

Valores y Consumo de Alcohol en Jóvenes Universitarios que Estudian Ciencias del Ejercicio

Rodríguez Aguilar Lucio¹ Facultad de Enfermería UANL Monterrey Nuevo León México. Correo electrónico: lucio.rodriqueza@uanl.mx

García Mendez thania Johcelin² Facultad de Enfermería UANL Monterrey Nuevo León México. Correo electrónico: johcelin_08@hotmail.com

Alonso Castillo María Magdalena³ Facultad de Enfermería UANL Monterrey Nuevo León México. Correo electrónico: [magdalena_alonso@hotmail.com](mailto:magdalenal Alonso@hotmail.com)

Oliva Rodríguez Nora Nelly⁴ Facultad de Enfermería UANL Monterrey Nuevo León México. Correo electrónico: norisnelly@hotmail.com

Resumen

Introducción: El estudio de valores humanos, tema poco abordado con relación al consumo de alcohol, los jóvenes llegan a las universidades con cierta cultura de valores y ciertos comportamientos de riesgo que son influidos por este contexto.

Objetivos: Identificar los valores por sexo. Prevalencias y tipos de consumo de alcohol. Relación de valores con el consumo de alcohol en universitarios.

Métodos: Diseño descriptivo, transversal de correlación, muestreo probabilístico aleatorio estratificado, unietapico, con asignación proporcional, muestra de 300 participantes

Resultados: Los valores de mayor importancia fueron; Conformidad, benevolencia, logro, universalismo e individualismo. Los hombres le asignan mayor importancia a individualismo, estimulación, hedonismo y seguridad ($p < 0,05$). Las prevalencias de consumo de alcohol alguna vez en la vida 86,0% en el último año 65,3% último mes 47,7% y última semana 27,3%. Consumo sensato 34,2%, dependiente 26,0% y dañino 39,8%. Los valores de hedonismo se relacionaron positivamente con el consumo de alcohol ($r_s = 0,14$ $p = 0,004$) así mismo los valores; ser independiente, ambicioso, gozar de la vida e indulgente ($p < 0,005$) y de forma negativa ($p < 0,05$) vida espiritual, ser sano, capaz, orden social y buenos modales.

Conclusiones: Los hombres asignan mayor importancia a los valores individualismo, estimulación, hedonismo y seguridad, las prevalencias y el tipo de consumo de alcohol es alarmante con mayor consumo en hombres. Los valores que tienen relación con el consumo de alcohol corresponden al dominio hedonismo y estimulación y en los que no consumen tiene relación con los dominios seguridad, conformidad y logro

Palabras Clave: Valores; consumo de alcohol; universitarios.

Summary

Introduction: The study of human values, a subject little discussed in relation to alcohol consumption, young people come to universities with a certain culture of values and certain risk behaviors that are influenced by this context. **Objectives:** Identify the values by gender. Prevalences and types of alcohol consumption. Relationship of values with alcohol consumption in university students. **Methods:** Descriptive, cross-sectional correlation design, stratified random probability sampling, unietapetric, with proportional allocation, sample of 300 participants. **Results:** The most important values were; Conformity, benevolence, achievement, universalism and individualism. Men assign greater importance to individualism, stimulation, hedonism and safety ($p < 0,05$). The prevalences of alcohol consumption sometime in life 86.0% in the last year 65,3% last month 47,7% and last week 27,3%. Sensible consumption 34,2%, dependent 26.0% and harmful 39.8%. The values of hedonism were positively related

to alcohol consumption ($r_s = 0,14$ $p = 0,004$) as well as the values; be independent, ambitious, enjoy life and indulgent ($p < 0,005$) and negatively ($p < 0,05$) spiritual life, be healthy, capable, social order and good manners. **Conclusions:** Men assign greater importance to the values of individualism, stimulation, hedonism and safety, the prevalences and the type of alcohol consumption is alarming with greater consumption in men. The values that are related to alcohol consumption correspond to the domain of hedonism and stimulation and in those that do not consume, it is related to the domains of safety, compliance and achievement

Keywords: Values; consumption of alcohol; university.

