

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinaria, Ciudad de México, México.

ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), enero-febrero 2025,

Volumen 9, Número 1.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v9i1](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1)

# **PERCEPCIÓN SOBRE EL CONSUMO DE ALCOHOL EN JÓVENES UNIVERSITARIOS DE EDADES ENTRE LOS 18 A 25 AÑOS**

**PERCEPTION OF ALCOHOL CONSUMPTION IN  
YOUNG UNIVERSITY STUDENTS BETWEEN 18 AND  
25 YEARS OF AGE**

**Laura Catalina Forero Henao**  
Universidad Sergio Arboleda, Colombia

**Sofía Alejandra Páez Garzón**  
Universidad Sergio Arboleda, Colombia

**Nina Ceballos Porto**  
Universidad Sergio Arboleda, Colombia

DOI: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v9i1.17034](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.17034)

## Percepción sobre el Consumo de Alcohol en Jóvenes Universitarios de Edades Entre los 18 a 25 años

**Laura Catalina Forero Henao<sup>1</sup>**

[laura.forero03@usa.edu.co](mailto:laura.forero03@usa.edu.co)

<https://orcid.org/0009-0000-8998-5085>

Universidad Sergio Arboleda

Bogotá Colombia

**Nina Ceballos Porto**

[nina.ceballos@usa.edu.co](mailto:nina.ceballos@usa.edu.co)

<https://orcid.org/0009-0001-8120-9441>

Universidad Sergio Arboleda

Bogotá Colombia

**Sofia Alejandra Páez Garzón**

[sofia.paez01@usa.edu.co](mailto:sofia.paez01@usa.edu.co)

<https://orcid.org/0009-0007-5548-4072>

Universidad Sergio Arboleda

Bogotá Colombia

### RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo indagar las percepciones de los jóvenes universitarios de la ciudad de Bogotá sobre el consumo del alcohol. Se utilizó un enfoque cualitativo, lo que permitió un análisis de las percepciones de los participantes sobre el consumo del alcohol teniendo en cuenta experiencias y creencias, a través de entrevistas semiestructuradas, cuyos datos fueron analizados por un software en análisis cualitativo en el cual, participaron cinco estudiantes universitarios, entre 18 a 25 años de edad en la ciudad de Bogotá. El alcohol es una de las sustancias psicoactivas de mayor uso a escala global y se vincula con múltiples problemáticas de salud y bienestar social. Su efecto varía según la cantidad consumida y los patrones de consumo, los cuales que pueden estar establecidos por diversos factores individuales y contextuales. Los hallazgos indicaron que la categoría de percepciones fue la más mencionada por los participantes, lo que sugiere su relevancia en la comprensión del fenómeno. Además, se observó que la mayoría de las categorías analizadas presentaron una distribución homogénea en los documentos, lo que evidencia un abordaje equilibrado y consistente de los temas principales. Asimismo, se evidenció que muchos estudiantes tienen una percepción significativa acerca del consumo de alcohol el cual está influenciado por multicausalidades.

**Palabras clave:** consumo de bebidas alcohólicas, consumo de alcohol en la universidad, alcoholismo

<sup>1</sup> Autor principal

Correspondencia: [laura.forero03@usa.edu.co](mailto:laura.forero03@usa.edu.co)

# Perception of alcohol consumption in young university students between 18 and 25 years of age

## ABSTRACT

The objective of this research was to investigate and understand the different perceptions that young university students in the city of Bogotá currently have about alcohol consumption. This study was developed in an environment in which alcohol, as a widely used psychoactive substance, has a considerable potential for addiction and significant impacts on public health, the economy and society. It has a qualitative historical-hermeneutical approach, which allows for a detailed analysis of perceptions. Five university students between 18 and 25 years of age in the city of Bogotá participated. Data collection was done through semi-structured interviews, whose data were analyzed by a qualitative analysis software. Alcohol is one of the most widely used psychoactive substances on a global scale and is linked to multiple health and social welfare problems. Its effect varies according to the amount consumed and consumption patterns, which may be established by various individual and contextual factors. The findings indicated that the category of perceptions was the most mentioned by the participants, suggesting its relevance in understanding the phenomenon. In addition, it was observed that most of the categories analyzed presented a homogeneous distribution in the documents, which evidences a balanced and consistent approach to the main themes. Likewise, it was evidenced that many students have a significant perception about alcohol consumption which is influenced by multicausalities.

