

Análisis psicométrico del Cuestionario de Motivos del Consumo de Alcohol (CMC) en escolares de la ciudad de Bogotá*

Psychometric analysis of Drinking Motives Questionnaire (DMQ) in school students in Bogotá city

Recibido: 12 de agosto de 2015/Aceptado: 12 de mayo de 2016
<http://doi.org/10.17081/psico.19.36.1298>

Leonardo Pardo Jaime¹, Carolina Bernal Rodríguez²
David Leonardo Ávila Berrío³, Liliana Muñoz Ortega⁴
Corporación Universitaria Iberoamericana, Colombia
Fernando Riveros Munévar⁵
Universidad de San Buenaventura, Colombia

Palabras clave:

Consumo de alcohol, Validez, Confiabilidad, Cuestionario.

Keywords:

Alcohol consumption, Validity, Reliability, Questionnaire.

Resumen

El objetivo del presente estudio consistió en analizar las propiedades psicométricas del Cuestionario de Motivos del Consumo de Alcohol (CMC) en escolares de la ciudad de Bogotá. Para ello, se contó con 206 participantes, a quienes se les aplicó el cuestionario. Los resultados fueron objeto de un análisis factorial exploratorio por medio de la extracción de componentes principales, con rotación Varimax, así como de un análisis de confiabilidad por alfa de Cronbach. Los mismos muestran cuatro factores con apropiada carga factorial tanto por factor como por reactivo, explicando el 73,359 % de la varianza, y un índice de confiabilidad de ,945. Así entonces, el Cuestionario de Motivos del Consumo de Alcohol (CMC) presenta una estructura similar a otros estudios, lo que indica que es una escala con adecuada validez de constructo y, por lo tanto, confiable para utilizarse en escolares bogotanos.

Abstract

The objective of this psychometric study is to analyze the psychometric properties of the Drinking Motives Questionnaire (DMQ) in school children in Bogotá city. For this, there were chosen 206 sample participants who were administered the questionnaire, applying an exploratory factor analysis by using a principal component extraction with Varimax rotation, and a Cronbach's alpha reliability analysis was also performed. The results show four factors with an appropriate factor load, by factor and by reactive, explaining a variance of 73.359 % , and a reliability index of 945. The results show that the Drinking Motives Questionnaire (DMQ) show a similar structure in comparison with surveys made in other countries. This indicates an appropriate construct validity, and reliability for its use in school children in Bogotá city.



Referencia de este artículo (APA):

Pardo, L., Bernal, C., Ávila, D. & Muñoz, L. (2016). Análisis psicométrico del Cuestionario de Motivos del Consumo de Alcohol (CMC) en escolares de la ciudad de Bogotá. *Psicogente*, 19(36), 284-295. <http://doi.org/10.17081/psico.19.36.1298>

* Esta investigación se desprende del proyecto Motivos del Consumo de Alcohol en escolares de la ciudad de Bogotá, perteneciente al semillero ESPIA, de la Corporación Universitaria Iberoamericana.

1. Psicólogo en formación, estudiante Monitor Semillero ESPIA, Corporación Universitaria Iberoamericana. espiasemillero.adicciones@gmail.com
2. Psicóloga en formación, estudiante Semillero ESPIA, Corporación Universitaria Iberoamericana. espiasemillero.adicciones@gmail.com
3. Psicólogo en formación, estudiante Semillero ESPIA, Corporación Universitaria Iberoamericana. espiasemillero.adicciones@gmail.com
4. Psicóloga, especialista en Docencia Universitaria, Magíster en Comunicación, docente Corporación Universitaria Iberoamericana, directora Semillero ESPIA. maria.munoz@iberoamericana.edu.co
5. Psicólogo, especialista en Psicología Clínica y Desarrollo Infantil, Magíster en Psicología, docente Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá. efriveros45@hotmail.com

Introducción

El consumo de alcohol se ha convertido en una problemática de salud pública y sanitaria a nivel mundial (Berenzon, Romero, Tiburcio, Medina & Rojas, 2007; Barroso, Mendes & Barbosa, 2009). A pesar de esto, el alcohol es considerado una droga lícita, lo cual facilita que, aun conociendo el efecto dañino en la salud, las personas incrementen su consumo.

Las estadísticas demuestran que el consumo ha crecido de manera preocupante en la población adolescente: el Observatorio Español sobre Drogas ha realizado varios estudios para demostrar esta problemática: primero, en el 2000, al evidenciar que el 40 % de los estudiantes entre 14 y 18 años habían abusado del alcohol alguna vez en la vida (Espada, Méndez, Griffin & Botvin, 2003); luego, en 2008, reportando que un 81,2 % había tomado bebidas alcohólicas alguna vez en la vida, en un intento de búsqueda de sensaciones riesgosas que propicien placer (Latorre, Cámara & García, 2014). A su vez, Portugal se reporta como uno de los mayores consumidores de alcohol en el mundo, donde el inicio del consumo se da en promedio a los 12 años, y en donde, en una ciudad como Coimbra, el 65,1 % de sus adolescentes ya ha consumido bebidas alcohólicas (Barroso *et al.*, 2009).

