

JÓVENES ENTRE BEBIDAS ENERGÉTICAS Y ALCOHÓLICAS



Centro
Reina Sofía

fad
Juventud

Financiado por



SECRETANÍA DE ESTADO
DE SANIDAD

DELEGACIÓN DEL GOBIERNO
PARA EL PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS

JÓVENES ENTRE BEBIDAS ENERGÉTICAS Y ALCOHÓLICAS

Juan Carlos Ballesteros Guerra

Centro
Reina Sofía

fad
Juventud

Financiado por



Con el apoyo de:



© Fundación Fad Juventud, 2026

Edita:

Centro Reina Sofía de Fundación Fad Juventud
Avda. de Burgos, 1 y 3
28036 Madrid
Teléfono: 91 383 83 48
fad@fad.es

Coordinación del estudio:

Anna Sanmartín (Centro Reina Sofía)

Autoría:

Juan Carlos Ballesteros Guerra (Sociológica Tres)

Trabajo de campo y análisis estadístico:

Sociológica Tres

Financiación:

Plan Nacional sobre Drogas (PNSD)

Maquetación:

Ediciones Digitales 64

ISBN:

978-84-19856-56-2

DOI:

10.5281/zenodo.18771899

Cómo citar este texto:

Ballesteros, J.C. (2026). *Jóvenes entre bebidas energéticas y alcohólicas*. Madrid: Centro Reina Sofía de Fundación Fad Juventud.

DOI: 10.5281/zenodo.18771899

Las opiniones vertidas en este documento no son necesariamente las de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas o las del Ministerio de Sanidad.

El consumo de alcohol en contextos recreativos aparece en ocasiones vinculado al de bebidas energéticas, para camuflar el sabor del primero o para aguantar más tiempo y reducir la somnolencia, entre otros motivos. Una combinación que puede incrementar el riesgo en los consumos. Analizar la convivencia entre ambos tipos de bebidas, la presencia que tienen en contextos de ocio, juntas o por separado, y el imaginario alrededor de su consumo en la población joven es el objetivo central de esta investigación.

Según datos del Plan Nacional sobre Drogas para 2025, las bebidas energéticas han sido ingeridas por el 38,4% de estudiantes en el último mes, con una incidencia mayor entre los chicos, y la prevalencia del alcohol en los últimos 30 días es del 51,8%. ¿Qué motiva los consumos? ¿Preocupan sus efectos? ¿Se toman medidas para reducir los riesgos?

Cuando preguntamos por los motivos para el consumo de bebidas energéticas, la población joven alude a la sobreestimulación y la activación (rendir, disfrutar más) y no limita dicho consumo a momentos de ocio, pues es funcional para el estudio o el trabajo también. Algo que sí ocurre con el alcohol —cuyos momentos y espacios de consumo son más acotados— al que se le atribuye la capacidad de desinhibir, relajar o evadir. Pese a estos atributos, la población joven es consciente de los problemas que pueden entrañar ambas bebidas, y más de la mitad se ha planteado abandonar su consumo. Es especialmente señalado el riesgo de un consumo continuado y sistemático, pero también son significativos otros indicadores: un 40% reconoce haber consumido alcohol sin que le apeteciera (fruto de la presión social) y más de la mitad se ha arrepentido de haber consumido; un 8,5% dice haber dejado de consumir y un importante 14,4% no haberlo probado nunca, especialmente entre las chicas, que se declaran más abstemias que los chicos y tienden a un consumo más ocasional.

Analizar pormenorizadamente los datos y atender a los matices que aportan las variables sociodemográficas que permite trabajar este estudio, son herramientas muy útiles para afinar en el trabajo de prevención y sensibilización con adolescentes y jóvenes, para derribar mitos y estereotipos y aludir a sus propias pautas de consumo y expectativas en torno a los efectos y a las dinámicas de interrelación que facilitan o bien dificultan los consumos de alcohol y de bebidas energéticas.

Beatriz Martín Padura
Directora General de Fundación Fad Juventud

1. Introducción	7
2. Objetivos	9
3. Metodología y muestra	10
4. Principales hallazgos	12
5. Resultados	17
5.1. Percepciones acerca del ocio y la salud	17
5.1.1. Ocio	17
5.1.2. Salud y estilos de vida	21
5.2. La información sobre el alcohol y las bebidas energéticas	32
5.3. Bebidas energéticas	41
5.4. Alcohol	70
5.5. Pautas de consumo y riesgos percibidos en el consumo combinado de alcohol y bebidas energéticas	103
6. Conclusiones	112
Bibliografía	116
Anexos	118
Anexo 1. Tablas cruce de variables significativas ($p \leq 0,05$)	119
Anexo 2. Descripción de la muestra	123
Anexo 3. Cuestionario	126

1. INTRODUCCIÓN

Entre la población adolescente y joven española el consumo de alcohol está frecuentemente vinculado al contexto del ocio recreativo. En los últimos tiempos, se han incorporado a estos consumos las bebidas energéticas, ya sea en un consumo individualizado o en combinación con el alcohol. El Centro Reina Sofía de Fad Juventud, en su amplia trayectoria en el estudio sobre usos y consumos de sustancias entre esta población, ha consolidado una extensa línea de investigación en la que, para esta ocasión, profundiza en las percepciones existentes alrededor de los consumos de bebidas energéticas y alcohol, tanto en solitario como en su combinación.

Este estudio se centra en las percepciones de los y las jóvenes sobre los consumos de bebidas energéticas y alcohólicas tanto en solitario como combinadas

Los datos sobre el uso de la combinación de ambas bebidas señalan una tendencia creciente de consumo, justificado mayoritariamente por el enmascaramiento del sabor del alcohol y también por conseguir de forma más rápida un estado de intoxicación (Tarragón, 2023). El mismo autor afirma que los efectos negativos para la salud que tiene el alcohol se potencian enormemente con esta mezcla. Las elevadas cantidades de cafeína de las bebidas energéticas estimulan el sistema nervioso, reducen la somnolencia y camuflan los efectos del alcohol.

Los efectos negativos del alcohol para la salud se potencian cuando se combina con bebidas energéticas y se vincula a un mayor consumo de alcohol

Es decir, hacen que la persona esté “alerta” durante más tiempo, beba más y note menos las señales físicas del exceso. Además, la autoadministración de bebidas energéticas con alcohol está vinculada al consumo de alcohol en mayores cantidades, lo que pone de relieve el peligro que puede suponer esta combinación para desarrollar conductas adictivas.

Los riesgos de este consumo son más que evidentes y hacen necesario abordar una investigación que trate de desentrañar las causas y motivaciones que conducen a los y las jóvenes a emplear esta

combinación, además de comprender los consumos de ambas sustancias por separado, con el objeto de ofrecer un contexto interpretativo amplio. Resulta importante también entender el contexto vital en el que estos consumos se realizan y el nivel de conocimiento sobre los potenciales peligros y riesgos que se asumen, e intentar encajarlos en sus estilos de vida y percepciones sobre su salud y sus formas de ocio.

2. OBJETIVOS

El objetivo general de la propuesta es identificar y analizar de qué manera se entiende entre adolescentes y jóvenes el consumo de alcohol y bebidas energéticas, tanto en consumos separados como en el combinado.

A su vez, este objetivo general se concreta en los siguientes objetivos específicos:

- 1 Observar prácticas de ocio y percepciones sobre salud y estilo de vida, para encontrar conexiones posibles que ayuden a explicar estos consumos.
- 2 Analizar el nivel informativo de adolescentes y jóvenes sobre ambas sustancias y las fuentes de información que se emplean.
- 3 Identificar las principales características del consumo de bebidas energéticas y alcohol: motivaciones para el consumo y el no consumo, frecuencia, lugares de consumo y percepciones sobre sus beneficios y peligros.
- 4 Explorar las pautas de consumo de la combinación de bebidas energéticas y alcohol, frecuencia y motivaciones de esta práctica.

3. METODOLOGÍA Y MUESTRA

Para llevar a cabo esta investigación se han realizado 1.200 entrevistas *online* a una muestra de edades comprendidas entre los 15 y los 29 años, mediante un cuestionario cerrado aplicado a una población inscrita en el panel de una empresa especializada en esta metodología, teniendo en cuenta la distribución proporcional ajustada a su representación en la población de cuotas de género (hombre, mujer y otro), edad (entre 15 y 29 años, agrupadas en tres tramos) y nivel de estudios, (agrupados en tres tramos: hasta Secundaria obligatoria, Secundaria post-obligatoria y Enseñanza Superior).

Se han realizado
1.200 entrevistas a jóvenes
entre 15 y 29 años
para estudiar
sus hábitos de consumo,
en relación con su ocio
y su estilo de vida

Para los datos globales, y suponiendo MAS (Muestreo Aleatorio Simple) y $p=q=0,50$, el error es de $\pm 3,1\%$.

Algunas variables sociodemográficas fueron recodificadas para el mejor tratamiento de la información lo que viene siendo una práctica habitual en los distintos estudios realizados por el Centro Reina Sofía:

- Edad. Agrupación en tres tramos: 15-19, 20-24 y 25-29 años.
- Estudios. Se recodifica en: hasta Secundaria obligatoria (Primarios, Menos que Primarios y Secundaria obligatoria), Secundaria post-obligatoria (Bachillerato y FP Grado Medio) y Superiores (FP Superior + Superiores universitarios + Posgrado/máster/doctorados).
- Actividad. Se agrupa en: sólo trabaja, sólo estudia, trabaja y estudia, en paro y otras situaciones de actividad.
- Carencia material. Está agrupada en tres categorías: ninguna carencia (entre 0 y 1 mención en las distintas categorías de carencia), carencia leve (entre 2 y 4 menciones) y carencia severa (5 o más menciones).

Ponderación. Para ajustar la muestra a las características de la población real, se aplicó a la base muestral obtenida ($N=1.200$) la siguiente ponderación por nivel de estudios terminado:

	BASE ORIGINAL	COEFICIENTE PONDERACIÓN	BASE ANÁLISIS
Hasta secundarios obligatorios	29,8	1.278846154	37,8
Secundarios post-obligatorios	38,0	1.018018018.	38,5
Estudios superiores	32,3	0.738028169	23,7

Como resultado de esta ponderación, las proporciones de estudios son más representativas de la distribución de los mismos en la población real. El número de entrevistas disponibles para el análisis —sólo para análisis, ya que los casos reales son 1.200 y son los que figuran en la correspondiente base de datos— se incrementó hasta las 1.206.

El trabajo de campo se realizó en el mes de mayo de 2025. La descripción detallada de la muestra se encuentra en el Anexo 2 de este informe.

Los resultados muestran dos tipos principales de análisis:

- Análisis univariantes, reflejando los resultados totales de cada pregunta.
- Análisis bivariantes, mediante el cruce de las preguntas con variables sociodemográficas; en general, con género y edad agrupada y también con otras variables sociodemográficas y de comportamiento como conductores/as.

4. PRINCIPALES HALLAZGOS

- Ellos y ellas manifiestan realizar multiplicidad de actividades en su tiempo de ocio, muy centradas en lo audiovisual y el mundo digital, elementos prototípicamente pertenecientes al mundo joven y adolescente. Un ocio con muchos rasgos comunes y ciertos matices diferenciales entre chicos, que parece tienden a disfrutar algo más de lo físico y competitivo, y chicas, que se inclinan en mayor medida por actividades sociales, culturales y creativas.
- Se identifica una notable y generalizada satisfacción con la vida, sus relaciones y su tiempo de ocio, aunque la insatisfacción vital sobre estos temas esta algo más presente en ellas, por poca diferencia. La autopercepción sobre su salud es buena y aprecian positivamente su estilo de vida como saludable; pero, de nuevo, en estas percepciones ellas se sitúan en un escalón por debajo de las percepciones masculinas.
- Los problemas a los que se enfrentan están básicamente centrados en cuestiones psicológicas y emocionales. Muchos chicos y chicas (con proporciones cercanas o superiores al 50%) manifiestan experimentar problemas de insomnio, ansiedad o tristeza, sobre todo ellas, pese a la gran contradicción que representa el considerar su estado vital como bueno. La peor percepción sobre su salud y otros temas vitales es parte de la autoimagen que ellas tienen de sí mismas, basada en un mayor sentimiento de autoexigencia. También muestran la misma problemática los más jóvenes, hasta los 19 años, en mayor medida que sus compañeros y compañeras de mayor edad.
- El nivel de conocimiento sobre el alcohol, las bebidas energéticas y sus posibles efectos es considerado, por una gran mayoría de chicos y chicas, como bueno, fruto en gran medida de la confianza que obtienen de fuentes "oficiales y formales" de información, entre las que se incluyen médicos, psicólogos, especialistas e incluso revistas y publicaciones. Algo menos se confía en las fuentes informales, como amigos y conocidos, o internet.

Por lo general,
los y las jóvenes manifiestan
satisfacción con su vida
y con su estado de salud,
pero muchos chicos y chicas
declaran problemas
psicológicos y emocionales

- Las bebidas energéticas forman parte asumida de los consumos que realizan una parte muy significativa de jóvenes. Un 17% las ingiere de forma frecuente (todos o casi todos los días) y un 33,6% de forma más esporádica (varias veces al mes o algunas veces al año). No son pocos los chicos y chicas que las han abandonado (14,7%) o que nunca las han consumido (15,9%). En todo caso, su consumo parece enfocarse en lo ocasional (varias veces al mes o incluso con menor frecuencia, varias veces al año).
- Las motivaciones para su consumo responden de forma precisa a las características asociadas a estas bebidas. Maximización y aumento del rendimiento personal, más en lo cotidiano (permanecer despierto, aguantar más trabajando o estudiando, concentrarse mejor, estar más activo...) pero también, aunque menos reconocido, directamente en los entornos festivos (salir de fiesta). El sabor también forma parte de las motivaciones principales para su consumo (casi el 50% de quienes las ingieren lo mencionan).
- Su consumo más intenso (siempre o casi siempre) se da en entornos festivos (38,1% de los que las consumen) o en el tiempo de ocio digital, pero no es nada despreciable la proporción de chicas y chicos que las emplea en entornos laborales (22,1% de los que las toman), en los centros de estudio (34,4%) e incluso conduciendo (16,5%).
- Precisamente, la característica de aumento del rendimiento de forma "artificial" es también su lado más rechazado; podría afectar a la salud, generar dependencia tanto física como emocional, conllevar comportamientos peligrosos que generen consecuencias por sus efectos euforizantes... Es, en suma, una bebida con potentes claroscuros y con "doble cara" que es capaz de generar la misma atracción que rechazo. Pese a ello, una buena parte de chicos y chicas consumidoras no han experimentado problemas por su consumo (el 35%), aunque un 25% de los y las consumidores manifiestan haber tenido problemas para dormir, nerviosismo (21%), taquicardias (20,6%) o estrés (16%). Todos estos problemas son más mencionados por las mujeres, más sensibles a estos potenciales efectos colaterales.
- Más de la mitad de chicos y chicas (53,5%) o bien han abandonado su consumo (25,6%) o, cuando menos, lo han reducido (27,9%), lo que habla de la percepción

Entre la juventud es habitual el consumo de bebidas energéticas, al menos ocasionalmente, para concentrarse mejor o para aguantar más trabajando o estudiando

La población joven parece consciente del peligro de las bebidas energéticas ya que muchos han abandonado o reducido su consumo

de peligrosidad de estas bebidas (vistas de forma mayoritaria como perjudiciales para la salud entre sus propios consumidores, el 50%). Especialmente son consideradas tóxicas en el exceso: casi el 80% piensa que es totalmente dañino el tomarlas a diario o casi a diario. Y el 20,4% han pensado en abandono o reducción de su consumo, sin poder lograrlo.

- El alcohol ocupa entre chicos y chicas un lugar histórico entre sus consumos festivos y en los espacios de ocio no festivos, por sus características de desinhibición, relajación o evasión. Son también importantes las motivaciones que le acreditan ser una bebida que facilita la integración personal, las relaciones sociales, la diversión, crear buen ambiente, etc.
- Las frecuencias de consumo intenso (todos o casi todos los días, o dos o tres veces a la semana) representan al 13,2% de chicos y chicas, algo menor que el de las bebidas energéticas. Y un 47,1% lo hace de forma más ocasional (dos o tres veces al mes o varias veces al año). Un 8,5% ha dejado de consumir y un importante 14,4% nunca lo ha probado. Ellas se declaran más abstemias que los chicos y tienden al consumo más ocasional y ellos, por el contrario, al más intenso.
- La fiesta concentra el consumo más frecuente (siempre o casi siempre, un 67,5% de los y las consumidoras), aunque otros escenarios menos festivos también presentan gran proporción de chicos y chicas que lo ingieren en esta pauta: en reuniones con amigos en bares y cafeterías (40,4%), pasando el rato sin más con amigos en parques, etc. (26,2%) e incluso comiendo (20%). La mayor o menor frecuencia (de consumo diario o casi diario, a más ocasional) y los espacios de consumo (de la fiesta a los espacios más relacionales) se van transformando a medida que la edad aumenta.
- Un 38% de chicos y chicas no ha experimentado borracheras en los últimos 12 meses, pero un notable 27,6% las ha experimentado una vez y otro 25% menciona dos o tres veces, proporciones que aumentan más entre los más jóvenes.
- Al igual que con las bebidas energéticas y en proporciones similares, una buena parte de chicos y chicas consumidoras no ha experimentado problemas por su

También es frecuente el consumo de alcohol entre jóvenes, más entre los chicos que entre las chicas, generalmente en contextos festivos, pero no siempre

consumo (el 35,9%). Aunque los problemas mencionados son de naturaleza algo distinta a los de las bebidas energéticas: destaca el gasto excesivo (seguramente en el propio alcohol, 20,1%), problemas de insomnio (16,8%), tristeza (15%) o inquietud (12%), por citar los principales.

- Más de la mitad de los y las consumidoras de alcohol se han arrepentido de este consumo, al menos algunas veces (51,5%) y, bastante menos, en muchas ocasiones (10,6%), pero algo más de uno de cada tres nunca lo ha hecho (36,2%). También es notable que la mayoría declara que nunca ha tomado alcohol sin que le apeteciera (50,8%), aunque casi el 40% sí lo ha hecho, lo que habla de un consumo en buena parte fruto de la presión social.

- Una proporción notable de chicos y chicas ha abandonado el consumo de alcohol (17,3%) o, cuanto menos, lo ha reducido (35,6%), lo que indica que más de la mitad de chicos y chicas han adoptado cambios con respecto a este consumo inicial, cifras similares a las obtenidas para el consumo de bebidas energéticas. Y un 18%, aún planteándose reducciones o abandonos, no lo ha conseguido. La percepción de peligrosidad del alcohol es también, como en las bebidas energéticas, alta, especialmente en el exceso; de nuevo el 80% de los y las jóvenes piensa que es totalmente dañino el consumo diario o casi a diario.

Una clara mayoría de jóvenes reconoce la peligrosidad del alcohol y muchos declaran haber abandonado o reducido su consumo

- En cuanto al consumo combinado de bebidas energéticas y alcohol, los datos son bastante claros. No es un consumo con pautas altas de intensidad y parece reservarse, al menos en lo declarativo, a situaciones excepcionales o más ocasionales. Un 20,4% lo hace con alta frecuencia, pero un 22,8% algunas veces y casi nunca el 25,1%, lo que suma un 47% de jóvenes que se decantan por esta pauta esporádica de consumo. Uno de cada tres nunca ha probado esta mezcla, bastantes más entre las chicas.

Los y las jóvenes que declaran combinar alcohol y bebidas energéticas no son mayoría; los que lo hacen declaran que es por el sabor y por sus efectos euforizantes

- Las razones aducidas para el consumo combinado se centran principalmente en el sabor (mejor que con otras combinaciones, 49% de menciones, o mejor que con sólo alcohol, 43,4%) y, aunque menores, son relevantes las proporciones de chicos y chicas consumidores de esta combinación que lo realizan por sus

efectos euforizantes ("aguanto más de fiesta", 27,7%). Ahora bien, tras este consumo se advierten señales del peligro del exceso: más del 76% afirma que esta mezcla es potencialmente muy dañina —sobre todo ellas— pero algo menos que el consumo continuado y sistemático de bebidas energéticas (que considera muy dañino el 78,9%) o incluso que el consumo excesivo de alcohol, al que adjudican mucho daño el 80,1%.

5. RESULTADOS

5.1. PERCEPCIONES ACERCA DEL OCIO Y LA SALUD

5.1.1. Ocio

Partimos de la hipótesis de que el consumo combinado de alcohol y bebidas energéticas —y también por separado— puede considerarse como una expresión más, entre otras, de un estilo de vida determinado, con características y rasgos propios, conformes a la etapa vital en la que se encuentran jóvenes y adolescentes. En

este sentido, las actividades que chicos y chicas realizan de forma habitual en su tiempo de ocio sospechamos darán explicación, al menos en parte, a estos consumos, tanto los de alcohol y bebidas energéticas por separado como de su ingesta combinada.