Valores y Consumo de Alcohol en Jóvenes Universitarios que Estudian Ciencias del Ejercicio

I. INTRODUCCIÓN

El estudio de los valores humanos, es un tema que poco se ha abordado en relación con el consumo de alcohol. Históricamente los valores han sido objeto de estudio desde distintos paradigmas, principalmente desde la perspectiva filosófica. En la actualidad las teorías psicológicas, sociológicas y de la educación se han utilizado como marcos de referencia para el estudio de los valores¹.

El estudio de los valores tiene una especial trascendencia e importancia, se ha argumentado que la humanidad actualmente está sufriendo profundos cambios. Por lo que es necesario la atención en los valores que van emergiendo y que modifican la forma de actuar de las personas al reforzarse en elementos efectivos que podrán evitar una crisis de valores en la sociedad lo que preocupa y pone en duda las metas para obtener una vida plena, aspiración de los seres humanos².

Los jóvenes universitarios, futuros profesionistas son un grupo de interés, porque estos llegan a las universidades con cierta cultura de valores, resultado del proceso formativo de los niveles de enseñanza que le anteceden y de los aprendizajes obtenidos en el seno familiar y en la sociedad. Así mismo las instituciones de educación superior tienen el reto de contribuir y sumar o fortalecer de forma pertinente los valores humanos desde el ingreso a la universidad^{2,3}.

El estudio de los valores en los jóvenes estudiantes de la universidad, es de gran interés para una sociedad en constante cambio. El pluralismo, la debilidad de creencias, el relativismo moral, son algunas de las características que explican la permanente crisis de valores que vive nuestra sociedad actual³. Así mismo se afirma que estamos en un periodo de pesimismo y deshumanización donde los valores en los jóvenes se han ido transformando o se privilegian otros que muestran una sociedad interesada más por el factor económico que busca obtención de bienes materiales más que por la solidaridad⁴. Por otra parte la utilización que hacen los jóvenes de su tiempo libre, ocio y de recreación, buscan entre otras cosas iniciar o experimentar con conductas de riesgo como el consumo de alcohol que produce problemas de diversa índole. Además de las consecuencias que esta sustancia les produce por su consumo, los jóvenes están en un tipo de autismo social, en el que los problemas de su entorno no parecen preocuparles y esto es evidencia de la ausencia o falta de expresión de valores que probablemente pueda estar relacionado al consumo de sustancias adictivas^{5,4}.

El consumo de alcohol es un grave problema de salud pública que afecta de manera importante al grupo de jóvenes universitarios, impacta de forma negativa la salud de las personas, provoca sufrimiento familiar y pone en riesgo la estabilidad social. Las tendencias mundiales reflejan un crecimiento en el uso de estas sustancias, muestran un incremento de consumo y es considerado como una de las principales causa de muerte en los jóvenes, además suele ocasionar problemas sociales y psicosociales tanto a la familia como a la sociedad^{6,7}.

La Organización Mundial de la Salud, (OMS) reporto que cada año, como consecuencia del consumo de alcohol, se presentan alrededor de 3,3 millones de defunciones, a una

edad relativamente temprana, en el grupo etario de 20 a 39 años de edad. El consumo de esta sustancia, es además un factor causal en más de 200 enfermedades y trastornos. El consumo nocivo se asocia con el riesgo de desarrollar una serie de trastornos mentales y del comportamiento, incluido el alcoholismo y algunas enfermedades no transmisibles como la cirrosis hepática, algunos tipos de cáncer y enfermedades cardiovasculares, así como traumatismos provenientes de la violencia y los accidentes de tránsito, en este último mueren o resultan con heridas graves o con discapacidad y ocurren principalmente en el grupo de jóvenes de 15 a 29 años de edad⁸.

