plasencia, Karla Alessandra

Asesor

Portocarrero Ramos, Carlos Alberto

ORCID: 0000-0001-8874-2348

Jurado

Díaz Hamada, Luis Alberto

Hervias Guerra, Edmundo Magno

Henostroza Mota, Carmela Reynalda

Lima - Perú

2026

Pensamientos

"Siempre parece imposible hasta que se
hace".

- Nelson Mandela.

“El conocimiento adquiere sentido cuando
se pone al servicio de los demás.”

- Paulo Freire

Dedicatoria

A Adonai, por permitirme llegar hasta aquí y hacer
posible este logro.

A mis padres, por su apoyo constante, paciencia y
confianza a lo largo de todo este proceso.

Y a mí gatito Dingo, fiel compañero de largas
noches de trabajo, cuya silenciosa presencia
hizo más llevadero cada esfuerzo.

Agradecimiento

A Adonai, por brindarme fortaleza y guía durante
este proceso.

A mis padres, por su apoyo y por hacer posible mi
formación profesional.

Al Dr. Carlos Portocarrero, por su orientación y
acompañamiento profesional en la
culminación de esta investigación.

Finalmente, agradezco a la Universidad Nacional
Federico Villarreal y a todas las personas que
contribuyeron al logro de este objetivo
académico.

Índice

Resumen	ix
Abstrac	x
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Descripción y formulación del problema	2
1.2. Antecedentes	4
<i>1.2.1. Antecedentes Nacionales</i>	4
<i>1.2.2. Antecedente Internacionales</i>	5
1.3. Objetivos	7
<i>1.3.1. Objetivo general</i>	7
<i>1.3.2. Objetivos específicos</i>	7
1.4. Justificación.....	8
1.5. Hipótesis.....	9
<i>1.5.1 Hipótesis general</i>	9
<i>1.5.2. Hipótesis específicas</i>	9
II. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Bases teóricas sobre el tema de Investigación	10
<i>2.1.1. Motivación al consumo de alcohol</i>	10
<i>2.1.2. Apoyo social</i>	13
III. MÉTODO	17
3.1. Tipo de Investigación	17
3.2. Ámbito temporal y espacial.....	18

3.3. Variables.....	18
3.4. Población y muestra	20
3.5. Instrumentos	21
3.6. Procedimientos	25
3.7. Análisis de datos.....	26
3.8. Consideraciones éticas	27
IV. RESULTADOS	28
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	33
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	39
VIII.REFERENCIAS	40
IX. ANEXOS	51
Anexo A. Ficha Sociodemográfica	51
Anexo B. Cuestionario de Motivos para el Consumo de Alcohol (CMC).....	52
Anexo C. Escala multidimensional de apoyo social percibido (MSPSS)	53
Anexo D. Matriz de consistencia correlacional	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definición operacional de la variable motivación al consumo de alcohol	18
Tabla 2. Definición operacional de la variable apoyo social percibido	19
Tabla 3. Índices de ajuste del cuestionario de motivación al consumo de alcohol	22
Tabla 4. Análisis de confiabilidad del cuestionario de motivación al consumo de alcohol ...	23
Tabla 5. Índices de ajuste del cuestionario de la escala multidimensional de apoyo social percibido	24
Tabla 6. Cargas factoriales del modelo de la escala multidimensional de apoyo social percibido	24
Tabla 7. Análisis de confiabilidad de la escala de apoyo social percibido	25
Tabla 8. Niveles del Cuestionario de Motivos para el Consumo de Alcohol según grado....	28
Tabla 9. Niveles del Cuestionario de Motivos para el Consumo de Alcohol según sexo	29
Tabla 10. Niveles de la Escala Multidimensional de Apoyo Social Percibido según grado	29
Tabla 11. Niveles de la Escala Multidimensional de Apoyo Social Percibido según grado	30
Tabla 12. Prueba de normalidad de los instrumentos	30
Tabla 13. Correlación entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido	31

Tabla 14. Correlación entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido según sexo	31
Tabla 15. Correlación entre las dimensiones de motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema de investigación correlacional	17
---	----

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo determinar cómo se manifiestan y se relacionan la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio de San Juan de Lurigancho. La investigación fue de enfoque cuantitativo, con un diseño correlacional y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 300 estudiantes de 3° a 5° de secundaria, a quienes se les aplicó una ficha sociodemográfica, el Cuestionario de Motivos para el Consumo de Alcohol y la Escala Multidimensional de Apoyo Social Percibido. Los resultados evidenciaron una correlación negativa (-0.623) entre las variables del estudio. En relación con la motivación al consumo de alcohol, se observó un incremento progresivo de acuerdo al grado escolar, registrándose un 52.4% en tercer grado, 62.7% en cuarto grado y 67.8% en quinto grado. Según el sexo, el 42.8% de las estudiantes mujeres presentó motivación baja mientras que los varones reportaron mayor motivación media (70.7%). En cuanto al apoyo social percibido, predominó el nivel medio en tercer, cuarto y quinto grado (53.3%, 66.7% y 74.0%). Asimismo, las mujeres presentaron mayor apoyo social alto (41%) que los varones. Se hallaron correlaciones negativas entre las variables en cuanto al sexo, así como entre todas las dimensiones de la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido. En conclusión, existe una relación inversa entre las variables de estudio, lo que indica que mayores niveles de motivación al consumo de alcohol, menores niveles de apoyo social percibido en estudiantes.

Palabras clave: motivación al consumo de alcohol, apoyo social percibido, adolescentes, educación secundaria.

Abstract

The present study aimed to determine how alcohol consumption motivation and perceived social support manifest and relate among students from a school in San Juan de Lurigancho. The research followed a quantitative approach with a correlational and cross-sectional design. The sample consisted of 300 students from the 3rd to the 5th year of secondary school, who completed a sociodemographic questionnaire, the Drinking Motives Questionnaire, and the Multidimensional Scale of Perceived Social Support. The results revealed a negative correlation (-0.623) between the study variables. Regarding alcohol consumption motivation, a progressive increase was observed according to school grade, with 52.4% in third grade, 62.7% in fourth grade, and 67.8% in fifth grade. According to sex, 42.8% of female students presented low motivation, whereas male students reported higher moderate motivation levels (70.7%). Concerning perceived social support, the medium level predominated in third, fourth, and fifth grade students (53.3%, 66.7%, and 74.0%, respectively). Likewise, female students reported higher levels of high perceived social support (41%) compared to male students. Negative correlations were found between the variables according to sex, as well as between all dimensions of alcohol consumption motivation and perceived social support. In conclusion, an inverse relationship exists between the study variables, indicating that higher levels of alcohol consumption motivation are associated with lower levels of perceived social support among students.

Keywords: motivation for alcohol consumption, perceived social support, adolescents, secondary education.

I. INTRODUCCIÓN

La adolescencia es una etapa del desarrollo caracterizada por importantes transformaciones a nivel biológico, psicológico y social, las cuales influyen de manera directa en la toma de decisiones y en la adopción de conductas relacionadas con la salud (Organización Mundial de la Salud, 2020). Durante este período, los adolescentes se encuentran especialmente expuestos a la influencia del entorno familiar, social y escolar, lo que puede favorecer tanto conductas adaptativas como comportamientos de riesgo (Temporelli y Viego, 2024).

Entre dichas conductas, el consumo de alcohol se ha posicionado como un fenómeno de interés para la psicología, no solo por su frecuencia en edades tempranas, sino por las implicancias que tiene en el desarrollo emocional, social y académico. Desde esta perspectiva, resulta necesario analizar los procesos psicológicos y sociales que subyacen al consumo, más allá de su prevalencia o consecuencias, centrándose en los factores que lo explican y modulan (Trucco, 2020).

En este sentido, la motivación al consumo de alcohol permite comprender las razones que impulsan a los adolescentes a involucrarse en dicha conducta, mientras que el apoyo social percibido se reconoce como un recurso psicosocial clave que influye en la forma en que los estudiantes enfrentan las demandas propias de esta etapa evolutiva (Handren et al., 2016). La interacción entre ambas variables resulta especialmente relevante, ya que el soporte emocional y social puede desempeñar un papel modulador frente a las motivaciones que favorecen el consumo (Hamdan, 2016).

A pesar de la relevancia teórica y práctica de estas variables, aún es necesario profundizar en su estudio conjunto dentro del contexto escolar, considerando las particularidades sociales de cada realidad. Analizar esta relación permite ampliar la comprensión del fenómeno desde una perspectiva preventiva y aportar evidencia útil para el

diseño de intervenciones psicológicas orientadas al fortalecimiento de factores protectores en adolescentes.

Para tal efecto, el presente trabajo de investigación se ha estructurado de la siguiente manera: en el primer capítulo se aborda la problemática de estudio, los antecedentes, los objetivos, la justificación y las hipótesis. En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico que sustenta las variables de investigación. En el tercer capítulo se expone la metodología empleada, detallando el enfoque, el diseño, la población y muestra, los instrumentos y los procedimientos utilizados. En el cuarto capítulo se presentan los resultados obtenidos; en el quinto capítulo se realiza la discusión de los hallazgos; y finalmente, en el sexto y séptimo capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio.

1.1. Descripción y formulación del problema

El consumo de alcohol es un problema de salud pública que afecta a muchos jóvenes, especialmente en la etapa de secundaria. En el Perú, el consumo de alcohol es común entre los estudiantes universitarios, sin embargo, se han reportado más de 5300 casos de adolescentes con trastornos del consumo de alcohol en los diferentes establecimientos de salud del Ministerio de Salud (Minsa, 2024). Asimismo, la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida (DEVIDA, 2018), reportó que en el 2020 un 25% de estudiantes de secundaria (438000) alguna vez había consumido alcohol y que un 17.5% (259000) consumió en los últimos 12 meses.

Esta problemática tiene consecuencias negativas en la salud de los adolescentes. La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018), menciona que el consumo de alcohol es la causa principal de muerte entre los jóvenes de 15 a 29 años. Además, el consumo en la adolescencia se asocia con un aumento en el riesgo de problemas de salud mental, como la depresión y el estrés, así como con un aumento en el riesgo de accidentes y violencia.

Por ello es importante conocer las motivaciones que tienen los adolescentes para consumir alcohol, dado que están en una etapa crítica de desarrollo, en la que están experimentando cambios significativos en su cuerpo y su mente. El consumo de alcohol puede ser un modo de escapar de estos cambios y de la presión social (Soriano y Jiménez, 2022).

Uno de los factores claves es el apoyo social percibido el cual se refiere a la cantidad de apoyo emocional que los padres, familiares y amigos proporcionan a los jóvenes (Hawkins et al., 1992). Se ha encontrado que el apoyo social es un factor protector contra el consumo de alcohol, ya que los jóvenes que reciben un apoyo social más alto tienen un consumo de alcohol más bajo (Parra, 2018).

La familia y los amigos tienen influencia mayoritaria en el comportamiento de los adolescentes (Ruiz et al., 2018), dado que los recursos psicológicos y afectivos, brindados por ellos, pueden ser activados para abordar diferentes situaciones de riesgo que surjan durante el desarrollo adolescente (Quintero y Ramírez, 2022). Sin embargo, a nivel nacional, no se ha investigado cómo estos temas (motivación al consumo de alcohol y apoyo social percibido) se relacionan entre sí y cómo afectan a los estudiantes de secundaria por lo que la información es escasa.