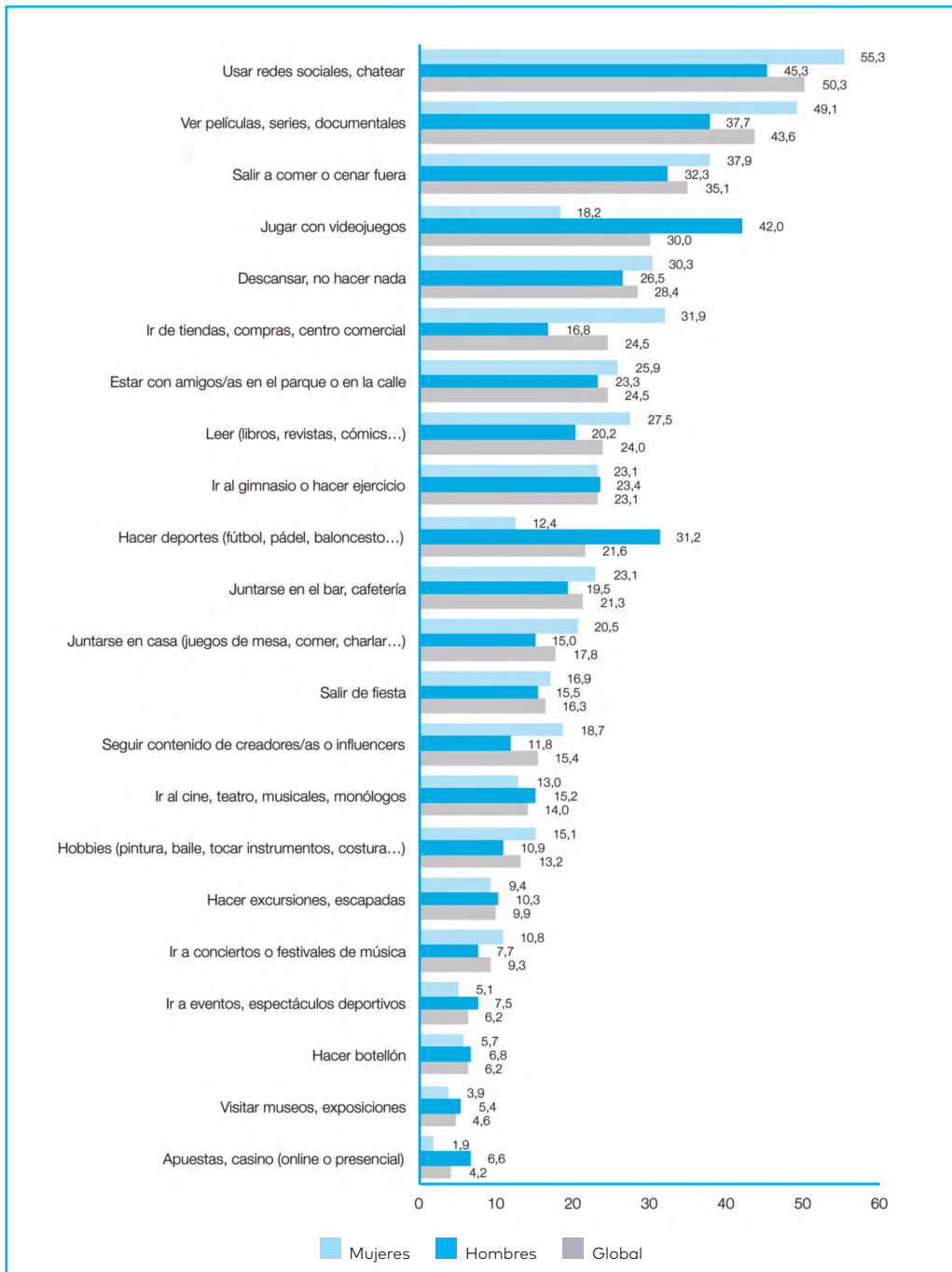
Las pautas de ocio de la juventud ayudan a explicar los consumos de alcohol y de bebidas energéticas

En cuanto a sus actividades de ocio, los resultados indican que los y las jóvenes tienen una variedad de intereses en los que ocupar sus espacios de ocio y, aún con diferencias, la mayoría de estas actividades son compartidas en buena medida por chicos y chicas (gráfico 5.1.1.1). La conexión digital y la comunicación *online* ocupan un lugar preeminente en el uso del tiempo libre (redes sociales, chatear: 50,3%) así como el entretenimiento audiovisual (ver películas, series, documentales, 43,6%), ambas actividades bastante más declaradas por ellas que por ellos. Pese a estas diferencias, lo relacionado con las redes sociales o el contenido audiovisual lideran en popularidad, reflejo de la fuerte preeminencia del mundo digital en las actividades de ocio¹.

Con menos frecuencia, la relación social mediada por la experiencia gastronómica resulta atractiva para una buena proporción de chicas y chicos, más entre ellas (salir a comer o cenar fuera: 37,9% de ellas por el 32,3% de ellos), así como el

1. Y, por supuesto, esto no es nuevo. Los estudios del Centro Reina Sofía muestran desde hace años las mismas pautas de disfrute de su tiempo libre en lo referido a sus actividades de ocio.

GRÁFICO 5.1.1.1. ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN DE FORMA HABITUAL GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 14: De las siguientes actividades, señala cuáles realizas con más frecuencia. Escoge las cinco que hagas más frecuentemente.

gaming (jugar con videojuegos, 30%), una actividad que se ha convertido en una forma popular de entretenimiento, especialmente entre los hombres y de forma muy notable: declaran jugar el 42% de ellos frente al exiguo 18,2% de chicas. También la inacción (descansar, no hacer nada, 28,4%) forma parte, ciertamente relevante, del tiempo de ocio.

Ir de compras se sitúa en la quinta posición de los hábitos de tiempo libre (25,5%), especialmente entre ellas (31% frente al 16,8% de los hombres), así como el estar con amigos en el parque o calle (24,5% general), actividad muy similar en frecuencia entre ambos géneros. Ellas apuestan más que ellos por la lectura (27,5% frente al 20,2%).

En el conjunto de actividades menos frecuentes en las declaraciones, ellas destacan más en lo social (juntarse en bares y cafeterías, jugar en casa o ir a conciertos o festivales, salir de fiesta), siguen más a creadores de contenido y apuestan más por hobbies. Ellos por hacer deporte (con una diferencia notable con las mujeres, el 31,2% por sólo el 12,4%), ir a espectáculos deportivos, hacer botellón o hacer apuestas *online*. Las diferencias mencionadas apuntan a estructuras de ocio diferenciadas en algunos aspectos, que no en el conjunto general, que parecen responder a distinciones ya clásicas entre los géneros. Ellos

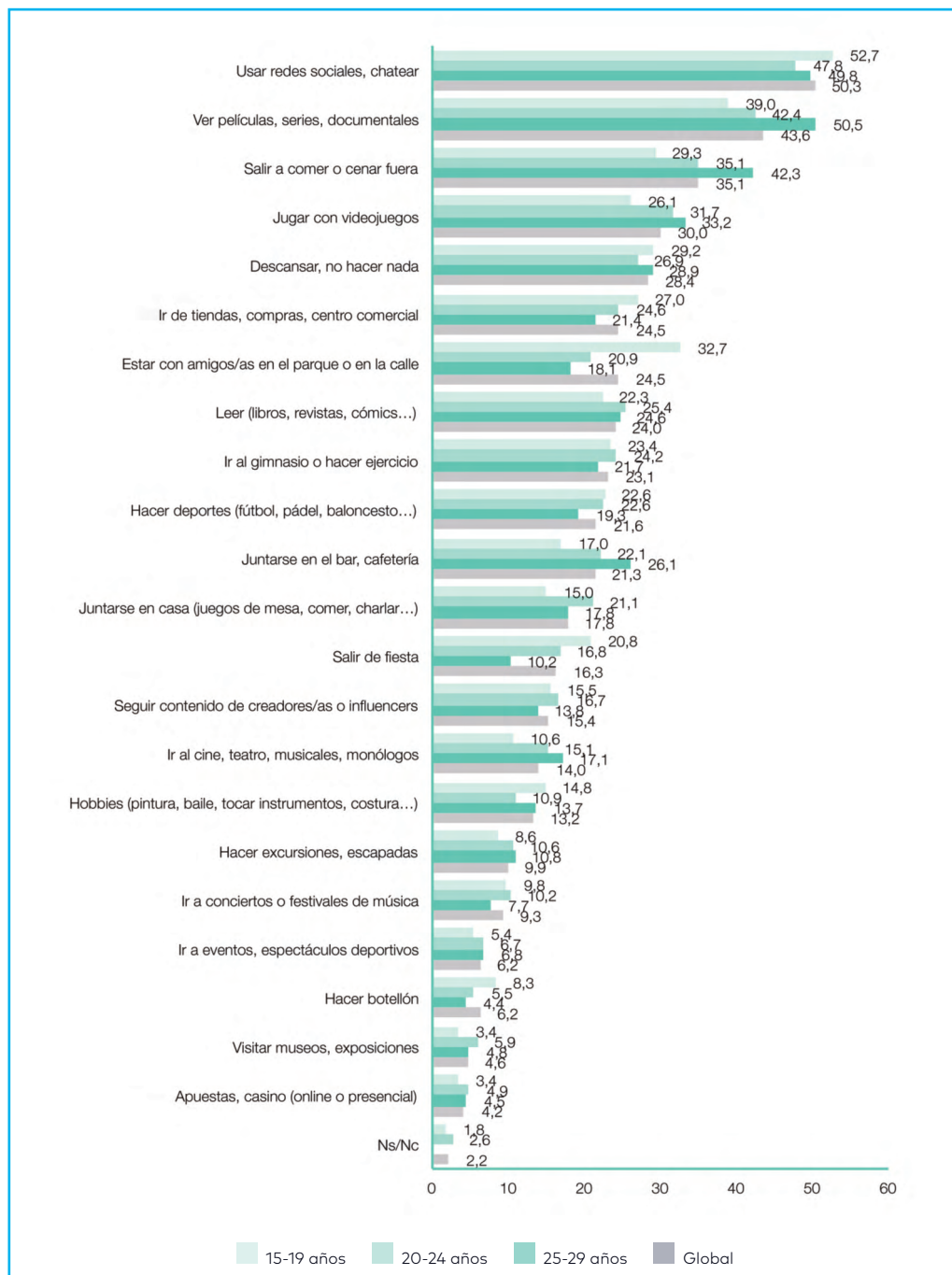
Se observan diferencias en las actividades que realizan los y las jóvenes tanto en función del género como de la edad

tienden a disfrutar algo más de lo físico y competitivo, del juego y la competición, mientras que las mujeres se inclinan en mayor medida por actividades sociales, culturales y creativas.

La edad revela también bastantes diferencias en cuanto al empleo del tiempo de ocio, mostrando la evolución de patrones a medida que se avanza en la trayectoria vital (gráfico 5.1.1.2). Los más jóvenes (entre 15 y 19 años) apuestan por el ocio digital en mayor medida que sus compañeros y compañeras de más edad; así, son los que más emplean, por escaso margen, su tiempo en redes sociales (52,7% frente al 50,3% de proporción media), pero también apuestan más por la socialización con sus pares (estar en el parque con amigos o colegas, 32,7%) o el ocio centrado en la fiesta (salir de fiesta, 20,8% frente al 16,3% global). Sus gustos vienen influenciados por la necesidad de relación más intensa con sus iguales —la socialización del grupo es esencial en su franja etaria— o por la conexión digital.

La estructura de gustos y preferencias de aquellos de mediana edad (entre los 20 y los 24 años) encaja más con la del grupo de mayor edad y sólo se distinguen claramente de éste en alguna actividad, como leer libros o revistas (25,4%) ir al

GRÁFICO 5.1.1.2. ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN DE FORMA HABITUAL GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 14: De las siguientes actividades, señala cuáles realizas con más frecuencia. Escoge las cinco que hagas más frecuentemente.

gimnasio (24,2%) o juntarse en casa (21,1%). Y los de más edad (entre 25 y 29 años) integran pautas más adultas y selectivas de entretenimiento, que ya empiezan a destacar en el grupo de edad anterior, como ver películas o series (50,5%), salir a comer o cenar fuera (42,3%), juntarse en bares o cafeterías (26,1%), o ir al cine, teatros (17,1%), por mencionar las más señaladas. Variaciones entre los grupos no demasiado potentes, salvo en acciones aisladas, pero con matices que muestran la evolución de los gustos y preferencias según se avanza en la trayectoria vital.

No existen, al menos de manera masiva, otras variables que marquen diferencias voluminosas en estos estilos de ocio, salvo en algunas actividades puntuales, especialmente en lo referido a salir a comer o cenar, actividad más protagonizada por quienes declaran estudios superiores, viven en pareja, no manifiestan carencias materiales y trabajan. Poco más despunta en este análisis del ocio que marque alguna pauta reseñable. Los que no manifiestan carencias materiales parece que se interesan más que el resto por las actividades deportivas o por el ocio gastronómico (salir a cenar o comer fuera, actividad con un alto gasto que se pueden permitir), mientras que los que señalan carencia se decantan más por la lectura. De estas pocas diferencias se extrae que, en el rango de edad analizado, salvo los matices explicados por género o por la propia edad (en suma, por el ciclo vital), gustos y actividades de ocio resultan bastante transversales.

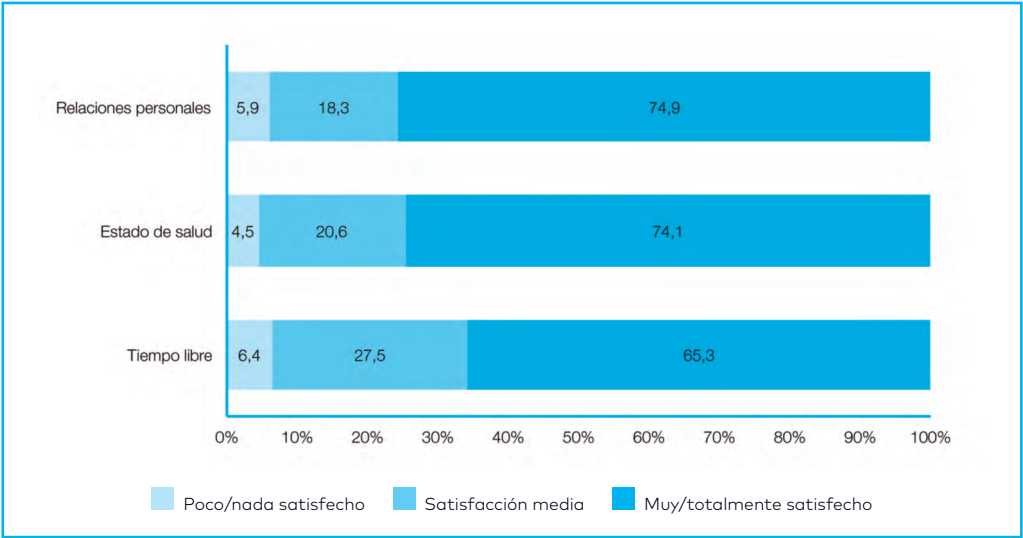
5.1.2. Salud y estilos de vida

Independientemente de las actividades más o menos realizadas, chicos y chicas muestran una mayoritaria satisfacción en cuanto a su tiempo libre y su ocio (un 65,3% menciona una alta satisfacción). Un 27,5% declara neutralidad en este aspecto. Es una valoración menor que la otorgada a otros aspectos vitales analizados, apreciación que contrasta fuertemente con las múltiples posibilidades y actividades en las que declaran aprovechar este tiempo de ocio. Por el contrario, sus relaciones personales (casi un 75% menciona encontrarse muy o totalmente satisfecho) y su estado de salud (74,1% para las mismas categorías) son fuente de mayor satisfacción que su tiempo libre, aunque aproximadamente casi uno de cada cinco en los dos aspectos señala una satisfacción media.

Las diferencias entre hombres y mujeres en estos aspectos son llamativas, más allá de que ambos géneros compartan una mayoritaria satisfacción. Ellas presentan proporciones más altas de insatisfechas, no extraordinariamente altas comparadas con las de los hombres, pero lo suficientemente llamativas como para desvelar una tendencia hacia una actitud vital un poco más pesimista que ellos, mayoritariamente más conformes (o quizás menos exigentes o reflexivos sobre

sus expectativas y deseos personales) con su situación personal y desempeño vital. Estas diferencias de partida se verán reflejadas también en muchas de las actitudes y posicionamientos acerca de los diversos temas analizados en este informe.

GRÁFICO 5.1.2.1. GRADO DE SATISFACCIÓN
CON DIFERENTES ASPECTOS VITALES

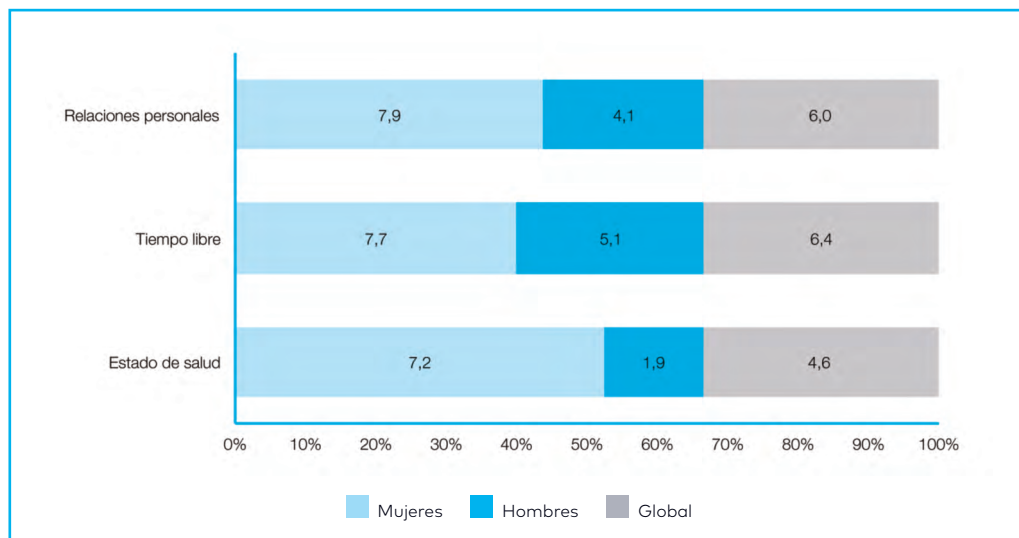


Escala 0 (nada satisfecho/a) a 10 (totalmente satisfecho/a). Resultados en escala agrupada. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 15-17. Dinos, por favor, en una escala de 0 a 10, en la que 0 es nada y 10 muchísimo, ¿en qué medida estás satisfecho/a con cada uno de los siguientes aspectos de tu vida en la actualidad?

Ellas presentan un porcentaje más alto, de manera significativa, en la escala de mayor insatisfacción en todos los aspectos evaluados; en las relaciones personales (7,9% de poco o nada satisfechas frente al 4,1% de ellos): 7,7% en su tiempo libre (vs el 5,1% de hombres) y un especialmente llamativo 7,2% de chicas muy o bastante insatisfechas con su estado de salud, frente al 1,9% de hombres en la misma cuestión. Mayor tendencia de ellas a preocuparse por su situación vital y especialmente en los temas relacionados con la salud, tendencia que se ha comprobado de manera sostenida en diversos estudios del Centro Reina Sofía².

2. Por ejemplo, en los distintos barómetros de salud realizados por el Centro Reina Sofía: *Barómetro juventud, salud y bienestar 2023* o en el estudio longitudinal *Salud y bienestar juveniles en España: un análisis longitudinal 2017-2021*.

GRÁFICO 5.1.2.2. GRADO DE SATISFACCIÓN CON DIFERENTES ASPECTOS VITALES POR GÉNERO



Escala 0 (nada satisfecho/a) a 10 (totalmente satisfecho/a). **Resultados en la categoría "poco o nada satisfecho/a" (posiciones 1 a 3) de la escala de satisfacción.** Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 15-17. Dinos, por favor, en una escala de 0 a 10, en la que 0 es nada y 10 muchísimo, ¿en qué medida estás satisfecho/a con cada uno de los siguientes aspectos de tu vida en la actualidad?

Al contrario que el género, la edad no presenta variaciones en la apreciación de la satisfacción, al menos de manera significativa. Sí se aprecia, como tendencia, que cuanto mayor es la edad, menor insatisfacción con los aspectos analizados; en las relaciones personales, los y las más jóvenes son el 6,4% de altamente insatisfechos, misma proporción entre los de mediana edad y descende hasta el 4,9% entre los más mayores.

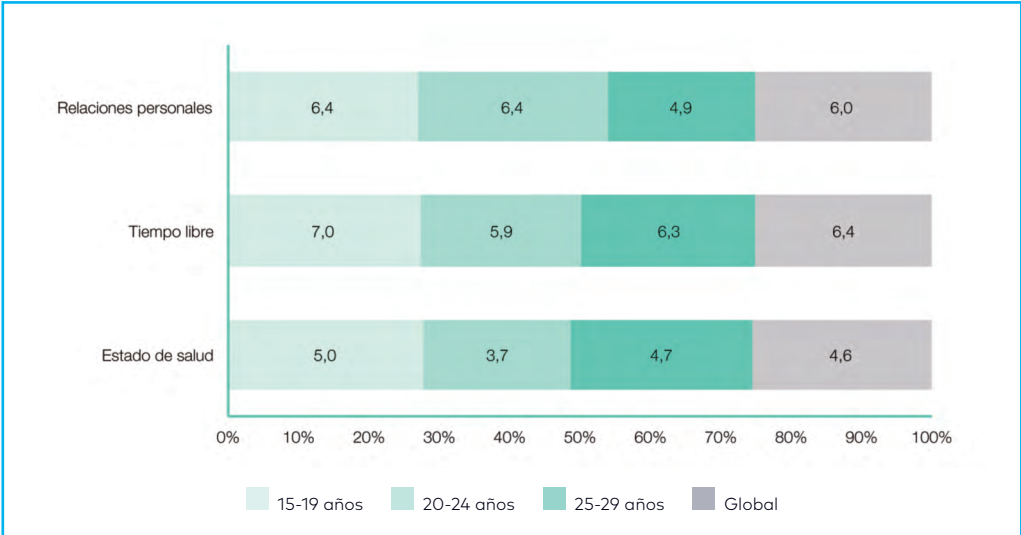
El relato es parecido si se analiza su tiempo libre y el estado de salud: un 7% de chicos y chicas jóvenes hasta los 19 años señalan estar muy insatisfechos, un 5,9% entre los de mediana edad y el 6,3% entre los más mayores para su tiempo libre. Y repetición del patrón para el estado de salud: 5%, 3,7% y 4,7%, respectivamente.

Por lo general,
a menor edad,
más insatisfacción con
diferentes aspectos
de su vida:
relaciones personales,
tiempo libre
y estado de salud

Es claro que, además, la satisfacción mayor o menor con estos aspectos va íntimamente ligada a determinadas situaciones vitales, no exclusivamente a la edad o el género. Los que se declaran más satisfechos (muy o totalmente satisfechos ya sea con su salud, su tiempo libre o

con sus relaciones personales muestran un perfil común (porcentajes en la tabla A1.1 del Anexo 1); generalmente son aquellos que manifiestan no tener carencias materiales además de haber alcanzado estudios de grado superior. Por el contrario, los menos satisfechos (ya sea poco o nada satisfechos) se significan por experimentar carencias materiales severas (en sus relaciones personales y tiempo libre), tener estudios básicos (en cuanto al tiempo libre) y estar en paro (en estado de salud). La experiencia de mayor o menor satisfacción parece muy condicionada por las percepciones acerca de sus posiciones vitales y, sobre todo, de sus posibilidades.