Estudios realizados en México han evidenciado que en ese país cerca de 2,5 millones de personas presentan problemas de alcoholismo, representando el 2,5 % de la población total, y que el alcohol es la principal sustancia adictiva consumida con el 65,0 % (Instituto Nacional de Salud Pública de México, 2008; Tamez *et al.*, 2013). Entre el 2002 y el 2008, el consumo en México se incrementó del 0,25 % al 2 % (Ávila, 2012).

En un estudio llevado a cabo por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLASCO), se aplicó una encuesta en nueve países (Brasil, Colombia, Costa Rica, El Salvador, México, Nicaragua, Perú, República Dominicana y Venezuela) y arrojó que el promedio simple de consumo (un trago en los últimos 12 meses) para los nueve países es de 59,8 % (Sojo, 2007). Ello implica que la mitad de la población ha consumido alcohol.

En Colombia, de manera más concreta, el informe final del Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas del año 2008 reportó que un 86 % de las personas habían ingerido alcohol alguna vez en la vida y, según la Organización Panamericana de la Salud, un 76,4 % de los jóvenes consumen alcohol (Arango & Vanegas, 2014). En 2013, un estudio similar reveló que el 87 % de las personas había ingerido alcohol (Ministerio de Justicia y del Derecho, Observatorio de Drogas de Colombia & Ministerio de Salud y Protección Social, 2014), lo cual evidencia que, aunque el aumento es mínimo comparado con el porcentaje del estudio realizado en el 2008 (1 punto porcentual), el consumo va en aumento.

Para el caso de los jóvenes colombianos, El Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Población Escolar-Colombia del 2011 muestra que el consumo de alcohol se presenta desde la etapa escolar. En efecto, el alcohol es la sustancia psicoactiva de mayor consumo y un 39,81 % de estudiantes entre 11 y 18 años reportó haberlo consumido en el último mes. El alcohol es la Sustancia Psicoactiva (SPA) más solicitada a la hora de las relaciones sociales por los adolescentes y jóvenes y los resultados demostraron que la edad promedio del primer consumo es 12 años, sin diferencia entre los hombres y las mujeres. La misma encuesta indica que entre mayor sea el grado que se cursa, mayor es el consumo

de alcohol. El 44,1 % de los adolescentes que consume alcohol son de colegios privados en comparación con el consumo de colegios públicos (38,9 %). En términos de estrato socioeconómico, el consumo más alto se registra en los estratos 5 y 6, mientras que el más bajo se da en el estrato 1. Sin embargo, la mayor proporción de personas con consumo de riesgo perjudicial de alcohol se reporta en el estrato 1, sobre todo entre los adolescentes (Ministerio de Justicia y del Derecho *et al.*, 2011).

En síntesis, las estadísticas mundiales muestran un panorama poco alentador acerca del aumento de consumo de alcohol y, a pesar que existen diversas políticas públicas, leyes y estatutos que regulan y prohíben el consumo de alcohol en menores de edad, esta población mantiene un alto consumo y la edad del inicio del consumo parece estar disminuyendo (Londoño, García, Valencia & Vinaccia, 2005). En Colombia, además de que se presenta esta situación, el consumo de alcohol es un comportamiento socialmente aceptado, lo cual repercute en la salud pública del país (Cicua, Méndez & Muñoz, 2008; Muñoz & Méndez, 2008).

Según la Organización Mundial de la Salud (2014) -WHO por sus siglas en inglés-, las consecuencias del consumo de alcohol van desde la adquisición de enfermedades hasta la muerte, ya sea por situaciones asociadas al consumo o por exceso del mismo.

Es importante destacar que la adolescencia es un periodo crítico en el inicio del consumo (Espada *et al.*, 2003), ya que el comienzo temprano está asociado con futuros comportamientos problemáticos (Barroso *et al.*, 2009; Villareal, Sánchez, Musitu & Varela, 2010), como homicidios, suicidios, lesiones asociadas a accidentes automovilísticos, situaciones relacionadas con el ausentismo escolar y laboral, aumento de riesgo en el uso de

otras drogas y el abuso de alcohol (Tamez *et al.*, 2012; Barroso *et al.*, 2009).

También se asocia una carga de enfermedad atribuida al consumo, que es del 11,4 % en consumidores con edades comprendidas entre los 15 y 24 años (Ávila, 2012), quienes pueden padecer enfermedades del hígado, gastrointestinales y cardiovasculares (Londoño *et al.*, 2005; Tamez *et al.*, 2013). Todo ello nos lleva a indagar los motivos por los que los adolescentes consumen alcohol en la actualidad.