Es importante entender cómo la motivación al consumo de alcohol está relacionada con el apoyo social percibido en estudiantes de secundaria de un colegio de San Juan de Lurigancho, ya que esto puede ayudar a desarrollar estrategias más efectivas para prevenir y reducir el consumo de alcohol y potenciar los factores protectores para una mejor intervención. De acuerdo con lo anteriormente planteado, se formula la siguiente interrogante: ¿Cómo se manifiestan y se relacionan la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho?

1.2. Antecedentes

1.2.1. Antecedentes Nacionales

Cárdenas (2023), realizó una investigación titulada “Motivaciones para el consumo de alcohol y bienestar psicológico en adolescentes de un centro educativo del distrito de San Juan de Lurigancho” con el objetivo de determinar los niveles de motivaciones para el consumo de alcohol en adolescentes de un colegio. Su estudio fue de tipo descriptivo comparativo – correlacional y contó con una muestra de 244 escolares entre hombres y mujeres. Aplicó el Cuestionario de Motivos para el Consumo de Alcohol de Cooper y la Escala de Bienestar Psicológico para adolescentes de González y Andrade. Con relación a sus resultados, encontró que el 10,7% y 13,5% presentaron un nivel moderado y alto, mientras que el 71,7% y 10,7% un nivel muy bajo y bajo respectivamente. Además, halló que existe una relación negativa alta y muy significativa entre la motivación para el consumo de alcohol con el bienestar psicológico. A partir de lo mencionado concluyó que, a mayor bienestar psicológico, menor serán las motivaciones al consumo de alcohol.

Por otro lado, Peñafiel (2020) realizó una investigación con el objetivo de diagnosticar las causas y consecuencias del consumo de alcohol en estudiantes de una institución educativa. El estudio, de tipo descriptivo y con diseño no experimental, incluyó una muestra de adolescentes de 14 y 15 años con antecedentes de consumo de alcohol. Peñafiel utilizó un cuestionario de su propia creación sobre las causas y consecuencias del consumo de alcohol. Los resultados mostraron que las causas con los puntajes más altos eran las sociales y psicológicas, con más del 40%. En cuanto a las causas sociales, las más destacadas fueron la presión del grupo y la influencia de los medios, mientras que, entre las causas psicológicas, el principal motivo fue el deseo de divertirse. Finalmente, concluye que las causas biológicas, sociales y psicológicas influyen de manera significativa en el consumo de alcohol entre los adolescentes.

De igual manera, Ccora y Diego (2019) realizaron un estudio para determinar la relación entre motivación y consumo de alcohol en estudiantes de quinto grado de secundaria en una institución educativa de Huancavelica. Su estudio fue descriptivo correlacional con un diseño no experimental y contó con una muestra de 27 estudiantes. Utilizaron un cuestionario sobre motivos de consumo de alcohol y una prueba para identificar trastornos relacionados con el consumo de alcohol. Sus resultados mostraron que la mayoría de los estudiantes tenía un consumo de riesgo (18.5%) y consumo perjudicial (3.7%) debido a motivaciones extrínsecas. En cuanto a la correlación, encontraron un valor de 0.85, lo que indica una relación positiva y fuerte. Concluyeron que, a mayor motivación, mayor consumo de alcohol.

1.2.2. Antecedente Internacionales

Sánchez et al. (2024), realizaron un estudio con el objetivo de conocer las motivaciones que tienen los adolescentes para consumir alcohol, para ello utilizaron una metodología cualitativa con grupos de discusión. Su población fue de 131 adolescentes de nueve institutos educativos en España. Los autores encontraron en los resultados que las motivaciones al consumo de alcohol podían dividirse en seis dimensiones tales como: búsqueda de diversión, reducción del malestar, presión social, como iniciación a la adultez, disponibilidad y bajo riesgo. Además, en el caso de las chicas su consumo era mayor por malestar emocional y en el caso de los chicos por aceptación social. Al final concluyeron, que los adolescentes se ven influidos por presiones directas o indirectas siendo las situaciones sociales claves en el consumo.

Sjödín et al. (2021), realizaron una investigación titulada “Drinking motives and their associations with alcohol use among adolescents in Sweden”, con el objetivo de examinar la predominancia de motivos para consumir alcohol y como están asociados a la frecuencia de consumo en adolescentes en Suecia. Su estudio fue de tipo cuantitativo correlacional y de diseño no experimental transversal. Utilizaron una muestra de 5549 adolescentes entre hombres

y mujeres de edades entre 15 y 16 años. Para ello aplicaron el Cuestionario de motivos de consumo de alcohol revisado y modificado (DMQ-R modificado), debido a que contaron con solo 18 ítems para su uso. Frente a ello los autores hallaron que los motivos sociales fueron los más comunes para el consumo de alcohol, mientras que los motivos de afrontamiento fueron los que más destacaron en el género femenino. Al final llegaron a la conclusión que los motivos de consumo de alcohol más frecuentes eran los de acercamiento, sociales y de mejora.

Ortiz et al. (2019), desarrollaron un estudio para analizar la relación entre el apoyo social percibido a través de Facebook, el apoyo social familiar y de amigos y el consumo de alcohol en adolescentes en Cuba. Su metodología fue cuantitativa de tipo descriptivo - correlacional. Tuvieron una muestra de 1235 adolescentes entre edades de 11 a 15 años a la cual aplicaron la escala de apoyo social familiar y de amigos y la prueba de identificación de desórdenes por uso de alcohol. En los resultados hallaron que el apoyo social familiar y de amigos correlacionó negativamente con un valor de $-.10$ y que el apoyo social percibido por amigos se correlacionó de manera positiva con un valor de $.12$. Esto los llevó a la conclusión de que a mayor apoyo social familiar y de amigos menor sería el consumo de alcohol. Así también, a mayor apoyo social de amigos, mayor era el consumo de alcohol en los adolescentes.

En cuanto al apoyo social percibido, la investigación realizada por Parra (2018) en Chile, tuvo como objetivo evaluar la influencia de la autoeficacia y el apoyo social sobre el consumo de alcohol en estudiantes universitarios. Su estudio fue de tipo cuantitativo con diseño descriptivo - correlacional y tuvo como muestra a 248 estudiantes. Utilizó la escala de autoeficacia generalizada, escala multidimensional de apoyo social y el test de identificación de los trastornos debido al consumo de alcohol. Los resultados de la autora mostraron que el apoyo social se relacionaba negativamente ($-0,06$) con el consumo de alcohol en los estudiantes de ciencias sociales. Así mismo, el apoyo social familiar se relacionaba de manera negativa ($-0,04$ y $-0,19$) con el consumo de alcohol, tanto para estudiantes de ingeniería como de ciencias

sociales. Referente a esto, la autora concluyó que, a mayor apoyo social y familiar, menor será el consumo de alcohol en los estudiantes de ingeniería y ciencias sociales.

Así mismo, Musitu et al. (2007) realizaron un estudio sobre las relaciones entre el funcionamiento familiar, la percepción de apoyo social y el consumo de sustancias, incluido el alcohol. Su investigación fue correlacional, con un diseño no experimental y de corte transversal, y su muestra incluyó a 625 adolescentes valencianos. Utilizaron la Escala de Evaluación del Sistema Familiar, la Escala de Apoyo Social y Cuestionario de Consumo de Sustancias. Los autores encontraron una correlación negativa entre el apoyo social y el consumo de sustancias. Los autores concluyeron que el apoyo social percibido por parte de los miembros de la familia tiene un factor protector contra el consumo de sustancias.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar cómo se manifiestan y se relacionan la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio de San Juan de Lurigancho.

1.3.2. Objetivos específicos

- Describir la motivación al consumo de alcohol en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho.
- Describir el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho.
- Determinar la relación entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio de San Juan de Lurigancho.
- Determinar la relación entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio de San Juan de Lurigancho, según el sexo.

- Determinar la relación entre las dimensiones de la motivación al consumo de alcohol con el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho.

1.4. Justificación

El consumo de alcohol en estudiantes de secundaria es una preocupación creciente en la sociedad, ya que está asociado con diversos problemas de salud física, mental y social. Por lo tanto, es importante comprender cuáles son las motivaciones que influyen en las decisiones relacionadas con el consumo de alcohol y los factores protectores, como el apoyo social percibido, para mejorar la prevención.

Sin embargo, los estudios que relacionan estas dos variables son escasos. Por ello, la investigación busca generar un mayor impacto para fomentar la realización de más trabajos que exploren los aspectos críticos que contribuyen significativamente a esta problemática.

Desde un punto de vista práctico, investigar la relación entre la motivación para el consumo de alcohol y el apoyo social familiar percibido en estudiantes de secundaria permitirá identificar patrones y determinantes específicos que pueden estar impulsando este comportamiento. Esto es crucial para el desarrollo de programas de prevención y tratamiento personalizados que aborden las necesidades individuales, como intervenciones dirigidas a fortalecer las relaciones familiares o el apoyo emocional.

A nivel social, esta investigación permitirá comprender la relevancia no solo a nivel individual, sino también en relación con la comunidad y la sociedad en su conjunto. El alcoholismo y los problemas asociados pueden conducir a conflictos familiares, problemas de rendimiento académico, comportamientos delictivos y riesgos para la salud pública. Por ello, entender cómo se relacionan la motivación para el consumo de alcohol y el apoyo social percibido puede contribuir a la creación de políticas y programas sociales más efectivos y centrados en la prevención.

1.5. Hipótesis

1.5.1 *Hipótesis general*

- Se plantea que predominarían niveles moderados de motivación al consumo de alcohol y apoyo social percibido en estudiantes de un colegio de San Juan de Lurigancho. Asimismo, se presume la existencia de una relación inversa entre ambas variables.

1.5.2. *Hipótesis específicas*

- Existe una relación inversa entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio de San Juan de Lurigancho.
- Existe una relación inversa entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en estudiantes masculinos y femeninos de un colegio de San Juan de Lurigancho.
- Existe una relación inversa entre las dimensiones de la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio de San Juan de Lurigancho.

Debido a que se formularon objetivos específicos de carácter descriptivo, estos no estuvieron orientados a la comprobación de hipótesis (Salas, 2018); por ello, no se plantearon hipótesis específicas para dichos objetivos.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas sobre el tema de Investigación

2.1.1. *Motivación al consumo de alcohol*

Son las razones y factores que impulsan a los individuos a consumir bebidas alcohólicas (Cooper, 1994). En el contexto de los adolescentes, esta motivación puede entenderse como un conjunto de deseos, necesidades y presiones que llevan a los jóvenes a iniciar y mantener el consumo de alcohol. Según Cansado (2024), las motivaciones pueden ser tanto positivas (como el deseo de socializar y divertirse) como negativas (como el deseo de escapar de problemas emocionales o situaciones estresantes).

2.1.1.1. Teorías y modelos de la motivación al consumo de alcohol. Seguidamente, se presentan los modelos teóricos que explican las motivaciones al consumo de alcohol, los cuales permiten comprender mejor los factores involucrados:

A. Modelo Motivacional de Cox y Klinger (1988). Esta propuesta sostiene que la conducta de beber no es aleatoria, sino que responde a procesos motivacionales orientados a la regulación emocional, basados en la anticipación de cambios afectivos deseados. En este sentido, el consumo se explica por la evaluación subjetiva que realiza la persona respecto a los beneficios y costos percibidos, en función de sus necesidades emocionales y del contexto en el que se encuentra.

Desde este modelo, los motivos para beber se organizan principalmente en dos grandes dimensiones:

- Motivos de afrontamiento, que implican el uso del alcohol como una estrategia para reducir o evitar estados emocionales negativos, tales como estrés, ansiedad, tristeza o malestar psicológico.

