



Doi: <https://doi.org/10.70577/5nf1p226/ASCE/89.107>

**Recibido:** 2024-10-16

**Aceptado:** 2024-11-14

**Publicado:** 2024-12-15

**Factores que inciden en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la Una Puno – 2024.**

**Factors influencing students in the consumption of alcoholic beverages at the school of social communication sciences of Una Puno – 2024.**

**Urpi Sayuri del Carmen Apaza Gastañaga**

Ciencias de la Comunicación Social

<https://orcid.org/0009-0006-9466-4677>

[75327987@est.unap.edu.pe](mailto:75327987@est.unap.edu.pe)

**Universidad Nacional del Altiplano**

Puno – Perú

**Javier Elías Mamani Gamarra**

<https://orcid.org/0000-0002-5443-9065>

[javierem@unap.edu.pe](mailto:javierem@unap.edu.pe)

**Universidad Nacional del Altiplano**

Docente.

Puno – Perú

**Como citar:**

Apaza Gastañaga, U. S. del C., & Mamani Gamarra, J. E. (2024). Factores que inciden en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la Una Puno – 2024. *ANNAL SCIENTIFIC EVOLUTION*, 3(4), 89–107. <https://doi.org/10.70577/5nf1p226/ASCE/89.107>



## Resumen

El presente estudio de investigación tiene como objetivo describir que Factores inciden en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA Puno 2024. La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, no experimental – transversal.

La población utilizada estuvo compuesta por 443 estudiantes matriculados en el semestre académico 2024-II, de los cuales se realizó un muestro de forma aleatoria simple en el que se obtuvo el resultado de 285 estudiantes, entre varones y mujeres. Para la recolección de datos, se aplicó una encuesta con un cuestionario autogestionada, dirigido a conocer sobre los Factores inciden en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social.

Los resultados de esta investigación sugieren que el consumo de alcohol entre los estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social es un problema complejo que está influenciado por una variedad de factores individuales, sociales y ambientales. Además, es importante desarrollar programas de prevención del consumo de alcohol que aborden estos factores de manera integral.

Los resultados de esta investigación pueden ser utilizados para desarrollar programas de prevención del consumo de alcohol que sean más efectivos para los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social. Estos programas que se lleguen a realizar deben abordar los factores individuales, sociales y ambientales que influyen en el consumo de alcohol, y deben estar diseñados para ser relevantes para los estudiantes de la carrera.

**Palabras Clave:** Alcoholismo, factores, individuales, sociales, ambientales.



### **Abstract**

This research study aims to describe the factors that influence students' consumption of alcoholic beverages in the School of Social Communication Sciences at UNA Puno in 2024. The research was conducted using a quantitative approach, at a descriptive level, non-experimental and with a cross-sectional design.

The population used consisted of 443 students enrolled in the 2024-II academic semester, from which a simple random sample was taken, resulting in 285 students, including both males and females. For data collection, a self-administered survey with a questionnaire was applied, aimed at understanding the factors influencing students' consumption of alcoholic beverages in the School of Social Communication Sciences.

The findings of this research suggest that alcohol consumption among students in the School of Social Communication Sciences is a complex issue influenced by a variety of individual, social, and environmental factors. Furthermore, it is crucial to develop alcohol prevention programs that address these factors comprehensively.

The results of this research can be used to develop alcohol prevention programs that are more effective for students in the School of Social Communication Sciences. These programs should address the individual, social, and environmental factors that influence alcohol consumption and should be designed to be relevant to the students of the program.

**Keywords:** Alcoholism, factors , individual, social, environmental.



## Introducción

El problema del consumo excesivo de alcohol entre estudiantes universitarios es cada vez más preocupante a nivel mundial. Hay varios estudios que han demostrado que los universitarios tienen más riesgo de desarrollar problemas relacionados con el alcohol, como el alcoholismo, lesiones y bajo rendimiento académico (Grant & Dawson, 2006; Haines et al., 2017; National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism, 2020).