Según los datos estadísticos reportados por la Encuesta Nacional de Adicciones (ENA), en relación a la tendencia del consumo de alcohol en la población de 18 a 65 años de edad, el 77,1% había consumido alcohol alguna vez en la vida, 55,7% en el último año, 35,0% en el último mes⁹.

La edad promedio de inicio del consumo de alcohol, ocurre en etapas tempranas de la vida entre los 15 a 20 años de edad, se ha demostrado además que el consumo de alcohol a una edad temprana incrementa el riesgo de dependencia al alcohol y otras drogas. La prevalencia del consumo de alcohol reportada en jóvenes universitarios de algunas regiones de México, Colombia y Perú ha sido de 71,9% a 98%, para alguna vez en la vida, de 62,3% a 77,2% en el último año, de 42,5% a 54% en el último mes y de 23% a 28% en los últimos 7 días. Los varones muestran mayor consumo de alcohol en comparación con las mujeres^{7,10,11,12}.

En relación con los valores, se ha documentado como principales valores de mayor importancia en los jóvenes y estudiantes universitarios, bajo la perspectiva de la teoría de valores¹³, han sido honrar a los padres, dar significado a la vida, seguridad familiar y eligiendo metas, libertad y ser exitoso entre otros^{11,14}. Así mismo los valores en sus dominios que han considerado de mayor importancia han sido; conformidad, benevolencia, universalismo, hedonismo y estimulación^{15,16,11,17}.

Se ha reportado también que los valores de mayor importancia en los adolescentes y jóvenes universitarios que consumen alcohol, han sido; placer, poder social, vida excitante, ambicioso, influyente, autoridad; gozar de la vida, ser atrevido, mente abierta, ser curioso e indulgente consigo mismo. Así mismo, le dan mayor importancia a los valores de los dominios; hedonismo, poder y estimulación. En los jóvenes que no consumen alcohol le dan mayor importancia a los valores; mundo de paz, devoto, no rencoroso, vida espiritual, sabiduría, aceptar mi parte en la vida, honesto, autodisciplina y eligiendo metas, así mismo han dado mayor importancia a los valores de los dominios; benevolencia, tradición y autodirección^{18,14,11,19}.

Los jóvenes universitarios de la carrera de ciencias del deporte es un grupo de interés dado que hasta el momento no se han encontrado estudios realizados en esta población sobre el perfil de la importancia de los valores y el consumo de alcohol. Esta carrera en su perfil profesional tiene como objetivo el buscar el cuidado físico, social y psicológico de la persona, por lo que probablemente los jóvenes que la cursan, tienen un perfil alto en su escala de valores que les permite mostrar conductas saludables, promoviendo su bienestar y buscando ser ejemplo o modelo para las personas y la sociedad en general. Por lo que es importante conocer los valores que tienen, así como para explicar los comportamientos o conductas en relación al consumo de alcohol. Por tal motivo los

objetivos del presente estudio fueron; Identificar la importancia de los valores por sexo, Determinar las prevalencias y tipos de consumo de alcohol por sexo así como la relación de la importancia de los valores y el tipo de consumo de alcohol en universitarios, estudiantes del área deportiva de la carrera de Ciencias del ejercicio. El referente teórico que se utilizó para guiar el presente estudio sobre valores y consumo de alcohol y tabaco en estudiantes universitarios fueron; La teoría de los Valores Humanos de Schwartz¹³ y consumo de alcohol^{20,9}.

Schwartz¹³, desarrollo la Teoría de los Valores Humanos, y define los valores como metas deseables y transituacionales, que varían en importancia y que sirven como principios en la vida de una persona o grupos sociales. Desde una perspectiva socio cognitiva, desarrollo un modelo teórico que prioriza el carácter subjetivo de los valores, como representaciones internas del sujeto inherentes a tres necesidades humanas universales básicas: a) necesidades de los individuos como organismos biológicos, b) necesidades de coordinación de la interacción social, y c) necesidades de supervivencia y bienestar del grupo. De las tres necesidades básicas, propuso diez tipos de dominios los cuales son: hedonismo, logro, poder, autodirección, conformidad, benevolencia, universalismo, tradición, seguridad y estimulación.