- Motivos de reforzamiento positivo, asociados a la búsqueda de experiencias placenteras, el incremento del estado de ánimo positivo, la facilitación de la interacción social o la percepción de mayor seguridad personal.

Un componente central del modelo lo constituyen las expectativas sobre los efectos del alcohol, entendidas como las creencias cognitivas que las personas desarrollan respecto a las consecuencias emocionales, conductuales y sociales de su consumo. Asimismo, el modelo reconoce la influencia de diversos factores contextuales y personales, tales como experiencias previas, características individuales y el entorno social.

B. Modelo motivacional de Cooper. Por otro lado, Cooper (1994) explica el consumo de alcohol a partir de cuatro tipos de motivos:

- Afrontamiento, orientado a reducir estados emocionales negativos.
- Mejora, dirigido a intensificar emociones positivas.
- Social, vinculado a la obtención de recompensas sociales
- Conformidad, relacionado con la evitación del rechazo social.

Este modelo, basado en la propuesta de Cox y Klinger, permite comprender las razones subyacentes al consumo y su relación con los patrones de ingesta y características individuales, siendo operacionalizado a través del Cuestionario de Motivos para el Consumo de Alcohol.

C. Teoría de la Presión Social. Esta teoría sugiere que la influencia de los pares es un factor determinante en el consumo de alcohol entre adolescentes, como se ha reflejado en varios estudios (Pérez et al., 2020; Rodríguez et al., 2014; Álvarez et al., 2010). Los jóvenes son particularmente susceptibles a la presión social, lo que puede llevar a comportamientos de consumo que de otro modo no adoptarían (Terrero et al., 2021). La percepción de que “todos están bebiendo” puede ser un fuerte motivador para que un adolescente se sienta obligado a participar.

D. Teoría del Aprendizaje Social. Propuesta por Albert Bandura en 1977, la teoría del aprendizaje social sostiene que los comportamientos se aprenden observando a otros. Los adolescentes pueden imitar el consumo de alcohol que ven en sus amigos, familiares o figuras públicas, reforzando la idea de que el consumo es un comportamiento aceptable y deseable.

2.1.1.2. Consumo de alcohol en adolescentes. En América Latina y el Caribe, el consumo de alcohol es alarmantemente alto, comenzando en promedio a los 11,7 años, una edad en la que los adolescentes no comprenden completamente los riesgos involucrados (DEVIDA, 2018). En Perú, incluso niños de 8 y 9 años ya están empezando a consumir alcohol, y las encuestas muestran que la diferencia en el consumo entre varones y mujeres se ha reducido notablemente (Villanueva, 2019).

Este patrón muestra un aumento en cantidad y frecuencia, además de una disminución en la edad de inicio. El MINSA (2024) informó que el 59,7% de las personas de 12 a 18 años ha consumido alcohol. Por otro lado, Cabanillas (2020) observó en 2017 un cambio significativo en el consumo de alcohol entre los estudiantes de secundaria, con una mayor prevalencia anual en las mujeres en comparación con los hombres (19,5% frente a 15,5%, respectivamente).

El consumo de alcohol en adolescentes está vinculado a una serie de consecuencias negativas, que incluyen problemas de salud como enfermedades hepáticas, trastornos asociados como la ansiedad y la depresión, y problemas cognitivos y ejecutivos (Sampedro et al., 2022). Además, puede aumentar la probabilidad de conductas de riesgo, como el sexo sin protección, la violencia y la conducción bajo los efectos del alcohol. También puede afectar el rendimiento académico, al llevar a la falta de concentración y problemas de asistencia (Carranza y Silvia, 2019; Carrasco et al., 2021; Ramos et al., 2020).

2.1.1.3. Factores de consumo. Para Sánchez et al. (2024) los factores más comunes de consumo son:

A. Factores Sociales. La presión de grupo es un factor importante, ya que la necesidad de aceptación y pertenencia puede llevar a los adolescentes a consumir alcohol. A su vez, los amigos y compañeros juegan un papel crucial en la decisión de beber. Las normas culturales también son significativas; en Perú, el consumo de alcohol es visto como un rito de paso o una actividad social normalizada, lo que puede influir en las decisiones de los adolescentes (Molina y Salazar, 2022).

B. Factores Emocionales. Según un artículo periodístico de la BBC “¿Por qué es tan común consumir alcohol para enfrentar nuestros problemas?” (2018), muchos adolescentes utilizan el alcohol como una forma de afrontar el estrés, la ansiedad o la depresión, especialmente en contextos escolares o familiares difíciles. Más aún, la adolescencia es una etapa de búsqueda de identidad, y el consumo de alcohol puede ser visto como una forma de explorar la independencia y la adultez (Papalia et al., 2017).

C. Factores Ambientales. La facilidad con la que los adolescentes pueden obtener alcohol es un factor crítico. Según Uroz et al. (2018), la disponibilidad en el hogar y en eventos sociales puede aumentar el consumo. Asimismo, los patrones de consumo en la familia también pueden influir en las decisiones de los adolescentes. Un entorno donde el consumo de alcohol es común puede normalizar este comportamiento.

2.1.2. Apoyo social

No existe una definición consensuada de lo que es el apoyo social; sin embargo, un estudio realizado por Aranda y Pando (2014) permite generar una definición basada en lo planteado por varios autores. De manera general, el apoyo social se define como la asistencia emocional, instrumental y evaluativa que las personas reciben de su entorno social, incluyendo amigos, familiares y colegas.

Este apoyo se manifiesta a través de interacciones que transmiten sentimientos de cuidado, aceptación y valor, contribuyendo al bienestar psicológico y físico del individuo (Orcasita y Rodríguez, 2010), reforzando la percepción de ser amado y valorado, lo cual es fundamental para la integración social y el desarrollo adecuado del adolescente (Cordero, 2024).

Por otro lado, el apoyo social percibido se refiere a la percepción que tiene un individuo sobre la disponibilidad y accesibilidad del apoyo social en momentos de necesidad (Gracia, 1997). Esta percepción es crucial, ya que influye en cómo las personas enfrentan diferentes situaciones; quienes sienten que cuentan con un sólido respaldo social tienden a experimentar un mayor bienestar emocional (Barrón y Sánchez, 2001).

2.1.2.1. Modelos teóricos del apoyo social percibido. A continuación, se muestran los modelos claves para el desarrollo de esta variable:

A. Modelo Teórico de House (1981). Para House el apoyo social es un proceso de intercambio interpersonal mediante el cual las personas reciben recursos tanto psicológicos como materiales que facilitan una mejor adaptación al entorno. Por ello, plantea cuatro modalidades fundamentales:

- Apoyo emocional, relacionado a la empatía, amor, confianza y cuidado.
- Apoyo instrumental, referente a la ayuda directa, servicios o recursos materiales.
- Apoyo informativo, que son los consejos, orientación y sugerencias.
- Apoyo evaluativo, que es la información para la autoevaluación y afirmación de la autoestima.

B. Modelo Teórico de Tardy (1985). Desarrolla un enfoque multidimensional del apoyo social compuesto por cinco ejes analíticos: dirección (apoyo otorgado o recibido), disposición (percepción de la cantidad y calidad), contenido (emocional, instrumental, informativo o de appraisal), red de procedencia (familia, amistades u otros significativos) y

enunciado (formulación evaluativa o descriptiva). Este planteamiento pone el acento en una medición subjetiva y rigurosa del apoyo percibido.

2.1.2.2. Tipos de apoyo social. Barrón (1996) describe los tipos de apoyo social, que se derivan de las concepciones de apoyo social, como la integración, las relaciones de calidad, la ayuda percibida y la actualización de conductas de apoyo:

A. Apoyo emocional. Se centra en hacer que la persona se sienta valorada y aceptada, lo que puede ser fundamental en momentos de crisis.

B. Apoyo instrumental. Este tipo de apoyo es crucial en situaciones donde se requiere una intervención directa para resolver problemas específicos.

C. Apoyo informativo. Implica ofrecer consejos, orientación y sugerencias útiles que permitan a la persona resolver problemas o tomar decisiones informadas.

D. Apoyo de interacción social positiva. Se relaciona con la creación de oportunidades para socializar y participar en actividades recreativas. Fomenta un sentido de pertenencia y conexión social, lo que puede ser beneficioso para la salud mental.

2.1.2.3. Impacto en adolescentes. El apoyo social percibido tiene un impacto positivo en la salud mental debido a que se asocia con mejores resultados psicológicos y una menor probabilidad de involucrarse en comportamientos de riesgo (Jiménez y Sánchez, 2022; Baltazara y Mamani, 2022; Jiménez et al., 2017), como el consumo de alcohol y otras conductas de riesgo. La percepción de apoyo social actúa como un factor protector, facilitando la resiliencia y el afrontamiento de adversidades durante esta etapa crítica del desarrollo.

Investigaciones realizadas por Musitu et al. (2007) y Musitu y Cava (2003) han observado que la percepción de la ausencia de apoyo social se identifica como un factor de riesgo asociado con el consumo de alcohol, siendo los factores involucrados la familia (cultura y estilos de crianza) y los amigos (presión de grupo y aceptación). Por ello, el fortalecimiento de las redes de apoyo social y la promoción de relaciones interpersonales saludables pueden

desempeñar un papel crucial en la prevención del consumo de alcohol, al proporcionar un entorno de apoyo emocional y social que mitigue la influencia de factores de riesgo asociados con este comportamiento.

III. MÉTODO

3.1. Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo básica, ya que tiene como objetivo examinar o generar hechos con el propósito de expandir el conocimiento científico (Muñoz, 2015). Además, es cuantitativa, dado que utiliza el análisis estadístico para examinar aspectos de interés relacionados con el objeto de estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

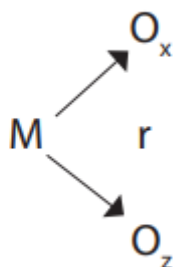
El estudio amplía el conocimiento sobre las motivaciones para el consumo de alcohol y el apoyo social percibido en adolescentes, a través de la aplicación de pruebas como cuestionarios o escalas.

Es de diseño correlacional, ya que busca determinar la relación o grado de asociación entre dos o más variables (Hernández et al., 2014); no experimental, dado que no implica la manipulación de variables; y de corte transversal, ya que se llevó a cabo en un período de tiempo específico (Salgado, 2018).

En este sentido, la investigación busca determinar si existe una relación entre la motivación para el consumo de alcohol y el apoyo social percibido en estudiantes de secundaria, en un único momento y sin modificar las variables.

Figura 1

Esquema de investigación correlacional



M: Muestra: 300 estudiantes de secundaria de una institución educativa en Huáscar

OX: Variable x: Motivación al consumo de alcohol

OZ: Variable z: Apoyo social percibido

r: relación

3.2. Ámbito temporal y espacial

El estudio se llevó a cabo entre los meses de mayo del 2025 hasta diciembre del año 2025 y la recolección de datos se realizó en el mes de agosto donde se aplicaron las pruebas para su posterior análisis.

El lugar de ejecución fue un colegio ubicado en Huáscar, en el distrito de San Juan de Lurigancho de Lima. Esto nos permitió observar las particularidades, tanto sociales como culturales de las variables de interés.

3.3. Variables

3.3.1. Motivación al consumo de alcohol

- **Definición conceptual:** Se refiere a las necesidades o factores internos y externos que impulsan a un individuo a consumir bebidas alcohólicas (Cooper, 1994).
- **Definición operacional:** Es el puntaje que el evaluado obtiene al responder el Cuestionario de Motivos para el Consumo de Alcohol (CMC) de Cooper, conformado por 4 dimensiones y 20 ítems.