**Keywords:** alcoholic beverage consumption, alcohol consumption in the university, alcoholism

*Artículo recibido 26 febrero 2025  
Aceptado para publicación: 29 marzo 2025*



## INTRODUCCION

El alcohol es una sustancia psicoactiva con una fuerte capacidad adictiva que ha sido consumida en diversas culturas y siglos. Su ingesta tiene varias implicaciones tanto sociales como económicas, y también representa una carga considerable en términos de salud, ya que está implicado en más de 200 tipos de enfermedades, lesiones y trastornos de salud (OMS, 2024).

El consumo de alcohol se ha considerado como uno de los mayores desafíos que enfrenta la salud pública hoy en día, ya que se trata de un problema de salud con múltiples factores que da a lugar a diversos trastornos biológicos, psicológicos y sociales. Además, el consumo de alcohol impacta significativamente en el crecimiento, desarrollo y fortalecimiento del núcleo familiar y social, limitando no solamente el consumidor, sino también en todo el contexto en el que se desarrolla, afectando así la calidad de vida del individuo, la familia y a la comunidad (OPS, 2015).

Hay dos aspectos del consumo de alcohol que están relacionados con los daños que este provoca: la cantidad total de alcohol consumido y el patrón de consumo, que abarca tanto la frecuencia como la cantidad de alcohol ingerido en cada ocasión, ya sea a nivel individual o colectivo. La vulnerabilidad personal se refiere a los factores que aumentan la propensión de ciertas personas a beber más y a seguir hábitos de consumo más dañinos, así como a su riesgo de sufrir lesiones relacionadas con el alcohol, considerando tanto la cantidad ingerida como los patrones de consumo. Entre estos factores se incluyen la edad, ya que los jóvenes tienden a adoptar comportamientos de consumo más peligrosos; el género, dado que las mujeres metabolizan el alcohol más rápidamente debido a que generalmente tienen menos masa corporal y una mayor proporción de grasa que los hombres; y los roles de género, puesto que, en muchas culturas dominadas por hombres, a las mujeres se les solía restringir el consumo de alcohol, aunque no escapaban a los efectos negativos del consumo masculino. Asimismo, los antecedentes familiares son un factor relevante, ya que quienes provienen de familias con problemas de alcoholismo tienen una mayor probabilidad de enfrentar dificultades similares, tanto por factores genéticos como por la influencia del entorno familiar. Finalmente, la situación socioeconómica también juega un papel importante, ya que las personas de niveles económicos más bajos suelen experimentar consecuencias más graves por cada litro de alcohol consumido en comparación con aquellos de clases sociales más altas (OPS, 2015).



De acuerdo con National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (2020) los problemas relacionados con el alcohol se agudizan con el consumo excesivo, es decir, cuando se ingieren grandes cantidades de alcohol en tan poco tiempo. Este fenómeno se atribuye al 13.5 de las defunciones a nivel mundial en el grupo etario de 20 a 39 años. Los estudiantes universitarios, que tienen entre 18 y 25 años, se considera un grupo vulnerable, ya que en esta etapa adquieren mayor autonomía y enfrentan un aumento de responsabilidades, junto con las demandas escolares y las expectativas en la sociedad y la familia. Las conductas relacionadas al consumo en este grupo poblacional incluyen muertes involuntarias en accidentes automovilísticos, agresiones sexuales o violaciones durante citas, académicamente implica en pérdidas de clases, desempeños deficientes en exámenes y en calificaciones bajas. De acuerdo con Vargas et al., (2021) consideran que las causas del consumo se destacan el uso del alcohol como distracción individual y colectiva, su integración al entorno universitario, y su aceptación social en festividades, celebraciones y rituales. Además, para Cardona-Gómez y Arango-Paternina (2022) diversos factores como la baja autoestima, violencia familiar, hogares disfuncionales y falta de afecto contribuyen negativamente al rendimiento económico, y a las relaciones sociales, psicológicas y sexuales