**GRÁFICO 5.1.2.3. GRADO DE SATISFACCIÓN
CON DIFERENTES ASPECTOS VITALES POR GRUPO DE EDAD**

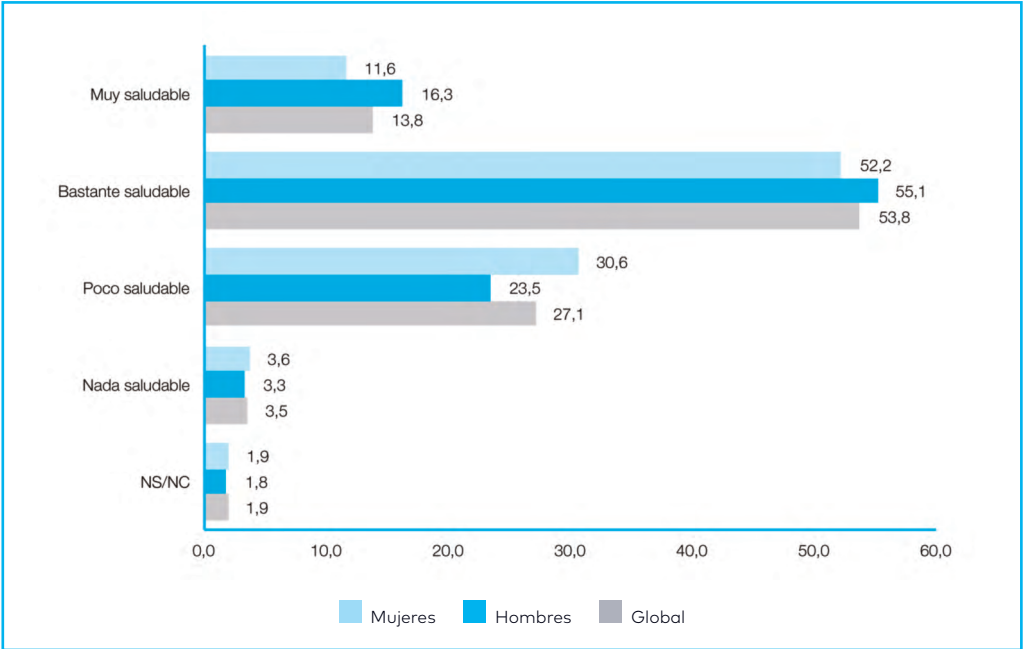


Escala 0 (nada satisfecho/a) a 10 (totalmente satisfecho/a). **Resultados en la categoría “poco o nada satisfecho/a” (posiciones 1 a 3) de la escala de satisfacción.** Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 15-17. Dinos, por favor, en una escala de 0 a 10, en la que 0 es nada y 10 muchísimo, ¿en qué medida estás satisfecho/a con cada uno de los siguientes aspectos de tu vida en la actualidad?

Las diferencias entre ellos y ellas en los aspectos analizados anteriormente se extienden a los temas relacionados con la salud: el 67,6% de chicos y chicas declaran un estilo de vida bastante o muy saludable, con amplios matices. Ellas suman un 63,8% en ambas categorías, mientras que ellos suman el 71,4%. Consecuentemente, en las categorías de poco o nada saludable ellas son las que destacan: un 34,2% frente al 26,8% de ellos. Queda bastante clara la discordancia en las percepciones sobre la salud entre ellos y ellas, bastante coherente con el

anterior análisis de la satisfacción con el estado de salud, donde ellas se mostraban menos satisfechas que sus pares masculinos³.

GRÁFICO 5.1.2.4. PERCEPCIÓN SOBRE EL ESTILO DE VIDA GLOBAL Y POR GÉNERO



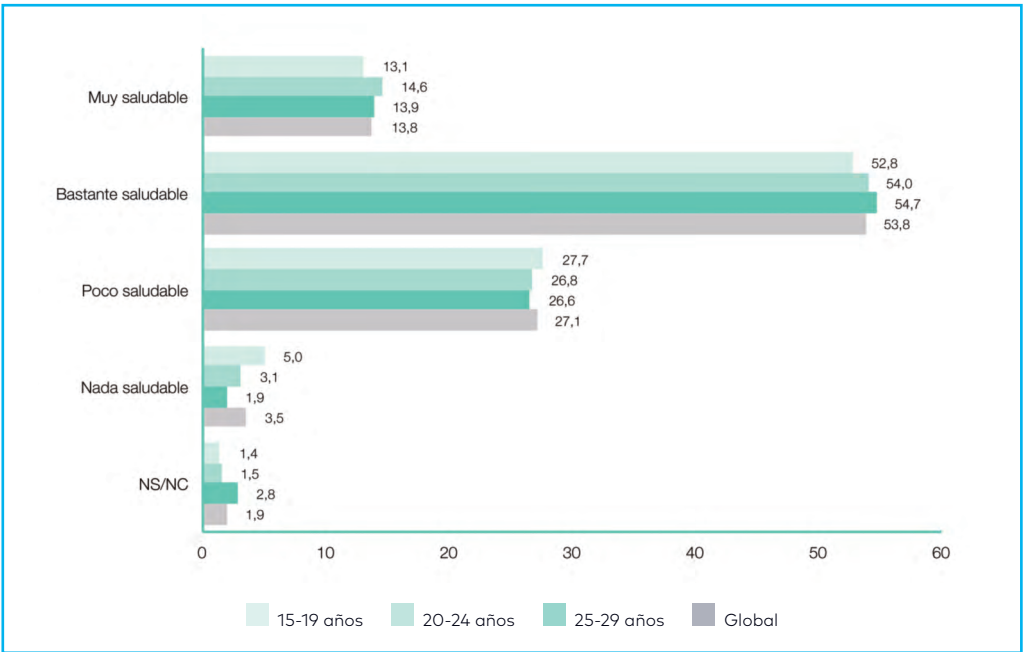
Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 18. En general, ¿cómo consideras que es tu estilo de vida?

En lo relativo a la edad apenas existen contrastes; en todo caso, y por escaso margen, los más jóvenes (hasta los 19 años) tienden a valorar peor que el resto de grupos su estilo de vida; estos chicos y chicas de menor edad representan el 65,9% en los puntos muy o bastante saludable, mientras que en el grupo de 20 a 24 años y el más mayor (desde los 25 años hasta los 29) suman, en ambos casos,

3. El que las mujeres se sientan en peor estado de salud o menos saludables que los hombres está ampliamente recogido en diversos estudios, y no sólo se ciñe a edades tempranas, como las analizadas en esta encuesta. En 2025, la publicación de FUNCAS, *Focus on Spanish Society*, menciona, analizando los datos de la Encuesta Social Europea (ESS ola XI): "Las mujeres tienen una percepción de su salud peor que la que tienen los hombres en todos los grupos de edad. De hecho, España destaca como uno de los países con mayor brecha de género en la percepción de la propia salud en el segmento de 15 a 39 años, con una diferencia de 8 puntos (el 84% de los hombres cree que su salud es buena frente al 76% de las mujeres), sólo superada por la del Reino Unido (12 puntos). España presenta la mayor brecha de género en el tramo de 40 a 59 años, con una diferencia de 10 puntos entre hombres (68%) y mujeres (58%). También en la población de 60 años o más es reseñable la peor percepción de las mujeres (49% frente a 40%)."

el 68,6%. Parece que la evolución personal a medida que se cumplen años podría introducir ciertos comportamientos de autocuidado (beber menos, practicar más deporte, no fumar, etc.) que mejoran, aun levemente, su autoimagen de estilo de vida saludable.

GRÁFICO 5.1.2.5. PERCEPCIÓN SOBRE EL ESTILO DE VIDA GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD

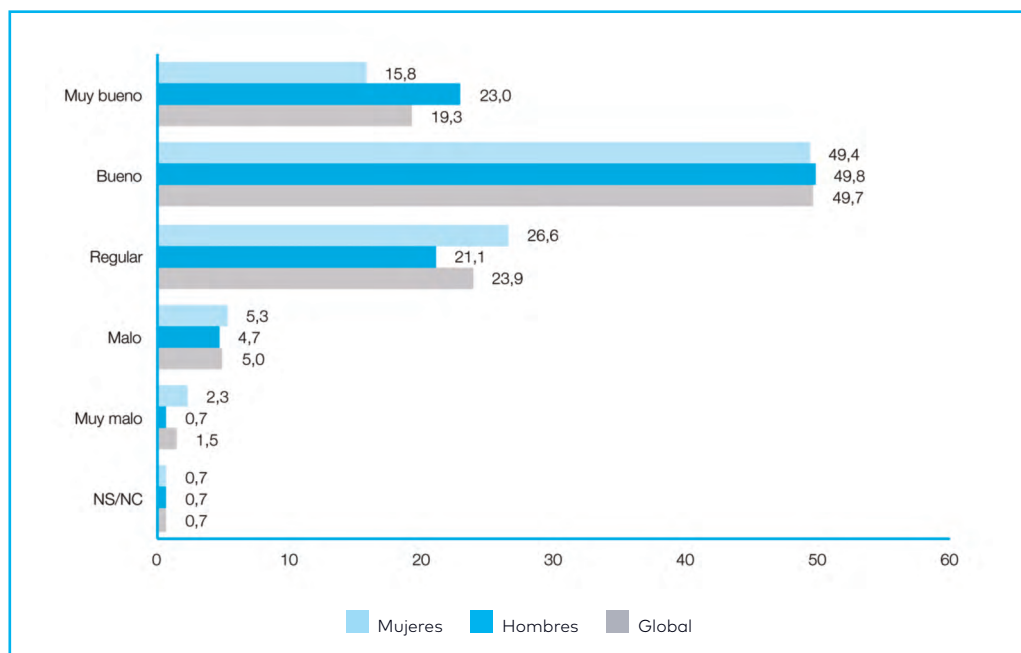


Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 18. En general, ¿cómo consideras que es tu estilo de vida?

Las diferencias entre chicos y chicas sobre su satisfacción vital y sobre su estilo de vida también se reproducen, en buena lógica, cuando hablan de su estado de salud actual. El 23% de los chicos señala un estado óptimo ("muy saludable"), por el 15,8% de ellas. Y también ellas marcan más que ellos la posición de "regular" (son el 26,6% por el 21,1% de ellos). En la única posición en la que convergen ambos géneros es en el estado "bueno", donde no se aprecian diferencias.

En resumidas cuentas, ellas están más preocupadas por sus aconteceres vitales (el ocio, las relaciones, el tiempo libre), por si su estilo de vida es saludable y, en correspondencia, por su estado de salud.

GRÁFICO 5.1.2.6. PERCEPCIÓN SOBRE EL ESTADO DE SALUD ACTUAL GLOBAL Y POR GÉNERO



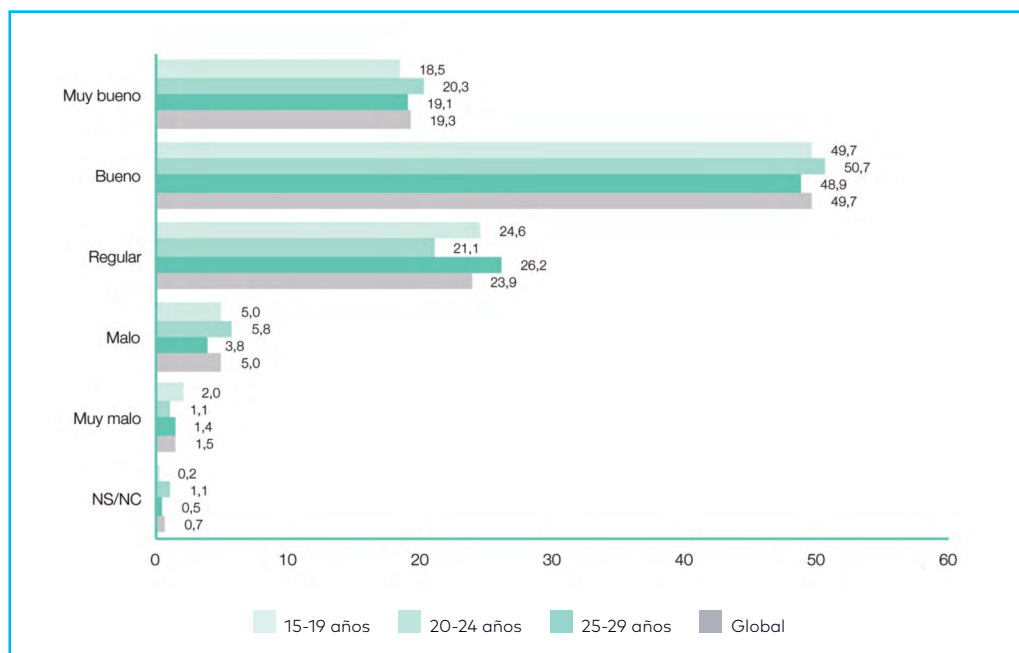
Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 19. En general, ¿cómo dirías que es tu estado de salud actual?

De nuevo, al igual que ocurría con el estilo de vida, la edad no parece ser una variable relevante en las apreciaciones sobre su salud actual. Sólo destacan los más jóvenes (hasta los 19 años) o los más mayores (desde los 25 años) en señalar más que sus compañeros de edad intermedia estar "regular" de salud.

Parece importante la brecha en la percepción de salud entre algunos perfiles; se sienten en peor estado de salud aquellos con condiciones materiales insatisfactorias (carencia material severa) pero, además, aquellos que están poco o nada satisfechos con sus relaciones personales y también insatisfechos con su tiempo libre/ocio (porcentajes disponibles en tabla A1.2 del Anexo 1).

En la evaluación de su propia salud, no sólo importan variables objetivas como la carestía material; también, de manera especialmente significativa, las percepciones subjetivas sobre su propia vida.

GRÁFICO 5.1.2.7. PERCEPCIÓN SOBRE EL ESTADO DE SALUD ACTUAL GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 19. En general, ¿cómo dirías que es tu estado de salud actual?

La generalizada satisfacción con su salud y estilo de vida contrasta fuertemente con las situaciones y estados que chicos y chicas han experimentado en los últimos doce meses (gráfico 5.1.2.8). Aquí se mencionan

Las chicas perciben su estado emocional de manera más negativa y señalan más que los chicos problemas para dormir, tristeza o ansiedad

una multiplicidad de sensaciones negativas, destacando especialmente las de carácter emocional: se enfatizan los problemas para dormir y la falta de ánimo, la tristeza (ambas con un 43,6% de menciones) y, muy cercana, la inquietud o ansiedad excesiva (41%), síntomas que emergen como consecuencia de estados vitales percibidos como negativos. Estas percep-

ciones parecen estar afectando, de nuevo, mucho más a ellas que a ellos, con proporciones que rozan o superan el 50% entre las chicas (insomnio 49,9%, falta de ánimo 53,5% y ansiedad 51,8%, por el 36,9%, 32,9% y 30,1% respectivamente entre los hombres).

Los chicos declaraban sentirse más satisfechos que las mujeres en varios aspectos de su vida (ocio, amistades, tiempo libre), encontrarse en un estado de

salud mejor y percibir que su estilo de vida es más saludable. En consecuencia, mencionan mucho menos estos problemas que ellas, que parecen, en buena medida, encontrarse más insatisfechas vitalmente —o más críticas o más autoexigentes, quizás— y, en consecuencia, experimentan más síntomas de malestar emocional⁴.

Otras situaciones menos señaladas, aunque relevantes por la proporción de afectados y afectadas, son haber gastado más de lo debido (31,6%), dificultades en la concentración en trabajo o estudio o haber faltado al trabajo o a las aulas (ambas con el 31%). De nuevo, ellas aparecen más afectadas que ellos, aunque en proporciones menos llamativas que las anteriores (33,4%, 39,9% y 42,2%, respectivamente por el 28,5%, 26,5% y 26,1% de los hombres). Ellas parecen retroalimentarse en un bucle en el que se sienten peor de salud, creen que su estilo de vida es menos saludable y, como consecuencia, manifiestan más problemas emocionales que ellos lo que parece, por diversos estudios, que afectará a su futuro emocional⁵.

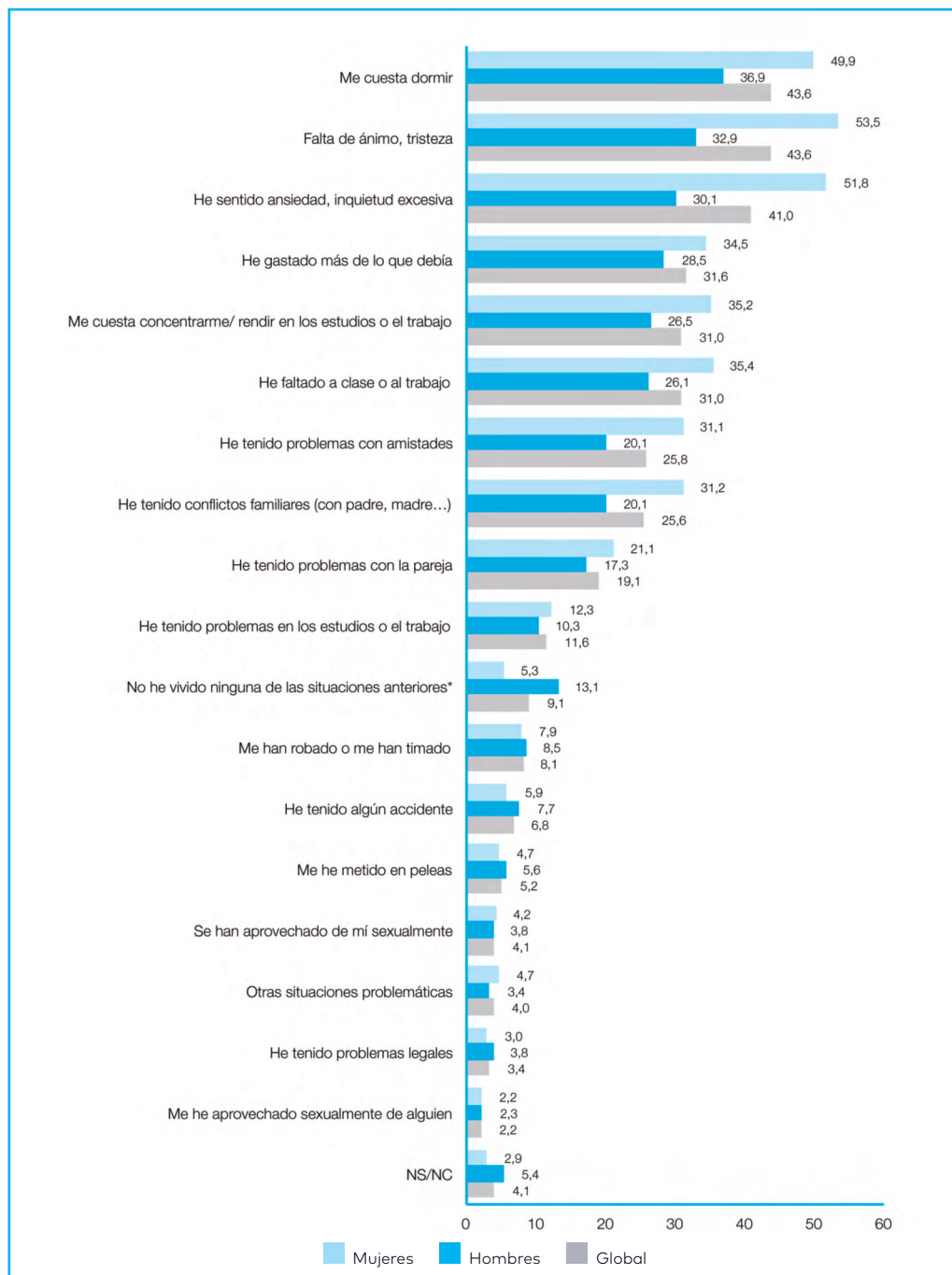
Otros escenarios pertenecientes al ámbito relacional no aparecen de forma tan marcada: haber tenido problemas con amigos, familiares o pareja (25,8%, 25,6% y 19,1%, respectivamente). En esta triada vinculada a lo relacional vuelve a repetirse la diferencia entre ellos y ellas, más preocupadas y sensibilizadas también por estos aspectos vitales.

Otros casos son mucho menos señalados por los y las jóvenes, no apareciendo de forma destacada en la esfera de posibles conflictos vitales como haber tenido problemas en el trabajo o estudios, robos, situaciones violentas, problemas legales o sexuales, etc. En esta ocasión, las diferencias entre géneros antes vistas no aparecen, siendo entre quienes las sufren, bastante transversales.

4. Aquí entramos en el debate sobre la mayor preeminencia de disfunciones o malestares emocionales entre las mujeres. "Ellas, en general, presentan tasas más elevadas de trastorno mental y sintomatologías más graves y discapacitantes. Estos datos pueden reflejar diferentes formas de responder al estrés relacionadas con las expectativas que se les atribuyen a los distintos sexos. Estas expectativas, sumado a las tensiones a las que están expuestas las mujeres debido a su género en comparación con los hombres, como la violencia de género y los eventos de discriminación sexista, reducen su capacidad de responder para modificar el entorno estresante. La suma de todos estos condicionantes, en los que se tienen en cuenta los factores sociales y de género, podría explicar la mayor afectación en mujeres". (Del Río-Pedraza, 2022).

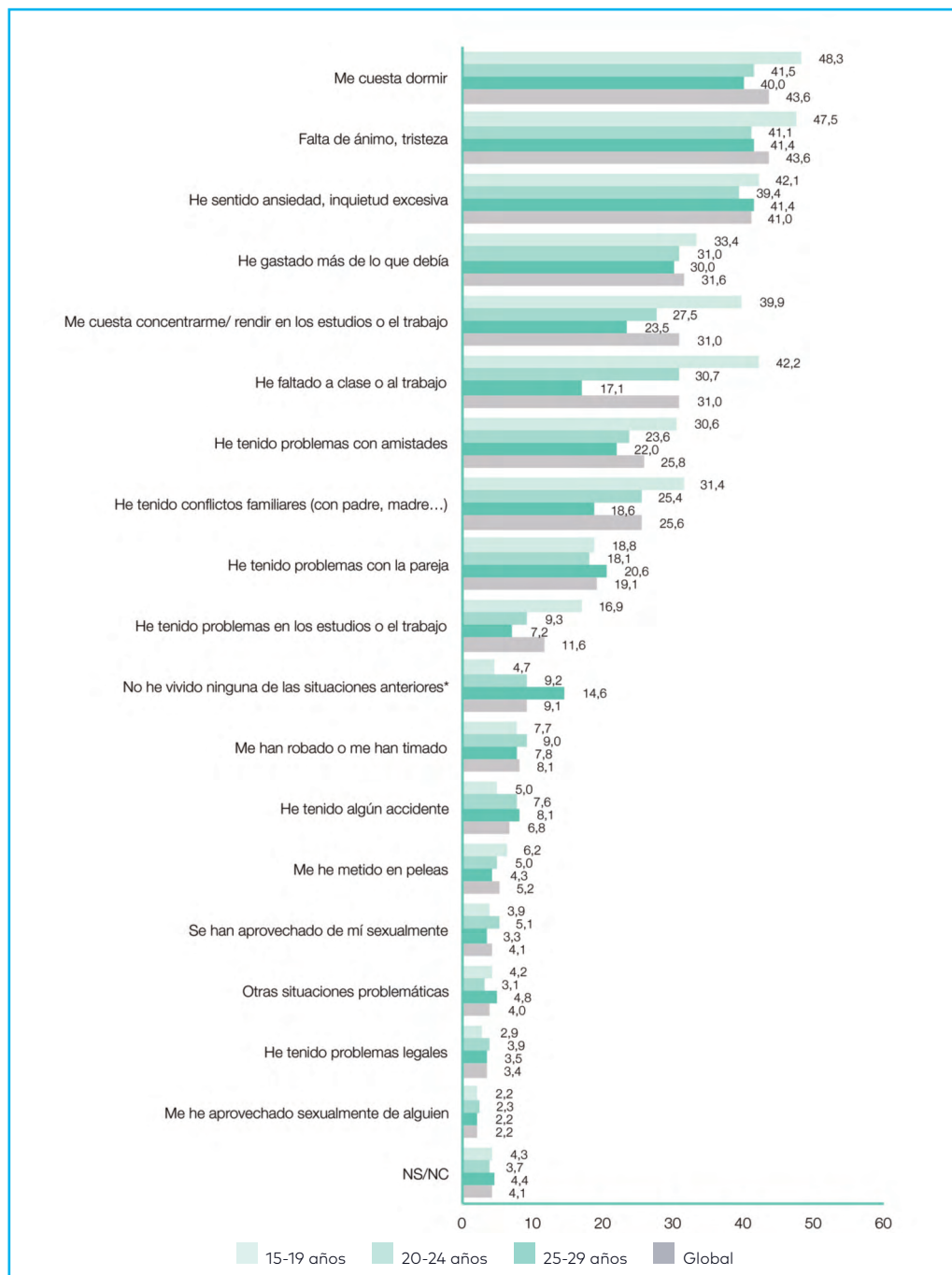
5. Según el estudio realizado por Merck (2023) en 12 países a jóvenes entre 19 y 35 años, más de la mitad de las mujeres jóvenes ha sentido tristeza, falta de energía, problemas para concentrarse, poco interés por hacer las cosas y miedo al futuro y a los riesgos del presente de forma frecuente. Una de las conclusiones más importantes de este estudio es que una mala salud emocional puede evolucionar a lo largo de la vida a trastornos de somatización y problemas mentales como la depresión o la ansiedad, que las mujeres tienen mayor riesgo de padecer.