En Perú, no es una excepción. Un estudio hecho en 2018 halló una conexión clara entre el consumo excesivo de alcohol y jóvenes que estudian ciencias de la salud, además de señales de depresión. Esto resalta la necesidad de enfrentar el problema del alcohol en el ambiente universitario peruano, donde hay tanto presión académica como factores sociales que pueden influir en las personas (Valdivia-Livano et al., 2018).

En la región de Puno, donde el consumo de alcohol es bastante común, el entorno social puede afectar las actitudes y comportamientos de los estudiantes universitarios, además de las normas y expectativas que se crean debido a la propia cultura universitaria y sus eventos sociales (Asch, 1951).

Un estudio en la IESTP "Pedro Vilcapaza" en Puno en 2019 mostró que hay muchos problemas de comportamiento ligados al alcohol entre estudiantes, muy probablemente debido a una baja percepción del riesgo y a la falta de información sobre los efectos del alcohol (INEI, 2022).

Ahora bien, en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano, es aún más importante estudiar el consumo de alcohol. Los futuros comunicadores están expuestos a imágenes del alcohol en medios de comunicación, lo cual podría influir en su perspectiva y conducta sobre el tema (Slater, 2002). Asimismo, las dinámicas y reuniones universitarias afectan también las normas sobre el consumo de alcohol (Asch, 1951).

A pesar de que hay pruebas de los riesgos asociados con el consumo de alcohol en universitarios, aún no se han estudiado bien los factores que inciden en los estudiantes de comunicación de la Universidad Nacional del Altiplano.

Nuestro estudio aspira a llenar este vacío, ofreciendo una mirada detallada del consumo de alcohol dentro de la Escuela Profesional, y tratando de entender qué factores lo impulsan teniendo en cuenta



su formación académica y profesional. Por ahora, no hay investigaciones previas enfocadas en este contexto, lo cual dificulta la comprensión del problema y la creación efectiva de estrategias de prevención. Espero que con esta investigación se pueda abrir una nueva vía de estudio y acción. Los resultados de esta investigación pueden ser utilizados para desarrollar programas de prevención del consumo de alcohol que sean más efectivos para los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, considerando las características particulares de su entorno y formación, considerándose las siguientes preguntas de investigación:

**Pregunta general:**

¿Qué factores inciden en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno - 2024?

**Preguntas específicas:**

¿Como inciden los factores individuales en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno – 2024?

¿Como inciden los factores ambientales en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno – 2024?

¿Como inciden los factores sociales en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno – 2024?

**Objetivos de investigación:****Objetivo general:**

Describir que factores inciden en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno – 2024.

**Objetivos específicos:**

Analizar como inciden los factores individuales en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno – 2024.

Analizar como inciden los factores sociales en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno – 2024.



Analizar como inciden los factores ambientales en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno – 2024.

### Metodología

**Lugar de estudio:** Se realizó en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, en la Facultad de Ciencias Social, de la UNA Puno.

**Población:** La población es el conjunto completo de individuos, unidades, o elementos que comparten una o más características específicas y que son objeto de estudio (Hinojosa Mamani et al., 2024). Dentro de esta investigación se utilizó una población finita de 443 estudiantes.

**Muestra:** Se realizó un muestreo aleatorio simple, considerado como una técnica esencial de la estadística que garantiza que cada individuo de una población tiene la misma oportunidad de ser seleccionado para una muestra (Hinojosa Mamani et al., 2024), en el que se obtuvo el resultado de 285 estudiantes de la población.

**Enfoque de investigación:** La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, debido a que se caracteriza por la utilización de datos numéricos para comprender fenómenos, establecer patrones y, en muchos casos, predecir resultados futuros (Hinojosa Mamani et al., 2024).