Desde un enfoque psicológico la percepción según Arauz et al., (2022) es un proceso individual en el que los seres humanos reciben, interpretan y comprenden estímulos externos, transformándolos mediante la actividad sensorial. La percepción implica la creación de una imagen mental basada a la experiencia personal, influída por la manera en la que se organiza, las características culturales y las necesidades de cada individuo. La percepción no es un proceso que dependa únicamente de los mecanismos fisiológicos de los sentidos y del cerebro. Para Bravo-Rodríguez et al., (2024) la etapa universitaria es un periodo crucial para los jóvenes, durante el cual adoptar hábitos pocos saludables puede conducir al desarrollo de enfermedades temprano de enfermedades no transmisibles (ENT). Existen diversos factores que impulsan el consumo de alcohol entre los estudiantes universitarios incluyendo aspectos emocionales, físicos sociales, económicos y culturales

De igual manera, Messina et al., (2021) encontraron que la presión y las normas sociales tiene un papel crucial en la adopción de este comportamiento de consumo de alcohol, siendo así, estos hallazgos refuerzan la importancia de no solamente considerar factores individuales, sino también el contexto



social para poder diseñar estrategias que puedan prevenir y reducir el consumo de alcohol entornos universitarios.

El presente estudio tiene como objetivo indagar la percepción del consumo de alcohol en jóvenes universitarios entre las edades de 18 a 25 años en la ciudad de Bogotá, con el fin de identificar los factores que influyen en el consumo. Para contextualizar esta investigación en un estudio cualitativo de Hernández et al., (2023) exploró que el consumo de alcohol en jóvenes universitarios de Bogotá y Tunja desde una perspectiva etnográfica. A través de encuestas y observación participantes en espacios de consumo, se identificaron patrones de consumo, motivaciones y riesgos. Los resultados señalaron que los jóvenes beben principalmente cerveza, influenciados por la diversión, la presión social y la necesidad de interacción tras la pandemia. También se destacaron los efectos negativos, como problemas académicos y riesgos de violencia, especialmente para las mujeres.

## **METODOLOGÍA**

La presente investigación se desarrolló bajo una metodología cualitativa y se aplicó una técnica de análisis de contenido de narrativas derivadas de la aplicación de una entrevista semiestructurada que explora las categorías tales como: Percepción del consumo de alcohol, comportamientos asociados, conocimientos sobre los posibles riesgos, factores motivadores del consumo y factores contextuales. De acuerdo con Urbina (2020) la investigación cualitativa es un medio esencial para comprender la complejidad de los fenómenos sociales, ya que por medio de esta se puede integrar modelos explicativos de diversos fenómenos donde se incorporan perspectivas de sujetos implicados. Según De la Hoz Blanco (2018), posibilita que los grupos sociales se emancipen y formulen propuesta para modificar sus realidades a través del proceso de investigación.

### **Participantes**

Cinco estudiantes universitarios entre los 18 a 25 años de edad en la ciudad de Bogotá, los cuales se encontraban realizando sus estudios de educación superior y quienes aceptaron su participación libre y voluntaria en la investigación por medio del consentimiento informado.

### **Procedimiento**

Para llevar a cabo la investigación, se implementaron diversas etapas (tabla 1) que facilitaron mantener un orden en la estructura y en el contenido del estudio.



La recolección de datos se obtuvo por medio de la entrevista semiestructurada ya que de acuerdo con (Tonon, 2009, como se citó en Flick, 2022) este tipo de entrevista permite la exploración de diversas perspectivas de forma subjetiva, además de profundizar las diferentes vivencias de los individuos entrevistados y ajustarse a diferentes marcos teóricos o perspectivas metodológicas (Evans, 2018).