GRÁFICO 5.1.2.8. SITUACIONES VIVIDAS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 20: En los últimos doce meses, ¿has vivido alguna de las siguientes situaciones?

GRÁFICO 5.1.2.9. SITUACIONES VIVIDAS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 20: En los últimos doce meses, ¿has vivido alguna de las siguientes situaciones?

Parece haber una notoria tendencia entre los más jóvenes (entre 15 y 19 años) a experimentar más problemas que en el resto; de forma muy marcada en los aspectos de sintomatología emocional (dificultades para dormir, falta de ánimo o tristeza, o dificultades para concentrarse en estudios o trabajo) y también en haberse ausentado de las aulas o el trabajo o haber tenido problemas familiares o en los estudios o el trabajo. Precisamente la alta emocionalidad en la adolescencia es uno de los factores más característicos de este periodo vital, donde se dan las transiciones hacia la vida adulta, con todos los problemas y retos a los que se enfrentan. Estos problemas parecen, de hecho, atenuarse en cierta medida con la edad, no desaparecer, ya que el resto de los grupos de edad siguen marcando especialmente temas referidos a lo emocional o relacional, aunque de forma menos señalada que el resto.

Los y las más jóvenes manifiestan tener más problemas emocionales, como era esperable en personas adolescentes

No existen otras variables sociodemográficas que introduzcan matices o diferencias significativas en estas percepciones sobre malestares. Aunque sí parecen haber experimentado ciertas situaciones emocionales negativas (ansiedad, falta de ánimo) de forma más llamativa justamente aquellos perfiles que creen encontrarse en un peor estado de salud, o considerar que su estilo de vida es poco o nada saludable.

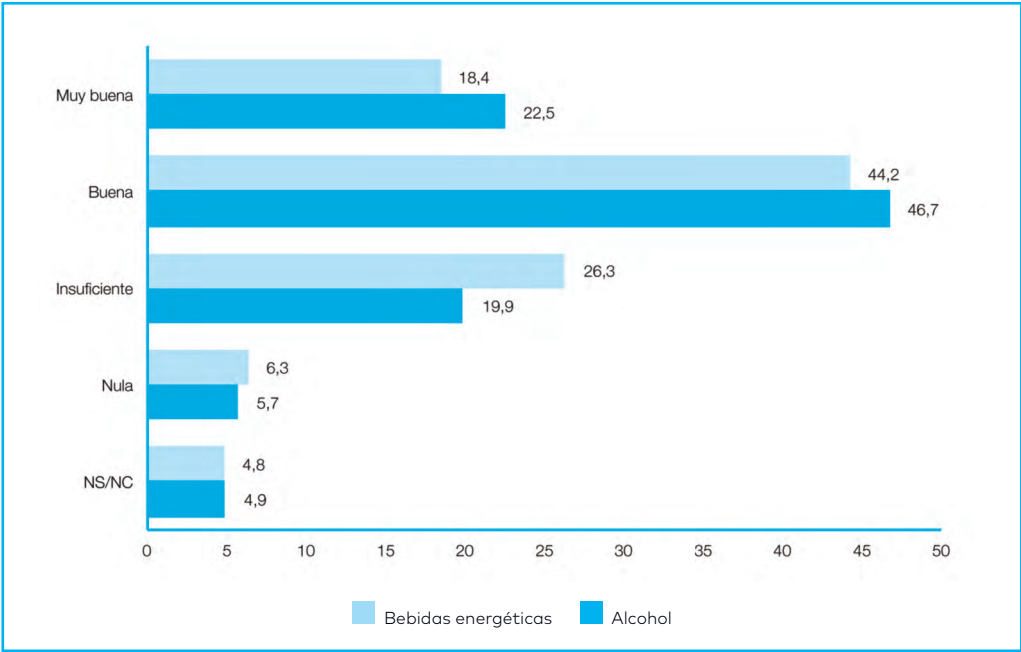
5.2. LA INFORMACIÓN SOBRE EL ALCOHOL Y LAS BEBIDAS ENERGÉTICAS

No son pocos los chicos y chicas que se atribuyen un elevado nivel de conocimiento sobre los efectos y consecuencias del consumo de alcohol y bebidas energéticas, con pequeñas diferencias entre ambas bebidas, pero claramente parece haber un mayor conocimiento sobre los efectos del alcohol, del que se tiene una mayor experiencia de consumo por su profundo encaje histórico en patrones de ocio festivo juvenil. Respecto al grado de información sobre el consumo de alcohol, un 46,7% piensa que es "buena" por el 44,2% sobre las bebidas energéticas. Los que se atribuyen un conocimiento aún superior ("muy bueno") representan el 22,5% para el alcohol y un 18,4% para las bebidas energéticas energéticas.

En suma, cerca del 70% de los y las jóvenes presumen de estar muy bien informados sobre el alcohol y algo menos sobre las bebidas energéticas (62%). Seguramente debido a la menor experiencia con estas últimas, por su relativa incorporación a las pautas de consumo joven y adolescente. El nivel de

desconocimiento sobre las mismas es notablemente superior: un 26,3% declara que su información es "insuficiente" por el 19,9% del alcohol. Y muy pocos son los que declaran que este conocimiento es nulo: 6,3% para bebidas energéticas y 5,7% para el alcohol.

GRÁFICO 5.2.1. GRADO DE INFORMACIÓN SOBRE EL CONSUMO DE ALCOHOL Y BEBIDAS ENERGÉTICAS



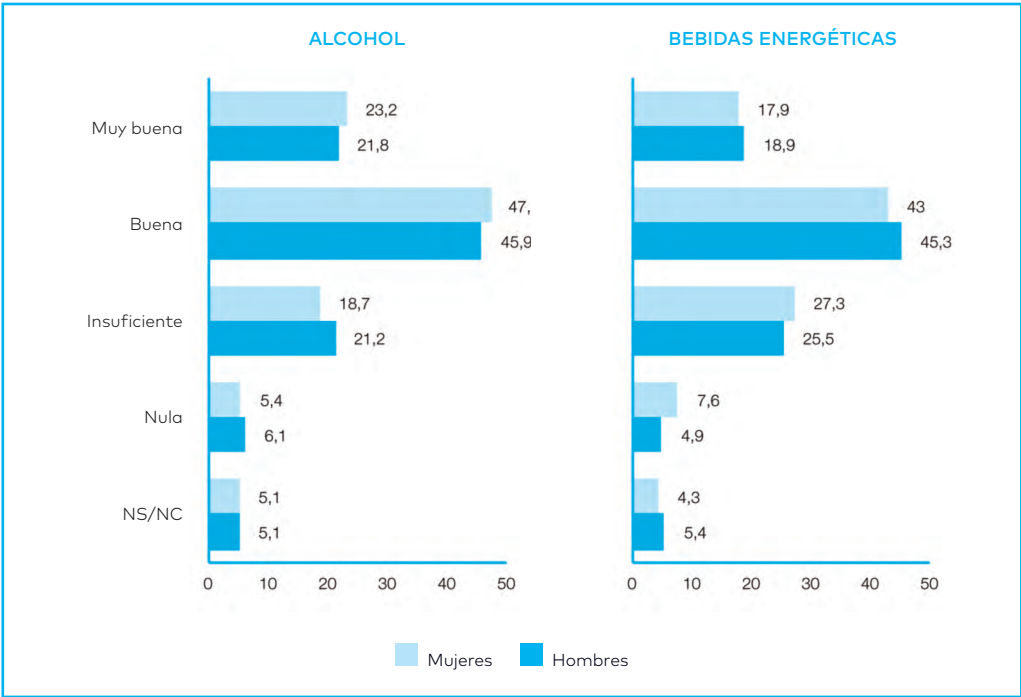
Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 71. ¿Cómo consideras que es tu información sobre los efectos del consumo de alcohol? Pregunta 72. ¿Y sobre las bebidas energéticas?

Las diferencias por género no son especialmente relevantes en ninguna de las dos bebidas. Para el alcohol, ellas se muestran un poco más informadas que ellos ("buena", 47,6% por el 45,9% de ellos) lo que se revierte en el caso de las bebidas energéticas, donde son el 43% por el 45,3% de ellos, tendencia que encaja en los patrones de consumo de ambas bebidas que se analizarán posteriormente. Ellas consumen en menor medida que ellos bebidas energéticas y se mostrarán más precavidas ante sus potenciales efectos perjudiciales, más teniendo en cuenta sus percepciones sobre la salud y estilos de vida saludables, que se han analizado anteriormente.

Estas diferencias se replican en el resto de niveles informativos declarados. Las chicas muestran algo más de elevado conocimiento sobre el alcohol ("muy bueno",

23,2% por el 21,8% de ellos) y el orden se invierte de nuevo para las energéticas: 18,9% ellos y 17,9% ellas. En cuanto al desconocimiento o conocimiento insuficiente, las cosas cambian, tampoco de manera absolutamente llamativa pero coherente con lo anterior; ellas se muestran más desinformadas ("insuficiente") que ellos en bebidas energéticas, pero menos en alcohol. Lo mismo ocurre en el desconocimiento absoluto ("nulo") donde ellas son algo más que ellos en bebidas energéticas y menos que los hombres en alcohol. En suma, ellas parecen sentirse algo más seguras ante el alcohol, pero ellos parecen sentirse más cómodos que ellas —sólo poco más— con las bebidas energéticas.

GRÁFICO 5.2.2. GRADO DE INFORMACIÓN SOBRE EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y ENERGÉTICAS POR GÉNERO



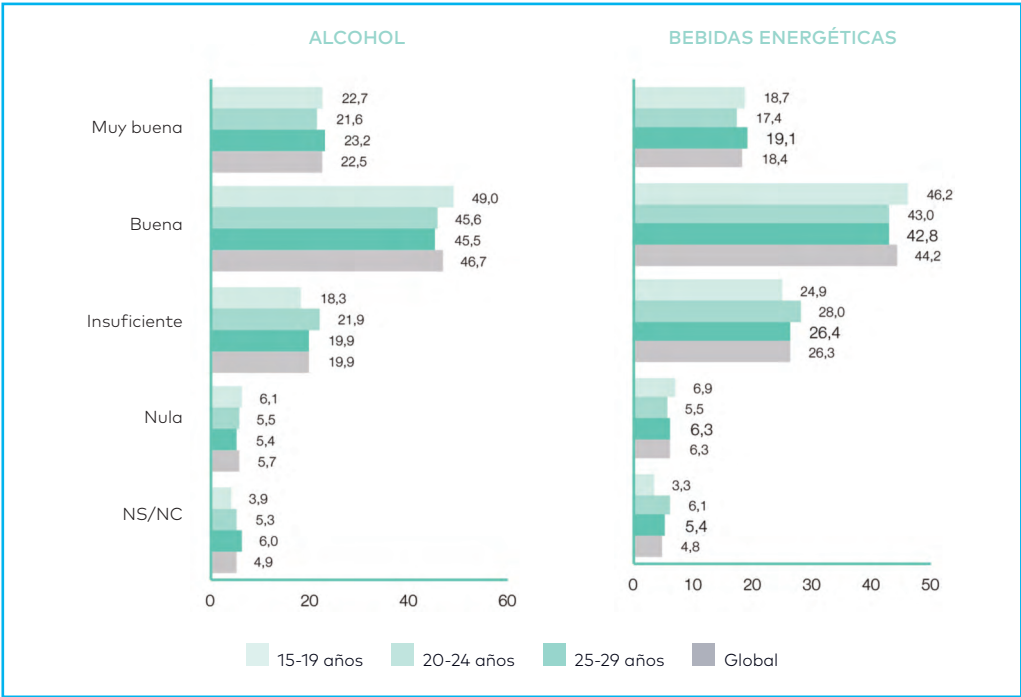
Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 71. ¿Cómo consideras que es tu información sobre los efectos del consumo de alcohol? Pregunta 72. ¿Y sobre las bebidas energéticas?

La edad señala aproximaciones también algo distintas, matices más bien, para ambas bebidas. De forma algo contradictoria, aquellos de menor edad, entre 15 y 19 años, se consideran más informados (en la categoría "buena") que sus compañeros y compañeras de mayor edad, tanto en alcohol (49%) como en las

bebidas energéticas (46,2%). Presunción, quizás, de un conocimiento sobre ambas bebidas que seguramente excede de la realidad.

Las posiciones cambian según se avanza en la edad, aunque de manera no significativa. El conocimiento más alto ("muy bueno") está más presente entre los de mayor edad (entre los 25 y los 29 años en el alcohol y desde los 20 años en las bebidas energéticas), consciencia que sin duda se debe a su etapa biográfica, que ha permitido un contacto más extenso con ambos tipos de bebidas. Sobre la categoría "conocimiento insuficiente" son los de edad intermedia (entre 20 y 24 años) los más desinformados para el alcohol, y los de mayor edad aparecen destacadamente en las bebidas energéticas. En la categoría de "nula", debido a su escasa presencia, casi testimonial, no hay diferencias que sean reseñables.

GRÁFICO 5.2.3. GRADO DE INFORMACIÓN SOBRE EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y ENERGÉTICAS POR GRUPO DE EDAD



Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 71. ¿Cómo consideras que es tu información sobre los efectos del consumo de alcohol? Pregunta 72. ¿Y sobre las bebidas energéticas?

En cuanto a la interacción con el resto de variables en estos niveles de conocimiento sobre el alcohol y las bebidas energéticas, además de ciertos rasgos

sociodemográficos, poco presentes, son los estilos de vida y las percepciones sobre la propia salud lo que más discrimina los niveles de información. Por ejemplo, los chicos y chicas que mencionan tener un buen conocimiento de los efectos del alcohol y las bebidas energéticas (y también muy bueno en el caso del alcohol) tienden a ser, de manera significativa, aquellos que manifiestan una satisfacción alta con su estado de salud y mantener un estilo de vida saludable, lo cual parece bastante lógico e indica que parecen ser más conscientes de los potenciales riesgos y peligros de ambos consumos (porcentajes en la tabla A1.3 del Anexo 1).

Las posiciones acerca del alcohol y las bebidas energéticas, con mayoritaria proporción de chicos y chicas que aseguran que poseen un alto conocimiento de las mismas, se ven en parte corroboradas cuando se pregunta por las vías de información sobre estas bebidas, donde emergen una mezcla de fuentes formales e informales. El cuarteto principal se compone, en primer y destacado lugar por, médicos, psicólogos y especialistas. Resulta llamativo que se citen tales referencias en primer lugar, a distancia del resto, cuando en numerosos estudios

Para informarse sobre el alcohol y las bebidas energéticas, la juventud confía en profesionales, progenitores y en su propia experiencia

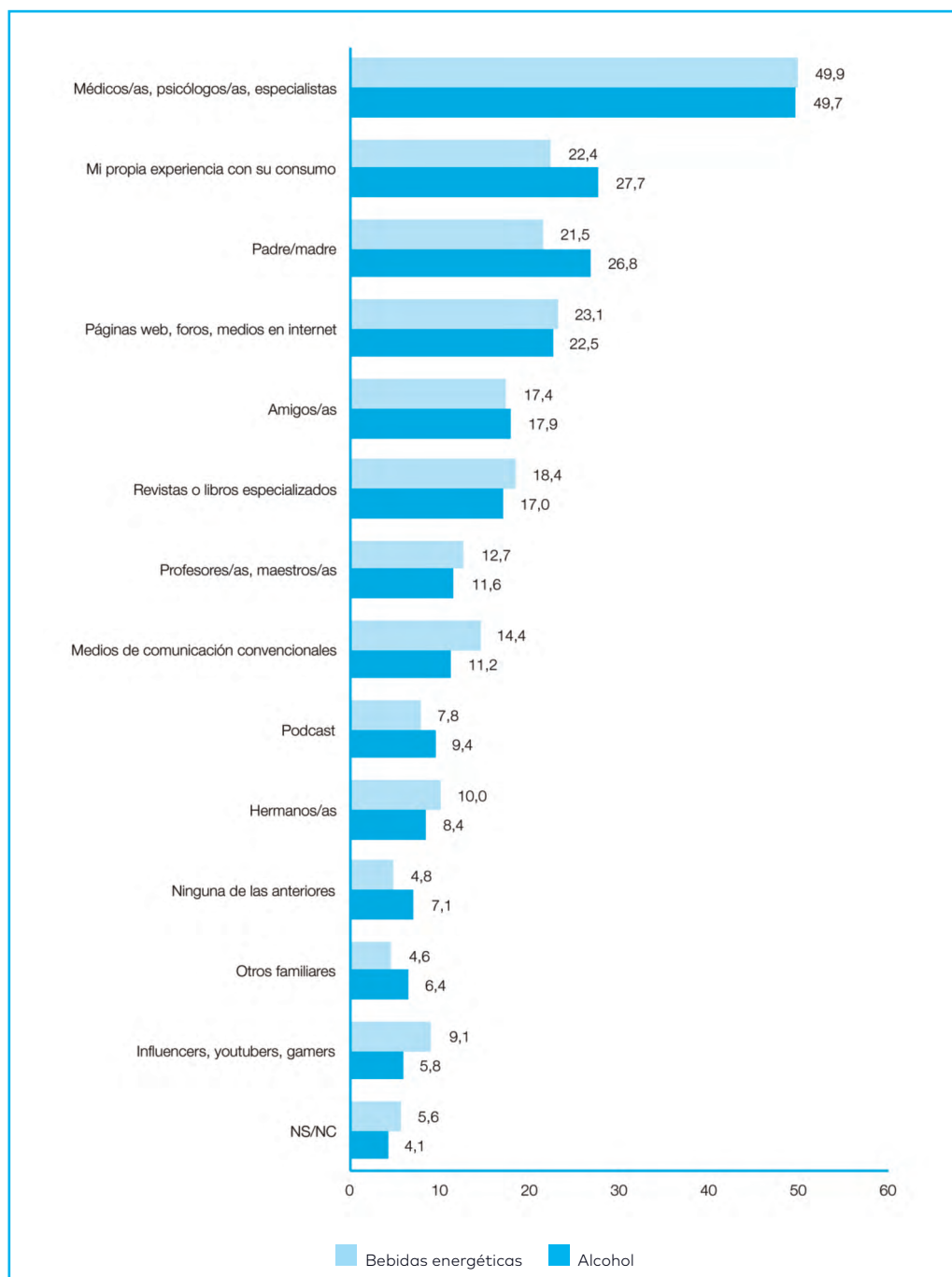
las fuentes de información sobre consumos de alcohol (y otras sustancias) están muy centradas en referentes más informales (como amigos y conocidos, internet, *influencers*, etc.)⁶.

También resulta bastante relevante que los progenitores ocupen un tercer lugar en cuanto a confiabilidad, lo que parece sensato en cuanto al alcohol, pero menos si de lo que se

habla es de bebidas energéticas, donde se puede presuponer que los progenitores no tendrán tanta experiencia —probablemente ninguna— como con el alcohol. Sospechamos que cuando se introduce el término “confiable”, de forma coherente las menciones se orienten a fuentes de autoridad “formal” y no a la costumbre, bastante extendida entre los y las jóvenes, de acudir a círculos personales y cercanos para informarse sobre ciertos temas. También tener en cuenta la propia experiencia de consumo, que ocupa un lugar destacable, esta vez ciertamente coherente con un comportamiento propio de los y las jóvenes.

6. Por ejemplo, se citan fuentes informales (amigos, internet, etc.) como principales vías de conocimiento sobre sustancias —no sólo alcohol— en *Consumos de sustancias y relaciones sexuales juveniles. un estudio sobre las relaciones entre drogas y sexo en la juventud española* (Ballesteros y Megías, 2025).

GRÁFICO 5.2.4. FUENTES EN LAS QUE SE CONFÍA PARA RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE ALCOHOL Y BEBIDAS ENERGÉTICAS



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 73: Si quisieras recibir información sobre el alcohol, ¿en qué fuente confías más? Pregunta 74. ¿Y sobre bebidas energéticas?

No cabe duda de que la prueba y experimentación propia como eje y motor de comportamientos juega un papel fundamental en estas etapas de la juventud y adolescencia, donde también las principales herramientas de información sobre estas bebidas suelen ser internet o foros, recursos altamente extendidos y universalizados entre las personas jóvenes.