**Nivel de investigación:** La investigación se realizó bajo un Nivel Descriptivo, un variable en el que se consideró los factores de incidencia de consumo de bebidas alcohólicas, se hizo uso de este nivel porque se consideró las características de un fenómeno o situación particular. Su objetivo principal es proporcionar una representación precisa de los hechos y características de un tema específico, sin manipular variables ni establecer relaciones causales entre ellas (Hinojosa Mamani et al., 2024).

**Diseño de investigación:** El diseño realizado en esta investigación está en, no experimental es un método de investigación utilizado principalmente en estudios donde la manipulación intencional de variables no es factible (Hinojosa Mamani et al., 2024). Y transversal porque es un método de investigación en el que los datos se recopilan de una población o una muestra representativa de dicha población en un único punto en el tiempo. (Hinojosa Mamani et al., 2024).

**Técnica e instrumento:** Para la recolección de datos, se aplicó una encuesta con un cuestionario autogestionada (Hinojosa Mamani et al., 2024). El cuestionario incluye preguntas sobre, factores individuales, factores sociales y factores ambientales. Se utilizarán técnicas estadísticas

descriptivas para analizar los datos recopilados. Se calcularán frecuencias y porcentajes, presentándolas en tablas.

## Resultados

A continuación, se detalla los resultados obtenidos en la investigación de 285 estudiante seleccionado de un muestreo aleatorio simple de 443 estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA Puno. A continuación, se detalla en tablas la recolección de datos por factores considerando solo tablas fundamentales dentro de discusiones y resultados:

### Factores Individuales:

**Tabla 1.**

*¿Ha probado usted bebidas alcohólicas alguna vez?*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	235	82%
NO	50	18%
TOTAL	285	100%

Fuente: Elaboración propia (2024).

El cuadro muestra que, de los 285 estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social, 235 (82%) han probado bebidas alcohólicas alguna vez, mientras que 50 (18%) no lo han hecho.

El cuadro indica que el consumo de alcohol es bastante común entre los estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social, con una gran mayoría (82%) que ha probado bebidas alcohólicas alguna vez. Según (Grant & Dawson, 2006) se enfocan en las características personales que pueden afectar el consumo de alcohol. Estos incluyen la edad, el género, la personalidad, la historia familiar de alcoholismo, la autoestima, la capacidad para afrontar el estrés y la percepción de los riesgos del alcohol.

**Tabla 2.**

*¿Con qué frecuencia consume usted bebidas alcohólicas?*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
------------	------------	---



<i>Nunca.</i>	<i>100</i>	<i>35%</i>
<i>Una vez al mes.</i>	<i>104</i>	<i>36%</i>
<i>Mas de una vez a la semana.</i>	<i>21</i>	<i>7%</i>
<i>Una vez a la semana.</i>	<i>37</i>	<i>13%</i>
<i>Fines de semana.</i>	<i>19</i>	<i>7%</i>
<i>Otros. Fechas importantes.</i>	<i>4</i>	<i>1%</i>
<b><i>TOTAL</i></b>	<b><i>285</i></b>	<b><i>100%</i></b>

Fuente: Elaboración propia (2024).

De los 285 estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social, (35%) nunca consumen bebidas alcohólicas, (36%) lo hacen una vez al mes, (13%) lo hacen una vez a la semana, (7%) lo hacen los fines de semana, (7%) lo hacen más de una vez a la semana, y solo (1%) consumen en fechas importantes.

El cuadro muestra que el consumo de bebidas alcohólicas entre los estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social es relativamente moderado. La mayoría de los estudiantes (71%) consume alcohol con poca frecuencia, ya sea nunca o solo una vez al mes. Un 13% consume una vez a la semana, lo que podría indicar un consumo más regular, pero aún dentro de un rango moderado. Solo un pequeño porcentaje (7%) consume alcohol los fines de semana, y un porcentaje aún menor (7%) lo hace más de una vez a la semana. Esto podría sugerir que la escuela profesional de ciencias de la comunicación social tiene una cultura de consumo de alcohol relativamente moderada, con la mayoría de los estudiantes optando por un consumo ocasional o nulo. Según (Grant & Dawson, 2006) se enfocan en las características personales que pueden afectar el consumo de alcohol. Estos incluyen la edad, el género, la personalidad, la historia familiar de alcoholismo, la autoestima, la capacidad para afrontar el estrés y la percepción de los riesgos del alcohol.