En relación al concepto de consumo de alcohol es considerado como la ingesta de alcohol etílico o etanol. Una bebida estándar de esta sustancia equivale a 0.6 onzas de etanol puro, equivalente a 12 onzas de cerveza, 8 onzas de licor de malta, 5 onzas de vino o 1.5 onzas de licor fuerte (un "shot") como el tequila, el ron, el vodka o el whisky²². El consumo de alcohol²⁰ se clasifica en tres tipos de consumo: consumo sensato, consumo dependiente y consumo perjudicial o dañino.

Las prevalencias de consumo de alcohol es una medida de frecuencia que se utiliza en epidemiología para cuantificar la población del fenómeno de estudio sobre la población expuesta. Se recomienda medir el consumo de alcohol, alguna vez en la vida, en el último año, en el último mes y en los últimos siete días⁹.

II. METODOS

El diseño del presente estudio es de tipo descriptivo, de corte transversal y de correlación²². La población de estudio estuvo conformada por 300 participantes, jóvenes universitarios, mayores de edad, ambos sexos, inscritos en la facultad de Organización Deportiva, de una universidad pública del área metropolitana del estado de Nuevo León, México. El muestreo fue aleatorio por conglomerados, unietápico con asignación proporcional al tamaño del estrato (año escolar). El cálculo de la muestra se obtuvo a través del paquete estadístico n`Query Advisor Versión 4,0 ®²³, de acuerdo a los siguientes parámetros; hipótesis bilateral, con nivel de significancia de .05, con una potencia del 90%, un tamaño de efecto de pequeño a mediano de ,20²⁴, efecto de diseño de ,10 y una tasa de no respuesta del 5%, distribuidos en cuatro estratos (años de estudio); primer año (n₁=100), segundo año, (n₂= 75), tercer año (n₃= 75) y cuarto año (n₄=50).

Para la obtención de datos, se utilizó la Cédula de Datos Personales y Consumo de Alcohol y dos instrumentos para la medición de las variables de estudio. El primer instrumento; Cuestionario de Valores de Schwartz [CVS]¹³ y el segundo; Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol [AUDIT]²⁰.

El estudio fue revisado y aprobado por las Comisiones de Ética en investigación y de Investigación de la Facultad de Enfermería de la UANL, con apego a lo establecido en el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Investigación para la Salud²⁵. Garantizando el bienestar y el respeto a la dignidad de los participantes que formaron parte de la investigación. Asimismo se solicitó y se obtuvo la autorización del director de la institución educativa universitaria. Para la recolección de los datos se solicitó el número total de alumnos inscritos y se realizó la selección de los participantes por medio del método de estratificación, en el cual los grupos de estudiantes fueron seleccionados aleatoriamente.

Para el análisis de los datos se utilizó el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 21.00 para Windows. La estadística descriptiva se realizó a través de frecuencias, proporciones y medidas de tendencia central y de variabilidad. Así mismo, se obtuvo la estadística inferencial para dar respuesta a los objetivos planteados. Se determinó la confiabilidad interna de los instrumentos a través del Coeficiente de Alpha de Cronbach. Así mismo se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors para determinar la normalidad en la distribución de las variables continuas y numéricas. Con ello se decidió el uso de pruebas no paramétricas.

III. Resultados

Co respecto a los datos sociodemográficos de los participantes del presente estudio, el 72,7%, fueron del sexo masculino, con un promedio de edad de 20,1 años ($DE=2,07$). Los valores que los jóvenes universitarios dijeron tener como muy importantes fueron; dar significado a mi vida, autodisciplina, seguridad familiar, sano, igualdad, humildad, honrar a padres, confiable, leal y dar significado a la vida y los de menor importancia; poder social, vida excitante, autoridad, riqueza, influyente, ambicioso, atrevido, reconocimiento social, placer y despreocupación.