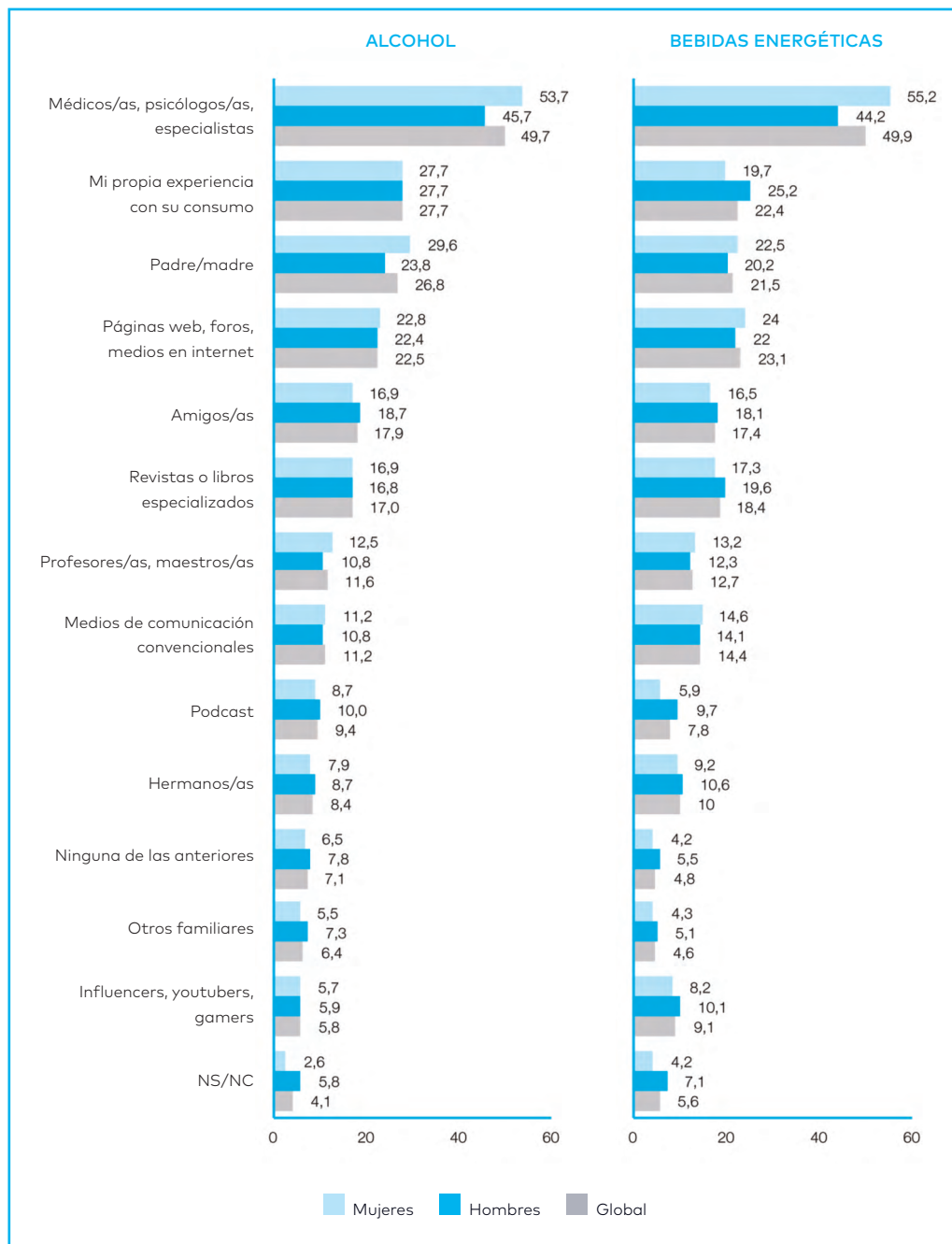
A partir de estas posiciones principales, el resto de fuentes, si bien son relativamente importantes, ocupan papeles algo más secundarios; de nuevo una amalgama de fuentes formales e informales como los amigos, las revistas especializadas, los profesores o maestros, los medios de comunicación, podcast, los hermanos o hermanas u otros familiares. Respecto a las bebidas energéticas llama la atención que los *influencers* son considerados fuente de información confiable para el 9% de los chicos y chicas, quizás una manifestación de ser un consumo con ciertos tintes de moda, que tiene su reflejo en estos personajes mediáticos.

Por género existen diferencias esenciales; en cuanto al alcohol son ellas las que más se apoyan en fuentes formales o cuando menos consideradas más confiables, como los médicos y especialistas —donde destacan excepcionalmente sobre ellos— los progenitores o los profesores y maestros. Más preocupadas por su salud, ellas tienden a buscar más seguridad en las informaciones recibidas. No hay otras diferencias relevantes por género en cuanto al alcohol, salvo que ellos tienden a confiar poco más que ellas en amigos o podcast sobre este asunto, reafirmando cierta tendencia hacia una búsqueda algo más informal.

En cuanto a las bebidas energéticas, se observa la misma tendencia que en lo referido al alcohol: ellas buscando más confiabilidad de informantes claves como médicos y especialistas, progenitores o profesores y maestros, mientras que ellos parecen más orientados que ellas —sólo levemente más— al apoyo informal: amigos, podcast e *influencers*; aunque también buscan más que ellas en revistas o libros especializados e incluso en su propia experiencia de consumo.

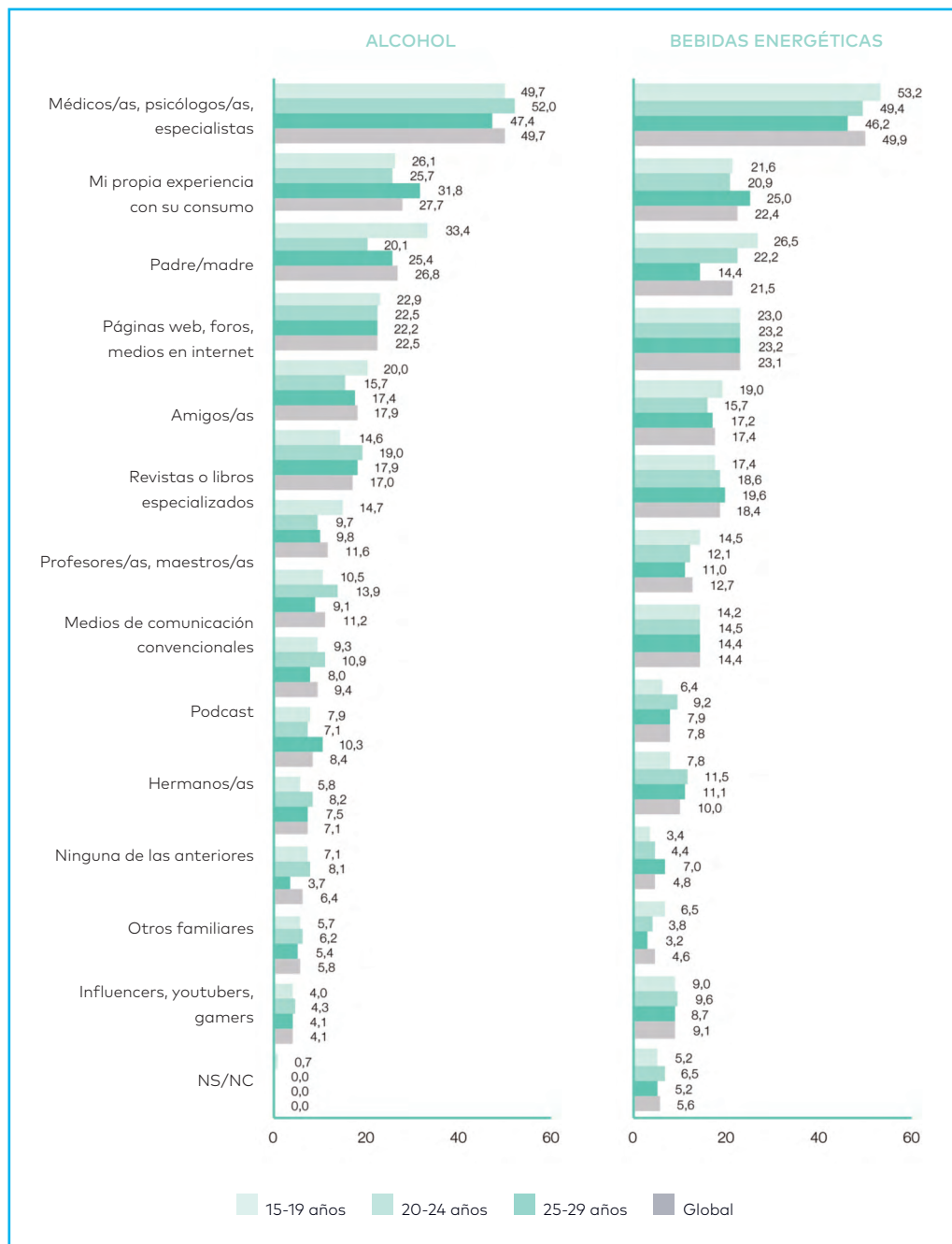
En lo referido a la edad y para el alcohol, el grupo más joven muestra mayor confianza que el resto en los familiares cercanos, amigos/as y profesores o maestros, fiel reflejo de la etapa etaria en la que se encuentran, donde se busca en mayor medida la intimidad de fuentes cercanas. El grupo de edad intermedia (entre los 20 y los 24 años) empieza a acercarse, en mayor medida que el resto, a las fuentes más rigurosas, como las revistas especializadas o médicos y psicólogos, pero también destacan en otorgar mayor confianza a los medios de comunicación tradicionales. Por último, el grupo de mayor edad (entre 25 y 29 años) destaca especialmente en fiarse en gran medida de su propia experiencia —otra vez su posición biográfica representa una mayor experiencia con el alcohol—. Estas diferencias se reproducen de forma absolutamente similar en lo referido a las bebidas energéticas.

GRÁFICO 5.2.5. FUENTES EN LAS QUE SE CONFÍA PARA RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE ALCOHOL Y BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 73. Si quisieras recibir información sobre el alcohol, ¿en qué fuente confías más? Pregunta 74. ¿Y sobre bebidas energéticas?

GRÁFICO 5.2.6. FUENTES EN LAS QUE SE CONFÍA PARA RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE ALCOHOL Y BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 73. Si quisieras recibir información sobre el alcohol, ¿en qué fuente confías más? Pregunta 74. ¿Y sobre bebidas energéticas?

Además del género y la edad, pocas son las variables que discriminan las diversas fuentes de consulta. Para las bebidas energéticas, entre los que se fían más que la proporción media en sus progenitores destacan, lógicamente, aquellos que conviven con ellos. Y quienes más confían en los especialistas de la salud (médicos, psicólogos, etc.) destacan aquellos cuyas percepciones sobre su salud y estilo de vida son positivas. Pasa algo parecido con el alcohol: las variables que más segregan resultados son las referidas al estilo de vida y a un estado de salud autopercebido como positivo cuando se fían más de los progenitores y, destacadamente, aquellos que refieren a especialistas en salud.

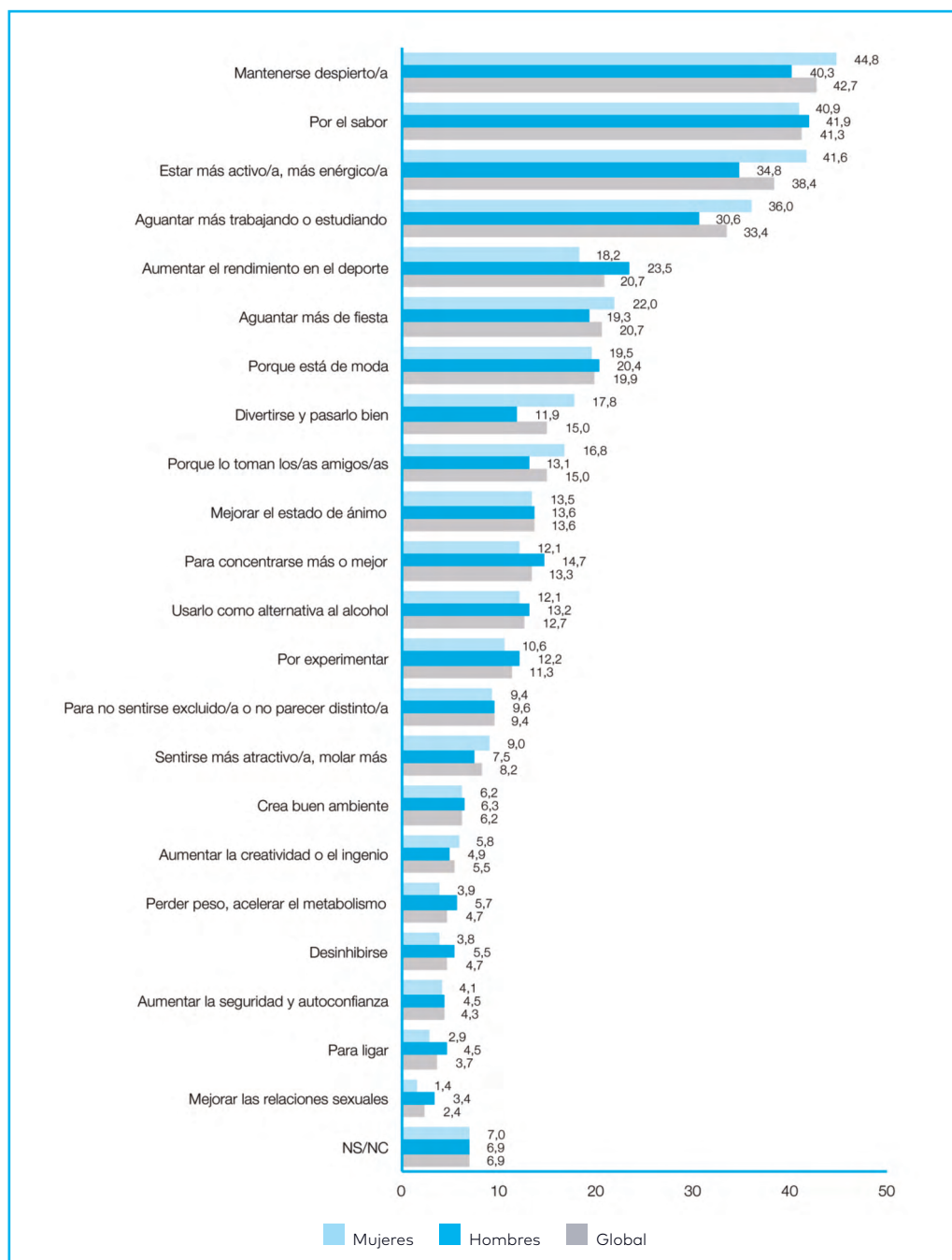
5.3. BEBIDAS ENERGÉTICAS

Las motivaciones principales para el consumo de bebidas energéticas son un reflejo del carácter y las propiedades que se asumen de las mismas: mantenerse despierto (42,7%), estar más activo (38,4%) y aguantar más en el trabajo o estudios (33,4%). El rendimiento, la maximización del mismo, forma parte de la esfera de atribuciones operando desde una lógica de superación de los límites "naturales", que presume la necesidad de adaptación a un escenario percibido de alta exigencia (trabajar más, estudiar más e incluso divertirse más). Sólo una de estas motivaciones principales no parece obedecer a los principios que rigen teóricamente su consumo, el sabor (41,3%), aspecto organoléptico que tendrá gran importancia cuando se hable de su consumo combinado con el alcohol. Y también resulta cuando menos llamativo que su consumo para mejorar el rendimiento deportivo, un argumento que en teoría debería ser esencial en términos de coherencia con sus características como bebida, sólo sea mencionado por el 20,7% de chicos y chicas.

Entre los motivos para consumir bebidas energéticas destacan los asociados a aguantar más y rendir más

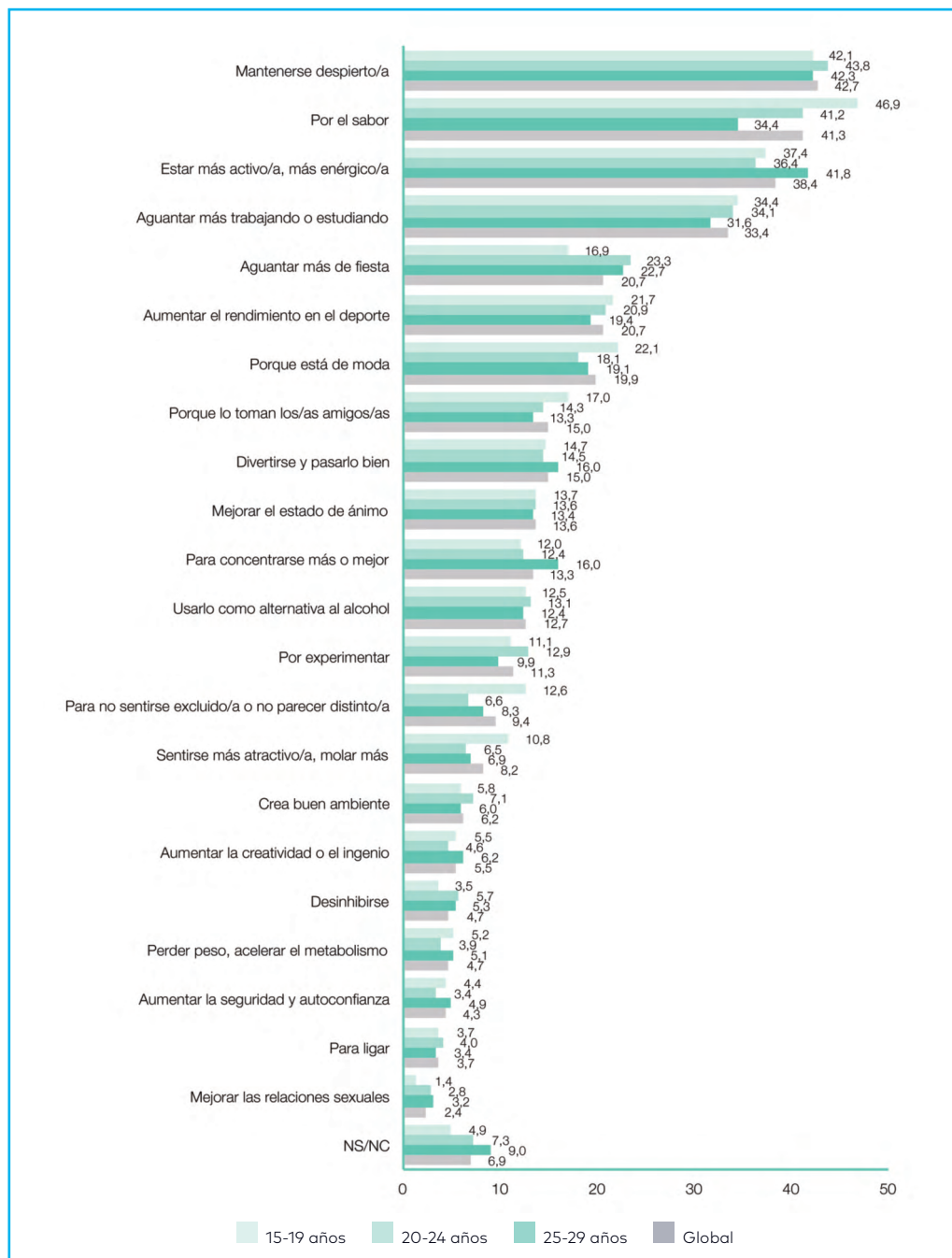
Secundariamente, y por debajo de los argumentos principales, aparecen elementos que reflejan también su consumo orientado al rendimiento, pero desde el lado más lúdico: aguantar más de fiesta (rendir más, en suma, 20,7%), por divertirse y pasarlo bien (maximizar la experiencia, pero en entornos festivos, 15%) o para mejorar el estado de ánimo (positivizar estado anímico, adaptarse a un escenario 13,3%) o para concentrarse mejor (la lógica del rendimiento de nuevo, 13,3%) y argumentos relacionados con encajar en el grupo (sea porque está de moda o porque lo toman sus amigos/as, 19,9% y 15%, respectivamente). El resto de posibilidades se mencionan bastante menos.

GRÁFICO 5.3.1. MOTIVACIONES DE LAS PERSONAS PARA CONSUMIR BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 21: Respecto a las bebidas energéticas y pensando en la gente que las consume en general, ¿cuáles crees que son los principales motivos por las que se consumen?

GRÁFICO 5.3.2. MOTIVACIONES DE LAS PERSONAS PARA CONSUMIR BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 21: Respecto a las bebidas energéticas y pensando en la gente que las consume en general, ¿cuáles crees que son los principales motivos por las que se consumen?

Diferencias en estas expectativas sobre las bebidas energéticas entre ellos y ellas (gráfico 5.3.1): las chicas más orientadas al rendimiento en entornos de trabajo o estudio (mantenerse despierto, estar más activa, aguantar más trabajando o estudiando, etc.) pero también de manera festiva (aguantar más de fiesta) o por moda (lo toman los amigos/as). Los chicos mencionan menos que ellas estos supuestos beneficios y apuntan más, por estrecho margen, a razones como el sabor, mejorar la concentración, como alternativa al alcohol, la experimentación e incluso y destacadamente sobre ellas, para ligar o para mantener relaciones sexuales.

Los más jóvenes dicen que los principales motivos para consumir bebidas energéticas son el sabor y que lo consumen sus iguales

La edad también introduce notorias diferencias en cuanto a las motivaciones para el consumo (gráfico 5.3.2). Los más jóvenes se centran bien en la organoleptia (por el sabor) y algo más orientados que sus compañeros y compañeras al consumo por moda; sea por no sentirse excluidos sea simplemente porque lo toman sus compañeros/as o amigos/as. Lo

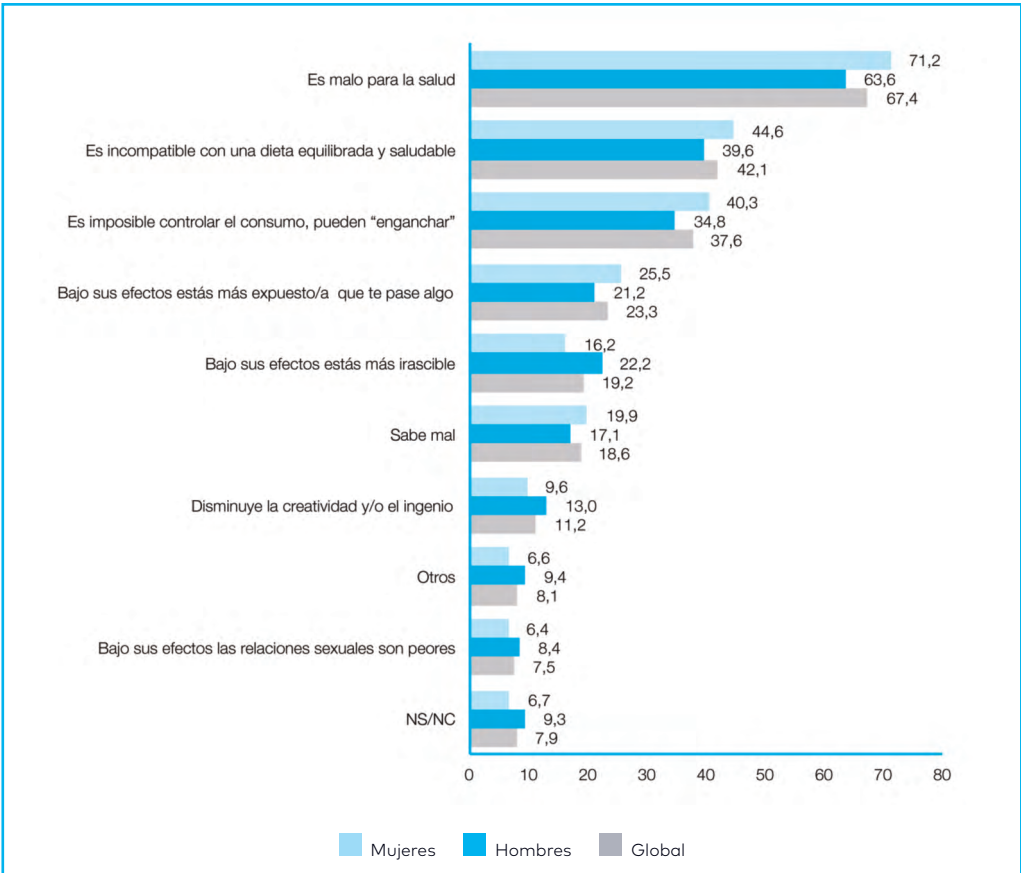
social y el grupo configura de forma importante sus pautas de consumo o de cercanía con estas bebidas, lo cual encaja dentro de un comportamiento adolescente prototípico.

