

Percepción de una intervención en modalidad electrónica por universitarios que consumen alcohol

JOSÉ LUIS PÉREZ CASTRO¹

SILVIA JAZMÍN ORTIZ NORIEGA²

MA. DE LOS ÁNGELES VACIO MURO³

MARTHA LETICIA SALAZAR GARZA⁴

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo evaluar una página web de consejo breve valorando su utilidad, facilidad de uso, actitud, intención de uso, confianza percibida, riesgo percibido, así como por una lista de adjetivos dicotómicos y la identificación de ventajas y desventajas de la misma. Participaron 100 estudiantes de una universidad pública, 50 consumidores de alcohol sin riesgo y 50 en riesgo, quienes después de explorar la página web, la evaluaron considerando las variables mencionadas previamente en una sola sesión. Los datos se analizaron de manera descriptiva y se realizaron pruebas *t* para grupos

-
- 1 Licenciado en asesoría psicopedagógica por la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Colaborador en investigación del Departamento de Psicología de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. jolu_pec@hotmail.com.
 - 2 Licenciada en psicología por la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Colaborador en investigación del Departamento de Psicología de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. psic.jazortiz@gmail.com.
 - 3 Doctora en ciencias del comportamiento por la Universidad de Guadalajara. Profesora-investigadora de tiempo completo del Departamento de Psicología, Universidad Autónoma de Aguascalientes. wee_vacio@yahoo.com.
 - 4 Doctora en psicología por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesora-investigadora titular C del Departamento de Psicología, Universidad Autónoma de Aguascalientes. mlsalazar@correo.uaa.mx.

independientes, a fin de identificar las diferencias entre los puntajes promedios para algunas de las variables evaluadas. Los datos mostraron diferencias significativas en relación con la facilidad de uso, actitud y confianza percibida entre los grupos; es decir, los universitarios sin riesgo percibieron mayor utilidad y facilidad en el uso de la página con una actitud más favorable, percibiéndola como confiable y sin riesgo de uso en comparación con los de riesgo. En general, los universitarios consideran que la página web puede ser útil, debido a que proporciona información relevante para el usuario sobre el consumo de alcohol.

Palabras clave: intervención en línea, consejo breve, alcohol, facilidad de uso, utilidad percibida.

ABSTRACT

The aim of this study was to evaluate a brief advice web page, assessing their usefulness, ease of use, attitude, intended use, perceived confidence, perceived risk, as well as a list of dichotomous adjectives and identifying advantages and disadvantages of it. To this end, 100 students from a public university attended the study, 50 of them with low risk alcohol consumption and 50 with a high risk alcohol consumption. Descriptive data analysis and Student's *t* test for independent groups were performed to identify significant differences between the groups. These differences were only identified in terms of ease of use, attitude and perceived confidence. Students with low risk perceived greater utility and ease of use of the site; reported a more positive attitude while using it and considered it reliable and nonthreatening in comparison to those with high risk. In general, college students consider that the website can be useful, because it provides relevant information about alcohol consumption to the user.

Key words: On line intervention, brief advice, alcohol, usefulness, ease of use.

Algunos estudios realizados en México han reportado que en los últimos años ha habido un incremento importante en el consumo de bebidas alcohólicas entre los jóvenes mexicanos en edad de recibir una educación superior (Díaz *et al.*, 2008). Estudios en la población universitaria muestran que la proporción de bebedores de alcohol y

los problemas asociados aumentan con la edad (Mora y Natera, 2001), lo que favorece la ocurrencia de consecuencias negativas en los jóvenes, tales como daños o lesiones físicas, problemas académicos, familiares y con la ley; síndrome de abstinencia y problemas económicos (Hernández *et al.*, 2010).

En este sentido, la Encuesta Nacional de Adicciones (ENA, 2011) reportó que la percepción de riesgo por consumo de alcohol entre la población adulta ha venido disminuyendo, en tanto que la tolerancia social se ha incrementado, lo cual puede explicar la tendencia al incremento del consumo de alcohol entre los universitarios. Ante tal problemática, una de las alternativas que ha sido apoyada por investigadores y profesionales relacionados con el cuidado de la salud, es el uso de las intervenciones basadas en tecnologías, debido a que éstas actualmente representan uno de los instrumentos clave para la atención en salud; por lo que la inserción de tópicos y prácticas de salud vía electrónica se vuelve necesaria.