**Tabla 1** Fases de investigación

<b>Fase</b>	<b>Descripción de la fase</b>
1. Registro documental	Se llevo a cabo una búsqueda en base de datos tanto académicas como científicas para poder estructurar el marco antecedente y el marco teórico, seleccionando teorías relevantes para el objeto de estudio. Además, se establecieron categorías y subcategorías de análisis, definiendo cada una con base de literatura consultada.
2. Metodología y selección de muestra	Se realizaron entrevistas semiestructuradas a una a 5 personas, todos siendo estudiantes de la Universidad Sergio Arboleda Sede Bogotá.
3. Aplicación conocimientos y permisos	Se garantizaron las consideraciones éticas pertinentes, incluyendo el consentimiento informado y los principios bioéticos de la investigación. Los participantes firmaron el consentimiento donde confirmaba su participación voluntaria y su derecho a retirarse en cualquier momento de la entrevistar sin repercusiones.
4. Recolección de datos	Se llevo a cabo la recopilación de información mediante entrevistas semiestructuradas, conforme a lo establecido en la metodología. Además, se realizó la transcripción de las entrevistas para garantizar un análisis preciso y detallado.
5. Análisis resultados	Para el análisis de las entrevistas, se empleó un software de análisis cualitativo, lo que permitió una sistematización de la información. Posteriormente, se interpretaron los resultados obtenidos a partir de las distintas tablas y graficas que fueron generadas.

En la tabla 1 se observa las etapas que se llevaron a cabo la investigación. Estas etapas presentan la secuencia que se llevó a cabo incluyendo una breve explicación, teniendo en cuenta las consideraciones éticas para preservar la dignidad y el bienestar de los entrevistados.



**Tabla 2** Categorías y subcategorías

Categoría	Subcategoría
Percepción del consumo de alcohol	Percepción de normalización
	Percepción de estigma
	Percepción de control
Comportamientos asociados	Frecuencia
	Cantidad
Conocimiento sobre los posibles riesgos	Efectos en salud física y mental
	Efectos en el rendimiento académico
	Factores económicos
Factores motivadores del consumo	Estado de animo
	Experiencia subjetiva
	Presión social
Factores contextuales	Eventos sociales o festividades
	Consumo grupal
	Consumo en privado

Como se evidencia en la tabla 2 se otorgaron cinco categorías las cuales en su mayoría se dividieron en tres subcategorías.

### Instrumentos de análisis de datos

Para los datos obtenidos, se utilizó un software de análisis cualitativo que facilita la interpretación de la información hallada en las transcripciones de las entrevistas, con el propósito de establecer conexiones entre las categorías, facilitando la realización de las entrevistas un análisis detallado.

En el software, se adjuntaron las entrevistas realizadas a los participantes, las cuales fueron transcritas. Se generaron manualmente los códigos, cada uno de ellos correspondiente a una categoría. Luego, se ordenaron las preguntas de acuerdo con la categoría y subcategoría correspondiente. Este procedimiento se realizó para comprender la conexión entre las categorías y la percepción del consumo de alcohol que tiene cada participante. Finalmente, el análisis de datos posibilitó la adquisición de información y tablas tales como: Tabla de co-ocurrencias, Tabla de código-dокументo, red y nubes de palabras.



## RESULTADOS

A continuación, se presentan los datos obtenidos de las entrevistas, que finalmente se procesaron por un software cualitativo para poder identificar las conexiones entre las categorías. Por ende, se llevó a cabo la interpretación de la tabla de co-ocurrencias (*figura 1*), la tabla de código-documentos (*figuras 2*), la nube de palabras (*figura 3*) y por último, la red (*figura 4*).

**Figura 1** Tabla de co-ocurrencias

**TABLA DE CO-OCURRENCIAS**

SUBCATEGORIAS	CATEGORIAS				
	Comportamientos asociados	Conocimientos sobre los riesgos	Factores contextuales	Factores Motivadores	Percepción del consumo
Cantidad	5 (1,00)				
Consumo en grupo			5(1,00)		
Consumo en privado			5(1,00)		
Efecto en salud mental		5(1,00)			
Efectos en el rendimiento académico		5(1,00)			
Efectos en salud física		5(1,00)			
Estado de ánimo				4(0,80)	
Eventos sociales			5(1,00)		
Experiencia subjetiva			1(0,10)	5(0,83)	
Factores económicas		5 (1,00)			
Frecuencia	5 (1,00)				
Percepción de control					5(1,00)
Percepción de estigma					5(0,50)
Percepción de normalización					5(1,00)
Presión social				5(1,00)	

Las co-ocurrencias muestran cómo determinados códigos se presentan en las mismas unidades de análisis, como citas o fragmentos de texto, facilitando la identificación de vínculos entre estos. En la tabla, tanto las filas y como las columnas representan los códigos empleados en la investigación, mientras que los números en las celdas señalan la cantidad de veces de códigos que se repiten.