Los de mediana edad, por el contrario, no destacan en los motivos, sólo apuntan algo más el consumo motivado por el rendimiento, mantenerse despierto/a, aguantar más de fiesta, o por pura experimentación. Los más mayores tampoco destacan especialmente en ninguna razón, tan sólo ligeramente en los motivos relacionados con el rendimiento (estar más activo, enérgico, concentrarse más) o lo festivo (divertirse y pasarlo bien). No concurren, en este caso, otros rasgos o características personales que discriminen las razones expuestas para el consumo.

Cuando se habla de las posibles razones para el no consumo (gráficos 5.3.3 y 5.3.4), el principal argumento es la salud, las potenciales afectaciones a la misma. Es la cara opuesta a los beneficios de una sustancia de la que se tiene el conocimiento que excede los límites de un rendimiento "normal"; si, como se verá a lo largo del análisis, se emplean para el exceso o la transgresión de los límites, es natural considerar que este mismo exceso puede perjudicar seriamente los parámetros de una "normalidad saludable". Así, el acuerdo con esta percepción es mayoritario, con el 67,7% de chicos y chicas que lo señalan, bastante más ellas (71,2% por el 63,6% de ellos), siempre más sensibles y atentas con los temas de salud.

El argumento conectado también con la salud —“es incompatible con una dieta saludable”— ocupa un lugar importante en las causas del rechazo; de nuevo ellas lo señalan más que ellos (44,6% y 39,6%, respectivamente).

GRÁFICO 5.3.3. MOTIVACIONES GENERALES PARA NO CONSUMIR BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 22: ¿Y los motivos por los que la gente no consume bebidas energéticas? Elige los CUATRO que te parezcan más importantes.

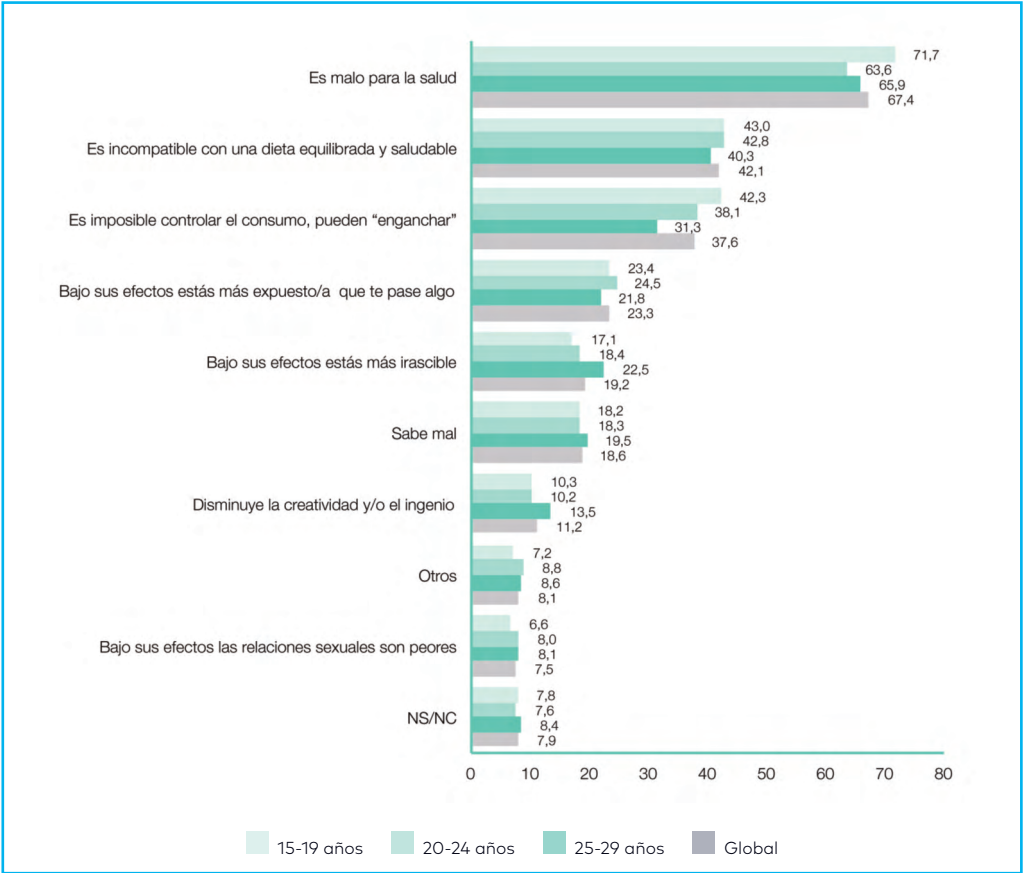
En segunda línea como motivaciones para el no consumo, pero afectando severamente a la imagen de estas bebidas, se encuentran los temas de una potencial adicción a las mismas o de efectos secundarios indeseados. Como si la adicción se desdoblara en dos términos: no solamente el enganche (físico y psicológico) con la bebida por sus efectos euforizantes sino, además, el temor a sus posibles consecuencias negativas, entre las que podría encontrarse cierto descontrol personal por el exceso de euforia; así, “es imposible controlar su consumo” (la más importante, 37,6%) y “bajo sus efectos puede que te pase algo”

(23,3%), son mencionadas por una parte significativa y bastante más por ellas, como siempre. O la irascibilidad, mencionada como potencial efecto negativo por el 19,2%, esta vez más por ellos.

Opciones más secundarias señalan elementos ajenos a los anteriores: por el sabor, algo muy contradictorio, ya que el sabor es uno de los elementos de mayor motivación para su consumo, como se señalaba anteriormente. Incluso, que se señale que disminuye la creatividad, cuando también en el análisis de las motivaciones para su consumo era exactamente lo contrario.

La edad no altera de forma significativa la estructura de motivaciones para el no consumo, pero señala ciertas diferencias, bastante tibias.

GRÁFICO 5.3.4. MOTIVACIONES GENERALES PARA NO CONSUMIR BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 22: ¿Y los motivos por los que la gente no consume bebidas energéticas? Elige los CUATRO que te parezcan más importantes.

Los más jóvenes (entre 15 y 19 años) parecen más enfocados en resaltar los perjuicios para la salud y la potencial dependencia, mientras que los de edad intermedia se centran algo más que el resto en sus potenciales consecuencias negativas ("puede que te pase algo") y los más mayores en la irascibilidad o en la disminución de la creatividad y el ingenio.

La frecuencia de ingesta de este tipo de bebidas está muy distribuida entre las distintas categorías, pero presenta claras tendencias. Los que las ingieren con frecuencia alta (todos o casi todos los días o bien 2 o 3 días por semana) suman el 17,6%. Los hombres destacan, y mucho, en esta frecuencia: el 22,3% por el 12,5% de ellas.

Según va descendiendo la frecuencia de consumo, más mujeres se incorporan a las mismas. En el consumo ocasional (2 o 3 días al mes y muy pocas veces) se posicionan el 33,7% de chicos y chicas, la mayoría, con algo más de protagonismo ellos (34,6% por el 32,7% de ellas). Los excepcionales (casi nunca) son la proporción más minoritaria, el 13,7%, donde destacan mucho ellas (17,2% por el 10,3% de ellos). Aquellos que las tomaban, pero ya no (abandonadores) son el 14,7% global, de los cuales 13,7% son hombres y 15,6% mujeres y los que nunca las han probado suman el 15,9% de los chicos y chicas, de nuevo con ellas como protagonistas (18,6% por el 12,8% de ellos).

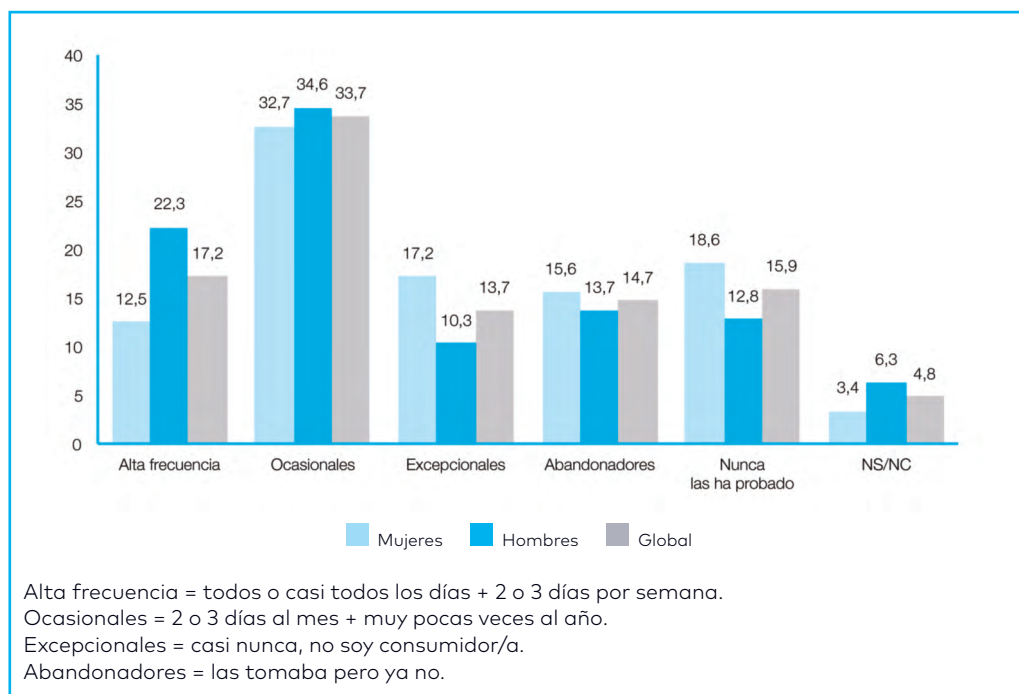
En suma, ellas son más cautas en el consumo y lo refieren como más excepcional, e incluso destacan sobre ellos en mencionar haber abandonado su consumo o en no haberlas probado nunca. Ellos, en cambio, parecen más propensos a un uso más intenso y a no abandonar el consumo ocasional, también de forma mayoritaria.

Hay que recordar que ellas mencionaban en bastante mayor medida que ellos los potenciales perjuicios para la salud de estas bebidas, lo que las coloca en una posición de mayor precaución.

Pero, independientemente de estas diferencias, lo cierto es que el consumo de estas bebidas está enmarcado menos en lo cotidiano, no es diario o muy frecuente en general, y se instaura más en lo ocasional y excepcional para una gran mayoría de chicos y chicas.

Ellas son más cautas que ellos en el consumo de bebidas energéticas: lo hacen más esporádicamente y muchas han abandonado el consumo

GRÁFICO 5.3.5. FRECUENCIA CONSUMOS BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



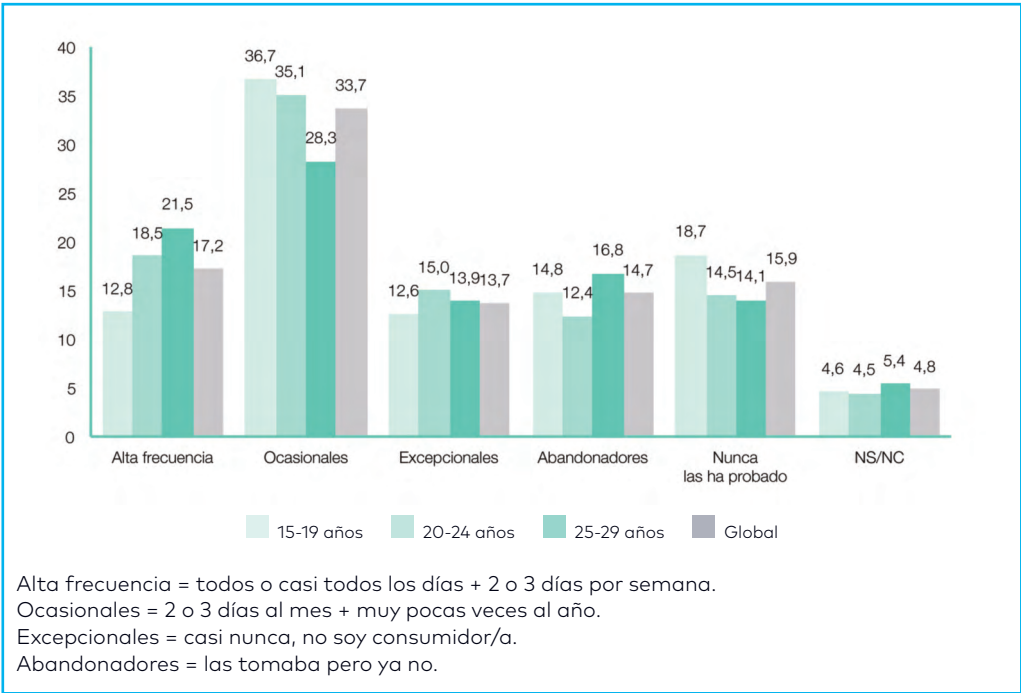
Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 23: Y tú, ¿con qué frecuencia consumes algún tipo de bebida energética (Red Bull, Monster, Eneyeti, Burn...)?

Por edades, los más jóvenes (entre 15 y 19 años) son, de lejos, los menos vinculados con el consumo de alta frecuencia (todos o casi todos los días, y 2 o 3 días a la semana): son el 12,8% por el 18,5% de los de edad intermedia y el notable 21,4% de los más mayores. Estos chicas y chicos muy jóvenes son los que más declaran, con gran diferencia, el no haberlas probado nunca (18,7%). Si bien podría pensarse que precisamente la edad menor empujaba a un consumo intenso en frecuencia, por moda o experimentación, los datos indican lo contrario. En los consumos más ocasionales (2 o 3 días al mes o muy pocas veces al año) los más jóvenes y los de edad intermedia son los protagonistas; suman el 36,7% y el 35,1%, respectivamente, bastantes más que los más mayores, que sólo alcanzan el 28,3%.

Entre los excepcionales ("casi nunca, no soy consumidor") las cosas se igualan bastante entre los diversos grupos de edad; 12% de los más jóvenes, 15% en edades intermedias y 13,9% de los más mayores. Y entre los abandonadores (las he tomado pero ya no) son protagonistas los de más edad, el 16,8%, frente al 12,4% de los de edad intermedia y el 14,8% de los más mayores. Y como nota

especialmente llamativa, los más jóvenes son los que declaran en mayor medida el no haberlas probado nunca, el 18,7%. En resumen, los más mayores son los que más las consumen de manera frecuente. Los más jóvenes o bien señalan un consumo ocasional, o bien son los que en mayor medida no las han probado. Y los de mediana edad no presentan rasgos distintivos con respecto a la frecuencia.

GRÁFICO 5.3.6. FRECUENCIA CONSUMOS BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 23: Y tú, ¿con qué frecuencia consumes algún tipo de bebida energética (Red Bull, Monster, Eneyeti, Burn...)?

Resulta casi obvio que los y las consumidores en las distintas frecuencias resalten ciertas opiniones sobre las motivaciones generales hacia el consumo de estas bebidas. Los que han declarado una ingesta frecuente han señalado que los motivos para que la gente las consuma son que aumentan la creatividad y el ingenio, sirven para concentrarse mejor, mejoran el estado de ánimo y crean buen ambiente. Además, hablando de rasgos sociodemográficos, destacan en esta frecuencia los que están trabajando, lo que habla en buena medida de sus sitios de ingesta y de las razones de su consumo, el rendimiento laboral que justifica un consumo intenso (porcentajes a consultar en la tabla A1.4 del Anexo 1).

Los que han abandonado su consumo son, en buena lógica, los que más han declarado que su estado de salud es malo o muy malo, y de ahí que esta percepción haya influido posiblemente en este abandono. Finalmente, los que nunca las han probado opinan en mayor medida que el resto que los motivos generales de consumo son debidos a presión social (lo toman los amigos), para no sentirse excluidos o más atractivos, y que sabe mal. No son una sorpresa estos resultados, que sólo resaltan lo obvio, la relación directa entre los distintos motivos para el consumo, y el consumo más o menos intenso de las bebidas energéticas.

Los lugares de consumo de las bebidas energéticas, entre aquellos que declaran consumirlas en cualquier frecuencia, presentan un patrón muy claro, con algunos elementos muy reveladores (gráfico 5.3.7). Para algunos de estos escenarios posibles de consumo, son abultada mayoría los que declaran tomarlas nunca o casi nunca: por ejemplo, cuando se conduce (el 66,5% nunca lo hace), trabajando o en el trabajo (casi la mitad de los chicos y chicas, el 49,5%), o, curiosamente ya que una de las características de la bebida es aumentar el rendimiento deportivo, cuando hacen deporte (el 51,6%) y también cuando se juntan con alguien en un bar, cafetería, etc. (52,7%) o, por último, en el ocio digital (44,1%).

Son, mayoritariamente, escenarios donde se entiende una generalizada abstinencia por su carácter de riesgo percibido (al conducir), de responsabilidad (en el trabajo) o por un sentido de ocio más relajado, que no parece necesitar de estímulos extraordinarios (juntarse con alguien en un bar o cafetería). Y, sin embargo, en algunos de estos escenarios no son pocos los chicos y chicas que declaran tomarlas en alta frecuencia (siempre o casi siempre y bastantes veces): el 16,5% conduciendo, el 22,1% trabajando o el 24,1% cuando se juntan con alguien en bares o cafeterías.

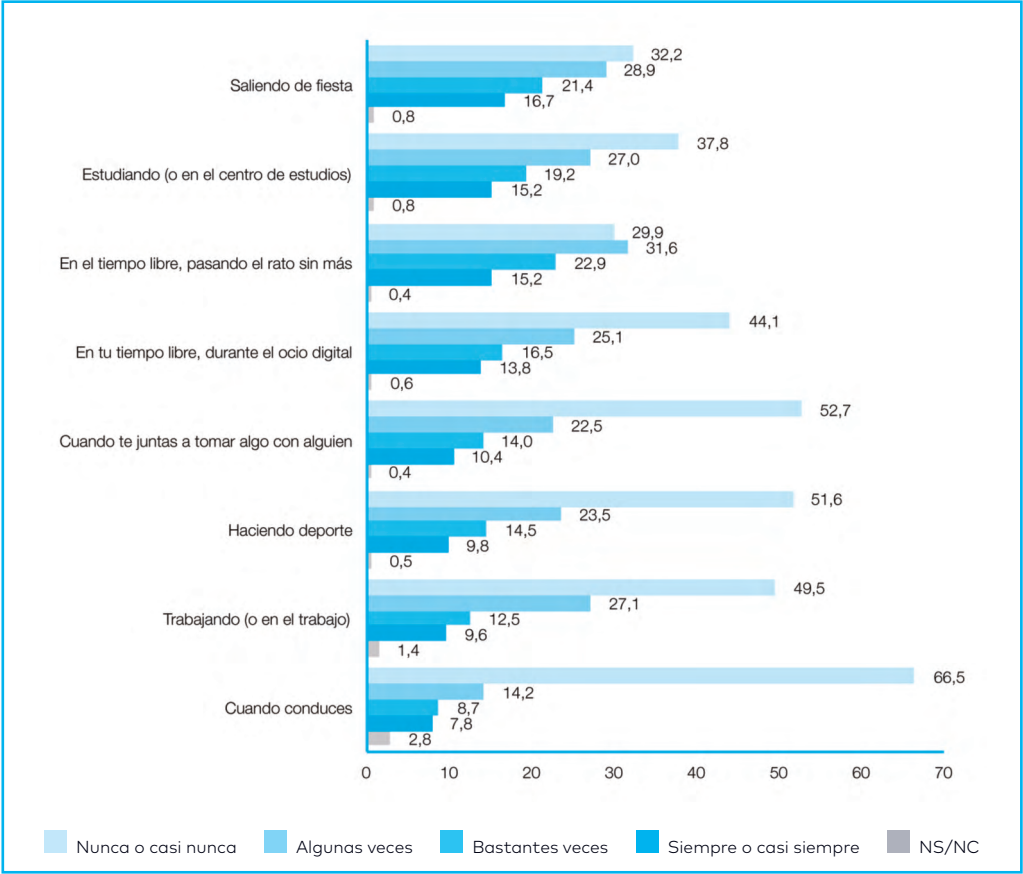
Durante el ocio festivo, el consumo de bebidas energéticas es más frecuente, debido a sus efectos euforizantes

A medida que se introducen de forma más potente los escenarios de ocio festivo, el consumo más frecuente (siempre/casi siempre o bastantes veces) toma mayor protagonismo, claramente impulsado por los efectos euforizantes de estas bebidas: el 38,1% en las salidas de fiesta, cuando se juntan a pasar el tiempo con los amigos o colegas (38,1% también) o durante el ocio digital

(30,3%). Como excepción a esta teoría, el 34,4% declara consumir estas bebidas en alta frecuencia en el centro de estudios. Quizás la necesidad de mayor concentración (uno de los supuestos beneficios declarados de estas bebidas) o

disfrutar con los amigos y colegas en el centro educativo en los tiempos libres induzca a este consumo más intenso de lo que podría pensarse como razonable.