Jiménez *et al.* (2007) han señalado que el internet debería convertirse en un recurso importante para la aplicación de las directrices recomendadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) a los sistemas de salud, ya que los jóvenes también emplean este recurso tecnológico para informarse sobre aspectos de esta índole, entre las que se encuentran: orientar la prestación de servicios a las necesidades de los adolescentes, promover la toma de conciencia en cuestiones de salud en los jóvenes y establecer normas bien fundamentadas para prestar apoyo en los servicios de salud.

Pousada, Valiente y Boixadó (2007) señalaron que algunos de los beneficios que tienen las intervenciones en la red son: la accesibilidad, adherencia al tratamiento, menor coste, el anonimato y la flexibilidad, ya que su uso se facilita desde cualquier lugar y momento, evitando el desplazamiento a un lugar específico, siendo posible combinarlo con actividades cotidianas y ofrecer mayor autonomía a la persona. Además, se ha visto que cuando los usuarios acuden a recibir atención presencial, existen diferentes barreras, tales como costos y estigmas, número insuficiente de profesionistas y largas listas de espera (Richards, 2013).

En un estudio realizado por Quesada *et al.* (2007) en España, se observó que los programas presenciales eran poco accesibles, el tratamiento cara a cara en ocasiones no era cómodo y había poca existencia de unidades especializadas, provocando la saturación de las

mismas. Por lo que implementaron un tratamiento en línea, integrado por expertos que lo supervisaban (médicos, enfermeras, psicólogos), el cual fue evaluado cuando tenía 10 meses funcionando. Este estudio mostró que el tratamiento en línea mejora la accesibilidad, es más flexible y puede llegar a grupos de población diferente a los que suelen acudir a las unidades especializadas.

Por otro lado, la Universidad de Málaga en España, en el 2001 puso en marcha la consulta *on-line* del servicio de atención psicológica, la cual ofrecía información general sobre problemas psicológicos y consultas inmediatas a manera de consejo. Valero (2003) estudió la experiencia que se tenía sobre la consulta *on-line* e identificó que era usado para buscar información sobre temas y problemas psicológicos vistos en los programas presenciales, para buscar información sobre dudas personales, ya que no sabían a qué otro sitio acudir y no tenían medios para pagar consultas privadas. También se encontró que los usuarios solían ser personas con un nivel cultural alto, en su mayoría estudiantes universitarios, quienes utilizaban el internet de manera habitual, y donde el anonimato les facilitaba las consultas rápidas que de otra forma no se atreverían a realizar. Con 12 meses desde su apertura, se tuvieron 470 visitas, 73% de España y 17% de países iberoamericanos, de los cuales 54% eran mujeres y 46% hombres, en su mayoría estudiantes (57%) buscando un consejo específico.

Aunque existe evidencia de que el internet es un servicio que forma parte de la cotidianidad de los estudiantes universitarios, ligado a la toma de decisiones y a la búsqueda de ayuda en problemas que los afectan como el consumo perjudicial de alcohol (Conde y Cremonte, 2015), Salazar *et al.* (2012), al implementar por primera vez el Consejo Breve vía página web, identificaron poca participación por parte de los jóvenes universitarios y una alta deserción en el transcurso del programa. Un análisis realizado de manera intencional para este estudio, permitió identificar que de una muestra de 38 jóvenes que se invitaron a ingresar a la página, 33 aceptaron ingresar, 31 ingresaron a la página pero sólo 17 concluyeron todas las sesiones y 14 se dieron de baja en las diferentes fases; de éstos, 6 se dieron de baja en evaluación, 6 en el primer seguimiento, 1 en el segundo seguimiento y 1 más en el tercer seguimiento. Por lo que se decidió realizar un estudio de tipo exploratorio que permitiera evaluar la percepción de los jóvenes universitarios sobre la página web desarrollada, y con ello realizar los

cambios pertinentes. Ésta evaluación se realizó bajo el modelo *Technology Acceptance Model* (TAM) (Lorenzo, Alarcón y Gómez, 2011; adaptación Santos, Salazar y Vacio, 2013), el cual se basa en la Teoría del aprendizaje social de Bandura (Bandura y Walters, 1983).