Tabla 1

Definición operacional de la variable motivación al consumo de alcohol

Dimensiones	Indicadores (Ítems)	Escala de respuesta	Rango	Nivel de medición
Motivos para manejar los	1, 4, 6, 15, 17			

problemas o de		Nunca = 0		
afrontamiento		Casi nunca= 1		
Motivos para	2, 8, 12, 19,	pocas veces= 2		
tener	20	La mitad de las	Alto = 80 – 120	
conformidad con		veces = 3	Medio = 40 – 79	Ordinal
su vida		La mayoría de las	Bajo = 0 -39	
Motivos sociales	3, 5, 11, 14,	veces = 4		
	16	Siempre= 5		
Motivos para	7, 9, 10, 13,			
sobresalir o de	18			
realce				

3.3.2. Apoyo social percibido

- **Definición conceptual:** Se define como la percepción que tiene un individuo sobre el nivel de apoyo emocional, instrumental y de información que recibe de su entorno social, como amigos, familiares y otras redes sociales, y que llevan a la persona a sentirse amados y apreciados (Oyarzún y Iriarte, 2020).
- **Definición operacional:** Es el puntaje que el evaluado obtiene al responder la Escala Multidimensional de Apoyo Social Percibido (MSPSS) de Zimet, conformado por 3 dimensiones y 12 indicadores o ítems.

Tabla 2

Definición operacional de la variable apoyo social percibido

Dimensiones	Indicadores (Ítems)	Escala de respuesta	Rango	Nivel de medición
-------------	------------------------	------------------------	-------	----------------------

Apoyo familiar	3, 4, 8, 11	En	total	
Apoyo de amigos	6, 7, 9, 12	desacuerdo= 1		
Apoyo	1, 2, 5, 10	En desacuerdo= 2	Alto = 44 – 60	
significativo		Neutral= 3	Medio = 28 – 43	Ordinal
		De acuerdo= 4	Bajo = 12 -27	
		Totalmente	de	
		acuerdo= 5		

3.4. Población y muestra

La población de estudio estuvo constituida por los estudiantes del 3ro al 5to de secundaria de una institución educativa de Huáscar en San Juan de Lurigancho, con un aproximado de 550 alumnos.

Se trabajó con adolescentes hombres y mujeres del 3ro, 4to y 5to grado de secundaria; de las secciones A, B, C, D y E que se encuentran entre las edades de 14 y 17 años y residan en la zona Huáscar.

Para ello, se incluyó en el estudio a todos los participantes que cumplan con las características anteriormente mencionadas en la muestra. No obstante, se excluyeron a aquellos que no cuenten con el consentimiento informado firmado por sus padres y sean estudiantes extranjeros.

En cuanto al cálculo de la muestra, se hizo un análisis a priori de potencia a través del programa G*Power (Fault et al., 2009). Se puso a prueba una hipótesis correlacional bivariada a dos colas, con una significancia estadística de .05 y una potencia estadística de .95. Además, se tomó un tamaño de efecto de 0.20. Es así que el análisis sugirió una muestra mínima de 300 participantes.

Por último, se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple dado que cada individuo de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido (Hernández et al., 2014). Esto permitió minimizar sesgos en la selección de participantes y obtener una muestra representativa de la población estudiantil del colegio, lo que fortaleció la validez y confiabilidad de los hallazgos.

3.5. Instrumentos

3.5.1. Ficha sociodemográfica

Se utilizó una ficha sociodemográfica que recopiló datos sobre el nivel de estudio, sexo, edad y lugar de residencia. También, se contó con una serie de preguntas sobre el consumo de alcohol.

3.5.2. Cuestionario de motivos para el consumo de alcohol (CMC)

Elaborado por Cooper en 1994 en Estados Unidos, este instrumento está orientado a medir las razones o motivos por los que una persona consume alcohol. Cuenta con 20 ítems distribuidos en 4 dimensiones: motivos para manejar los problemas o de afrontamiento (ítems 1, 4, 6, 15, 17), motivos para tener conformidad con su vida (ítems 2, 8, 12, 19, 20), motivos sociales (ítems 3, 5, 11, 14, 16) y motivos para sobresalir o de realce (ítems 7, 9, 10, 13, 18), cada una con sus cinco indicadores respectivos.

Para su medición, se utiliza una escala Likert de 5 puntos, donde cada categoría tiene la siguiente puntuación: 1 = casi nunca o nunca, 2 = pocas veces, 3 = la mitad de las veces, 4 = la mayoría de las veces y 5 = siempre. En cuanto a la interpretación, los puntajes altos (máx. 100) indican que el individuo tiene mayores motivos para consumir alcohol, mientras que los puntajes bajos (mín. 20) sugieren lo opuesto.

Presenta evidencias sólidas de validez factorial y adecuados niveles de confiabilidad, con coeficientes alfa de Cronbach entre 0.75 y 0.90.

Se trabajó con la versión adaptada por Cárdenas (2023), quien modificó la escala Likert a 6 puntos, con respuestas que van de 0 a 5. En esta versión adaptada, se separó la categoría de "casi nunca o nunca", que anteriormente se puntuaba con 1, en dos categorías distintas: "nunca" (0) y "casi nunca" (1). En cuanto a su confiabilidad, los valores en la versión adaptada son mayores a 0.90.

Validez y confiabilidad del Cuestionario de Motivos para el Consumo de Alcohol

Se realizó el análisis factorial confirmatorio (AFC) para el cuestionario de motivaciones al consumo de alcohol utilizando el método de los mínimos cuadrado ponderados. Los resultados mostraron adecuados ajustes para un modelo de 4 dimensiones que se observan en la tabla 3. En ella podemos ver como el CFI (Comparative Fit Index) alcanzó un valor de 0.98, lo que supera el umbral de 0.95 y sugiere un ajuste adecuado. El SRMR (Standardized Root Mean Square Residual) fue de 0.072, un valor aceptable por debajo de 0.08, y el RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) fue de 0.057, lo que la ubica dentro del rango aceptable (<0.06).

Tabla 3

Índices de ajuste del cuestionario de motivación al consumo de alcohol

	X ²	gl	CFI	SRMR	RMSEA	RMSEAp
Motivación al Consumo de Alcohol	328	167	0.98	0.072	0.057	0.108

Nota. X²=Chi cuadrado; gl=Grado de libertad; CFI=Índice de bondad de ajuste comparativo; SRMR= Raíz del residuo cuadrático medio estandarizado; RMSEA= Raíz del residuo cuadrático promedio; RMSEAp= Raíz del residuo cuadrático promedio aproximado.

Por otro lado, las cargas factoriales superiores a 0.50 respaldan la validez del modelo factorial propuesto, al evidenciar una adecuada correspondencia entre los ítems observados y

los factores latentes, manteniéndose coherente con el modelo original. Asimismo, el coeficiente Omega de McDonald mostró un valor de 0.89 (Tabla 4), lo que indica una alta consistencia interna y una adecuada confiabilidad del cuestionario.

Tabla 4

Análisis de confiabilidad del cuestionario de motivación al consumo de alcohol

Omega de McDonald (ω)	Nº de elementos
0.89	20

3.5.3. Escala de apoyo social percibido (MSPSS)

Desarrollada por Zimet et al. (1988) en Estados Unidos, la escala tiene como objetivo evaluar el apoyo social percibido proveniente de la familia, amigos y otras personas significativas. Cuenta con 12 ítems distribuidos en 3 dimensiones: familia (ítems 3, 4, 8, 11), amigos (ítems 6, 7, 9, 12) y personas significativas (ítems 1, 2, 5, 10).

Para su medición, utiliza una escala Likert de 7 puntos, donde cada categoría tiene la siguiente puntuación: 1 = muy en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = algo en desacuerdo, 4 = ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5 = algo de acuerdo, 6 = de acuerdo y 7 = muy de acuerdo. En la MSPSS, los puntajes pueden variar desde 12 (bajo) hasta 84 (alto), siendo el puntaje más alto interpretado como un mayor apoyo social percibido.

En cuanto a su validez, la escala presenta un valor total de 0.85, y la confiabilidad total de sus tres dimensiones es de 0.88, lo que indica una adecuada consistencia interna y un alto grado de evaluación de la variable.

Se trabajó con la versión adaptada por Ortiz (2020), quien modificó la escala Likert a 5 puntos con las siguientes categorías: 1 = en total desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = neutral, 4 = de acuerdo y 5 = totalmente de acuerdo. Esta versión adaptada presenta una validez de 0.80 y una confiabilidad de 0.88 a nivel nacional.

Validez y confiabilidad de la Escala de Apoyo Social Percibido

La validez del instrumento fue evaluada mediante Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), cuyos resultados se presentan en la Tabla 5. El índice de ajuste comparativo (CFI) supera el umbral recomendado de 0.90, lo que evidencia un adecuado ajuste del modelo propuesto. Asimismo, el valor del SRMR (0.068) se encuentra por debajo del límite aceptable de 0.08, indicando que las discrepancias entre las covarianzas observadas y las estimadas son mínimas. Finalmente, el RMSEA (0.061), también inferior al valor de referencia de 0.08, refuerza la conclusión de que el modelo tridimensional presenta un ajuste aceptable.

Tabla 5

Índices de ajuste del cuestionario de la escala multidimensional de apoyo social percibido

	X ²	Gl	P	CFI	SRMR	RMSEA	RMSEAp
Apoyo social percibido	84.5	32	< .001	0.96	0.068	0.061	0.123

Nota. X²=Chi cuadrado; gl=Grado de libertad; p=Valor de significancia estadística CFI=Índice de bondad de ajuste comparativo; SRMR= Raíz del residuo cuadrático medio estandarizado; RMSEA= Raíz del residuo cuadrático promedio; RMSEAp= Raíz del residuo cuadrático promedio aproximado.

Las cargas factoriales obtenidas para este instrumento permitieron examinar de manera específica los parámetros del modelo y la contribución de cada ítem a sus respectivas dimensiones. Dichas cargas se observan en la tabla 6 y presentaron valores superiores a 0.50, lo que evidencia que cada variable observada contribuye de manera significativa a la representación de los factores latentes correspondientes.

Tabla 6

Cargas factoriales del modelo de la escala multidimensional de apoyo social percibido

Dimensiones	Items	Estimado	SE	β	z	p
Apoyo social familiar	MSPSS3	1.000	0.0000	0.658		
	MSPSS4	1.350	0.1327	0.888	10.17	<.001
	MSPSS8	0.996	0.0994	0.656	10.03	<.001
	MSPSS11	1.074	0.1056	0.707	10.17	<.001
Apoyo social de amigos	MSPSS6	1.000	0.0000	0.560		
	MSPSS7	1.238	0.1463	0.693	8.46	<.001
	MSPSS9	1.193	0.1416	0.669	8.43	<.001
	MSPSS12	1.374	0.1622	0.770	8.47	<.001
Apoyo social de otros significativos	MSPSS1	1.000	0.0000	0.824		
	MSPSS2	0.910	0.0801	0.751	11.37	<.001
	MSPSS5	0.922	0.0809	0.760	11.39	<.001
	MSPSS10	0.766	0.0698	0.632	10.97	<.001

Nota. Estimado= Carga factorial estandarizada; SE= Error estándar; β = Beta estandarizado; z=Estadístico z de significancia; p: Valor de significancia estadística.