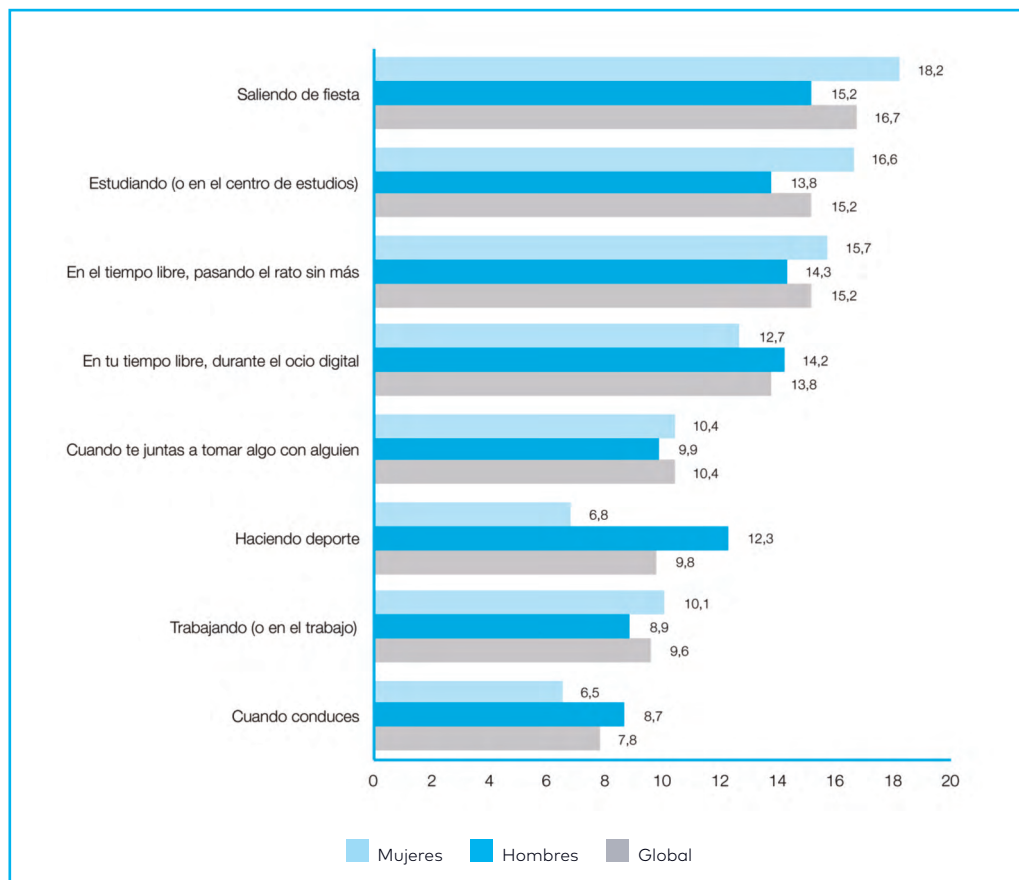
GRÁFICO 5.3.7. LUGARES CONSUMO BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL



Datos en %. Base consumen bebidas energéticas. N=791. Preguntas 24-31. ¿En cuáles de las siguientes situaciones consumes o has consumido bebidas energéticas?

La comparación basada en el género (gráfico 5.3.8) entre los que declaran alta frecuencia apunta a una participación en este consumo intenso de ellas, en gran medida; más presentes en el consumo cuando salen de fiesta (18,2% por el 15,2 de ellos), en el centro de estudios (16,6% por el 13,8%), en el tiempo libre, pasando el rato (15,7 por el 14,3%) o trabajando (10,1% por el 8,9% de los chicos). Ellos, por el contrario, las consumen de forma más intensa que ellas en escenarios como el deporte (12,3% por el 6,8% de ellas), en la conducción (8,7% por 6,5%) o el ocio digital (14,2% vs 12,7%).

GRÁFICO 5.3.8. LUGARES CONSUMO BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO

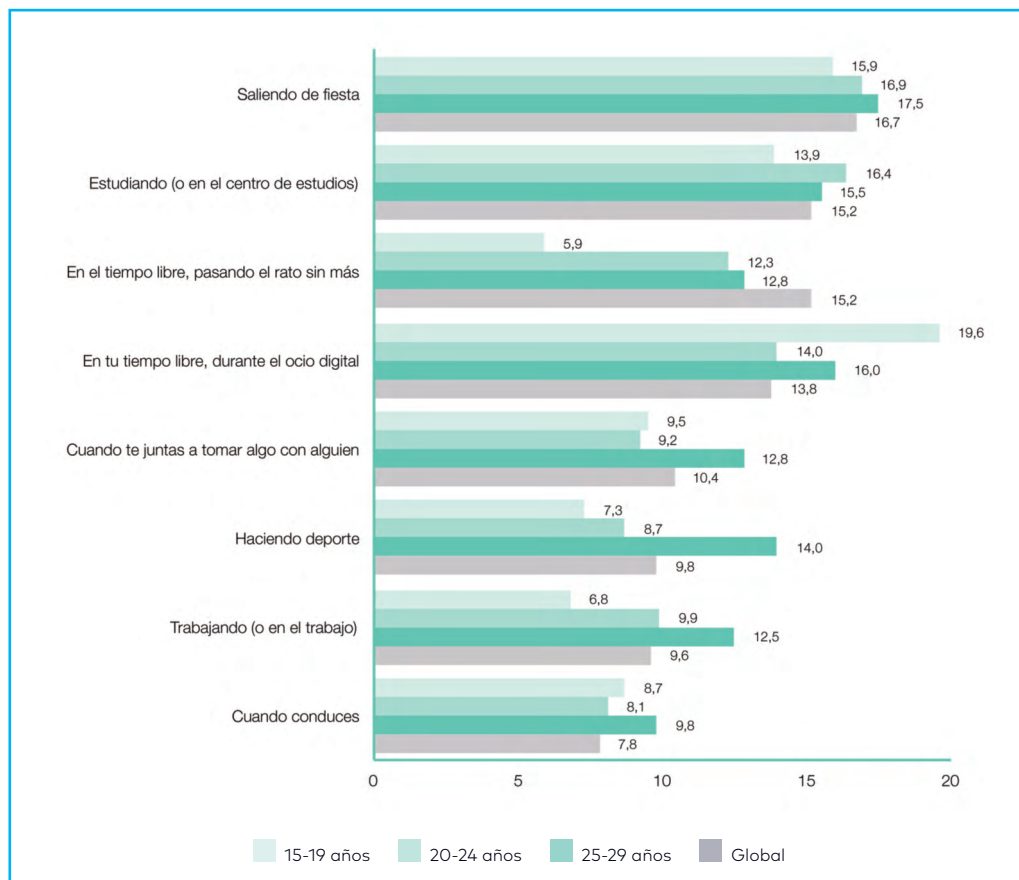


Resultados en la categoría "siempre o casi siempre". Datos en %. Base consumen bebidas energéticas. N=791. Preguntas 24-31. ¿En cuáles de las siguientes situaciones consumes o has consumido bebidas energéticas?

En las edades, los mas jóvenes destacan en el consumo frecuente cuando disfrutan de su ocio digital y en tomar bebidas energéticas mucho menos en el resto de espacios (gráfico 5.3.9).

Los de mediana edad sólo aparecen de forma destacada en el consumo en el centro de estudios, pero, en general, los que más destacan son los de mayor edad, que muestran un comportamiento de consumo intensivo bastante mayor que sus compañeros o compañeras de menor edad cuando se juntan con alguien en bares o cafeterías, en los deportes, en el trabajo y, de forma muy señalada y preocupante, en la conducción.

GRÁFICO 5.3.9. LUGARES CONSUMO BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Resultados en la categoría "siempre o casi siempre". Datos en %. Base consumen bebidas energéticas. N=791. Preguntas 24-31. ¿En cuáles de las siguientes situaciones consumes o has consumido bebidas energéticas?

Pocas son las diferencias en este consumo intensivo por otras variables sociodemográficas ($P \leq 0,05$), pero reveladoras. El consumo frecuente en diversos escenarios como el trabajo, salidas de fiesta o en el ocio digital está más protagonizado por aquellos que describen su estado de salud como malo o muy malo (en el trabajo) y los que, además, están poco o nada satisfechos con este estado de salud en todos los espacios y lugares analizados.

Entre los que consumen estas bebidas las motivaciones son, precisamente, aquellas que caracterizan las propiedades de estas bebidas: maximizar la experiencia, en lo lúdico o en lo cotidiano; así, se emplea para divertirse y pasarlo bien (49,4%), mantenerse despierto (43,7%) y, a distancia, estar más activo,

enérgico (35,7%) o aguantar más estudiando o trabajando (26,4%). No distan mucho estos motivos de consumo, ni la mayor o menor mención de los diversos ítems, de los que se señalaban en las motivaciones de consumo generales.

Se pueden identificar cuatro motivaciones principales y otras menos frecuentes que, sin embargo, no se apartan de la intención de superar las barreras físicas o mentales: aguantar más de fiesta, concentrarse mejor, aumentar rendimiento en el deporte, divertirse y pasarlo bien, mejorar el estado de ánimo y, en un lugar bastante alejado de las principales, emplearlo como sustituto del alcohol. Tampoco destacan entre las razones para consumir bebidas energéticas la moda (7,8% de menciones), que las toman los amigos/as (9,9%) o no sentirse excluido (4,6%). Menos aún mejorar el desempeño sexual (4,6%), ligar más (2,9%) o aumentar la seguridad y la autoconfianza (4,1%).

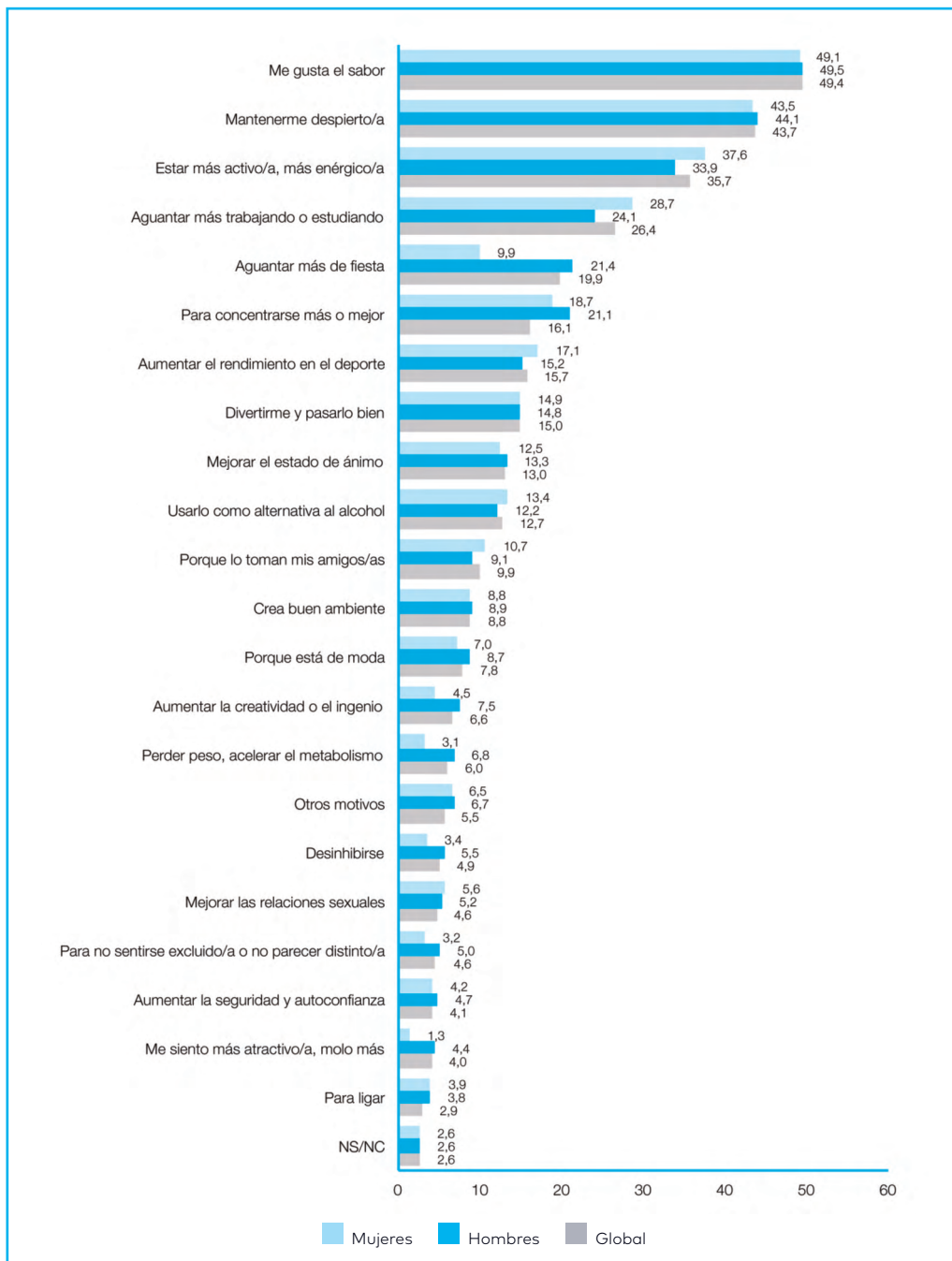
Tal y como ocurría en los motivos generales de consumo, las consumidoras de estas bebidas apuntan más que ellos a las motivaciones basadas en el rendimiento cotidiano, es decir, no para la fiesta (gráfico 5.3.10). Estar más activo lo señalan el 37,6% de ellas por el 33,9% de ellos, aguantar más trabajando o estudiando (28,7% por el 24,1%) e incluso para mejorar el rendimiento deportivo (17,1% por el 15,2%). Ellos parecen justificar su consumo más por razones lúdicas; aguantar más de fiesta (21,4% por sólo el 9,9% de ellas) y en otros argumentos; también desde el rendimiento (concentrarse mejor 21,1% por el 18,7%), aumentar la creatividad o el ingenio (7,5% por 4,5%) o, de forma llamativa, para perder peso (6,8% vs 3,1%) o para ser más atractivo (4,4% vs 1,3%), para no sentirse excluido (5% vs 3,2%) o desinhibirse (5,5% vs 3,4%).

Las chicas señalan motivos para consumir bebidas energéticas ligadas al rendimiento cotidiano, no a la fiesta; ellos, en cambio, apuntan más las razones lúdicas

Estas últimas motivaciones, aunque de escasa presencia en ambos géneros, nos hablan del uso de estas bebidas para paliar u ocultar ciertas inseguridades, especialmente entre ellos a la hora de relacionarse, y en esto se acercan mucho a las razones y motivos para el consumo de alcohol. Y seguramente, es más que posible que sean consumidas combinadas con alcohol.

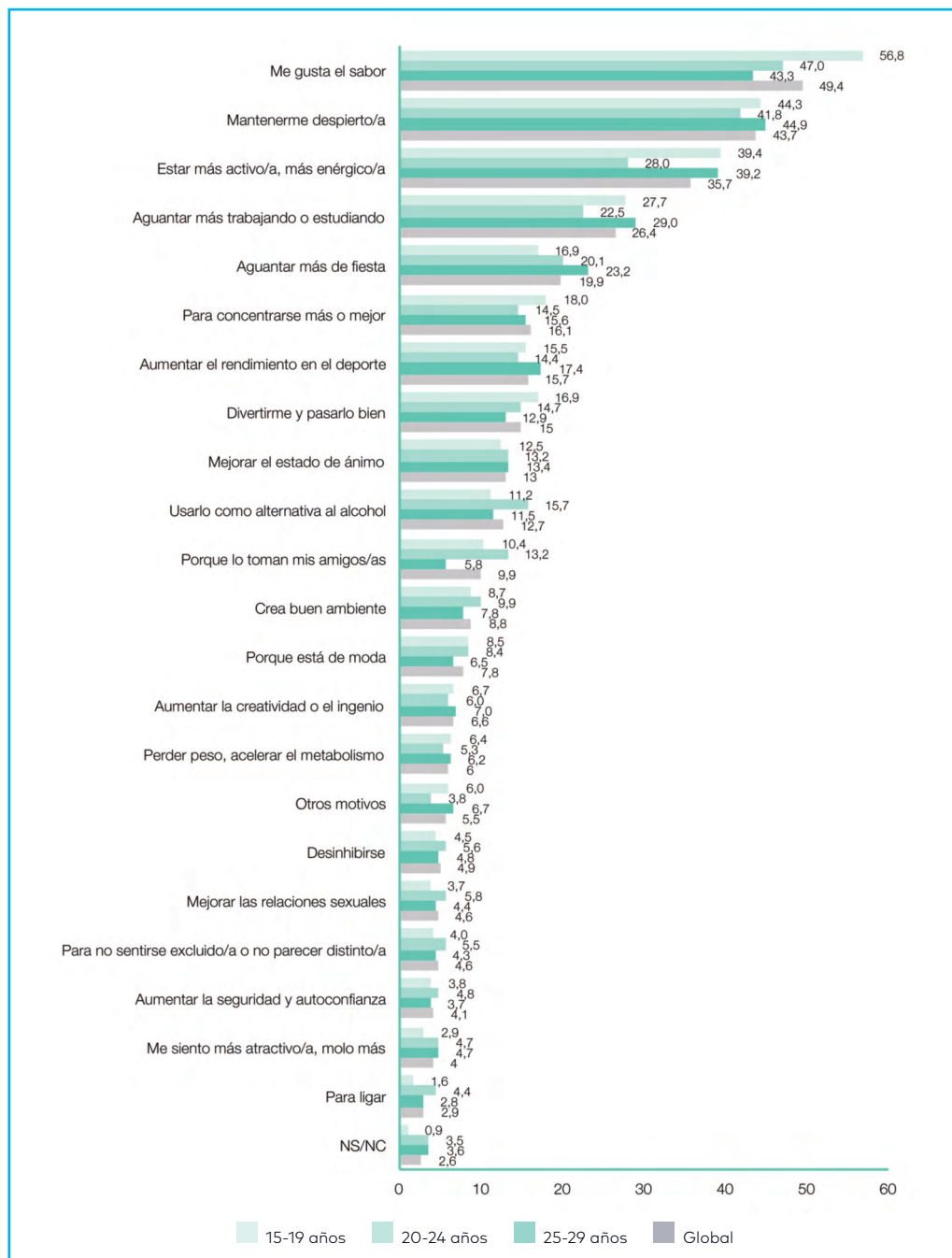
La edad presenta otro tipo de tendencias, aunque no tan significadas como en el caso del género y solo se puede hablar de escasas diferencias (gráfico 5.3.11).

GRÁFICO 5.3.10. MOTIVACIONES PERSONALES PARA EL CONSUMO DE BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base consumen o han consumido bebidas energéticas. N=956. Pregunta 32: Y tú, personalmente, ¿por cuáles de los siguientes motivos consumes bebidas energéticas? Elige los CINCO que te parezcan más importantes.

GRÁFICO 5.3.11. MOTIVACIONES PERSONALES PARA EL CONSUMO DE BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD

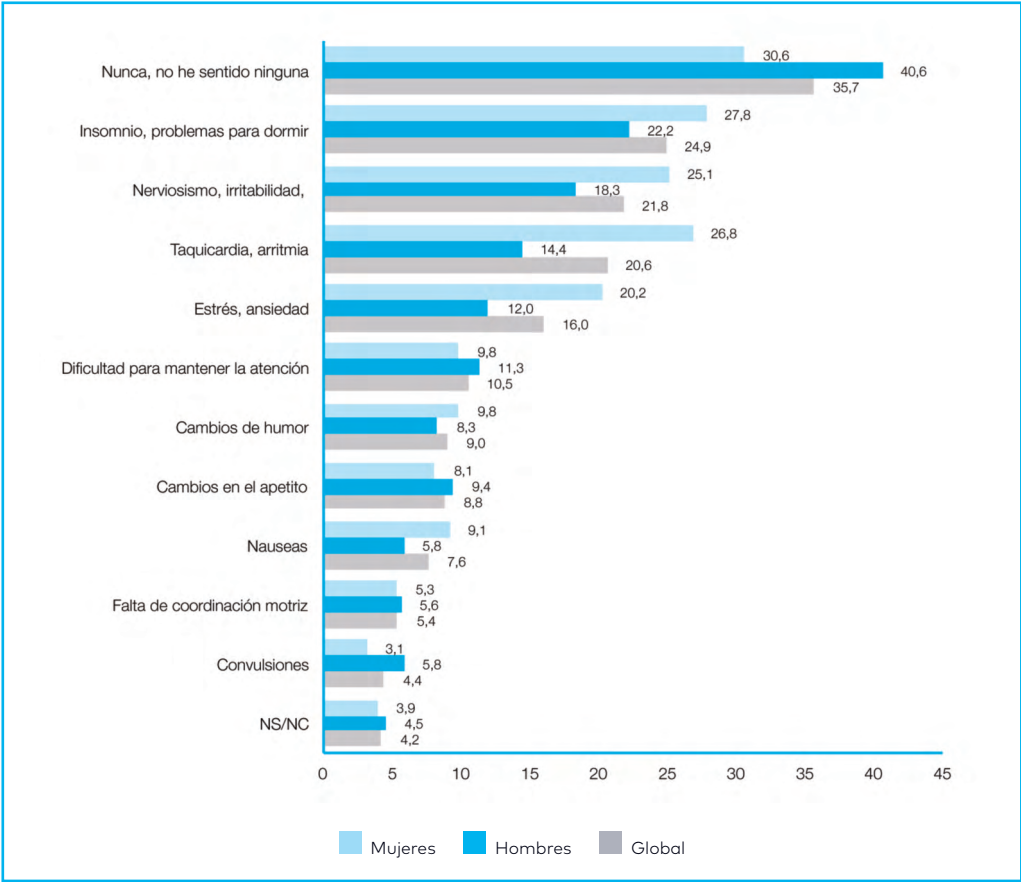


Respuesta múltiple. Datos en %. Base consumen o han consumido bebidas energéticas. N=956. Pregunta 32: Y tú, personalmente, ¿por cuáles de los siguientes motivos consumes bebidas energéticas? Elige los CINCO que te parezcan más importantes.

Los de menor edad (entre 15 y 19 años) se destacan señalando más que el resto consumirlas por el sabor, por estar más enérgico o por diversión. Los más mayores para aguantar más, sea por trabajo o estudio o de fiesta y para aumentar el rendimiento deportivo, y los de edad intermedia apuntan más a emplearlo como alternativa al alcohol o porque lo toman los amigos.

Poco más uno de cada tres chicos y chicas consumidores afirman no haber tenido problemas asociados a la ingesta de energéticas (35,7%), destacando los hombres (40,6%) sobre ellas, que lo expresan en bastante menor medida (30,6%) (gráfico 5.3.12).

GRÁFICO 5.3.12. PROBLEMAS EXPERIMENTADOS EN EL CONSUMO DE BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base consumen o han consumido bebidas energéticas. N=956. Pregunta 33: ¿En alguna ocasión has sentido algún tipo de problemas tras consumir bebidas energéticas? Señala todos los que has experimentado.

Efectivamente, ellas parecen mucho más afectadas por la ingesta de este tipo de bebidas, especialmente en desórdenes emocionales como problemas para dormir (27,8% por el 22%,) nerviosismo e irritabilidad (25,1% por el 18,3%), estrés y ansiedad (20,2% por el 12% de ellos) y síntomas físicos asociados a estados emocionales convulsos, como taquicardia y arritmia (26,8% por el 14,4%).