El modelo TAM plantea que la actitud hacia el uso de algún sistema de información electrónica está basada en la utilidad percibida y la facilidad de uso. La primera se refiere al grado en que una persona cree que usar un sistema en particular mejoraría su actuación, y la percepción de facilidad de uso se refiere al grado en que una persona considera que usar un sistema en particular no representaría un esfuerzo (Davis, 1989). Este último concepto resulta similar al propuesto por Bandura como autoeficacia, ya que hace referencia a la confianza que necesita una persona para diseñar planes de acción a fin de lograr un resultado deseado (López y López, 2006). Aunque no existe evidencia sobre el uso del modelo para evaluar programas relacionados con la salud, sí se han realizado estudios en el ámbito de las redes sociales. Por ejemplo, Lorenzo, Alarcón y Gómez (2011), a través del modelo del TAM, evaluaron las variables que influían en el uso de Redes Sociales Virtuales (RSV) como Facebook, agregando los constructos de confianza y riesgo percibidos, obteniendo como resultados que la facilidad de uso que nota la persona sobre las RSV influye de manera positiva en la utilidad percibida que se tiene de ésta. Al mismo tiempo, cuanto más útil se advierta, mayor será la actitud positiva que se tenga hacia éstas, determinando su uso final. En cuanto a la confianza y el riesgo que se observa de las RSV, cuanta más confianza generen los sitios web, las personas tendrán una actitud positiva, percibiéndolas como útiles y fáciles de usar.

En este trabajo se empleó el modelo TAM, tal y como fue aplicado por Lorenzo, Alarcón y Gómez (2011), ya que se consideró que esta propuesta integraba variables que permitían comprender de una manera más amplia la opinión de los jóvenes sobre la página web desarrollada en nuestro país, para universitarios que consumen alcohol en exceso (Salazar *et al.*, 2008). Lo que permitiría realizar modificaciones a la misma para incrementar su uso entre la población de jóvenes universitarios. Partiendo del supuesto de que se observarían diferencias entre las actitudes de los jóvenes, de acuerdo al nivel de riesgo del consumo de alcohol.

MÉTODO

Participantes

En el estudio participaron 100 estudiantes universitarios, todos consumidores de alcohol, 50 de ellos sin riesgo por su manera de beber y los otros 50 se encontraban en riesgo, según el Test de Identificación de los Trastornos Debido al Consumo de Alcohol (AUDIT) (Medina *et al.*, 1998). Quienes obtuvieron 6 o menos puntos se consideraron en el primer grupo, mientras que quienes obtuvieron 7 puntos o más, se identificaron como jóvenes en riesgo. Los jóvenes cursaban diferentes semestres y carreras de una universidad pública del interior de México. El tipo de muestreo fue por conveniencia, ya que los jóvenes fueron invitados a participar en el estudio de manera voluntaria, hasta completar dos grupos de 50 estudiantes cada uno.

Instrumentos

AUDIT (Medina *et al.*, 1998). Su objetivo es evaluar el consumo de riesgo y perjudicial, compuesto por 10 reactivos con opciones de respuesta tipo Likert, que incluye indicadores con relación a la frecuencia de consumo de alcohol, cantidad de consumo y problemas psicosociales asociados.

Batería aplicada para la evaluación de la página web

Datos personales y tres ítems relacionados con el uso del internet: fecha, edad, sexo, estado civil, carrera, ¿con qué frecuencia utilizas el internet?, ¿cuántas horas utilizas el internet a la semana?, y en el último mes, ¿cuántas veces has utilizado el internet con fines relacionados con el cuidado de la salud?

TAM (Lorenzo, Alarcón y Gómez, 2011; adaptación Santos, Salazar y Vacio, 2013). Evalúa la aceptación del usuario de las tecnologías informáticas. Está conformado por un total de 35 ítems con opción de respuesta tipo Likert, que va de totalmente en desacuerdo a totalmente de acuerdo, agrupados en 5 escalas que son: 1) percepción de uso, la cual evalúa el uso del internet en general y como recurso de búsqueda de información relacionada con la salud; 2) actitud, entendida como una predisposición aprendida para responder de manera consisten-

temente favorable o desfavorable respecto a un objeto dado; 3) utilidad percibida, entendida como el grado en que una persona cree que usando un sistema en particular mejorará su desempeño; 4) facilidad de uso percibida, en qué grado una persona cree que usando un sistema en particular realizará menos esfuerzos para desempeñar algún comportamiento; y 5) confianza y riesgo percibidos, incertidumbre del comportamiento y del entorno. En su construcción original, la escala tuvo un alfa de Cronbach de .90, ésta fue adaptada para los fines de esta investigación mediante jueces que validaron su contenido.