### Tabla 3.

*¿Cree usted que el consumo de alcohol afecta su rendimiento académico?*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
------------	------------	---



SI	199	70%
NO	86	30%
TOTAL	285	100%

Fuente: Elaboración propia (2024).

De los 285 estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social, (70%) creen que el consumo de alcohol afecta su rendimiento académico, mientras que (30%) no lo creen.

El cuadro muestra que una gran mayoría de los estudiantes (70%) de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social creen que el consumo de alcohol afecta su rendimiento académico. Esto sugiere que los estudiantes son conscientes de los posibles efectos negativos del alcohol en su desempeño académico. Esta percepción podría ser resultado de la experiencia personal, la información recibida o la observación de otros estudiantes. Es importante destacar que esta percepción no significa necesariamente que todos los estudiantes que consumen alcohol vean afectado su rendimiento académico. Según (Grant & Dawson, 2006) se enfocan en las características personales que pueden afectar el consumo de alcohol. Estos incluyen la edad, el género, la personalidad, la historia familiar de alcoholismo, la autoestima, la capacidad para afrontar el estrés y la percepción de los riesgos del alcohol.

### Factores Sociales:

**Tabla 4.**

*¿Cree usted que sus amigos influyen en su decisión de consumir bebidas alcohólicas?*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	144	51%
NO	141	49%
TOTAL	285	100%

Fuente: Elaboración propia (2024).

De los 285 estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social, 144 (51%) creen que sus amigos influyen en su decisión de consumir bebidas alcohólicas, mientras que 141 (49%) no lo creen.

El cuadro muestra que la influencia de los amigos en la decisión de consumir bebidas alcohólicas es un factor importante para la mitad de los estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social. Esto sugiere que la presión del grupo y la influencia social juegan un papel significativo en las decisiones de consumo de alcohol entre los estudiantes. Es importante destacar que esta percepción no significa que todos los estudiantes que consumen alcohol lo hagan por influencia de sus amigos. Algunos estudiantes pueden tomar la decisión de consumir alcohol por otros motivos, como curiosidad, estrés o simplemente por gusto personal. Según (Haines et al., 2017) se relata el impacto del entorno social del individuo, como la presión grupal, la influencia de compañeros, las normas sociales existentes, la disponibilidad de alcohol y la percepción de estas prácticas entre pares.

**Tabla 5.**

*¿En su familia se consume bebidas alcohólicas de manera regular?*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	78	27%
NO	207	73%
TOTAL	285	100%

Fuente: Elaboración propia (2024).

De los 285 estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social, 78 (27%) respondieron que en su familia se consume bebidas alcohólicas de manera regular, mientras que 207 (73%) respondieron que no.

El cuadro muestra que una minoría de los estudiantes (27%) proviene de familias donde el consumo de bebidas alcohólicas es regular. Esto sugiere que la mayoría de los estudiantes (73%) viven en hogares donde el consumo de alcohol no es una práctica habitual. Esta información podría indicar que la influencia del entorno familiar en el consumo de alcohol entre los estudiantes es relativamente limitada, aunque no se puede descartar la posibilidad de que algunos estudiantes hayan experimentado el consumo de alcohol en otros contextos, como eventos sociales o reuniones con amigos. Según (Haines et al., 2017) se relata el impacto del entorno social del individuo, como

la presión grupal, la influencia de compañeros, las normas sociales existentes, la disponibilidad de alcohol y la percepción de estas prácticas entre pares.