Además, el coeficiente Omega de McDonald mostró una confiabilidad de 0.87 (Tabla 7), evidenciando alta consistencia interna de la escala.

Tabla 7

Análisis de confiabilidad de la escala de apoyo social percibido

Omega de McDonald (ω)	Nº de elementos
0.87	12

3.6. Procedimientos

Se realizaron las coordinaciones necesarias con la institución educativa seleccionada. Para facilitar este proceso, se entregó una carta de presentación que explicó el objetivo del estudio y la importancia de la participación de los estudiantes. Al finalizar el proyecto, se

entregó un informe a la institución para asegurar la transparencia y el compromiso con los resultados obtenidos.

Antes de la aplicación de las pruebas, se solicitó la autorización correspondiente a los autores de los instrumentos utilizados, garantizando así el respeto por los derechos de propiedad intelectual.

Para la aplicación de las pruebas, primero se brindó el consentimiento informado a los padres de familia, asegurando que estén al tanto de la participación de sus hijos en el estudio. Luego, se proporcionó un asentimiento informado a cada uno de los estudiantes. Las pruebas se realizaron en la tarde, de manera grupal, en un ambiente adecuado que contó con buena iluminación y ventilación. Además, se administró en varias fechas a lo largo de un período de dos semanas, lo que permitió una adecuada distribución del tiempo y la atención a cada grupo de estudiantes.

Finalmente, el investigador fue el único responsable de la recolección de datos, garantizando la integridad y rigurosidad del proceso.

3.7. Análisis de datos

Para el análisis de datos se utilizó el software Jamovi, versión 2.5.6, en español. Se estableció un margen de error de 0.05 para la interpretación de los resultados, lo que permitió determinar la significancia estadística de los hallazgos. Los datos recopilados se presentaron en tablas, que incluían descripciones detalladas de cada variable analizada.

A nivel descriptivo, se calculó estadísticos de tendencia central, específicamente la media y la mediana, que ofrecieron una visión general de la distribución de los datos. Además, se evaluó medidas de dispersión como la desviación estándar y el coeficiente de variación, que proporcionaron información sobre la variabilidad de los datos. También se analizó la asimetría y la curtosis para entender mejor la forma de la distribución y detectar posibles sesgos.

Se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk para verificar la normalidad de los datos, considerando su elevada potencia estadística y su capacidad para identificar desviaciones de la distribución normal, incluso en muestras superiores a 50 participantes (Carmona y Carrión, 2015; Mishra et al., 2019). Dado que los datos no siguieron una distribución normal, se aplicó el coeficiente de correlación de Spearman para evaluar la relación entre las variables (Romero, 2016).

Finalmente, para evaluar la validez de los ítems, se llevó a cabo un análisis factorial confirmatorio (AFC). Este análisis permitió identificar y confirmar que los ítems miden adecuadamente las variables de interés (Martínez y Sepúlveda, 2012). Asimismo, la confiabilidad de los instrumentos se midió utilizando el coeficiente Omega de McDonald.

3.8. Consideraciones éticas

En la presente investigación se tuvo en cuenta los aspectos éticos establecidos en el Código de Ética del Colegio de Psicólogos del Perú (2018), así como en la Asociación Americana de Psicología (APA, 2017). Estos códigos proporcionan un marco normativo que orienta la conducta profesional, garantizando el respeto por la dignidad y los derechos de los participantes.

Se entregó el consentimiento informado a los padres y el asentimiento informado a los adolescentes participantes del estudio, explicándoles de manera clara y comprensible los objetivos del estudio y su derecho a participar voluntariamente, respetando así su autonomía y bienestar (Graham et al., 2013).

Finalmente, se respetó el derecho de autor al citar y referenciar adecuadamente todas las fuentes utilizadas en la investigación. Así mismo, se solicitó la autorización correspondiente a los autores de los instrumentos de medición, garantizando que se cumplan las normativas sobre el uso de materiales protegidos (Dirección de Gestión del Conocimiento, 2023).

IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo de las variables

Para la variable de motivación al consumo de alcohol se reportan datos observados en la tabla 8, donde se muestra que el 44.7% de los estudiantes de tercer grado presentó baja motivación al consumo de alcohol, un porcentaje que disminuye en los grados superiores (32.3% en cuarto y 25.0% en quinto).

Así mismo, la motivación media aumentó progresivamente con el grado. En tercer grado, 52.4% mostró motivación media, cifra que creció a 62.7% en cuarto grado y a 67.8% en quinto grado. Por otro lado, la motivación alta fue baja en todos los grados, con solo 3.0% en tercero, 5.0% en cuarto y 7.2% en quinto grado.

Tabla 8

Niveles del cuestionario de motivos para el consumo de alcohol según grado

	Tercero	Cuarto	Quinto
Bajo	44.7%	32.3%	25.0%
Medio	52.4%	62.7%	67.8%
Alto	3.0%	5.0%	7.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Además, en cuanto a sexo se observa en la tabla 9 que el 42.8% de las estudiantes femeninas presentó una motivación baja, mientras que los varones un 23.4%. Además, la mayoría de los estudiantes masculinos (70.7%) reportaron motivación media, en comparación con el 54.0% de las estudiantes femeninas. Por otro lado, tanto mujeres como varones presentaron bajos niveles en la motivación alta (5.9% y 3.2% respectivamente).

Tabla 9

Niveles del Cuestionario de Motivos para el Consumo de Alcohol según sexo

	Masculino	Femenino
Bajo	23.4%	42.8%
Medio	70.7%	54.0%
Alto	5.9%	3.2%
Total	100.0%	100.0%

Referente a la variable de apoyo social percibido podemos observar en la tabla 10 que el porcentaje de estudiantes que perciben un bajo nivel de apoyo social es bajo en todos los grados: 3.8% en tercer grado, 3.0% en cuarto grado y 4.2% en quinto grado. Por otra parte, la mayoría de los estudiantes perciben un apoyo social medio: 53.3% en tercer grado, 66.7% en cuarto grado y 74.0% en quinto grado lo que muestra un aumento progresivo a medida que avanzan los grados. Adicionalmente el apoyo social alto disminuye con el grado: 42.9% en tercer grado, 30.3% en cuarto grado y 21.9% en quinto grado.

Tabla 10

Niveles de la Escala Multidimensional de Apoyo Social Percibido según grado

	Tercero	Cuarto	Quinto
Bajo	3.8%	3.0%	4.2%
Medio	53.3%	66.7%	74.0%
Alto	42.9%	30.3%	21.9%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

No obstante, en cuanto al sexo la tabla 11 nos muestra que los varones presentan un aumento en niveles bajo (5.1% y 2.5%) y medio (73.7% y 56.4%) de apoyo social percibido, comparado con las mujeres. No obstante, las mujeres presentan un puntaje alto en el nivel alto teniendo un valor de 4.1% comparado con el de los varones de 21.2%.

Tabla 11

Niveles de la Escala Multidimensional de Apoyo Social Percibido según sexo

	Masculino	Femenino
Bajo	5.1%	2.5%
Medio	73.7%	56.4%
Alto	21.2%	41.1%
Total	100.0%	100.0%

Análisis inferencial

Se aplicó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk debido a su elevada potencia estadística y a su capacidad para detectar desviaciones de la distribución normal. Los resultados, presentes en la tabla 12, evidenciaron que las puntuaciones del instrumento Cuestionario de Motivación al Consumo de Alcohol no presentan una distribución normal ($p < .001$). Del mismo modo, las puntuaciones correspondientes al instrumento Escala de Apoyo Social Percibido mostraron una significancia de $p = .003$, valor que también indica incumplimiento del supuesto de normalidad estadística.

Tabla 12

Prueba de normalidad de los instrumentos

	Motivación al consumo de alcohol	Apoyo social percibido
W de Shapiro-Wilk	0.929	0.985
Valor p de Shapiro-Wilk	< .001	0.003

En consecuencia, se determinó que ambas variables no seguían una distribución normal, por lo que se optó por el uso de pruebas no paramétricas para el análisis inferencial. En ese sentido, se empleó el coeficiente de correlación de Spearman, obteniendo el resultado presentado en la tabla 13, que muestra una correlación negativa moderada (-0.623) lo que

probablemente se asocie con que mayores niveles de motivación al consumo de alcohol estén relacionados con menores niveles de apoyo social percibido, y viceversa.

Tabla 13

Correlación entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido

		Motivación al consumo de alcohol
Apoyo social percibido	Rho de Spearman	-0.623
	Gl	298
	valor p	< .001

Nota. Gl= Grado de libertad; p= Valor de significancia estadística.

En relación con la influencia del sexo sobre las variables, la tabla 14 muestra que ambos grupos presentan correlaciones negativas significativas (-.507 y -.658). Esto sugiere que, tanto en estudiantes masculinos como femeninos, un mayor nivel de apoyo social percibido probablemente este asociado con una menor motivación para consumir alcohol.

Tabla 14

Correlación entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido según sexo

		Motivación al consumo de alcohol	Apoyo social percibido
Rho de Spearman	Masculino	Motivación al consumo de alcohol	1.000
			-.507**
	Femenino	Motivación al consumo de alcohol	1.000
			-.658**

Nota. ** p< 0,01

Por otro lado, en la tabla 15 se presentan las correlaciones entre las dimensiones de la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido. Los resultados muestran

correlaciones negativas significativas en todas las dimensiones, lo que indica que, a medida que disminuyen las motivaciones para consumir alcohol, se percibe un mayor nivel de apoyo social.

Tabla 15

Correlación entre las dimensiones de motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido

		Apoyo social percibido
Rho de Spearman	Motivos para manejar los problemas	-.542**
	Motivos para tener conformidad con su vida	-.591**
	Motivos sociales	-.571**
	Motivos para sobresalir	-.570**

Nota. ** $p < 0,01$

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Esta investigación tuvo como objetivo determinar cómo se manifiestan y se relacionan la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio de San Juan de Lurigancho, así como explorar cómo estas variables varían según el sexo y las dimensiones específicas de la motivación al consumo de alcohol. Con los resultados obtenidos se aportará información relevante sobre estos aspectos y se brindará una visión integral de cómo estas variables se relacionan en el contexto de la adolescencia.

En cuanto a la descripción de la motivación al consumo de alcohol en estudiantes de secundaria, los datos sugieren que la variable tiende a aumentar progresivamente a medida que los estudiantes avanzan en los grados de secundaria. Esto sugiere una tendencia creciente hacia una mayor aceptación o motivación para el consumo de alcohol a medida que los estudiantes avanzan en su educación secundaria.

Este patrón puede estar relacionado con la búsqueda de identidad y la presión social que enfrentan los adolescentes, donde la exposición a entornos sociales que normalizan el consumo de alcohol puede influir en sus decisiones (Molina y Salazar, 2022). Además, autores como Laespada (2015) y Becoña y Calafat (2006) indican que los adolescentes en etapas más avanzadas de su educación suelen tener más oportunidades para interactuar en contextos donde el consumo de alcohol es común, lo que podría explicar este aumento en la motivación.

A pesar de este aumento en la motivación, los niveles altos de motivación siguen siendo relativamente bajos en comparación con los niveles medios y bajos. Este hallazgo es crucial, ya que sugiere que, aunque la influencia social sobre los estudiantes crece, la mayoría de los estudiantes todavía se encuentran en niveles moderados o bajos de motivación hacia el consumo de alcohol. Esto pone de manifiesto la necesidad de desarrollar intervenciones educativas y programas preventivos dirigidos especialmente a los grados superiores, donde la

motivación media es más prominente, con el fin de mitigar el riesgo de un aumento en el consumo.