La media en la importancia de valores en general fue de $\bar{X}=72,3$ ($DE=10,1$). Para los índices de cada uno de los dominios fueron; autodirección $\bar{X}=72,4$ ($DE=12,7$) estimulación de $\bar{X}=62,2$ ($DE=21,6$) hedonismo $\bar{X}=64,0$ ($DE=21,6$), logro $\bar{X}=75,8$ ($DE=14,1$), poder $\bar{X}=45,8$ ($DE=19,4$) seguridad $\bar{X}=72,0$ ($DE=13,7$), conformidad $\bar{X}=71,3$ ($DE=15,1$) tradición $\bar{X}=71,3$ ($DE=15,1$) benevolencia $\bar{X}=79,3$ ($DE=12,0$) y universalidad $\bar{X}=77,7$ ($DE=14,1$).

Se encontró diferencias significativas del índice de valores por sexo en los dominios; individualidad ($U = 7413,5$, $p = ,022$ $\bar{X} = 77,6$ $Mdn = 77,77$) estimulación ($U = 7247,0$ $p = ,011$ $\bar{X} = 73,62$ $Mdn = 77,77$) hedonismo ($U = 6998,5$ $p = ,004$ $\bar{X} = 76,09$ $Mdn = 77,77$) logro ($U = 7403,0$ $p = ,022$ $\bar{X} = 81,77$ $Mdn = 83,33$) y el dominio seguridad ($U = 6667,5$ $p = ,001$ $\bar{X} = 70,15$ $Mdn = 72,22$). Estos dominios fueron más altos en el sexo masculino que en el femenino de manera significativa ($p < ,05$). El resto de valores y dominios no mostraron diferencias significativas por sexo ($p > ,05$)

El tipo de consumo de alcohol obtenido a través del AUDIT, fue; 39,8% de los participantes reporta consumo dañino, IC 95% [32,8-46,7] seguido del consumo sensato

34,2%, IC 95% [27,4-40,8] y el 26,0% reporta un consumo dependiente, IC 95% [19,8-32,2].

Se encontró diferencia significativa solo en el consumo de alcohol sensato por sexo ($U = 2905,5$ $p = ,008$) siendo más alto en el sexo masculino ($\bar{X} = 38,84$) que en el sexo femenino ($\bar{X} = 29,01$). No se presentó diferencia significativa ($p > ,05$) del tipo de consumo de alcohol dependiente y dañino por sexo de los participantes.

En las prevalencias del consumo de alcohol, el 86,0% de los participantes han consumido alcohol alguna vez en la vida IC 95% [82,0-89,3] el 65,3% ha consumido alcohol en el último año IC 95% [59,7-70,7] el 47,7% ha consumido alcohol en el último mes IC 95% [42,2-53,2] y el 27,3 % de los participantes han consumido alcohol en los últimos 7 días IC 95% [22,2-32,3].

Se encontró diferencia significativa en las prevalencias de consumo de alcohol alguna vez en la vida ($\chi^2 = 1,68$ $p = ,001$), en el último año ($\chi^2 = ,01$ $p = ,001$), en el último mes ($\chi^2 = ,29$ $p = ,001$) y en los últimos siete días ($\chi^2 = 4,64$ $p = ,001$) siendo más altas en el sexo masculino que en el femenino.