El valor que se encuentra paréntesis, como 1.00 o 0.80, evalúa la cercanía que hay entre los códigos, donde 1.00 es una relación perfecta mientras que los valores que se aproximan a 0 se describe como una relación débil. Adicionalmente, los colores resaltan la fuerza de estas relaciones, donde tonos más sombríos señalan un mayor número de co-ocurrencias. Para la interpretación, resulta esencial reconocer las relaciones fundamentales (celdas con valores altos y coeficientes cercanos a 1.00), así como las relaciones débiles (valores bajos o cercanos a 0).



La co-ocurrencia de los códigos como "cantidad" y "frecuencia" en esta tabla es de 5(1.00), lo que señala que siempre se presentan en las mismas unidades de análisis. Esto podría indicar una correlación con estas categorías en la información entre el consumo y la frecuencia del consumo.

En el estudio, en el caso de "experiencia subjetiva," que obtiene un valor de 5 (0.83), señala que hay una relación relevante pero no total- Esto indica que, su aparición puede fluctuar dependiendo del contexto en particular. En contraste como códigos como "estado de ánimo" y "factores económicos" presentan valores inferiores (4, 0.80), lo que indica una relación menos habitual en comparación con otras relaciones que se observan en la tabla.

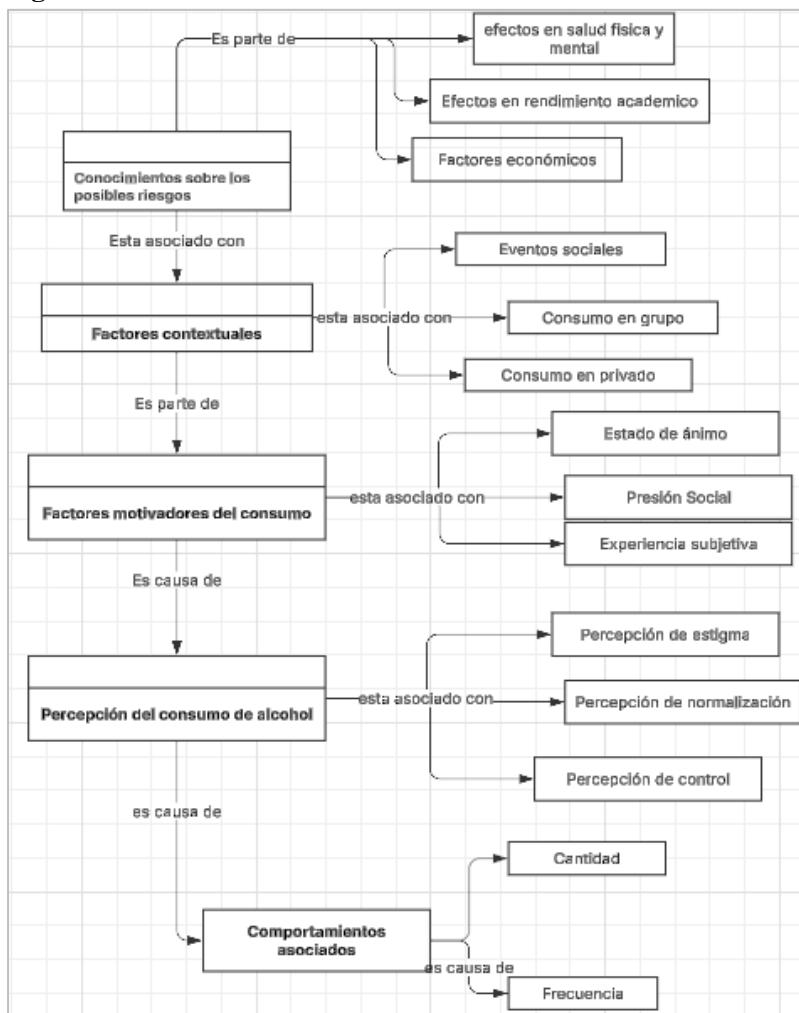
**Figura 2** Tabla código- documento

<b>TABLA CÓDIGO-DOCUMENTO</b>				
<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>1: Entrevista</b>	<b>2:Entrevista</b>	<b>3:Entrevista</b>	<b>Totales</b>
Efectos en rendimiento académico	3	1	1	5
Efectos en salud física	3	1	1	5
Estado de ánimo	3	1		4
Eventos sociales	3	1	1	5
Experiencia subjetiva	4	1	1	6
Factores contextual	3	1	1	5
Factores económicos	3	1	1	5
Factores motivacionales	3	1	1	5
Frecuencia	3	1	1	5
Percepción de control	3	1	1	5
Percepción de estigma	6	2	2	10
Percepción de normalización	3	1	1	5
Percepción del consumo de alcohol	3	1	1	5
Presión Social	3	1	1	5
<b>Totales</b>	<b>64</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>105</b>