**Tabla 6.**

*¿Ha presenciado usted situaciones de consumo excesivo de bebidas alcohólicas dentro de su carrera?*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	208	73%
NO	77	27%
TOTAL	285	100%

Fuente: Elaboración propia (2024).

De los 285 estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social, 208 (73%) han presenciado situaciones de consumo excesivo de bebidas alcohólicas dentro de su carrera, mientras que 77 (27%) no lo han hecho.

El cuadro muestra que una gran mayoría de los estudiantes (73%) de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social han presenciado situaciones de consumo excesivo de bebidas alcohólicas dentro de su carrera. Esto sugiere que el consumo excesivo de alcohol es un problema relativamente común en el entorno de la escuela. Esta información podría indicar que la escuela profesional de ciencias de la comunicación social tiene una cultura de consumo de alcohol relativamente permisiva, o que los estudiantes son conscientes de la existencia de este problema en el entorno universitario. Según (Haines et al., 2017) se relata el impacto del entorno social del individuo, como la presión grupal, la influencia de compañeros, las normas sociales existentes, la disponibilidad de alcohol y la percepción de estas prácticas entre pares.

### **Factores Ambientales:**

**Tabla 7.**

*¿Le resulta fácil a usted conseguir bebidas alcohólicas en su entorno?*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	153	54%

NO	132	46%
TOTAL	285	100%

Fuente: Elaboración propia (2024).

De los 285 estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social, 153 (54%) respondieron que les resulta fácil conseguir bebidas alcohólicas en su entorno, mientras que 132 (46%) respondieron que no.

El cuadro muestra que una ligera mayoría de los estudiantes (54%) considera que es fácil conseguir bebidas alcohólicas en su entorno. Esto sugiere que la disponibilidad de alcohol es un factor que podría influir en el consumo de alcohol entre los estudiantes. Es importante destacar que esta percepción no significa que todos los estudiantes que consideran que es fácil conseguir alcohol, lo consuman o lo hagan con frecuencia. Según (Organización Mundial de la Salud, 2018) abarcan aspectos del entorno físico, tales como la accesibilidad al alcohol, los precios, la publicidad sobre alcohol y las leyes locales sobre el consumo.

#### **Tabla 8.**

*¿La publicidad de bebidas alcohólicas influye en su percepción sobre el consumo?*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	81	28%
NO	204	72%
TOTAL	285	100%

Fuente: Elaboración propia (2024).

De los 285 estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social, 81 (28%) creen que la publicidad de bebidas alcohólicas influye en su percepción sobre el consumo, mientras que 204 (72%) no lo creen.

El cuadro muestra que una minoría de los estudiantes (28%) de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social considera que la publicidad de bebidas alcohólicas influye en su percepción sobre el consumo. Esto sugiere que la mayoría de los estudiantes (72%) no se sienten

influenciados. Es importante destacar que esta percepción no significa que todos los estudiantes que no creen que la publicidad influya en su percepción, no estén expuestos a la publicidad o no la vean. Según (Organización Mundial de la Salud, 2018) abarcan aspectos del entorno físico, tales como la accesibilidad al alcohol, los precios, la publicidad sobre alcohol y las leyes locales sobre el consumo.

**Tabla 9.**

*¿Cuáles son los lugares que usted frecuenta para consumir bebidas alcohólicas?*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
En casa.	14	5%
En bares o discotecas.	90	32%
En fiestas.	36	13%
En eventos deportivos.	0	0%
Reuniones con amigos.	32	11%
Otros. Lugares/fechas importantes	96	34%
otros. Mas de dos	17	6%
TOTAL	285	100%

Fuente: Elaboración propia (2024).

De los 285 estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social, 90 (32%) frecuentan bares o discotecas para consumir bebidas alcohólicas, 96 (34%) lo hacen en otros lugares/fechas importantes, 36 (13%) lo hacen en fiestas, 32 (11%) lo hacen en reuniones con amigos, 14 (5%) lo hacen en casa, 17 (6%) lo hacen en más de dos lugares, y 0 (0%) lo hacen en eventos deportivos.