Se reportó correlación positiva significativa del dominio hedonismo con el índice de consumo dependiente ($r_s = ,141$ $p > ,05$). Así mismo los valores: independiente con el consumo de alcohol sensato ($r_s = ,140$ $p > ,05$) y ambicioso con el consumo dañino ($r_s = ,169$ $p > ,05$)

Así mismo se observó correlación negativa significativa en los valores; vida espiritual, con consumo sensato ($r_s = -,159$ $p > ,05$) sano, con el consumo sensato ($r_s = -,157$ $p > ,05$) con consumo dependiente ($r_s = -,160$ $p > ,05$) y con consumo dañino ($r_s = -,270$ $p > ,001$) y capaz con consumo sensato ($r_s = ,152$ $p > ,05$ y dependiente ($r_s = ,201$ $p > ,001$).

IV. Conclusiones

Los valores que los jóvenes universitarios que estudian deportes en el área de ciencias del ejercicio refirieron de mayor importancia; dar significado a mi vida, seguridad familiar, estar sano, curioso, vida excitante y reconocimiento social. En relación a los dominios de valores de Schwartz (1992), las medias de mayor a menor importancia en los participantes fueron; conformidad, benevolencia, logro, universalidad, individualidad, hedonismo, estimulación, tradición, seguridad y poder.

En relación a los tipos de consumo de alcohol se observa que los participantes muestran porcentajes más altos en el tipo de consumo dañino, seguido del consumo sensato y por último el tipo de consumo dependiente. En relación a los tipos de consumo de alcohol por sexo, los hombres tienen mayor consumo sensato que las mujeres.

Referente a la prevalencia del consumo de alcohol, las proporciones son alarmantes, son más altas en el consumo de alguna vez en la vida seguida de; en el último año, último mes y en los últimos siete días respectivamente, con mayor consumo en el sexo masculino

Los estudiantes que le dan mayor importancia a los valores del dominio hedonismo tienen más alto consumo de tipo dependiente. Así mismo los universitarios que asignan mayor importancia a los valores; ser independiente, ambicioso presentan mayor consumo de alcohol.

Los estudiantes que le dan mayor importancia a los valores; vida espiritual, sano y capaz son los que menor probabilidad tienen con el consumo de alcohol de tipo sensato dependiente o dañino

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Brinkmann & Bizama, (2000). Brinkmann, H., Bizama, M. M. Estructura Psicológica de los Valores Presentación de una Teoría (1) Revista Sociedad Hoy, Universidad de Concepción, Chile 2000; (4) 1-13.
2. Bujardón, M. A. Reflexiones epistemológicas acerca de la educación en valores humanos. Rev Hum Med Camaguey Cuba 2008; v.8 n.2-3; 1-20.
3. Castro. S.A., Nader, M. La evaluación de los valores humanos con el Portrait Values Questionnaire de Schwartz Interdisciplinaria. *Revistas Científicas de América Latina*. Vol. 23, núm. 2, 2006, pp. 155-174
4. Rodríguez, A. L. Perfil de valores y consumo de alcohol en estudiantes universitarios del área de la salud. Tesis de Doctorado. Instituto de investigaciones en bioética. Monterrey, Nuevo León. 2017
5. Moïsi, D. (2010): L'Occident et l'Asie : innovation technologique et message universel. Le Monde.fr, Supplément partenaire.
6. Cruz, D.A.B., Luna, R.Y.C., Méndez, B.M.Y., Muñoz. T. T. J., Nava, M.A.G., Adan, P.M.R., Rodríguez, M.A., Reséndiz, G.G., Rocha, R.R., Maldonado C.M.I. Factores asociados al consumo de alcohol en estudiantes de ingeniería civil. *Psicología y Salud*, 201). Vol. 21, Núm. (2): 265-271
7. Lorenzo, M; Cajaleón, B. & Gutiérrez, E.. Prevalencia y factores asociados al consumo de alcohol y tabaco en estudiantes de nutrición de una universidad de Lima-Perú. Revista Peruana de Epidemiología, Sociedad Peruana de Epidemiología Lima, Perú 2012 vol. 16, núm. (3), 01-05
8. Organización Mundial de la Salud [OMS]. Alcohol. Nota descriptiva 2015. No 39. Recuperado 12 Agosto de 2016 <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs349/es/>
9. Encuesta Nacional de Adicciones: Reporte de Alcohol (ENA 2011) Primera edición 2012. Recuperado 24 de Agosto de 2016. <Http://www.inprf.gob.mx>
<http://www.uade.inpsiquiatria.edu.mx>
10. Puig-Nolasco, A., Cortaza-Ramirez, L., Pillon, S. C. Consumo de alcohol entre estudiantes mexicanos de medicina. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 2011; 19, 714-721.
11. Rodríguez, A. L., De La Garza, G. L. S., Rodríguez, D. G. Y., Alonso, C., M. M., & Guzmán, F. F. R. Valores y consumo de alcohol y tabaco en jóvenes universitarios. *Rev enferm Herediana*. 2015; 8(2), 62-69.
12. Salcedo, A., Palacios & Espinosa, Á., Consumo de alcohol en jóvenes universitarios. *Revista Avances en Psicología Latinoamericana/Bogotá (Colombia)*. 2011. Vol. 29(1) 77-97
13. Schwartz, S., Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical test in 20 countries. En M. Zanna (Ed.) *Advances in experimental social psychology*. 1992: 99. 1-65) NY: Academic Press.
14. Rodríguez, P. L. A., Alonso-Castillo, B. A., Alonso-Castillo, M. M., Alonso-Castillo, M. T. J., Oliva, R. N. N. Armendáriz G. N. A. Valores terminales, valores