Escala de actitudes hacia la página (Espí, 2005), contiene 12 pares de adjetivos bipolares evaluativos respecto a la utilidad y funcionamiento de la página (uno negativo y uno positivo por par) en una escala del 1 al 7 (alfa de Cronbach .86).

Evaluación de ventajas y desventajas de uso. Se solicitó a los participantes mediante una pregunta abierta las ventajas y desventajas percibidas de utilizar la página web.

Formato de consentimiento. En éste se le explicaba al universitario las condiciones del estudio y el uso que se le daría a la información proporcionada, asegurándole la confidencialidad de sus respuestas.

PROCEDIMIENTO

Para realizar la aplicación se hizo contacto con los profesores de diferentes centros académicos de una universidad pública del interior de México, a fin de solicitar su permiso para trabajar con los alumnos que quisieran evaluar la página web. A quienes aceptaron participar se les explicó que la finalidad del estudio era conocer su percepción sobre la utilidad de la página web en cada uno de sus apartados, y firmaron un formato de consentimiento. La evaluación se realizó en un laboratorio de cómputo con capacidad para 15 estudiantes. Antes de responder la batería de instrumentos, cada estudiante ingresó a la página web en todas sus secciones, leyendo su contenido, ejercicios y observando sus imágenes, simulando ser un usuario de la misma.

La página web (Salazar *et al.*, 2008) estuvo dividida en tres secciones: 1) Evaluación, 2) Retroalimentación y 3) Sesiones de seguimiento. La primera sección tiene una duración aproximada de 60 minutos, en la que los participantes deben responder una serie de cuestionarios cuyo objetivo es identificar su historia de consumo de alcohol,

así como la situación actual del mismo. La segunda sección tiene una duración aproximada de 30 minutos, y los usuarios de la página son retroalimentados con base en la evaluación inicial de su consumo y realizan una serie de ejercicios que les permite tomar una decisión sobre su consumo de alcohol y proponer algunas estrategias que les apoyarán en el logro de su meta (abstinencia o moderación). Finalmente, en la última sección se evalúa el mantenimiento de la meta y la satisfacción de los participantes, a uno, tres y seis meses después de recibir la retroalimentación; cada una de estas secciones tiene una duración alrededor de 30 minutos.

Posteriormente, a cada participante se le entregó la batería para evaluar la página web, para así, con la información recabada, realizar el análisis de los datos mediante estadísticos descriptivos y pruebas *t* para grupos independientes.

Para el análisis de las variables, la muestra fue dividida de acuerdo al nivel de riesgo. Los datos personales y de uso del internet se examinaron de manera descriptiva. Las variables de uso, utilidad, facilidad, actitud, intención, confianza y riesgo percibido se estudiaron mediante pruebas *t* para grupos independientes. En la escala de actitud hacia la página y para la sección de ventajas y desventajas se realizaron análisis descriptivos.

RESULTADOS

De la muestra total, 66.7% eran mujeres y 33.3%, hombres. El rango de edad de la población se encontró entre 17 y 27 años, de los cuales el 97% eran solteros y 3%, casados. En el grupo sin riesgo por su consumo de alcohol, 70% eran mujeres y 30%, hombres. En el grupo con riesgo, 60% eran mujeres y 40%, hombres. En ambos grupos, la edad promedio fue de 20 años con una DE=1.63 para el grupo sin riesgo y una DE=1.84 para el grupo en riesgo.

Para evaluar el uso del internet, se cuestionó a los jóvenes sobre su frecuencia de uso respecto a las horas utilizadas al día y a la semana, así como el número de ocasiones empleado con fines relacionados con el cuidado de la salud en el último mes. 68% de los universitarios en riesgo reportó usar internet varias veces al día, 16% una vez al día, 12% varias veces por semana y 4% de 2 a 3 veces por semana; mientras que en el grupo sin riesgo, 50% afirmó utilizarlo varias veces al día,

34% una vez al día, 14% varias veces por semana y un 2% de 2 a 3 veces por semana. En cuanto al número de horas a la semana, 34% del grupo en riesgo reportó utilizarlo de una a cinco horas, 18% de 10 a 15 horas, 16% de cinco a 10 horas, 10% de 15 a 20 horas, 16% más de 25 horas, 4% de 20 a 25 horas y 2% menos de una hora. 24% del grupo sin riesgo manifestó emplear el internet más de 25 horas a la semana, 20% de 5 a 10 horas, otro 20% de una a cinco horas, 14% de 15 a 20 horas, 10% de 20 a 25 horas, 8% de 10 a 15 horas y 4% menos de una hora. Finalmente, en cuanto al uso del internet para fines de salud, el 40% del grupo en riesgo lo utilizó de una a dos veces, 30% ninguna vez, 26% de tres a cuatro veces y 4% más de cinco veces. Mientras que en el grupo sin riesgo, 54% lo usó de una a dos veces con propósitos de salud, 18% de tres a cuatro veces, 16% ninguna vez y 12% más de cinco veces.