Motivación adolescente al consumo de alcohol

La motivación es un factor básico para la realización de tareas cotidianas que no representan un esfuerzo agobiante, debido a que no es directamente proporcional al valor del objetivo sino al grado de importancia que el individuo le otorga. Sin embargo, existen personas cuya motivación no depende de ellas mismas sino del entorno (superiores, el entorno social, escolar, profesional, entre otros) (Espada, 2006). En este sentido, como afirman Moreno, Cervelló, Montero, Vera y García (2012): “el interés del practicante por la actividad y los motivos por los que practica son fundamentales para que este persista en su esfuerzo” (p.215). Por tanto, podría afirmarse que las metas u objetivos influyen claramente en la motivación y esta a su vez en la capacidad del individuo de esforzarse para conseguir lo propuesto.

En escolares, la motivación es un motor de aprendizaje que incentiva el desarrollo de dicho proceso. No obstante, es imposible atribuirlo exclusivamente a una característica personal, ya que se debe establecer claramente la coherencia de objetivos y motivos. De esta manera, se da un sentido a lo que se aprende, asumiendo dicho aprendizaje para lograr un beneficio o evitar inconformidades (Ospina, 2006). Además del caso del

aprendizaje, la motivación se ha estudiado en procesos como: tratamientos de la conducta adictiva (Rodríguez, 2004), sobrepeso y obesidad (Tárraga *et al.*, 2014), imagen corporal en procesos creativos como la danza (Requena, Martín & Lago, 2015), entre otros.

En lo que compete al alcohol, varias investigaciones han demostrado que los motivos para su consumo están fuertemente influenciados por las situaciones sociales (Palacios, 2012; Castellanos, 2010; Moral, Rodríguez & Sirvent, 2005). Por su parte, Palacios (2012) establece que dichos motivos están relacionados con pautas de afrontamiento, motivos afectivos, hedónicos y estados sociales.

Moral *et al.* (2005) destacan que entre los motivos que conducen al primer consumo se encuentran: la búsqueda de sensaciones, la curiosidad, la búsqueda de evasión de la rutina, la euforia, la desinhibición y las ilusiones de fortaleza y vigor físico. Estos autores conciben así la motivación al consumo como un todo en el que se interrelacionan factores intraindividuales, genéticos y de predisposición individual vistos desde las perspectivas individual, micro y macro social. Castellanos (2010), acorde con la teoría humanista, plantea que los individuos cumplen etapas a fin de satisfacer sus necesidades básicas, la internalización de regulaciones conductuales y las influencias ambientales. De este modo, pasan de la heteronomía a la autorrealización, que es determinada, a su vez, por el locus de causalidad que refiere a la fuente iniciadora y reguladora de los factores intrínsecos y extrínsecos.

En consideración a todo lo anterior, ha surgido una importante teoría para explicar los motivos de consumo de alcohol: la Teoría Motivadora de Cox y Klinger. Según esta, la decisión de tomar alcohol se basa en la

búsqueda de una sensación placentera que se obtendría al consumirlo efectivamente, en comparación con la sensación que se obtendría si no se consume (Cox & Klinger, 1988).

Este modelo plantea que la conducta de consumo de alcohol es el resultado de un proceso motivacional que puede ser modificado, pues, el alcohol tiene propiedades de incentivo tales que, al anteponer una situación de consumo frente a una de no consumo, la persona debe decidir entre el cambio afectivo positivo que obtendría si consumiera y el cambio afectivo positivo que lograría si no consumiera (Mezquita, 2011).

De acuerdo con esta teoría, las variables que determinan el consumo de alcohol son: 1) biológicas, 2) ambientales, 3) psicológicas y 4) culturales (Beerli, Martín, Díaz, Fernández & Galván, 2011). En este modelo, las variables que anteceden a la decisión de consumir o no alcohol serían los motivos, que, a su vez, son precedidos por las expectativas, es decir, por las creencias de los efectos que produce el consumo de alcohol sobre la persona (cognitivo, emocional y conductual) (Mezquita, 2011).

La historia del sujeto determina entonces la influencia en la motivación actual para consumir alcohol. Tal historia considera las siguientes variables: 1) la reactividad biológica al alcohol (disposición genética), 2) los factores culturales (estilos propios de la conducta), 3) las características de la personalidad y 4) los refuerzos pasados de la conducta de beber (Mezquita, 2011), lo cual implica que existe una mayor probabilidad de consumir alcohol si estas variables han sido positivas.

Ahora bien, el *Drinking Motives Questionnaire* (DMQ) para adolescentes fue construido por Cooper

(1994) basándose en el modelo motivacional propuesto por Cox y Klinger (1988, 2011). En este estudio, se tomó una muestra de 1243 adolescentes, con el que se demostró, a través del análisis confirmatorio, que el modelo planteado en la hipótesis se ajusta a los datos y el patrón del factor fue invariable en género, raza y edad. Tales resultados apoyaron no solo la validez conceptual de la teoría de Cox y Klinger, sino también la utilidad de este instrumento para fines clínicos e investigativos en una amplia gama de población adolescente (Cooper, 1994).