Los resultados también muestran diferencias de género significativas en la relación entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido. En términos generales, los estudiantes masculinos presentan una mayor motivación media hacia el consumo de alcohol que las estudiantes femeninas, quienes muestran una mayor tendencia hacia la motivación baja. Aunque ambos géneros presentan porcentajes bajos de motivación alta, esto puede reflejar según Cabanillas (2020) y Soriano y Jiménez (2022), las expectativas sociales y culturales que influyen en las conductas de género.

La baja motivación alta reportada por ambos géneros sugiere que, aunque hay un interés por parte de algunos estudiantes, la mayoría se encuentra dentro de rangos bajos o medios de motivación. Estos hallazgos resaltan la necesidad de implementar programas educativos que aborden las percepciones y actitudes hacia el consumo de alcohol desde una edad temprana, fomentando un entorno más saludable y consciente sobre los riesgos asociados al consumo entre adolescentes.

En cuanto al apoyo social percibido, los resultados indican que la mayoría de los estudiantes percibe un nivel medio de apoyo social. Esta tendencia se mantiene consistente en todos los grados, aunque se observa un aumento progresivo en la percepción de apoyo social conforme los estudiantes avanzan en la secundaria. Sin embargo, el apoyo social alto es menos frecuente y tiende a disminuir a medida que los estudiantes se acercan al final de la secundaria. Esto puede estar relacionado con la autonomía creciente de los adolescentes y los cambios en sus redes de apoyo, que pueden ser más inestables o menos visibles en los grados superiores. Es posible que los estudiantes de los grados finales perciban un menor apoyo social fuerte, lo

que refleja la transición hacia una mayor independencia y la modificación de sus relaciones familiares y sociales durante esta etapa (Jiménez y Sánchez., 2022).

Referente a los resultados obtenidos a través del análisis de correlación de Spearman indican una relación negativa moderada entre la motivación al consumo de alcohol (MCA) y el apoyo social percibido (ASP), lo que probablemente se asocie con que los estudiantes que presentan mayores niveles de apoyo social percibido reporten menores niveles de motivación hacia el consumo de alcohol. Este hallazgo se alinea con estudios que destacan cómo el apoyo social puede actuar como un factor protector contra el consumo excesivo de alcohol, ya que proporciona una red emocional que ayuda a los individuos a enfrentar situaciones estresantes sin recurrir a sustancias como el alcohol (Parra, 2018; Ortiz et al., 2019 y Cruz et al., 2023).

En cuanto a la relación entre las variables según el género, tanto en hombres como en mujeres se encontró una correlación negativa moderada entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido. Esto sugiere que, a medida que disminuyen las motivaciones hacia el consumo de alcohol, tiende a incrementarse la percepción de apoyo social en ambos grupos. Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Schütz y Mara (2013), quienes señalan que las mujeres suelen beneficiarse principalmente de un apoyo social de tipo emocional, mientras que los varones tienden a beneficiarse más de un apoyo social instrumental frente a situaciones relacionadas con el consumo. Esto evidencia que, aunque el apoyo social actúa como un factor protector en ambos géneros, la forma en que este es percibido y utilizado puede variar según las diferencias de género.

Los resultados del análisis de correlación de Spearman de la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido según sexo, muestran que, para los varones existe una relación inversa moderada entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido. En contraste, las mujeres presentan una correlación más fuerte, sugiriendo que un

mayor apoyo social percibido está asociado con una menor motivación para consumir alcohol en este grupo. Estos resultados son coherentes con la literatura anteriormente mencionada, que sugiere que el apoyo social actúa como un factor protector más significativo para las mujeres, quienes pueden depender más de sus redes sociales para enfrentar situaciones que causen estrés o presión.

El análisis de las dimensiones específicas de la motivación al consumo de alcohol (motivos para manejar los problemas o de afrontamiento, motivos para tener conformidad con su vida, motivos sociales y motivos para sobresalir o de realce) revela una correlación negativa significativa entre todas las dimensiones y el apoyo social percibido. Esto probablemente se asocie con que mayores niveles de apoyo social percibido estén relacionados con menores niveles de motivación para consumir alcohol en dichas dimensiones. Esto refuerza la idea planteada por Musitu et al. (2007), Lema et al. (2012) y Parra (2018) de que el apoyo social percibido puede actuar como un factor protector frente al consumo de alcohol, reduciendo la necesidad de los adolescentes de recurrir al alcohol por razones emocionales o sociales, como la búsqueda de aceptación o el alivio del estrés.

En relación con la validez interna del estudio, los resultados obtenidos presentan consistencia metodológica debido al uso de instrumentos con adecuados índices de validez y confiabilidad, además de la aplicación de análisis estadísticos pertinentes para evaluar la relación entre las variables. Asimismo, la aplicación estandarizada de los instrumentos permitió obtener datos consistentes respecto a la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en los participantes.

Respecto a la validez externa, los hallazgos permiten comprender la relación entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en adolescentes con características similares a las de la muestra estudiada. Sin embargo, debido al contexto

específico en el que se desarrolló la investigación y al tamaño reducido de la muestra, la capacidad de generalizar los resultados a otras poblaciones adolescentes es limitada, por lo que estos deben interpretarse con cautela.

Estos hallazgos subrayan la importancia de fomentar redes de apoyo social saludables en el entorno escolar y familiar como una estrategia preventiva para reducir el consumo de alcohol entre los adolescentes.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1. Con relación a la descripción de la variable motivación al consumo de alcohol, se identificó que esta tiende a incrementarse progresivamente conforme los estudiantes avanzan en los grados académicos, manteniéndose predominantemente en niveles bajos y moderados. Asimismo, los estudiantes varones presentan una mayor media de motivación hacia el consumo de alcohol en comparación con las estudiantes mujeres.
- 6.2. En cuanto a la descripción del apoyo social percibido, la mayoría de los estudiantes reporta niveles medios de apoyo social percibido, observándose una mayor percepción en los grados inferiores. No obstante, conforme avanzan hacia grados superiores, se evidencia una disminución en los niveles altos de apoyo social percibido. Asimismo, en relación con el sexo, las estudiantes mujeres presentan mayores niveles de apoyo social percibido en comparación con los estudiantes varones.
- 6.3. Con respecto a la relación entre las variables, los resultados evidenciaron la existencia de una correlación negativa de magnitud moderada entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido en estudiantes de educación secundaria. Esto probablemente se asocie con que mayores niveles de apoyo social percibido estén relacionados con menores niveles de motivación hacia el consumo de alcohol.
- 6.4. Con respecto a la relación entre las variables según el sexo, se encontró que tanto los varones como las mujeres presentan una correlación negativa moderada entre la motivación al consumo de alcohol y el apoyo social percibido.
- 6.5. Finalmente, los resultados correspondientes a la relación entre las dimensiones de la motivación al consumo de alcohol con el apoyo social percibido, muestran que todas las dimensiones de la motivación al consumo de alcohol mantienen una correlación negativa significativa con el apoyo social percibido, reafirmando la importancia del apoyo social como factor asociado a una menor motivación hacia el consumo de alcohol.

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1. Considerando el incremento progresivo de la motivación al consumo de alcohol conforme avanzan los grados académicos, se recomienda implementar programas preventivos y educativos focalizados en los grados superiores de secundaria, priorizando el trabajo sobre la presión de grupo, la influencia de pares y la regulación emocional, factores estrechamente vinculados a la motivación hacia el consumo de alcohol.
- 7.2. Fortalecer las redes de apoyo familiar y escolar, promoviendo espacios de acompañamiento emocional, comunicación efectiva y participación activa de la comunidad educativa como factores protectores frente al consumo de alcohol.
- 7.3. Se recomienda profundizar en futuras investigaciones el estudio de ambas variables mediante diseños longitudinales o explicativos, que permitan ampliar la comprensión de su relación. Asimismo, se sugiere analizar de manera específica los factores internos y contextuales que influyen en cada variable, a fin de fortalecer el sustento teórico y empírico del fenómeno estudiado.
- 7.4. Se recomienda el diseño de estrategias preventivas diferenciadas, que consideren las particularidades psicosociales de varones y mujeres, así como las expectativas sociales y presiones asociadas al consumo de alcohol en cada grupo.
- 7.5. Tomando en cuenta que todas las dimensiones de la motivación al consumo de alcohol se relacionan de manera significativa con el apoyo social percibido, se recomienda desarrollar intervenciones psicológicas integrales que aborden dichas dimensiones de forma específica, incorporando el fortalecimiento del apoyo social como eje central en los programas de prevención y promoción de la salud mental en adolescentes.

VIII. REFERENCIAS

- Álvarez, A., Alonso, M.M. y Guidorizzi, A.C. (2010). Consumo de alcohol y autoestima en adolescentes. *Revista Latino-Americana Enfermagem*, 18, 634-640.
<https://www.scielo.br/j/rlae/a/wfCPMv3xGtcJ59KtJwkXfkW/?format=pdf#:~:text=Se%20concluye%20que%20la%20mayor%C3%ADa,un%20estilo%20de%20vida%20saludable.>
- Aranda, B. y Pando, M. (2014). Conceptualización del apoyo social y las redes de apoyo social. *Revista De Investigación En Psicología*, 16(1), 233.
<https://doi.org/10.15381/rinvp.v16i1.3929>
- Asociación americana de psicología [APA] (1 de enero de 2017). Principios éticos de los psicólogos y código de conducta. *American Psychological Association*.
<https://www.apa.org/ethics/code/>
- Baltazara, J. y Mamani, A. (2022). Apoyo social percibido y riesgo de adicción a las redes sociales en estudiantes de una institución pública de Haquira. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 14(2), 34-48. <https://doi.org/10.17162/rccs.v14i2.1654>
- Bandura, A. (1977). Social Learning Theory [Teoría del aprendizaje social]. *Contemporary Sociology a Journal of Reviews*, 7(1), 84. <https://doi.org/10.2307/2065952>
- Barrón, A. (1996). *Apoyo social: aspectos teóricos y aplicaciones*. (1.^a ed.). Siglo XXI.
https://www.sigloxxieditores.com/libro/apoyo-social_17410/
- Barrón, A. y Sánchez, E. (2001). Estructura social, apoyo social y salud mental. *Psicothema*, 13(1), 17–23. <https://www.redalyc.org/pdf/727/72713103.pdf>
- Becoña, E. y Calafat, A. (2006). *Los jóvenes y el alcohol*. (1.^a ed.). Pirámide Ediciones.
<https://www.edicionespiramide.es/libro/guias-para-padres-y-madres/los-jovenes-y-el-alcohol-elisardo-becona-iglesias-9788436820171/>

- British Broadcasting Corporation [BBC] (8 de julio de 2018). *BBC News Mundo*.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-44397931>
- Cabanillas, W. (2020). Consumo de alcohol y género en la población adolescente escolarizada del Perú: evolución y retos de intervención. *Revista Peruana De Medicina Experimental Y Salud Pública*, 37(1), 148–154.
<https://doi.org/10.17843/rpmesp.2020.371.5151>
- Cansado, I. (1 de marzo de 2024). Motivación positiva o negativa ¿Cuál elijo? *Psicología Cansado*. <https://www.psicologia-cansado.es/motivacion-positiva-y-negativa>
- Carranza, M. K. C. y Silva, A. C. (2019). Consumo de bebidas alcohólicas y rendimiento académico de los estudiantes de enfermería de una Universidad Privada Del Departamento De Lambayeque. *Tzhoecoen*, 11(4), 10–14.
<https://doi.org/10.26495/tzh.v11i4.1229>
- Carrasco, Y., Miranda, R, Vásquez, L. y Berruz, L. (2021). El alcoholismo adolescente y sus efectos en el desempeño académico. *Ecuadorian Science Journal*, 5(1), 20–23.
<https://doi.org/10.46480/esj.5.1.103>
- Cárdenas, A. (2023). *Motivaciones para consumo de alcohol y bienestar psicológico en adolescentes de un centro educativo del distrito de san juan de lurigancho, lima – 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio institucional UNFV.
https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/6861/UNFV_FP_Cardenas_Giron_Andrish_Irwing_Titulo_profesional_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carmona, M. y Carrión, H. (2015). *Potencia de la prueba estadística de normalidad Jarque-Bera frente a las pruebas de Anderson-Darling, Jarque-Bera robusta, Chi cuadrada, Chen-Shapiro y Shapiro-Wilk* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado

de México]. Repositorio institucional UAEM

<https://core.ac.uk/download/pdf/159384191.pdf>

Ccora, E. y Diego, F. (2019). *Motivación y consumo de alcohol en los estudiantes del 5to° grado de secundaria de la institución educativa América, Huancavelica- 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Huancavelica]. Repositorio institucional UNH https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5551/T010_19922885_T.pdf?sequence=1#:~:text=El%20motivo%20para%20iniciar%20el,mayor%20que%20%C3%A9l%20sexo%20femenino.