La comparación entre los grupos de riesgo en cuanto a las variables de facilidad de uso ($t[98]= 2.030, p \leq 0.05$), actitud ($t[98]= 2.411, p \leq 0.05$) y confianza percibida ($t[98]= 2.529, p \leq 0.05$), se encontraron diferencias significativas; mientras que para las variables de utilidad ($t[98]= 1.494, p \geq 0.05$), intención de uso ($t[98]= .593, p \geq 0.05$) y riesgo percibido ($t[98]= .544, p \geq 0.05$), no se identificaron diferencias significativas (Véase Figura 1).

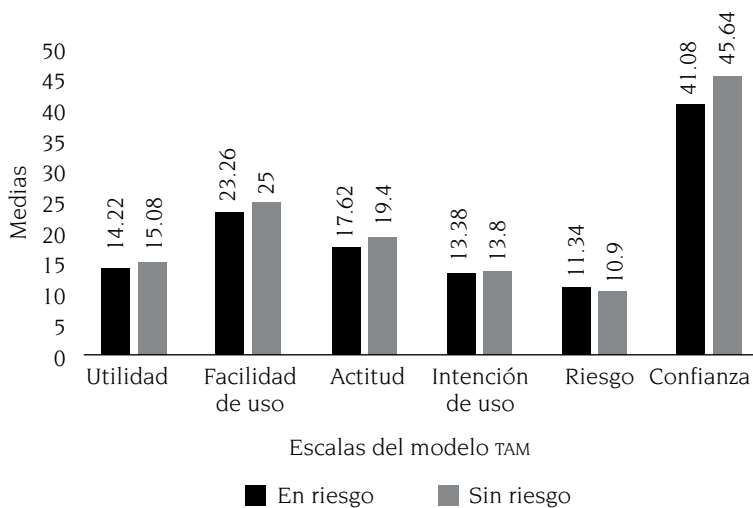


Figura 1. Medias de los grupos en las escalas del modelo TAM.

En general, la evaluación de la actitud mediante pares de adjetivos mostró que 59% de los universitarios consideraron la página como agradable, 49% como satisfactoria, 75% como buena, 54% la consideró útil, 77% la calificó como eficaz, 62% la consideró beneficiosa, 69% valiosa, 58% importante, 53% monótona, 44% aburrida, 47% tediosa y 39% incómoda.

En la Tabla 1 se muestran los adjetivos para cada grupo de estudiantes. La mayoría de los jóvenes en ambos grupos consideraron que la página era agradable, satisfactoria, buena, útil, eficaz, beneficiosa, valiosa e importante, pero también monótona e incómoda. El grupo de riesgo, en su mayoría consideró que la página era divertida y entretenida; mientras que el grupo sin riesgo, en su mayoría estimó que era aburrida y tediosa.

Tabla 1. Adjetivos sobre la página web.

Nivel Riesgo	Adjetivos		
	<i>Desagradable</i>	<i>Ni desagradable ni agradable</i>	<i>Agradable</i>
B	14%	26%	60%
A	24%	16%	58%
	<i>Monótona</i>	<i>Ni monótona ni estimulante</i>	<i>Estimulante</i>
B	50%	18%	32%
A	56%	18%	24%
	<i>Aburrida</i>	<i>Ni aburrida ni divertida</i>	<i>Divertida</i>
B	48%	18%	32%
A	40%	10%	48%
	<i>Insatisfactoria</i>	<i>Ni insatisfactoria ni satisfactoria</i>	<i>Satisfactoria</i>
B	26%	24%	50%
A	28%	22%	48%
	<i>Tediosa</i>	<i>Ni tediosa ni entretenida</i>	<i>Entretenida</i>
B	50%	10%	20%
A	44%	8%	46%
	<i>Incómoda</i>	<i>Ni incómoda ni cómoda</i>	<i>Cómoda</i>
B	38%	24%	38%