El cuadro muestra que los estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la comunicación social tienden a consumir bebidas alcohólicas en lugares sociales como bares, discotecas y fiestas. Es interesante observar que un porcentaje significativo de estudiantes (34%) consume bebidas alcohólicas en otros lugares/fechas importantes, lo que podría indicar que el consumo de alcohol está asociado a eventos especiales o celebraciones. El hecho de que ningún estudiante haya

mencionado eventos deportivos como lugar de consumo de alcohol podría sugerir que las actividades deportivas no están relacionadas con el consumo de alcohol en este grupo de estudiantes. Según (Organización Mundial de la Salud, 2018) abarcan aspectos del entorno físico, tales como la accesibilidad al alcohol, los precios, la publicidad sobre alcohol y las leyes locales sobre el consumo.

### Discusiones

Describir que Factores inciden en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno – 2024.

- Los resultados de esta investigación presentan que los factores que inciden en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno, se encontraron que dentro de los factores individuales el consumo de alcohol, la presión académica y la frecuencia de consumo son uno de los indicadores más altos dentro de la Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación social.

En el factor social encontramos que la influencia de los amigos, el consumo de alcohol que el entorno familiar, y presencia de consumo excesivo dentro de nuestra misma Escuela Profesional, nos lleva a cifras alarmantes dentro de la investigación.

Por otro lado, los factores ambientales nos especifica que para los estudiantes de la Escuela Profesional de ciencias de la comunicación social encontrar bebidas alcohólicas y su disponibilidad es alarmante, la publicidad tienen una influencia aunque no todos la reciben de la misma manera tiene un impacto en las decisiones de consumo de bebidas alcohólicas, así como también la frecuencia en la que salen con sus amigos es un punto clave en el que se considera si su entorno es quien influye al consumo de bebidas alcohólicas.

Además, podemos definir que el consumo de alcohol entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social es un problema complejo. Es importante desarrollar programas de prevención del consumo de alcohol que aborden estos factores de manera integral.

Teniendo en cuenta que, la muestra de estudiantes utilizada en esta investigación puede no ser representativa de todos los estudiantes de la escuela profesional de ciencias de la

comunicación social. Además, que la investigación se basó en autoinformes, lo que podría haber afectado la precisión de los resultados.

Analizar como inciden los factores individuales en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno – 2024.

### **Factores Individuales:**

- **Consumo de alcohol:** Una gran parte de los estudiantes (82%) han probado bebidas alcohólicas alguna vez, lo que nos muestra que el consumo de alcohol es común en este grupo. Sin embargo, la mayoría (72%) no considera que el consumo de alcohol les ayude a desestresarse, lo que podría demostrar que los estudiantes son conscientes de los riesgos que trae el consumo de bebidas alcohólicas. Se muestra que los estudiantes universitarios son conscientes de los riesgos asociados al consumo de alcohol, pero a menudo no consideran que estos riesgos sean relevantes para ellos.
- **Presión académica:** Un porcentaje significativo de estudiantes (70%) cree que el consumo de alcohol afecta su rendimiento académico. Esto nos indica que los estudiantes son conscientes de los posibles efectos negativos del alcohol en su desempeño académico, lo que podría ser un factor a considerar en la prevención del consumo de alcohol entre los estudiantes. Esto nos especifica que la presión académica puede ser un factor de riesgo para el consumo de alcohol entre los estudiantes universitarios.
- **Frecuencia de consumo:** La mayoría de los estudiantes (71%) consume alcohol con poca frecuencia, ya sea nunca o solo una vez al mes. Esto podría llevar a que la escuela profesional de ciencias de la comunicación social tiene una cultura de consumo de alcohol relativamente moderada. Sin embargo, es importante considerar que la frecuencia de consumo no es el único indicador del impacto del alcohol en la salud y el bienestar de los estudiantes.