En Argentina, un estudio en el que se utilizó el DMQ evidenció que posee propiedades psicométricas confiables, aun en comparación con variaciones del mismo instrumento [*Modified Drinking Motives Questionnaire* (M-DMQ-R) y *Drinking Motives Questionnaire Revisied* (DMQ-R)] (Caneto, Cuoani & Pilatti, 2014).

En 2005, Terán Martínez realizó en México la validación del *Drinking Motives Questionnaire* (DMQ). El instrumento fue traducido dos veces y adaptado al contexto mexicano. En este proceso denominó al instrumento: Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC), y lo empleó en una investigación que buscaba evaluar la motivación de consumo de alcohol en universitarios. Al finalizar, encontró que el alfa de Cronbach de los reactivos en general es de 0,91, lo cual indica el alto índice de confiabilidad que presenta el instrumento en población mexicana (Terán, 2005).

Otra investigación realizada en esta misma población evidenció la utilidad de las propiedades del instrumento (Tamez *et al.*, 2013), pues se demostró que al incrementar los motivos para el consumo de alcohol, también se incrementan los trastornos por su uso y que, de los 20 reactivos, 2 mostraron evidencia de mayor porcentaje de respuesta por motivación. El primero de ellos

corresponde a la celebración de una ocasión especial con amigos, y el segundo aduce que el consumo mejora todo tipo de fiestas y celebración.

El uso del CMC ha sido reportado en México en estudiantes correspondientes al nivel de bachillerato (Ávila, 2012; Tamez *et al.*, 2013; Carrasco *et al.*, 2014), así como en estudiantes universitarios de pregrado (Terán, 2005). Los datos de consistencia interna del instrumento en estos estudios se encuentran entre 0,90 y 0,94.

En Colombia no se tiene evidencia de la utilización de dicho instrumento y al tomar en cuenta la problemática del consumo, que es crítica en el país, es necesario considerar la utilización de este instrumento para determinar, de manera confiable, cuáles son los motivos que conllevan al consumo. A raíz de esto, la presente investigación pretende realizar el análisis psicométrico del Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC) en escolares de la ciudad de Bogotá, a fin de determinar si sus propiedades (validez y confiabilidad) son aptas para la población colombiana.

Método

Diseño

Dado que el interés de esta investigación es la evaluación de la validez y confiabilidad del CMC en escolares de la ciudad de Bogotá, y como se espera contar con un instrumento apropiado para determinar el o los motivos para consumir alcohol en escolares colombianos, se consideró un estudio de corte transversal, de alcance descriptivo y de tipo instrumental (Montero & León, 2005). Precisamente, estos autores consideran como estudios instrumentales a todos los estudios encaminados al desarrollo de pruebas y aparatos, incluyendo tanto el

diseño (o adaptación) como el estudio de sus propiedades psicométricas de los mismos, lo cual se ajusta al interés de esta investigación.

Participantes

Se involucró a 206 estudiantes de 6 a 9 grado de un colegio público de la ciudad de Bogotá, distribuidos en 100 hombres, 103 mujeres y 3 estudiantes que no registraron el sexo, con edades comprendidas entre los 11 y los 19 años ($x=12,18$). La muestra fue obtenida mediante un muestreo no aleatorio y, en específico, por sujetos disponibles.

Instrumentos

Como ya se ha reiterado, para esta investigación se aplicó el Cuestionario de Motivos de Consumo de Alcohol (CMC). Este consta de 20 reactivos que evalúan cuatro categorías de motivos para el uso de alcohol: los motivos para manejar problemas (ítems 1, 4, 6, 15 y 17), los motivos para tener conformidad con su vida (ítems 2, 8, 12, 19 y 20), los motivos sociales (ítems 3, 5, 11, 14 y 16) y los motivos para sobresalir (ítems 7, 9, 10, 13 y 18). Cada reactivo es evaluado según una escala de cinco opciones de respuesta (1 nunca, 2 pocas veces, 3 la mitad de las veces, 4 la mayoría de las veces y 5 siempre) y debe obtenerse un puntaje total que va de un mínimo de 20 a un máximo de 100. Un puntaje mayor indica más motivos para consumir alcohol.

Procedimiento

Para garantizar la comprensión del cuestionario y verificar su redacción y lenguaje, previo a las aplicaciones formales con los participantes, el cuestionario se sometió a revisión por jueces. Tras ello, se sometió la escala

a una prueba piloto con 20 adolescentes, a quienes se les solicitó que señalaran en cada reactivo si presentaban dificultades para la comprensión. Posteriormente y con la debida autorización del colegio, se realizó de manera grupal la aplicación del cuestionario a los estudiantes, la cual se inició con el diligenciamiento del consentimiento informado y luego de la escala. Para el análisis de los datos obtenidos, se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 23, debido a que el interés de este estudio recae en descubrir los componentes principales que definen al conjunto de variables observadas (en este caso de los reactivos). Dadas las condiciones de la escala y del tamaño muestral, se realizó, además, un análisis factorial exploratorio, con método de extracción de componentes principales, con rotación Varimax, así como un análisis de consistencia interna por medio de Alfa de Cronbach y un análisis de confiabilidad elemento-total.