Nivel Riesgo	Adjetivos		
A	40%	28%	30%
	<i>Mala</i>	<i>Ni mala ni buena</i>	<i>Buena</i>
B	6%	10%	84%
A	16%	16%	66%
	<i>Inútil</i>	<i>Ni inútil ni útil</i>	<i>Útil</i>
B	32%	8%	60%
A	36%	14%	48%
	<i>Inservible</i>	<i>Ni inservible ni eficaz</i>	<i>Eficaz</i>
B	6%	8%	86%
A	16%	14%	68%
	<i>Perjudicial</i>	<i>Ni perjudicial ni beneficiosa</i>	<i>Beneficiosa</i>
B	24%	6%	70%
A	30%	14%	54%
	<i>Despreciable</i>	<i>Ni despreciable ni valiosa</i>	<i>Valiosa</i>
B	10%	18%	72%
A	16%	16%	66%
	<i>Secundaria</i>	<i>Ni secundaria ni importante</i>	<i>Importante</i>
B	18%	12%	70%
A	38%	14%	46%

Nota: B= Sin riesgo, A= En riesgo.

Por otra parte, las principales ventajas que mencionaron ambos grupos fueron que la página ayuda a cambiar el consumo, proporciona información y permite conocer cómo es el consumo de alcohol de los jóvenes (véase Figura 2).

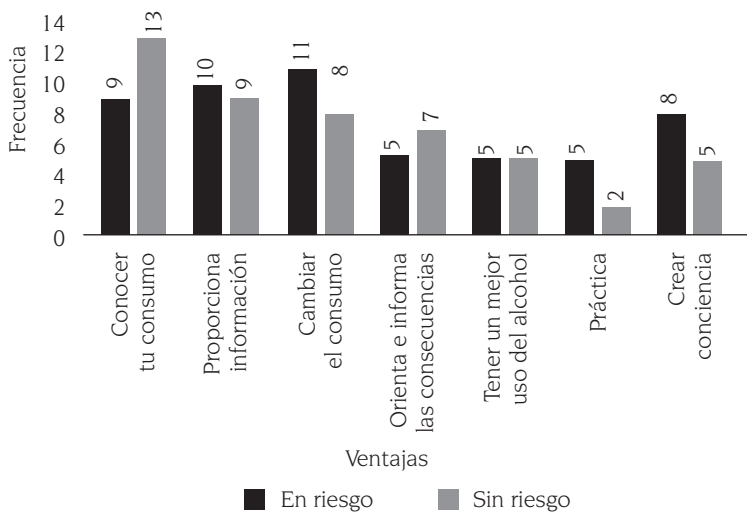


Figura 2. Ventajas de la página web.

Mientras que las dos desventajas con mayor mención en ambos grupos también fueron que la página era larga y tediosa, otra respuesta mencionada con alta frecuencia fue que la página no tenía ninguna desventaja (véase Figura 3).

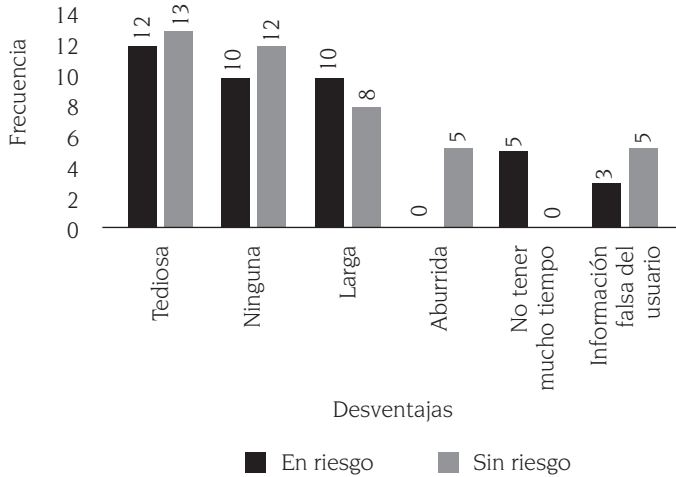


Figura 3. Desventajas de la página web.