Este análisis representa como se cuantifican las menciones de diferentes categorías en las tres entrevistas efectuadas. Las subcategorías, tales como "cantidad", "comportamientos asociados", "efectos en salud" y "percepciones", representan los asuntos tratados en el análisis. En general, las implementaciones de los códigos son homogénea, tal como se puede apreciar en los totales de subcategorías como "cantidad", "frecuencia" y "consumo", que poseen valores uniformes de 5 en todos los documentos. No obstante, se observan algunas diferencias, como en el código "efectos de salud física", que muestra un total de 4 debido a la falta de mención frecuentes en documentos registrados. En contraste, la categoría "percepción" presenta un número más elevado de menciones con un total de (10), lo que indica su importancia en el análisis.



**Figura 3 Red**

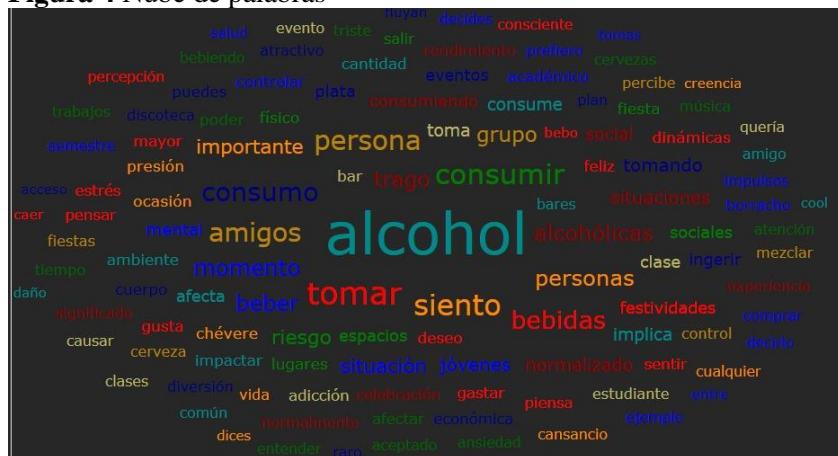


De acuerdo con la figura 3, la percepción sobre el consumo se ve afectada por diversos elementos contextuales y motivadores. Se descubre que al consumo puede estar vinculada a acontecimientos sociales y el consumo grupal o individual, lo que indica que el ambiente tiene un rol crucial como los jóvenes perciben y justifican el consumo de alcohol. Además, se observan factores motivadores del consumo, entre las cuales destacan el estado de ánimo, la presión social y las experiencias subjetivas, lo que indica que las emociones y las interacciones sociales son determinantes claves en la decisión de consumir alcohol.

Igualmente, la percepción de consumo de alcohol se relaciona con subcategorías como percepción de estigma, percepción de normalización y percepción de control, lo que indica que los jóvenes pueden vivir diferentes grados de aceptación o rechazo hacia el consumo, dependiendo de sus convicciones y del entorno en el que se desenvuelven.

Finalmente, la red demuestra que la percepción del consumo de alcohol influye en los comportamientos asociados, específicamente en cantidad y frecuencia del consumo, lo que subraya la relevancia de entender estos elementos para la creación de intervenciones orientadas a prevenir y sensibilizar acerca de las posibles implicaciones del consumo de alcohol.