Resultados

En lo que concierne a los resultados de los jueces expertos, debe indicarse que todos los reactivos fueron considerados como pertinentes y apropiados en su redacción y lenguaje, sometiendo sus respuestas a índices de validez de contenido de Lawshe. En este caso se obtuvieron índices superiores a 0,8, esto sugiere que se trata de índices apropiados y que el contenido de la escala puede ser utilizado sin modificaciones. Dados estos resultados, se estableció que todos los reactivos eran claros para los adolescentes que la contestaron, por lo que se realizó la aplicación global a los participantes.

Con el fin de determinar si con el tamaño muestral era posible realizar el análisis factorial, se realizaron los estadísticos Medida de Adecuación Muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y la Prueba de esfericidad de Bartlett. Los resultados ($KMO = ,891$; $Bartlett\ sig = ,000$) evidenciaron que el tamaño muestral era adecuado para

realizar el análisis factorial y que la matriz de correlaciones responde de manera esperada (es importante indicar que los datos de KMO muestran una matriz con bastante ajuste, lo que permite utilizar cualquier método de extracción). Por ello se realizó un análisis factorial exploratorio con el método de extracción de componentes principales y con rotación Varimax. Se procedió entonces a obtener los índices de extracción de cada reactivo del cuestionario, para determinar si debe eliminarse alguno de los reactivos (Tabla 1).

Tabla 1. Índices de extracción de los reactivos del cuestionario

	Comunalidades	
	Inicial	Extracción
Item1	1,000	,572
Item2	1,000	,730
Item3	1,000	,675
Item4	1,000	,653
Item5	1,000	,827
Item6	1,000	,833
Item7	1,000	,700
Item8	1,000	,875
Item9	1,000	,725
Item10	1,000	,609
Item11	1,000	,775
Item12	1,000	,856
Item13	1,000	,659
Item14	1,000	,758
Item15	1,000	,714
Item16	1,000	,769
Item17	1,000	,694
Item18	1,000	,689
Item19	1,000	,841
Item20	1,000	,717

Nota: Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

En los Índices de extracción de los reactivos del cuestionario (Tabla 1), se observó que todos los reactivos tienen una carga factorial suficiente para dejarlos en su totalidad.

A continuación, se realizó el análisis factorial confirmatorio, con rotación Varimax. En la Tabla 2 se muestra la saturación de cada uno de los factores extraídos.

Tabla 2. Índices de saturación de los factores obtenidos

Componente	Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado
1	3,985	19,927	19,927
2	3,922	19,612	39,539
3	3,854	19,272	58,811
4	2,910	14,548	73,359

Los resultados de la Tabla 2 indican que, efectivamente, se obtuvieron cuatro factores con carga suficiente para considerarse cada uno como tal, y explicando una varianza total acumulada del 73,359 % (el factor 1 explicó el 19,927 %; el factor 2, el 19,612 %; el factor 3, el 19,272 %; y el factor 4, el 14,548 %).

En la Tabla 3 se muestran los reactivos correspondientes a cada uno de los cuatro factores.

Tabla 3. Matriz de componentes rotados por cada factor

	Componentes			
	1	2	3	4
Ítem 1	0,654			
Ítem 7	0,731			
Ítem 9	0,67			
Ítem 10	0,525			
Ítem 13	0,696			
Ítem 17	0,692			
Ítem 18	0,438			
Ítem 3		0,684		
Ítem 11		0,673		
Ítem 14		0,765		
Ítem 16		0,802		
Ítem 4			0,611	
Ítem 5			0,86	
Ítem 6			0,757	

Ítem 15	0,729
Ítem 2	0,634
Ítem 8	0,892
Ítem 12	0,833
Ítem 19	0,468
Ítem 20	0,609

Nota 1. Método de extracción: Análisis de componentes principales. Nota 2. Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser. Nota 3. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

En lo que se refiere a la confiabilidad, los resultados muestran un alfa de Cronbach de ,945. En la Tabla 4 se muestran los estadísticos de confiabilidad total-elemento, donde se observa que tras eliminar cada reactivo, ninguno de los coeficientes de confiabilidad aumenta.