DISCUSIÓN

Utilizar el modelo TAM permitió evaluar de manera amplia la página web desarrollada, a fin de mejorarla y hacerla más atractiva para los jóvenes universitarios. Por una parte, los resultados coinciden con lo reportado por Jiménez *et al.*, (2007) respecto a que los jóvenes usan frecuentemente el internet y que en ocasiones lo emplean con fines relacionados con la salud (World Health Organization [WHO], 2012).

Con base en los resultados obtenidos, podemos inferir que el bajo uso de la página web puede estar asociado a la percepción de menor facilidad de uso, una actitud menos favorable, ya que se percibe como poco confiable en el grupo de jóvenes en riesgo por su consumo de alcohol. Además de que la página web fue considerada como larga, tediosa y monótona. Estudios posteriores podrían ayudar a confirmar si estas evaluaciones se correlacionan con la conclusión de todas las fases propuestas en la página web, considerando el nivel de riesgo de los estudiantes.

Sin embargo, también es importante resaltar que algunos de los universitarios reportaron una percepción positiva hacia la página, debido a que la consideran útil y no perciben algún riesgo en su uso. Además de que también expresaron que ésta es agradable, eficaz e im-

portante. Encontrándose que en su mayoría ven que la página puede ayudar a que los jóvenes realicen cambios en su consumo de alcohol, una vez que ingresan a la misma.

A partir de esta investigación, se considera necesario que universitarios que desean realizar un cambio en su consumo de alcohol ingresen a la página web, pues son ellos quienes podrían dar una aportación más clara sobre su utilidad y facilidad de uso, puesto que para fines de este estudio se incluyeron universitarios que sí consumen alcohol, pero que no necesariamente buscaban cambiar su manera de tomar, y por otro lado sólo hicieron un “recorrido” por la página web sin ejecutar en sentido estricto las actividades del programa de intervención breve, siendo precisamente la duración de la exploración de la página una de las principales limitaciones.

Otro de los inconvenientes fue la extensión de los cuestionarios, al ser muchos reactivos, posiblemente los universitarios asociaron los adjetivos para evaluar su actitud hacia la página con el proceso de la evaluación y no con el contenido de la misma.

CONCLUSIONES

A partir del estudio, se identificó que los universitarios consideran la página web como útil, agradable, satisfactoria, buena, beneficiosa, valiosa e importante; además de ser provechosa para cambiar el consumo, debido al tipo de información que proporciona para el usuario. Sin embargo, es necesario realizar modificaciones en cuanto a la estructura y a la extensión de las fases, además de tener una mayor difusión entre la población universitaria. El modelo y las variables empleadas para valorar la percepción de los jóvenes universitarios permitieron aclarar que éstos no consideran que la intervención evaluada sea un recurso sin utilidad, carente de facilidad de uso o poco confiable. Lo que llevó al grupo de investigación a mantenerla como parte de las estrategias desarrolladas para los jóvenes universitarios que consumen alcohol en exceso.

REFERENCIAS

- Bandura, A. y Walters, H. R. (1983). *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Conde, K., y Cremonte, M. (2015). Calidad de los datos de encuestas sobre consumo de alcohol en estudiantes universitarios. *Cadernos de Saúde Pública*, 31(1), 39-47. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.1590/0102-311X00061114>.
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319-340. Recuperado de: http://www.academia.edu/978893/Perceived_usefulness_perceived_ease_of_use_and_user_acceptance_of_information_technology (25-06-13).
- Díaz, L. R., Díaz, A., Hernández, C. A., Solís, C., Narro, J., y Fernández, H. (2008). Prevalencia del consumo riesgoso y dañino de alcohol y factores de riesgo en estudiantes universitarios de primer ingreso. *Salud Mental*, 31(4) 271-282. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=58231404>.
- Encuesta Nacional de Adicciones 2011. (2012). Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz [INPRFM]/Secretaría de Salud. México.
- Espí, L. (2005). *Variables conductuales y psicológicas relacionadas con la intención y la conducta de ejercicio*. Tesis doctoral, Universitat de Valencia. Recuperado de: <http://www.tesisenred.net/handle/10803/10185>.
- Hernández, E. C., Guevara, D. P., Jiménez, A. E. y Salazar, M. L. (2010). Identificación de consecuencias asociadas al consumo de alcohol en universitarios mediante grupos focales. Estudio preliminar. *Revista Mexicana de Psicología*, 1104-1105.
- Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz. (2012). *Encuesta Nacional de Adicciones 2011: Reporte de Alcohol*. México: INPRFM. Recuperado de: www.inprf.gob.mx, www.conadic.gob.mx, www.ce-nadic.salud.gob.mx, www.insp.mx.
- Jiménez, J., García, J. F., Martín, J. L. y Bermúdez, C. (2007). Tendencias en el uso de internet como fuente de información sobre salud. *Revista sobre la sociedad del conocimiento*, (4), 44-50. Recuperado de: <file:///C:/Users/UNIVERSITARIOS/Downloads/58175-685401PB.pdf>; [file:///local-host/C:/Users/UNIVERSITARIOS/Downloads/Dialnet-TendenciasEnElUsoDeInternetComoFuenteDeInformacion-2271 725.pdf](file:///local-host/C:/Users/UNIVERSITARIOS/Downloads/Dialnet-TendenciasEnElUsoDeInternetComoFuenteDeInformacion-2271%20725.pdf).