Cobb, S. (1976). Social support as a moderator of life stress [El apoyo social como moderador del estrés vital]. *Psychosomatic Medicine*, 38(5), 300–314. <https://doi.org/10.1097/00006842-197609000-00003>

Colegio de psicólogos del Perú (2018). *Código de ética y deontología*. https://www.cpsp.pe/documentos/marco_legal/codigo_de_etica_y_deontologia.pdf

Comisión Nacional Para El Desarrollo y Vida Sin Drogas [DEVIDA] (2018). *Prevalencia en población escolar: Drogas legales*. https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/ppr/regionales/informe_verificacion_DEVIDA_n2.pdf

Cooper, M. L. (1994). Motivations for alcohol use among adolescents: development and validation of a four-factor model [Motivaciones para el consumo de alcohol entre adolescentes: desarrollo y validación de un modelo de cuatro factores]. *Psychological Assessment*, 6(2), 117-128. https://www.researchgate.net/publication/232517392_Motivations_for_Alcohol_Use_Among_Adolescents_Development_and_Validation_of_a_Four-Factor_Model

- Cordero, B., Gracia-Leiva, M., Moyano-Díaz, E. y Rovira, D. P. (2024). Bienestar en adolescentes: El rol del apoyo social y de la satisfacción de necesidades básicas. *CES Psicología*, 17(1), 52-67. <https://doi.org/10.21615/cesp.6577>
- Cox, W. M. y Klinger, E. (1988b). A motivational model of alcohol use [Un modelo motivacional del consumo de alcohol]. *Journal Of Abnormal Psychology*, 97(2), 168-180. <https://doi.org/10.1037/0021-843x.97.2.168>
- Cruz, N., Alonso, M., Armendáriz, N., Gómez, M., López, K. y Lima, J. (2023). Factores laborales, espiritualidad, apoyo social y su relación con el consumo de alcohol en operarios. *Health And Addictions/Salud y Drogas*, 23(1). <https://doi.org/10.21134/haaj.v23i1.669>
- Dirección de Gestión del Conocimiento (2023). *La propiedad intelectual y el derecho de autor: ¿Podemos dar un valor legal a nuestras creaciones?* Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <http://hdl.handle.net/10757/667537>
- Fault, F., Erdfelder, E., Buchner, A. y Lang, A. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses [Análisis de potencia estadística con G*Power 3.1: Pruebas para análisis de correlación y regresión]. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149-1160. <https://doi.org/10.3758/brm.41.4.1149>
- Gracia, E. (1997). *El apoyo social en la intervención comunitaria*. (1.^a ed.). Paidós https://www.researchgate.net/publication/278775932_Apoyo_social_e_intervencion_social_y_comunitaria
- Graham, A., Powell, M., Taylor, N., Anderson, D. y Fitzgerald, R. (2013). *Investigación ética con niños*. Centro de Investigaciones de UNICEF - Innocenti. https://childethics.com/wp-content/uploads/2022/04/ERIC-compendium-ES_LR.pdf
- Hamdan-Mansour, A. (2016). Social Support and Adolescents' Alcohol Use: An Integrative Literature Review [Apoyo social y consumo de alcohol en adolescentes: una revisión

bibliográfica integradora]. *Health*, 08(12), 1166-1177.

<https://doi.org/10.4236/health.2016.812120>

Handren, L. M., Donaldson, C. D. y Crano, W. D. (2016). Adolescent Alcohol Use: Protective and Predictive Parent, Peer, and Self-Related Factors [Consumo de alcohol en adolescentes: factores protectores y predictivos relacionados con los padres, los pares y uno mismo]. *Prevention Science*, 17(7), 862-871. <https://doi.org/10.1007/s11121-016-0695-7>

Hawkins, J. D., Catalano, R. F. y Miller, J. Y. (1992). Risk and protective factors for alcohol and other drug problems in adolescence and early adulthood: Implications for substance abuse prevention [Factores de riesgo y protección para los problemas de alcohol y otras drogas en la adolescencia y la adultez temprana: implicaciones para la prevención del abuso de sustancias]. *Psychological Bulletin*, 112(1), 64-105. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.64>

Hernández, R. y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta*. (1st ed.). Mc Graw Hill Education

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6 st ed.). Mc Graw Hill Education <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/2707>

House, J. (1981). Work stress and social support [Estrés laboral y apoyo social]. (1st ed.). Addison-Wesley Publishing Company https://www.google.com.pe/books/edition/Work_Stress_and_Social_Support/qO2RAAAIAAJ?hl=es&gbpv=1&bsq=Work+stress+and+social+support&dq=Work+stress+and+social+support&printsec=frontcover

Jimenez, D., Álvarez, E. y Cahuaza, L. (2017). *Apoyo social percibido y comportamientos de riesgo sexual en adolescentes del pueblo joven Túpac Amaru, Iquitos 2017*. [Tesis de

- licenciatura, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]. Repositorio institucional UNAP. <https://repositorio.unapikitos.edu.pe/handle/20.500.12737/4870>
- Jimenez, S. y Sánchez, V. (2022). *Apoyo social percibido y conductas agresivas en adolescentes de Lima Norte, 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/95349/Jimenez_SSAR-S%C3%A1nchez_VVM-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Laespada, M. (2015). *Consumo de alcohol en jóvenes y adolescentes. Una mirada ecológica*. (1.^a ed.). Universidad de Deusto. <https://content.e-bookshelf.de/media/reading/L-3527197-1fdd8570a2.pdf>
- Lema, F., Varela, M., Duarte, C. y Bonilla, M. (2012). Influencia familiar y social en el consumo de alcohol en jóvenes universitarios. *Revista de la Escuela Nacional de Salud Pública*, 29(3), 264-271. <https://doi.org/10.17533/udea.rfnsp.9987>
- Martínez, C. y Sepúlveda, M. (2012). Introducción al análisis factorial exploratorio. *Revista Colombiana De Psiquiatría*, 41(1), 197–207. [https://doi.org/10.1016/s0034-7450\(14\)60077-9](https://doi.org/10.1016/s0034-7450(14)60077-9)
- Ministerio de Salud del Perú [MINSA] (12 de septiembre de 2024). *Información sobre el consumo de alcohol en adolescentes*. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/36857-consumo-de-alcohol-en-ninos-y-adolescentes-puede-generar-enfermedades-intoxicaciones-y-dependencia>
- Mishra, P., Pandey, C., Singh, U., Gupta, A., Sahu, C. y Keshri, A. (2019). Descriptive statistics and normality tests for statistical data. *Annals of cardiac anaesthesia*, 22(1), 67–72. https://doi.org/10.4103/aca.ACA_157_18
- Molina, H. y Salazar, V. (2022). Factores asociados al consumo de alcohol en adolescentes residentes en Lima, Perú. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 21 (3).

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1729-519X2022000300011&lng=es&nrm=iso

Muñoz, C. (2015). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. (3rd ed.). Pearson Educación. <http://www.indesgua.org.gt/wp-content/uploads/2016/08/Carlos-Mu%C3%B1oz-Razo-Como-elaborar-y-asesorar-una-investigacion-de-tesis-2Edicion.pdf>

Musito, G. y Cava, M. (2003). El rol del apoyo social en el ajuste de los adolescentes. *Psychosocial Intervention*, 12(2), 179–192. <https://journals.copmadrid.org/pi/archivos/86512.pdf>

Musitu, G., Jiménez, T. I. y Murgui, S. (2007). El rol del funcionamiento familiar y del apoyo social en el consumo de sustancias de los adolescentes. *Salud Pública De México*, 49(1), 3–10. <https://doi.org/10.1590/s0036-36342007000100002>

Orcasita, L. T. y Rodríguez, A. F. (2010). La importancia del apoyo social en el bienestar de los adolescentes. *Psychologia. Avances de la Disciplina*, 4(2), 69-82. <http://www.scielo.org.co/pdf/psych/v4n2/v4n2a07.pdf>

Organización Mundial de la Salud. [OMS] (2018). Informe sobre la situación mundial del alcohol y la salud 2018. https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&view=download&slug=who-s-global-status-report-on-alcohol-and-health-2018-1&Itemid=270&lang=en

Ortiz, M. (2020). *Validación de la escala multidimensional de apoyo social percibido en adolescentes* [Tesis de especialidad, Universidad Peruana Cayetano Heredia]. Repositorio institucional UPCH. https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/10057/Validacion_OrtizMoran_Mafalda.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Ortiz, M., Navarro, E., Guzmán, F., Rodríguez, L., López, K. y Rodríguez, L. (2019). Apoyo social percibido a través de Facebook, apoyo social familiar y el consumo de alcohol en adolescentes. *Health and Adicction*, 24(2).
<https://ojs.haaj.org/?journal=haaj&page=article&op=view&path%5B%5D=448>
- Oyarzún, D. y Iriarte, I. (2020). Escala Multidimensional de Apoyo Social Percibido en Adolescentes Chilenos. *Liminales*, 9(17), 39–58.
<https://doi.org/10.54255/lim.vol9.num17.422>
- Papalia, D., Martorell, G. y Feldman, R. (2017). *Desarrollo humano*. (13th ed.). Mc Graw Hill Education
<https://psicologoseducativosgeneracion20172021.files.wordpress.com/2017/08/papalia-feldman-desarrollo-humano-12a-ed2.pdf>
- Parra, F. (2018). *Influencia de la autoeficacia y el apoyo social sobre el consumo de alcohol en estudiantes universitarios* [Tesis de maestría, Universidad de Concepción]. Repositorio institucional UDEC.
http://repositorio.udec.cl/jspui/bitstream/11594/3259/4/Tesis_Influencia_de_la_autoeficacia.Image.Marked.pdf
- Peñafiel, A. (2020). *Causas y consecuencias del consumo de alcohol en los estudiantes de 14 y 15 años de una IE Daule Guayas 2020* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional UCV.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48758/Pe%c3%b1afiel_SAS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez, M., Martos, Á., Molero, M., Barragan, A., Simón, M. y Del Pino, R. M. (2020). Presión percibida para el consumo de alcohol y variables de resistencia en la adolescencia. *Revista De Investigación En Educación*, 18(3), 332–344.
<https://doi.org/10.35869/reined.v18i3.3272>