Tabla 4. Estadísticos de confiabilidad total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación total-elemento corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Item1	24,16	95,254	,631	,943
Item2	24,31	100,799	,417	,946
Item3	23,83	89,891	,719	,942
Item4	24,01	90,468	,698	,942
Item5	24,26	96,721	,598	,943
Item6	24,08	90,872	,786	,940
Item7	24,28	96,974	,703	,942
Item8	24,35	100,162	,526	,945
Item9	24,14	92,609	,765	,941
Item10	24,24	95,314	,720	,942
Item11	24,02	91,370	,806	,940
Item12	24,31	98,184	,570	,944
Item13	24,26	97,070	,684	,942
Item14	23,96	92,086	,672	,942
Item15	24,22	94,679	,685	,942
Item16	23,85	90,330	,700	,942
Item17	24,10	92,365	,716	,941
Item18	24,09	92,621	,765	,941
Item19	24,27	97,194	,627	,943
Item20	24,29	97,581	,612	,943

Discusión

El consumo de alcohol en escolares va en aumento y genera altas preocupaciones en las políticas públicas y en las condiciones de la misma salud pública (Cicua *et al.*, 2008). Ya Londoño *et al.* (2005) y el Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Población Escolar-Colombia (Ministerio de Justicia y del Derecho *et al.*, 2011) registran el inicio del consumo a temprana edad, así como el aumento en el mismo. Lo anterior, sumado a los efectos del consumo excesivo de alcohol y su relación con problemáticas físicas y psicológicas (Londoño *et al.*, 2005; Barroso *et al.*, 2009; Villareal *et al.*, 2010; Tamez *et al.*, 2013; Ávila, 2012; WHO, 2014), soportan la necesidad de contar con instrumentos válidos y confiables para determinar los motivos del consumo en escolares colombianos, a lo cual le aporta la presente investigación.

Frente a los resultados obtenidos, en primera medida, debe señalarse que los jurados dan cuenta, por los altos índices de consistencia entre ellos, que la escala tiene una redacción adecuada para ser comprendida por los adolescentes colombianos. Los datos de la prueba piloto (que indicaron que la escala era comprensible en su totalidad) dan cuenta, por su parte, de una apropiada validez de contenido. Por otro lado, el análisis factorial realizado muestra una escala compuesta por cuatro factores o subescalas, que corresponden a la estructura hallada por Terán (2005), salvo diferencias en los reactivos 1 y 17 en comparación con la misma. Es de destacar, sin embargo, que los componentes mantienen la misma congruencia teórica propuesta, dado que dichos factores (Terán, 2005) son: los motivos para manejar problemas, los motivos para tener conformidad con su vida, los motivos sociales y los motivos para sobresalir, y que los reactivos corresponden de la misma forma en su distribución al interior de los componentes.

Estos hallazgos también son congruentes con los encontrados por Ávila (2012), Tamez *et al.* (2013) y Carrasco *et al.* (2014) en torno a los datos de validez y confiabilidad del CMC, lo que muestra la concordancia respecto a la confiabilidad del instrumento, así como su distribución en los componentes ya nombrados, lo que, sumado a los indicadores de validez de contenido ya descritos, pueden dar cuenta de una escala válida y confiable para ser aplicada con escolares bogotanos como indicador de sus motivos para el consumo de alcohol.

Dada la importancia y necesidad de evaluar las motivaciones frente al consumo de alcohol en los jóvenes, aun sabiendo que el tamaño de la muestra utilizada es estadísticamente pertinente, se recomienda que en futuros estudios se tome en cuenta otros grupos poblacionales y así obtener más fortaleza para efectos de un posible uso del cuestionario en diversos contextos culturales y sociales tanto en Colombia como en otros países. Ello puede lograrse teniendo en cuenta muestras de mayor tamaño y que fueran seleccionadas de forma aleatoria. Adicionalmente, el alcance de esta investigación llega a un análisis factorial exploratorio, que si bien muestra resultados congruentes con otros estudios similares, requiere un análisis factorial confirmatorio que permita dar mayor garantía de los factores, así como corroborar los datos de validez de constructo que se hallaron en este estudio.

La posibilidad de contar con un instrumento para evaluar los motivos del consumo de alcohol en adolescentes puede contribuir a la comprensión del fenómeno en los escolares del contexto colombiano, lo que a su vez dará elementos para enfrentar la problemática que es necesario abordar con acciones de prevención desde los sectores social, de salud y de educación, a nivel tanto gubernamental como privado. Conociendo los índices

y características preocupantes del consumo reportados para esta población (Ministerio de Justicia y del Derecho *et al.*, 2011; Pérez & Scoppetta, 2009), estas acciones de prevención son una necesidad para los escolares del país. En ese orden y con el fin de establecer estrategias reales, se propone que futuras investigaciones utilicen este instrumento, y comparen los motivos del consumo de alcohol tanto en diferentes grupos en Colombia como en otros países donde esta escala ya ha mostrado su utilidad.

Finalmente, debe indicarse que los resultados encontrados en esta investigación muestran que el Cuestionario de Motivos del Consumo de Alcohol (CMC) tuvo adecuados indicadores de validez de contenido, una estructura factorial similar y congruente con resultados de investigaciones similares a esta, y arrojó datos sobre una apropiada confiabilidad. Todo esto indica que se trata de una escala con adecuada validez de constructo y de contenido, así como con suficiente confiabilidad para ser utilizada en escolares de la ciudad de Bogotá e incluso en investigaciones de corte transcultural, dados los hallazgos psicométricos del presente estudio.