- López, J. M., y López, L. M. (2006). Estudio comparado de las estimaciones de dos versiones del modelo de aceptación de la tecnología (TAM) mediante los programas AMOS y PLS. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 12(3), 95-110. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120074006>.
- Lorenzo, C., Alarcón de Amo, M. y Gómez, M. A. (2011). *Adopción de redes sociales virtuales: ampliación del modelo de aceptación tecnológica integrando confianza y riesgo percibido*, (14), 194-205. Doi: 10.1016/j.cede.2010.12.003.
- Medina-Mora, M., Carreño, S. y De La Fuente, J. (1998). Experience with the alcohol use disorders identification Test (AUDIT) in Mexico. En M. Galanter (Ed.). *Recent Developments in Alcoholism. The Consequences of Alcoholism* (383-397). Estados Unidos: Plenum Press.
- Mora, J. y Natera, G. (2001). Expectativas, consumo de alcohol y problemas asociados en estudiantes universitarios de la Ciudad de México. *Salud Pública de México*, 43(2), 89-96. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342001000200002&lng=es&tlng=es.
- Pousada, M., Valiente, L. y Boixadós, M. (2007). Intervención en salud en la red: estado de la cuestión y perspectivas de futuro. *Revista sobre la sociedad del conocimiento*, (4). Recuperado de: <file:///C:/Users/UNIVERSITARIOS/Downloads/58175-68540-1-PB.pdf>.
- Quesada, M., Fletes, I., Sánchez, B., Carreras, J. y Sánchez, L. (2007). La unidad de tratamiento de tabaquismo en línea Vida sin Tabaco. *Revista sobre la sociedad del conocimiento*, (4). Recuperado de: <file:///C:/Users/UNIVERSITARIOS/Downloads/58175-68540-1-PB.pdf>.
- Richards, D. (2013). Developments in technology-delivered Psychological interventions. *Universitas Psychologica*, 12(2), 571-579. Recuperado de: <file:///C:/Users/UNIVERSITARIOS/Downloads/1726-23399-1-PB.pdf>.
- Salazar G. M., Flores C. F., Martínez, M. K. y Tavares, R. M. (2008). Consejo breve para jóvenes universitarios que consumen alcohol en exceso. Manual del terapeuta. Manuscrito no publicado.
- Salazar, M. L., Ávila, O., Pérez, J. L. y Martínez, K. I. (2010). La detección temprana de jóvenes universitarios en riesgo por consumo de alcohol. *Investigación y Ciencia*, 50, 40-46.
- Salazar, M. L., Pérez, J. L., Ávila, O. P. y Vacio, M. (2012). Consejo breve a universitarios que consumen alcohol en exceso: resultados ini-

ciales. *Psicología y Salud*, 22(2), 247-256. Recuperado de: <http://www.uv.mx/psicysalud/psicysalud-22-2/22-2/Martha%20Leticia%20Salazar%20Garza.pdf>.

Vacio, M., Rosas, C. E. y Salazar, M. L. (2012). Consejo breve para jóvenes universitarios que abusan del alcohol vía página web. *Memorias del XX Congreso Mexicano de Psicología 2012*, 479-480.

Valero, L. (2003). El consejo psicológico a través de internet: datos de una experiencia institucional. *Dialnet. Apuntes de psicología*, 21(1). Recuperado de: http://www.cop.es/delegaci/andocci/files/contenidos/VOL21_1_4.pdf.

World Health Organization. (2012). Legal frameworks for eHealth: based on the findings of the second global survey on eHealth. Global Observatory for eHealth Series, v. 5. World Health Organization, Geneva.