- instrumentales y consumo de alcohol y tabaco en estudiantes de preparatoria. *Enfermería Comunitaria* (rev. digital), 2015 11(1)
Recuperado en: <<http://www.index-f.com/comunitaria/v11n1/ec9713>.
15. Delfino, G. & Zubieta, E. Valores y política. Análisis del perfil axiológico de los estudiantes universitarios de la ciudad de buenos aires (república argentina). *Revista INTERDISCIPLINARIA*, 2011, 28, 1, 93-114.
16. Lezcano, F., Abella, V. & Casado, R., Implicaciones de la teoría de valores humanos de Schwartz en la actividad educativa con adolescentes. *Revista Iberoamericana de Educación/Revista Ibero-americana de Educação* (2012), 60/1.
17. Sánchez, B. J., Ortiz, M. L. & Pérez, V. C. Perfil valórico de los egresados de la carrera de Nutrición y Dietética. *Revista Cubana de Educación Médica Superior*. 2012; 26(3):385-396.
18. Méndez R. M. D. Valores, Percepción de Riesgo y Relación con el Consumo de Tabaco y Alcohol en adolescentes de preparatoria. Tesis de Maestría. Universidad Autónoma de Nuevo León. Monterrey Nuevo León México 2013.
19. Ruiz Avendaño, M. G. Valores, consumo de alcohol y tabaco en estudiantes de bachillerato. Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey Nuevo León México 2014.
20. De la Fuente, J.R., & Kershenobich, D. El alcoholismo como problema médico. *Revista Facultad de Medicina UNAM*. 1992; 35(2), 47-51.
21. National Institute on Drug Abuse [NIDA] Adicción al Alcohol. Serie de reportes de investigación. 2010. Recuperado en 12 de Mayo de 2016 de <http://www.drugabuse.gob/sites/default/files/rstabaco.pdf>.
22. Burns, N., & Grove, S. K. *Investigación en Enfermería* (3er. Ed.). España: Elsevier 2005.
23. Elashoff, D. J. Dixon, J. W., Crede, M. k. & Fotheringham, N. n. *QueryAdvisor* (version 4.0) Copyrigh (Software estadístico para PC). Los Ángeles, C.; 2000.
24. Cohen, J. The effect size. *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. 1988, 77-83.
25. Secretaria de Salud Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Investigación para la Salud, México 1987. Recuperado de <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/rlgsmis.html>