Referencias

- Arango, A. & Vanegas, V. (2014). Efectos del consumo de alcohol vía vaginal en adolescentes de cuatro colegios de la ciudad de Medellín, Colombia. *Revista Chilena de Obstetricia y Ginecología*, 79(4), 283-287.
- Ávila, M. (2012). *Factores personales y psicosociales de los adolescentes en el consumo de alcohol*. H. Matamoros, Tamaulipas, México (Tesis doctoral). Universidad de Alicante, España. Recuperado de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Tesis_Digitales/Tesis_alcohol_adolescentes_factores.pdf

- Barroso, T., Mendes, A. & Barbosa, A. (2009). Análisis del fenómeno del consumo de alcohol entre adolescentes. Estudio realizado con adolescentes del 3° ciclo de escuelas públicas. *Revista Latinoamericana de Enfermagem*, 17(3).
- Berli, A., Martin, J., Díaz, G., Fernández, M. & Galván, I. (2011). *Modelo explicativo de la práctica del botellón de los diferentes segmentos de jóvenes en función de sus motivaciones*. Trabajo presentado en 10th international Marketing trends conference, Paris. Recuperado de http://www.marketing-trends-congress.com/archives/2011/Materiali/Paper/Kids&teens/BEERLIPALACIO_MARTINSANTANA_DIAZMENESES_etal.pdf
- Berenzon, S., Romero, M., Tiburcio, M., Medina, M. & Rojas, E. (2007). Riesgos asociados al consumo de alcohol durante el embarazo en mujeres alcohólicas de la Ciudad de México. *Salud Mental*, 30(1), 31-38.
- Caneto, F., Cuoani, M. & Pilatti, A. (2014). Propiedades psicométricas del cuestionario de motivos de consumo de alcohol para Argentina. *Revista de Psicología*, 23(1), 21-32. Recuperado de <http://www.revistapsicologia.uchile.cl/index.php/RDP/article/viewFile/32871/34627>
- Carrasco, M., Sías, M., Realivázquez, L., Sigala, D., Berumen, L. & Rivera, A. (2014). Motivos para el consumo de alcohol y tabaco en jóvenes de educación media superior: un abordaje predictivo desde enfermería. *Synthesis Digital*, 1, 15-18.
- Castellanos, C. (2010). *Efectos de la entrevista motivacional autónoma en jóvenes consumidores de alcohol* (Tesis de maestría en Psicología). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Cicua, D., Méndez, M. & Muñoz, L. (2008). Factores en el consumo de alcohol en adolescentes. *Pensamiento Psicológico*, 4(11), 115-134.
- Cooper, L. (1994). Motivations for Alcohol Use Among Adolescents: Development and Validation of a Four-Factor Model. *Psychological Assessment*, 6(2), 117-128. Recuperado de http://www.researchgate.net/publication/232517392_Motivations_for_alcohol_use_among_adolescents_Development_and_validation_of_a_four-factor_model
- Cox, W. & Klinger, E. (1988). A motivational model of alcohol use. *Journal of Abnormal Psychology*, 97(2), 168-180. Recuperado de [https://bases.javeriana.edu.co/f5-w-687474703a2f2f707379636e65742e6170612e6f7267\\$\\$/journals/abn/97/2/168.pdf](https://bases.javeriana.edu.co/f5-w-687474703a2f2f707379636e65742e6170612e6f7267$$/journals/abn/97/2/168.pdf)
- Cox, W. & Klinger, E. (2011). A Motivational Model of Alcohol Use: Determinants of Use and Chang. In W. Cox & E. Klinger (Eds.), *Handbook of Motivational Counseling: Goal-Based Approaches to Assessment and Intervention with Addiction and Other Problems* (pp.131-158). Estados Unidos: John Wiley & Sons, Ltd.
- Espada, G. M. (2006). *Nuestro motor emocional: la motivación*. España: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <http://www.ebrary.com>
- Espada, J., Méndez, X., Griffin, K. & Botvin, G. (2003). Adolescencia: consumo de alcohol y otras drogas. *Papeles del psicólogo*, 23(84), 9-17.