**Figura 4** Nube de palabras



La nube de palabras representa los conceptos más sobresalientes en el estudio vinculado al consumo de alcohol, además proporciona una perspectiva global del estudio para poder identificar áreas fundamentales de este. Las palabras más grandes utilizadas fueron "alcohol", "persona", "consumo", "amigos" y "consumir", evidenciando los términos más comunes y fundamentales de la información.

## DISCUSIÓN

En la presente investigación se tuvo como resultado la presencia significativa del código “percepción” y su relación con la cantidad y frecuencia del consumo indica que la manera en que los jóvenes perciben el acto de consumir juega un papel crucial en sus patrones de consumo. También, la relación que hay entre cantidad y frecuencia del consumo se evidencia en la co-ocurrencia (1,00) señalando la cantidad de alcohol que consumen y la frecuencia, lo que indica que estos elementos están vinculados y deben de tratarse de manera conjunta en estrategias de prevención.

Los resultados obtenidos de esta investigación han permitido identificar factores claves como personales y sociales influyen en la percepción sobre el consumo de alcohol, hallazgos que coinciden con los planteados por Del Ángel García et al., (2024) en su revisión sistemática sobre el consumo de alcohol en esta población.

En ambos estudios, se destaca el papel de la presión social como motivadores para el consumo de alcohol, ya que los estudiantes suelen sentirse influenciado por su entorno y la aceptación dentro de sus propios círculos sociales. Los datos obtenidos en este estudio reflejan que la percepción del consumo de alcohol es una de las categorías más mencionadas en las entrevistas realizadas, lo que podría indicar en la relevancia de este factor en la experiencia que tienen los estudiantes respecto al consumo.

En la tabla de co-ocurrencias, la subcategoría de estado de ánimo se encuentra dentro de la categoría “factores motivadores” con una frecuencia de 4 y una co-ocurrencia promedio de 0.80. Esto indica que el estado de ánimo está estrechamente relacionado con la motivación del consumo de alcohol en los participantes del estudio. Este hallazgo puede justificarse desde el papel regulador de las emociones de la conducta humana. De acuerdo con Castro-Ochoa y Moreta (2023) las emociones abarcan vivencias mentales de gran intensidad que produce respuestas emocionales orientadas a construir, modificar o gestionar una relación con el ambiente. En este contexto, el consumo de alcohol podría ser una táctica empleada por los estudiantes universitarios para manejar estados emocionales, ya sea potenciando emociones gratificantes o disminuyendo estados emocionales adversos, también es importante resaltar sus impactos en la salud física y mental, este código tuvo una menor frecuencia en comparación con otros, lo que indica que los jóvenes pueden no conscientes de los riesgos asociados.

## **CONCLUSIÓN**

Por medio del software de análisis cualitativo se registraron las diferentes percepciones y reflexiones que los estudiantes universitarios tienen acerca del consumo del alcohol por medio de las entrevistas realizadas. Este es un tema de suma importancia debido a que, por parte de esta población, se tienen varias percepciones sobre las consecuencias sobre el consumo. Es importante psico educar sobre las repercusiones y efectos que tiene el consumo del alcohol para así disminuir la tasa del consumo en los jóvenes universitarios

A partir del análisis, la categoría de percepciones se destaca por tener el mayor número de menciones totales, lo que sugiere que es un tema central en las entrevistas. Esto indica que una posible relevancia en la percepción de los participantes frente al fenómeno estudiado. La mayoría de categorías presentan una distribución equilibrada en los documentos, lo que refleja un análisis homogéneo en el abordaje de los temas principales.



Esto permite asegurar que todos los temas fueron tratados de manera consistente. La ausencia de menciones en algunas categorías como “estado de ánimo” en uno de los documentos, sugiere que ciertos aspectos pueden haber sido menos relevantes, esto indica que podría ser un punto de mejora en futuras investigaciones. Sin embargo, las categorías relacionadas con experiencias y efectos en salud física o mental tienen una presencia significativa, lo que puede resaltar su importancia en el contexto investigado y en el impacto en los participantes.