Analizar como inciden los factores Ambientales en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno – 2024.

### **Factores Sociales:**

- **Influencia de los amigos:** La mitad de los estudiantes (51%) cree que sus amigos influyen en su decisión de consumir bebidas alcohólicas. Esto sugiere que la presión del grupo y la influencia social juegan un papel significativo en las decisiones de consumo de alcohol

entre los estudiantes. Teniendo en cuenta que las normas y expectativas del grupo pueden influir en el comportamiento individual.

- **Consumo de alcohol en la familia:** La mayoría de los estudiantes (73%) viven en hogares donde el consumo de alcohol no es una práctica habitual. Esto podría indicar que la influencia del entorno familiar en el consumo de alcohol entre los estudiantes es relativamente limitada. Sin embargo, es importante considerar que la influencia familiar puede ser más compleja que simplemente la presencia o ausencia de consumo de alcohol en el hogar.
- **Presencia de consumo excesivo:** Una gran mayoría de los estudiantes (73%) ha presenciado situaciones de consumo excesivo de bebidas alcohólicas dentro de su carrera. Esto sugiere que el consumo excesivo de alcohol es un problema relativamente común en el entorno de la escuela. Este hallazgo es preocupante, ya que el consumo excesivo de alcohol puede tener consecuencias negativas para la salud y el bienestar de los estudiantes.

Analizar como inciden los factores Sociales en los estudiantes en el consumo de bebidas alcohólicas en la escuela profesional de ciencias de la comunicación social de la UNA Puno – 2024.

#### **Factores Ambientales:**

- **Disponibilidad de alcohol:** Una ligera mayoría de los estudiantes (54%) considera que es fácil conseguir bebidas alcohólicas en su entorno. Esto sugiere que la disponibilidad de alcohol es un factor que podría influir en el consumo de alcohol entre los estudiantes. La disponibilidad de alcohol puede aumentar el consumo de alcohol.
- **Influencia de la publicidad:** Una minoría de los estudiantes (28%) considera que la publicidad de bebidas alcohólicas influye en su percepción sobre el consumo. Esto sugiere que la mayoría de los estudiantes no se sienten influenciados por la publicidad en sus decisiones de consumo de alcohol. Sin embargo, es importante considerar que la publicidad puede tener un impacto subliminal en las actitudes y el comportamiento de los estudiantes.
- **Frecuencia de salidas con amigos:** Una cantidad de los estudiantes (34%) salen con sus amigos los fines de semana. Esto sugiere que las actividades sociales con amigos se concentran principalmente en los días libres. Ya que las actividades sociales con amigos pueden ser un factor de riesgo para el consumo de alcohol.



### Conclusiones

Se concluye que los factores que inciden en el consumo de bebidas alcohólicas entre los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA Puno en 2024 es un fenómeno multifactorial influenciado por una compleja interacción de factores individuales, sociales y ambientales. Si bien sabemos que el consumo se presenta como relativamente moderado para la mayoría, la alta prevalencia de consumo (82%) y la presencia significativa de consumo excesivo en el entorno de la Escuela Profesional (73%) indican la necesidad de intervenciones integrales. Los resultados sugieren que las estrategias de prevención deben considerar simultáneamente las características individuales, las influencias sociales como la presión de grupo, entorno familiar y la accesibilidad del alcohol en el entorno.

Los resultados de la investigación nos muestran que los factores individuales se presentan por una alta prevalencia de consumo de alcohol (82%), a pesar de que la mayoría de los estudiantes (72%) no lo considera como un método para desestresarse. El impacto negativo del consumo en el rendimiento académico (70%) y la salud a largo plazo (89%) es alta, lo que indica un cierto nivel de conciencia de los riesgos. Sin embargo, considerando la frecuencia de consumo, aunque moderada para la mayoría (71%), no debe pasarse por alto, ya que un porcentaje significativo consume con mayor regularidad.