- Quintero, C. y Ramírez, C. (2022). Conductas y escenarios de riesgo en la adolescencia. Voces de adolescentes y sus padres en la ciudad de Medellín. *Revista Colombiana De Ciencias Sociales*, 13(2), 559–585. <https://doi.org/10.21501/22161201.3832>
- Ramos, J., Saldaña, R., Talamantes, A., Brugada, L. y Palencia, A. (2020). Nivel de consumo de alcohol y rendimiento académico en estudiantes universitarios del estado de Hidalgo, México. *Educación Y Salud Boletín Científico Instituto De Ciencias De La Salud Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo*, 9(17), 31–36. <https://doi.org/10.29057/icsa.v9i17.6433>
- Ruiz, J., Moral, E., Llor, B. y Jiménez, J (2018). Influencia de los estilos parentales y otras variables psicosociales en el desarrollo de conductas externalizantes en adolescentes: una revisión sistemática. *La Revista Europea de Psicología Aplicada al Contexto Legal*, 11 (1), 9–21. <https://doi.org/10.5093/ejpalc2018a11>
- Romero, M. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Enfermería Del Trabajo*, 6(3), 105–114. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633043>
- Rodríguez, M.C., Perozo, C.M. y Matute, J.D. (2014). Resistencia de la presión de grupo y consumo de alcohol en adolescentes. *Revista de Psicología*, 6(1), 25-40. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2145-48922014000100003
- Salas, A. (2018). *Métodos estadísticos para la investigación científica*. (1.a ed.). Grupo Compás. https://www.academia.edu/48816511/M%C3%A9todos_estad%C3%ADsticos_para_la_Investigaci%C3%B3n_Cient%C3%ADfica_Dr_Alejandro_N%C3%A9stor_Salas
- Sampedro, P., Moreno, R., Begega, A., López, M. y Santín, L. (2022). Long-term consequences of alcohol use in early adolescent mice: Focus on neuroadaptations in GR, CRF and BDNF [Consecuencias a largo plazo del consumo de alcohol en ratones adolescentes]

- tempranos: enfoque en las neuroadaptaciones en GR, CRF y BDNF]. *Addiction Biology*, 27(2). <https://doi.org/10.1111/adb.13158>
- Sánchez, A., Valls, F., Pastor, I., Anleu, C. M. y Belzunegui, A. (2024). Motivaciones para el consumo de alcohol en adolescentes escolarizados: análisis de grupos de discusión. *Atención Primaria*, 56(8), 102931. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2024.102931>
- Salgado, C. (2018). *Manual de Investigación Teoría y práctica para hacer la tesis según la metodología cuantitativa*. (1st ed.). Fondo Editorial de la Universidad Marcelino Champagnat. <https://atarazana.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/07/manual-tesis-cuantitativa.pdf>
- Schütz, A. y Mara, C. (2013). La importancia del apoyo socio-emocional en adolescentes y adultos jóvenes portadores de enfermedad crónica: una revisión de literatura. *Enfermería Global*, 12(2). <https://doi.org/10.6018/eglobal.12.2.143251>
- Sjödin, L., Larm, P., Karlsson, P., Livingston, M. y Raninen, J. (2021). Drinking motives and their associations with alcohol use among adolescents in Sweden [Motivos del consumo de alcohol y su relación con el consumo de alcohol entre adolescentes en Suecia]. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, 38(3), 256–269. <https://doi.org/10.1177/1455072520985974>
- Soriano, J. y Jiménez, D. (2022). Predictores del consumo de alcohol en adolescentes: una revisión sistemática de estudios transversales. *Estudios Psicológicos*, 2(4), 73–86. <https://doi.org/10.35622/j.rep.2022.04.006>
- Tardy, C. (1985). Social support measurement [Medición del apoyo social]. *American Journal of Community Psychology*, 13(2), 187–202. <https://doi.org/10.1007/BF00905728>
- Temporelli, K. y Viego, V. (2024). Consumo de alcohol y conductas de riesgo en adolescentes de argentina. *Horizonte Sanitario*, 23(2). <https://doi.org/10.19136/hs.a23n2.5846>

- Terrero, J., Reyes, J., Cisneros, M., Góngora, L. y Domínguez, J. (2021). Presión de grupo y consumo de alcohol en adolescentes escolarizados. *Know and share Psychology*. 2(2). 45-59. <https://doi.org/10.25115/kasp.v2i2.4906>
- Trucco, E. M. (2020). A review of psychosocial factors linked to adolescent substance use [Una revisión de los factores psicosociales vinculados al consumo de sustancias en adolescentes]. *Pharmacology Biochemistry And Behavior*, 196, 172969. <https://doi.org/10.1016/j.pbb.2020.172969>
- Uroz, J., Charro, B., Prieto, M. y Meneses, C. (2018). Estructura familiar y consumo de alcohol en adolescentes. *Health and Addictions*, 18(1), 107–118. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/144022/retrieve>
- Villanueva, L. (23 de agosto de 2019). Consumo de alcohol aumenta entre las adolescentes peruanas. *Perú 21*. <https://peru21.pe/lima/consumo-alcohol-aumenta-adolescentes-peruanas-236759-noticia/#:~:text=Per%C3%BA%20es%20el%20tercer%20pa%C3%ADs,la%20mayor%C3%ADa%20con%20sus%20padres.>
- Zimet, G., Dahlem, N., Zimet, S. y Farley, G. (1988). La escala multidimensional del apoyo social percibido. *Journal of Personality Assessment*, 52 (1), 30–41. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5201_2

IX. ANEXOS

Anexo A. Ficha Sociodemográfica

Esta es una encuesta en la que Ud. participa voluntariamente, por lo que le agradecemos encarecidamente que sea absolutamente sincero(a) en sus respuestas. Antes de responder los cuestionarios le pedimos que nos proporcione los siguientes datos:

Edad: _____ Grado de instrucción: _____ Sección: _____ Sexo: M o F

Centro de estudios: _____

Distrito de residencia: _____ Religión: _____

A continuación, lea atentamente las preguntas y marque alguna de las alternativas:

1. Usted vive con:
 - a) Papá y mamá
 - b) Solo uno de los padres (papá o mamá)
 - c) Abuelos
 - d) Otros: _____
2. ¿Ha consumido alcohol?
 - a) Si
 - b) No
3. ¿En casa consumen alcohol?
 - a) Si
 - b) No
4. ¿Quiénes consumen alcohol en casa?
 - a) Papá
 - b) Mamá
 - c) Tíos
 - d) Otros: _____

Anexo B. Cuestionario de Motivos para el Consumo de Alcohol (CMC)

A continuación, se presentan una serie de motivos para el consumo de alcohol; por favor marca con él número la opción que más se acerque a tu realidad, no dejes ningún espacio en blanco. Piensa en todas las ocasiones que has consumido o consumirías alcohol, **¿Qué tan seguido dirías tú que consumes o consumirías alcohol a causa de los siguientes motivos?**

a) Nunca b) Rara vez c) A veces d) Regularmente e) Casi siempre f) Siempre

N	Enunciados	N	RV	AV	R	CS	CS
1	Para olvidarme de mis preocupaciones						
2	Porque mis amigos me presionan para consumir alcohol						
3	Porque me ayuda a disfrutar en una fiesta						
4	Porque me ayuda cuando me siento triste o deprimido						
5	Para ser sociable y hacer más amigos						
6	Para animarme cuando ando de mal humor						
7	Porque me gusta cómo me siento consumiendo alcohol						
8	Para que otros no se burlen de mí por no tomar						
9	Porque es emocionante						
10	Para emborracharme (embriagante)						
11	Porque hace las reuniones sociales más divertidas						
12	Para pertenecer al grupo que quiero						
13	Porque me da una sensación placentera						
14	Porque mejora las fiestas y celebraciones						
15	Porque me siento más seguro de mi mismo						
16	Para celebrar una ocasión especial con mis amigos						
17	Para olvidarme de mis problemas						
18	Porque es divertido						
19	Para caerles bien a los demás						
20	Para que no sienta que no me incluyen mis amigos o compañeros						

Anexo C. Escala multidimensional de apoyo social percibido (MSPSS)

Por favor, contesta a cada una de las 12 frases poniendo delante 1, 2, 3, 4 o 5 según consideres que estas situaciones ocurren en tu vida en los últimos meses. Se trata de expresar el grado de acuerdo o desacuerdo con lo que la frase dice.

a) En total desacuerdo b) En desacuerdo c) Neutral d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo

N	Enunciados	TD	ED	N	DA	TA
1	Hay una persona especial que esta junto a mí cuando lo necesito.					
2	Hay una persona especial con la que puedo compartir mis alegrías y mis penas.					
3	Mi familia intenta de verdad ayudarme.					
4	De mi familia, tengo la ayuda emocional y el apoyo que necesito.					
5	Tengo una persona especial que es una verdadera fuente de consuelo para mí.					
6	Mis amigos intentan de verdad ayudarme.					
7	Puedo contar con mis amigos cuando las cosas van mal.					
8	Puedo hablar de mis problemas con mi familia.					
9	Tengo amigos con los que puedo compartir mis alegrías y mis penas.					
10	Hay una persona especial en mi vida que se preocupa por mis sentimientos.					
11	Mi familia está queriendo ayudarme a tomar decisiones.					
12	Puedo hablar de mis problemas con mis amigos.					

Anexo D. Matriz de consistencia correlacional

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES DE ESTUDIO	DISEÑO
Motivación al consumo de alcohol y apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho	Problema general ¿De qué manera se relaciona la motivación al consumo de alcohol y apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho? Problemas específicos ¿Qué características tiene la motivación al consumo de alcohol en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho? ¿Qué características tiene el apoyo social percibido en estudiantes de un	Objetivo general Relacionar la motivación al consumo de alcohol y apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho. Objetivos específicos Describir la motivación al consumo de alcohol en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho. Describir tiene el apoyo social percibido en estudiantes de un	Hipótesis general H_1 = Existe relación entre la motivación al consumo de alcohol y apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho. Hipótesis específicas Los objetivos descriptivos no están orientados a corroborar hipótesis (Salas, 2018).	Variables asignadas: Motivación al consumo de alcohol - Motivos para manejar los problemas o de afrontamiento. - Motivos para tener conformidad con su vida. - Motivos sociales - Motivos para sobresalir o de realce. Apoyo social percibido - Familia - Amigos - Otros significativos Var. Control -Sexo: hombres y mujeres	Tipo de Investigación Cuantitativa correlacional Tipo de Diseño No experimental, de tipo correlacional Participantes Estudiantes de secundaria de un colegio público en San Juan de Lurigancho

	colegio en San Juan de Lurigancho? ¿Cómo se relaciona la motivación al consumo de alcohol y apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho, según el sexo? ¿Cómo se relaciona las dimensiones de la motivación al consumo de alcohol con el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho?	colegio en San Juan de Lurigancho. Relacionar la motivación al consumo de alcohol y apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho, según el sexo. Relacionar las dimensiones de la motivación al consumo de alcohol con el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho.	Existe relación entre la motivación al consumo de alcohol y apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho, según el sexo. Existe relación entre las dimensiones de la motivación al consumo de alcohol con el apoyo social percibido en estudiantes de un colegio en San Juan de Lurigancho.		
--	--	--	--	--	--