### **Responsabilidades éticas**

El estudio se llevó a cabo de forma ética, utilizando consentimiento informado y haciendo énfasis en una participación voluntaria y protegiendo la privacidad de los participantes. Se logró la aprobación de docencia y se cumplieron las leyes 1090 de 2006 y 1616 de 2013 referentes al ejercicio psicológico y de salud mental.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

- Arauz, J. S. F., Gavilanes, J., Alemán, E. M. S., & Jiménez, K. J. C. (2022). La percepción, la cognición y la interactividad. *Recimundo*, 6(2), 151-159.  
[https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(2\).abr.2022.151-159](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(2).abr.2022.151-159)
- Bravo-Rodríguez, C. A., Castañeda Jaimes, J. M., Sánchez Pereira, K. J., & Hernández Trillos, N. (2024). Factores de riesgo relacionados con el consumo de alcohol en estudiantes universitarios.
- Castro-Ochoa, F., & Moreta-Herrera, H. (2023). Expectativas hacia el alcohol, dificultades de regulación emocional y consumo de alcohol en adolescentes: modelo explicativo. *Rev. CES Psico*, 16(2), 149-162. <https://dx.doi.org/10.21615/cesp.6562>
- Cardona-Gómez, J., & Arango-Paternina, C. M. (2022). Consumo de alcohol en estudiantes de educación superior: análisis de redes sociales de amigos universitarios (Alcohol consumption in higher education students: analysis of social networks of university Friends). *Retos*, 44, 346–356. <https://doi.org/10.47197/retos.v44i0.90679>
- De la hoz Blanco, J. E. (2018). Fundamentación epistemológica de los procesos de investigación, cultura de paz e investigación educativa. *Revista Cedotic*, 3(2), 234–256.  
<https://revistas.uniatlantico.edu.co/index.php/CEDOTIC/article/view/2089>



- Del Ángel García, J., Alonso, M., Armendáriz, N., & Alarcón, D. (2024). Factores personales que influyen en el consumo de alcohol en jóvenes universitarios: revisión sistemática. *Avances en Enfermería*, 42(2), 11183. i: <http://doi.org/10.15446/av.enferm.v42n2.111831>
- Evans, C. (2018). Analysing semi-structured interviews using thematic analysis: Exploring voluntary civic participation among adults. In Sage Research Methods Datasets Part 1. SAGE Publications, Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781526439284>
- Flick, U. (2022). An introduction to qualitative research (7th ed.). SAGE Publishing.
- Hernández, S., Carrillo-Algarra, A., Solano-Cruz, D., & Zamudio-Amaya, C. (2023). Consumo colectivo de alcohol en jóvenes universitarios en Colombia: análisis desde una perspectiva etnográfica. *Index de Enfermería*, 32(3). <https://dx.doi.org/10.58807/indexenferm20236151>
- Messina MP, Battagliese G, D'Angelo A, Ciccarelli R, Pisciotta F, Tramonte L, Fiore M, Ferraguti G, Vitali M, Ceccanti M. (2021) Knowledge and Practice towards Alcohol Consumption in a Sample of University Students. *Int J Environ Res Public Health*. 2021 Sep 10;18(18):9528. doi: 10.3390/ijerph18189528.
- National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. (2020). Alcohol facts and statistics.
- Organización Mundial de la Salud. (2024). Alcohol. OMS.
- Organización Panamericana de la Salud. (2015). Alcohol: Un informe sobre la salud en las Américas. OPS.
- Urbina, E. (2020). Investigación Cualitativa. *Applied Sciences in Dentistry*, 1(3).  
<https://doi.org/10.22370/asd.2020.1.3.2574>
- Vargas, S., Medina, A., Gómez-Restrepo, C., Cárdenas P., Torrey, W., Williams, M., Bartels, S., Cubillos, L., Castro, S., Suárez-Obando, F., Uribe-Restrepo, J., & Marschr, L. (2021). *Abordando el consumo nocivo de alcohol en atención primaria en Colombia: entendiendo el contexto sociocultural*. Revista Colombiana de Psiquiatría.
- <https://doi.org/10.1016/j.rcp.2020.11.016>.