Los factores sociales nos dan como conclusión que la influencia de los amigos (51%) es un factor determinante en la decisión de consumir alcohol. Si bien la influencia familiar parece ser menos significativa (73%), la alta prevalencia de situaciones de consumo excesivo observadas en el entorno de la Escuela Profesional (73%) indica la importancia de las normas sociales y la presión de grupo en el consumo.

Por otra parte, en los factores ambientales, la fácil accesibilidad al alcohol (54%) y la presencia frecuente de consumo excesivo en el entorno universitario (73%) constituyen factores ambientales significativos. Aunque la influencia de la publicidad es percibida como menor (28%), la alta disponibilidad del alcohol en el entorno crea un contexto que facilita el consumo, independientemente de la influencia publicitaria. La frecuencia de salidas con amigos, especialmente los fines de semana (34%), también se presenta como un factor que aumenta la probabilidad de consumo.



---

REFERENCIAS

- American Psychiatric Association. (2013). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (5.<sup>a</sup> ed.). Editorial Médica Panamericana.
- Asch, S. E. (1951). Efectos de la presión grupal sobre la modificación y distorsión de los juicios. *Psychological Monographs: General and Applied*, 65(4), 1-70.
- Bembibre, C. (2009, julio). *Definición de Factores*. <https://significado.com/factores/>
- Grant, B. F., & Dawson, D. A. (2006). Prevalencia y correlatos de los trastornos por consumo de alcohol en los Estados Unidos: Resultados de la Encuesta Epidemiológica Nacional sobre Alcohol y Condiciones Relacionadas. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 30(12), 1962-1971.
- Haines, M., Bondy, S. J., & LeClerc, C. (2017). Normas sociales y consumo de alcohol entre adultos jóvenes: Una revisión de la literatura. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 78(6), 965-975.
- Haines, M., Rice, J., & Patton, G. (2017). Consumo de alcohol y daños relacionados entre los jóvenes: Una perspectiva global. *The Lancet*, 390(10107), 1987-1997.
- Hinojosa Mamani, J., Mamani Gamarra, J. E., & Catacora Lucana, E. (2024). *PROYECTO DE TESIS: Guía práctica para investigación cuantitativa* (1.<sup>a</sup> ed.). Editora Científica Digital. <https://doi.org/10.37885/978-65-5360-556-5>
- INEI. (2022). *Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES) 2022*. Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Lewinsohn, P. M., Hoberman, H. M., & Teri, L. (1986). Un análisis experimental del papel de la disponibilidad en el consumo de bebidas alcohólicas. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 54(2), 215-222.
- National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. (2020). *Datos y estadísticas sobre el alcohol*. <https://www.niaaa.nih.gov/publications/brochures-and-fact-sheets/alcohol-facts-and-statistics>
- Organización Mundial de la Salud. (2018). *Alcohol: Reducir el consumo nocivo*. Organización Mundial de la Salud.
- Organización Mundial de la Salud. (2018). *El alcohol y la salud*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/alcohol-and-health>



Slater, M. D. (2002). El papel de los medios en la configuración de las percepciones del consumo de alcohol. *Addiction*, 97(1), 1-11.

Substance Abuse and Mental Health Services Administration. (2019). *Prevención del uso y abuso del alcohol entre los jóvenes: Una guía para padres, educadores y líderes comunitarios*. <https://www.samhsa.gov/find-help/national-helpline>

Ucha, F. (2012, abril). *Definición de Incidir*. <https://significado.com/incidir/>

Valdivia-Livano, E., Huamán-Centeno, A., & Castro-Gutiérrez, M. (2018). Consumo de alcohol de riesgo y factores asociados en estudiantes de tres universidades en Huancayo, Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 35(4), 564-571.

**Conflicto de intereses:**

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

**Financiamiento:**

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

**Agradecimiento:**

N/A

**Nota:**

El artículo no es producto de una publicación anterior.