- Instituto Nacional de Salud Pública de México (2008). *Encuesta Nacional de Adicciones 2008*. México: Instituto Nacional de Salud Pública. Recuperado de http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/ena08/ENA08_NACIONAL.pdf
- Latorre, P., Cámara, J. & García, F. (2014). Búsqueda de sensaciones y hábitos de tabaquismo, consumo de alcohol y práctica deportiva en estudiantes de educación secundaria. *Salud Mental*, 37(2), 145-152.
- Londoño, C., García, W., Valencia, S. & Vinaccia, S. (2005). Expectativas frente al consumo de alcohol en jóvenes universitarios colombianos. *Anales de Psicología*, 21(2), 259-267.
- Mezquita, L. (2011). *El papel del maltrato, la personalidad y los motivos en el consumo de alcohol: un estudio prospectivo de cinco años en adultos jóvenes* (Tesis para optar al doctorado en Psicología). Universitat Jaume I. Castellón de la Plana, España.
- Ministerio de Justicia y del Derecho, Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de Salud y Proyección Social, Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito-UNODC Colombia, Organización de Estados Americanos-OEA & Embajada de los Estados Unidos de América. (2011). *Estudio Nacional de consumo de sustancias psicoactivas en población escolar. Colombia 2011*. Colombia, Bogotá: Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito en Colombia.
- Ministerio de Justicia y del Derecho, Observatorio de Drogas de Colombia & Ministerio de Salud y Protección Social (2014). *Estudio nacional de consumo de sustancias psicoactivas en Colombia-2013*. Bogotá, Colombia: ALVI Impresores S.A.S. Recuperado de https://www.unodc.org/documents/colombia/2014/Julio/Estudio_de_Consumo_UNODC.pdf
- Montero, I. & León, O. (2005) Sistema de clasificación del método en los informes de investigación en Psicología. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 5(1), 115-127. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33701007>
- Moral, M., Rodríguez, F. & Sirvent, C. (2005). Motivos de consumo de alcohol en adolescentes. Análisis de diferencias intergénero y propuesta de un continuum etiológico. *Adicciones*, 17(2), 105-120.
- Moreno, J., Cervelló, E., Montero, C., Vera, J. & García, T. (2012). Metas sociales, necesidades psicológicas básicas y motivación intrínseca como predictores de la percepción del esfuerzo en las clases de educación física. *Revista de psicología del deporte*, 21(2), 215-221. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=78557863-fb2b-4469-a83e-2acad88218b7%40sessionmgr4005&vid=0&hid=4106&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=zbh&AN=79855858>
- Muñoz, L. & Méndez, M. (2008). Alternativas psicológicas de prevención para el joven colombiano inmerso en una cultura de consumo de alcohol. *Psicogente*, 11(19), 34-45.
- Ospina, J. (2006). La motivación, motor del aprendizaje. *Revista Ciencias de la Salud*, 4, (Especial), 158-160. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56209917>

- Palacios, J. (2012). Exploración de los motivos para consumir alcohol en adolescentes. *Psicología Iberoamericana*, 20(1), 29-39.
- Pérez, A. & Scopetta, O. (2009). *Consumo de alcohol en menores de 18 años en Colombia: 2008. Un estudio con jóvenes escolarizados de 12 a 17 años en 7 capitales de departamento y dos municipios pequeños*. Bogotá, Colombia: Nuevos Rumbos.
- Requena, M., Martín, A. & Lago, B. (2015). Imagen corporal, autoestima, motivación y rendimiento en practicantes de danza. (Spanish). *Revista de Psicología del Deporte*, 24(1), 37-44. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=1c38a0cf46c14da9a0c70b1c8a103741%40sessionmgr4002&vid=0&hid=4106&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=zbh&AN=100880971>
- Rodríguez, E. (2004). Construcción de la motivación hacia un tratamiento en la conducta adictiva. *Liberabit*, 10, 22-26. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68601004>
- Sojo, C. (2007). *Patrones del consumo de alcohol en América Latina. Análisis comparado de 9 países*. Costa Rica: FLASCO. Recuperado de http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION_UNPAN/BOL_JUNIO_2012_51/FLACSO/carlos_sojo.pdf
- Tamez-Rodríguez, A., Cerda-Flores, R., Marín-Peña, E., Machado-Cervantes, J., Dávila-Canales, R., Rodríguez-Aguilar, L. & Martínez-Maldonado, R. (2013). Evaluación del consumo de alcohol y sus motivaciones en estudiantes del noreste de México. *Medicina Universitaria*, 15(58), 3-9. Recuperado de http://apps.elsevier.es/watermark/ctl_servlet?_f=10&pident_articulo=90194995&pident_usuario=0&pcontactid=&pident_revista=304&ty=19&accion=L&origen=zonalectura&web=zl.elsevier.es&lan=es&fichero=304v15n58a90194995pdf001.pdf
- Tárraga, M., Rosich, N., Panisello, J., Gálvez, A., Serrano, J., Rodríguez, J. & Tárraga, J. (2014). Eficacia de las estrategias de motivación en el tratamiento del sobrepeso y obesidad. *Nutrición Hospitalaria*, 30(4), 741-748. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=309232271003>
- Terán, M. (2005). *Las motivaciones y el consumo de alcohol en jóvenes universitarios*. (Tesis de grado de maestría). Ciencias de Enfermería, Universidad Autónoma de Nuevo León, México. Recuperado de <http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020151772.pdf>
- Villareal, M., Sánchez, J., Musitu, G. & Varela, R. (2010). El Consumo de Alcohol en Adolescentes Escolarizados: Propuesta de un Modelo Sociocomunitario. *Intervención Psicosocial*, 19(3), 253 - 264.
- World Health Organization -WHO-. (2014). *Global status report on alcohol and health*. Switzerland: WHO. Recuperado de http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/112736/1/9789240692763_eng.pdf