Las jóvenes se muestran más afectadas que sus compañeros por el consumo de bebidas energéticas: problemas para dormir, nerviosismo, irritabilidad, estrés, ansiedad, taquicardia...

Considerando posibles causas para estas diferencias, podría haber sesgos culturales en el auto-diagnóstico dada la relación más compleja de ellas con la salud, tanto con las percepciones sobre su propio estado de salud —normalmente considerada peor que la de ellos— y también con su mayor sensibilidad y preocupación hacia la misma.

En el resto de problemas, ellos y ellas no muestran tantas diferencias, en parte porque son mucho menos mencionados, y sin embargo

ellas manifiestan algo más de cambios de humor o náuseas, mientras que ellos mencionan más cambios en el apetito o incluso convulsiones.

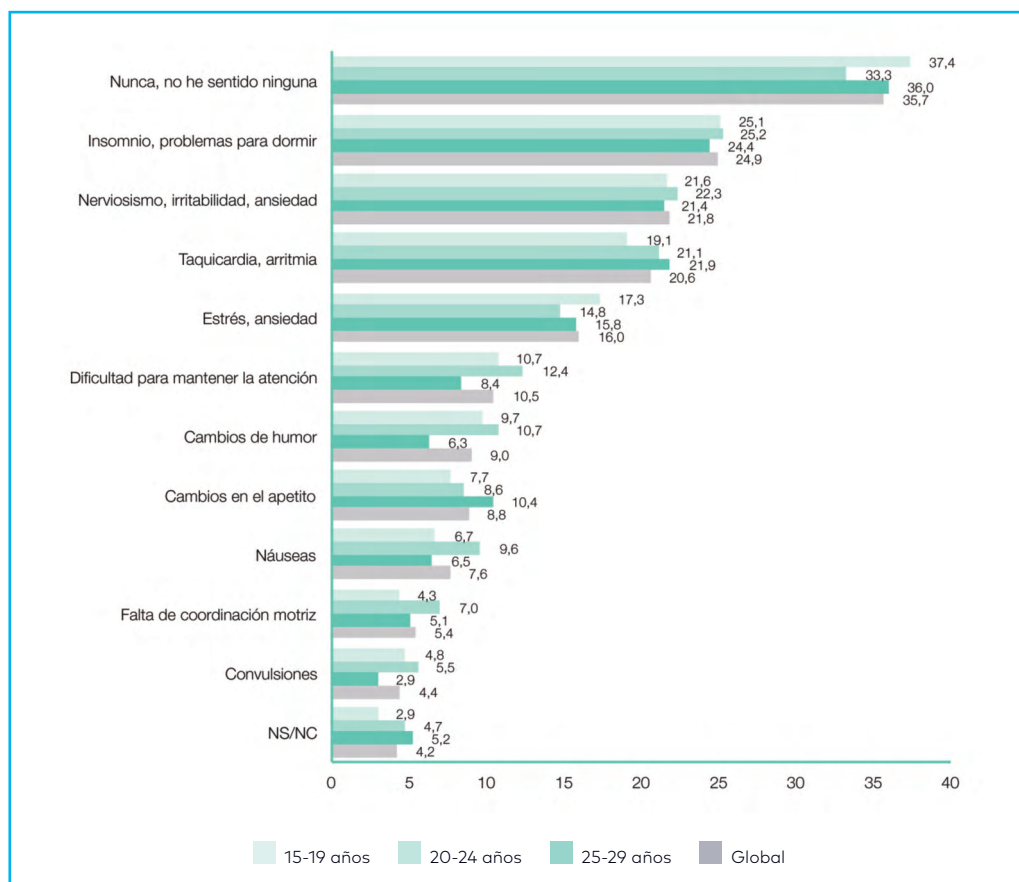
Las diferencias sintomatológicas también se manifiestan en las edades (gráfico 5.3.13): los más jóvenes y los más mayores declaran más que el resto de sus compañeros y compañeras el no haber sufrido alteraciones de este tipo (36% y 37,4% respectivamente vs el 33,3% de los de edad intermedia).

Los chicos y chicas de mediana edad, entre 20 y 24 años, manifiestan haber experimentado más dificultades para mantener la atención (12,4% vs el 10,5% global), cambios de humor (10,7% vs el 9,7% de proporción media), náuseas (9,6% vs el 7,6%) e incluso falta de coordinación motriz (7% vs 5,4%).

La edad también marca diferencias en los problemas que los y las jóvenes dicen haber experimentado por el consumo de bebidas energéticas

Los más jóvenes sólo destacan en experimentar más cambios en el apetito (10,4%) y los de mayor edad en estrés y ansiedad (17,3%). Más allá de estas diferencias de género o edad, no se aprecian más contrastes debidos a otras variables.

GRÁFICO 5.3.13. PROBLEMAS EXPERIMENTADOS EN EL CONSUMO DE BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



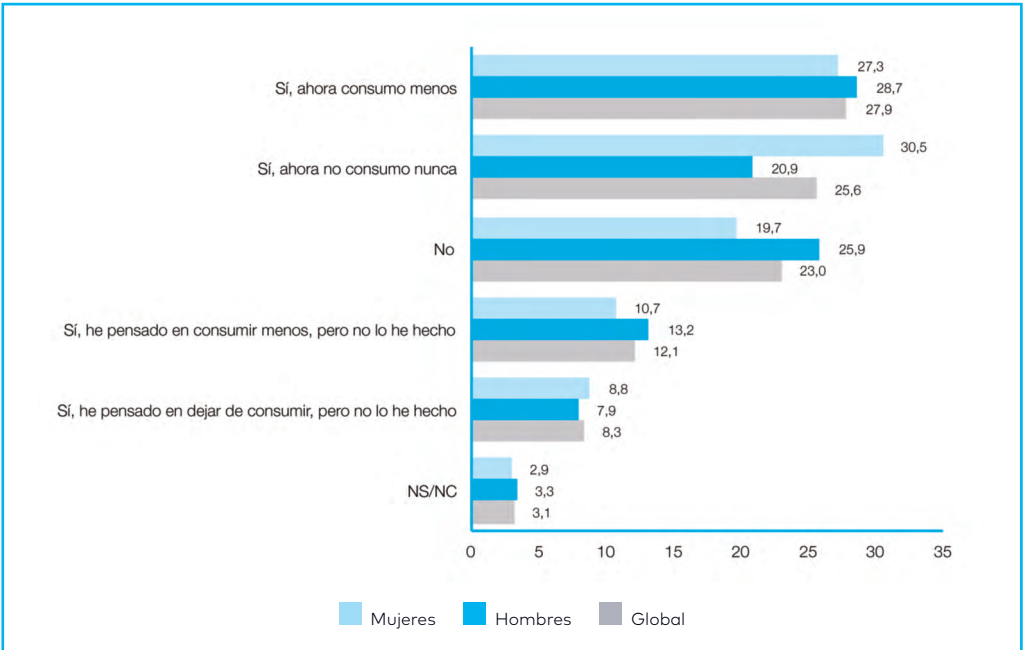
Respuesta múltiple. Datos en %. Base consumen o han consumido bebidas energéticas. N=956. Pregunta 33: ¿En alguna ocasión has sentido algún tipo de problemas tras consumir bebidas energéticas? Señala todos los que has experimentado.

Además de la posible intervención de otras variables, suponemos que los efectos antes mencionados han supuesto que una proporción importante de chicos y chicas hayan optado por abandonar el consumo (un 25,6% ha dejado de hacerlo, sobre todo ellas, un 30,5%, ya que como se ha visto parecen más afectadas sintomatológicamente por el consumo) e incluso que una proporción parecida lo consuma menos: un poco más

Una proporción importante de chicos y chicas ha optado por abandonar, o al menos reducir, el consumo de bebidas energéticas

ellos (28,7%) que ellas (27,9%). Los que se han planteado el abandono total o la reducción del consumo, pero finalmente no lo ha realizado son bastantes menos, poco más del 20% total: un 8,3% los primeros y un 12,1% los segundos, algo más ellos (13,2%) que ellas (10,7%) (gráfico 5.3.14).

GRÁFICO 5.3.14. ALGUNA VEZ SE HAN PLANTEADO DEJAR DE CONSUMIR BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO

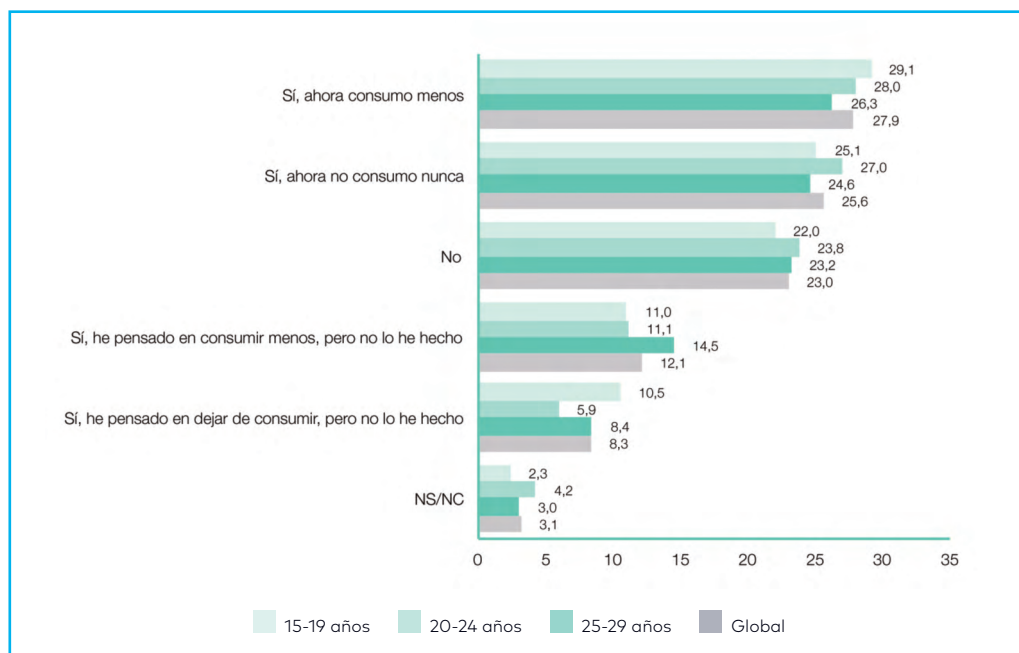


Datos en %. Base consumen o han consumido alguna vez bebidas energéticas. N=956. Pregunta 34: ¿Alguna vez te has planteado dejar de consumir bebidas energéticas o consumirlas menos?

Por edades (gráfico 5.3.15) no parecen concurrir diferencias excesivas entre los planteamientos de abandono o reducción del consumo: los más mayores son, por poco, los que más han reducido el consumo (29,1%) y los de edad intermedia los que más lo han abandonado definitivamente (27%).

Tampoco se observan diferencias muy señaladas entre los que no se han planteado ninguna acción sobre este consumo. Pero sí entre los que han experimentado tendencia a la reducción o al abandono, pero finalmente no lo han realizado. Los más jóvenes son los que más pensaron en reducir el consumo, sin llegar a realizar esta idea (14,5% vs el 12,1% general) y los más mayores los que en mayor medida pensaron en dejar de consumir sin llegar a ejecutarlo (10,5%).

GRÁFICO 5.3.15. ALGUNA VEZ SE HAN PLANTEADO DEJAR DE CONSUMIR BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



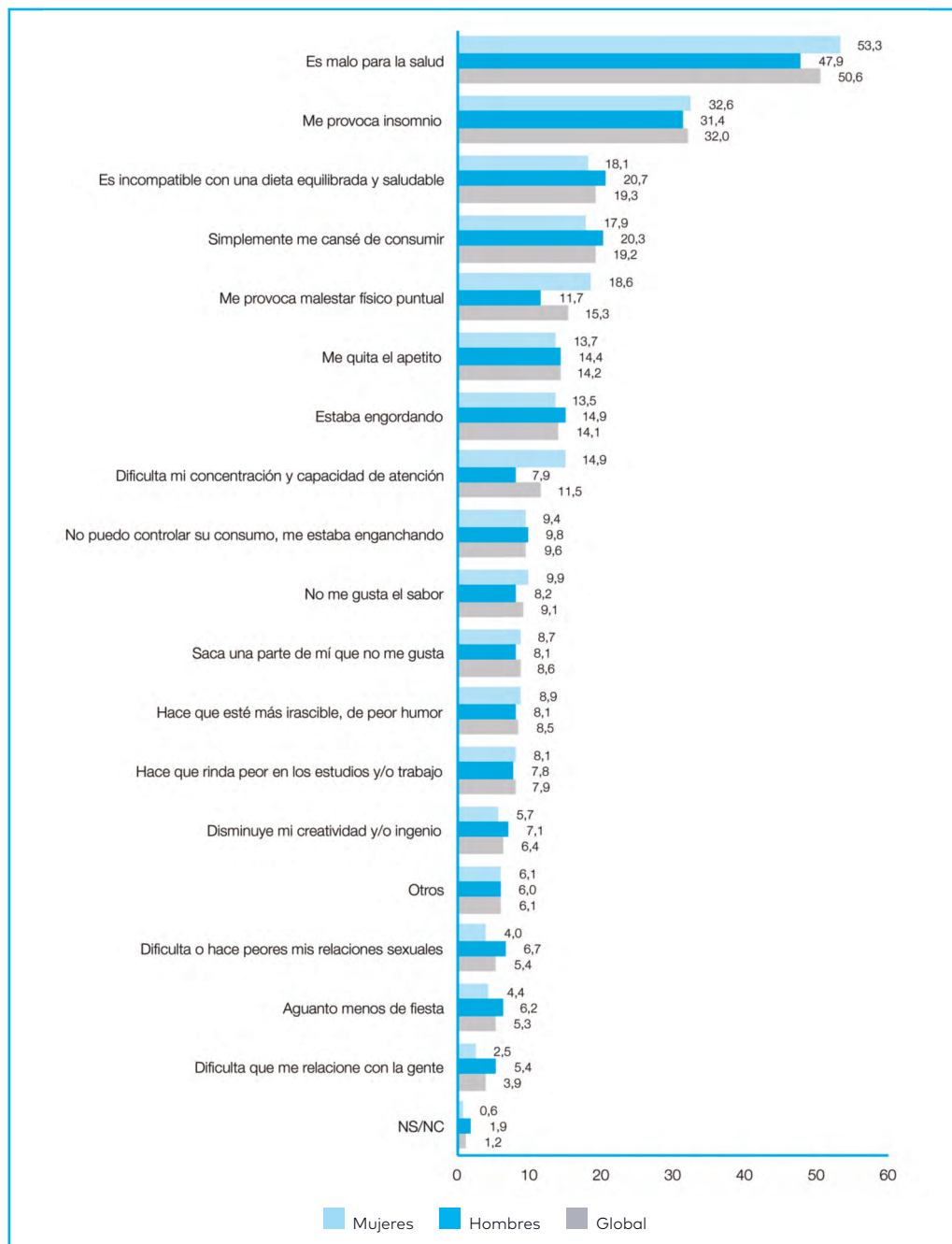
Datos en %. Base consumen o han consumido alguna vez bebidas energéticas. N=956. Pregunta 34: ¿Alguna vez te has planteado dejar de consumir bebidas energéticas o consumirlas menos?

Las percepciones sobre los potenciales efectos perjudiciales asociados a las bebidas energéticas analizados con anterioridad condicionan el que poco más de la mitad de los chicos y chicas que han abandonado o reducido su consumo arguyan sus perjuicios para la salud, principal motivo de abandono o reducción del consumo. Siguiendo con la lógica de las distinciones entre ellos y ellas en este tema, como era esperable, son las mujeres, aunque levemente, quienes más mencionan este motivo (53,3% por el 47,9% de ellos).

Sin que esté entre las menciones más destacadas, ellas también señalan mucho más que ellos otro aspecto problemático consecuencia de este consumo, el que dificulta la concentración y la capacidad de atención (14,9% de ellas por el 7,9% ellos) y, para cerrar las diferencias más relevantes entre géneros, a ellas les provoca en mayor medida que a ellos malestares físicos puntuales (18,6% frente al 11,7% de ellos).

A la hora de plantearse abandonar o reducir el consumo de bebidas energéticas, la salud es el principal motivo, más para las chicas que para los chicos

GRÁFICO 5.3.16. MOTIVOS POR LOS QUE SE HA DEJADO DE CONSUMIR O SE HA REDUCIDO EL CONSUMO DE BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base han reducido o han dejado de tomar bebidas energéticas. N=706. Pregunta 35: Motivos por los que se ha reducido o dejado de consumir bebidas energéticas.

A distancia, sintomatologías más precisas que el perjuicio general para la salud: al 32% les ha provocado insomnio —nada sorprendente, dado su alto contenido en cafeína— y al 14%, aproximadamente, les ha provocado efectos contradictorios: o bien les ha quitado el apetito o bien estaban engordando. Al 19,3% les preocupaba su incompatibilidad con una dieta equilibrada y otro 19,3% simplemente se cansó de consumir.

Por edades existen algunas tendencias claras (gráfico 5.3.17): los de menor edad (hasta 19 años) señalan más que sus compañeros/as que es malo para la salud (52,7%), el cansancio por el consumo (21,9%), las dificultades de concentración (13,2), la disminución de la capacidad e ingenio (6,4%), el posible "enganche" (9,6%) o "que sacaba una parte de mí que no me gustaba" (10,3%).

Los de edades intermedias no destacan sobre el resto en apenas elementos, pero muestran rechazo desde el impacto de su consumo en lo relacional: "dificulta que me relacione con la gente" (5,5%) o "hace estar más irascible" (9,5%) e, incluso, que "empeora las relaciones sexuales" (7,1%); son, además, los que más han abandonado o reducido su consumo por la organoleptia: "no gusta el sabor" (12%).

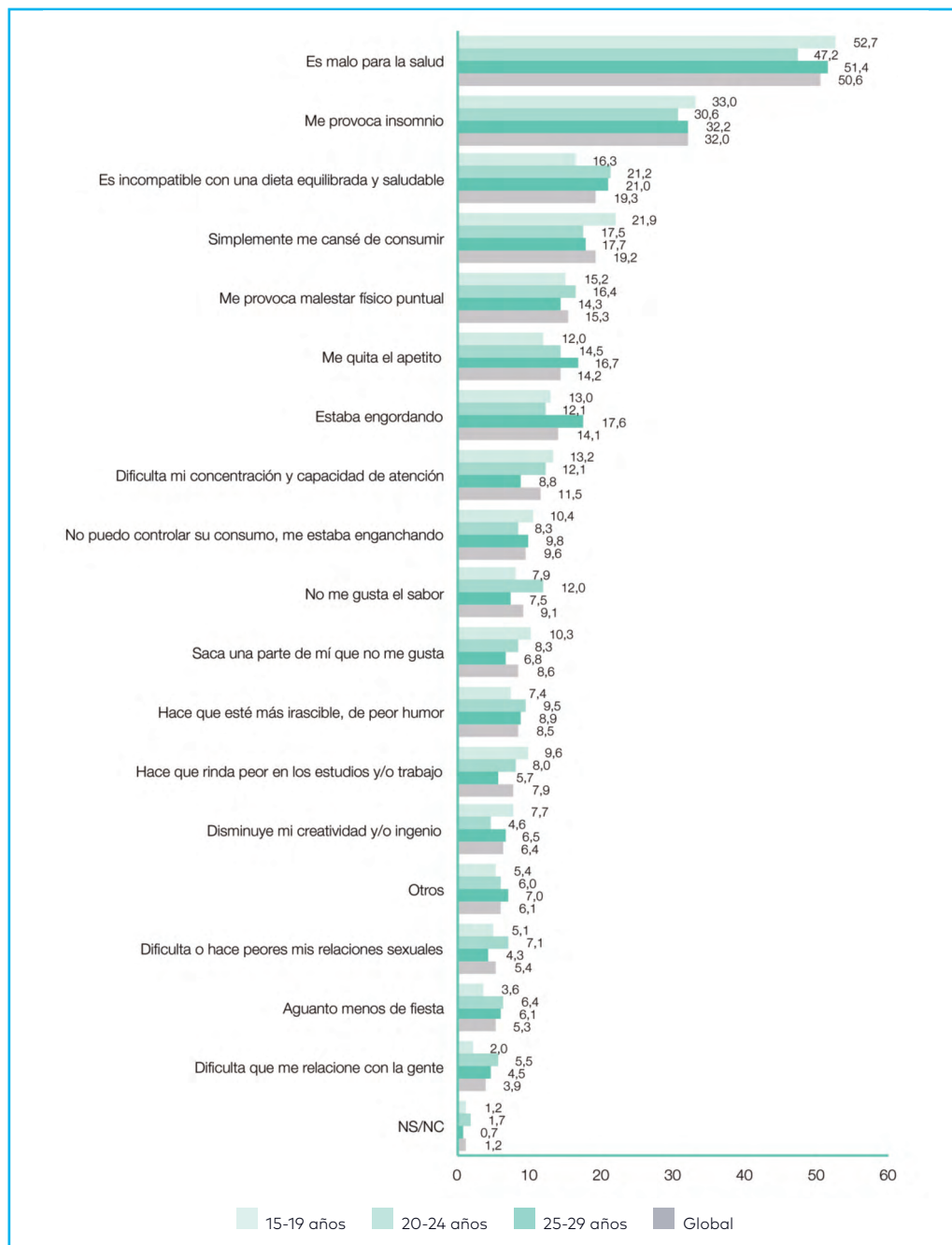
Los más mayores apuntan a perjuicios sobre la salud en mayor medida que el resto: "estaba engordando" (17,6%) o "quitaba el apetito" (16,7%), además de ser, junto con los más jóvenes, los que más han abandonado o reducido el consumo por su impacto sobre la salud: "es malo para la salud" (51,4%).

No hay más diferencias cuando se habla de motivos para el abandono o reducción del consumo entre quienes las han ingerido. Pero entre los que nunca las han consumido —una minoría de chicos y chicas que supera por poco el 6% del total— las razones que sustentan esta abstinencia son, de hecho, bastante parecidas a las de los que decidieron abandonarlas (gráfico 5.3.18). El potencial perjuicio para la salud es, de lejos, la razón más poderosa para esta abstención, mencionado por el 65,3% pero, al contrario que entre los chicos y chicas consumidoras, esta vez son ellos, por gran diferencia, los que más arguyen tal motivo (75,1%).

Las edades muestran tendencias claras (gráfico 5.3.19): el grupo más joven tiene la mayor sensibilidad hacia riesgos de salud inmediatos, como "es malo para la salud", insomnio, potencial enganche, además de sospechar que podría impactar en su rendimiento académico o laboral.

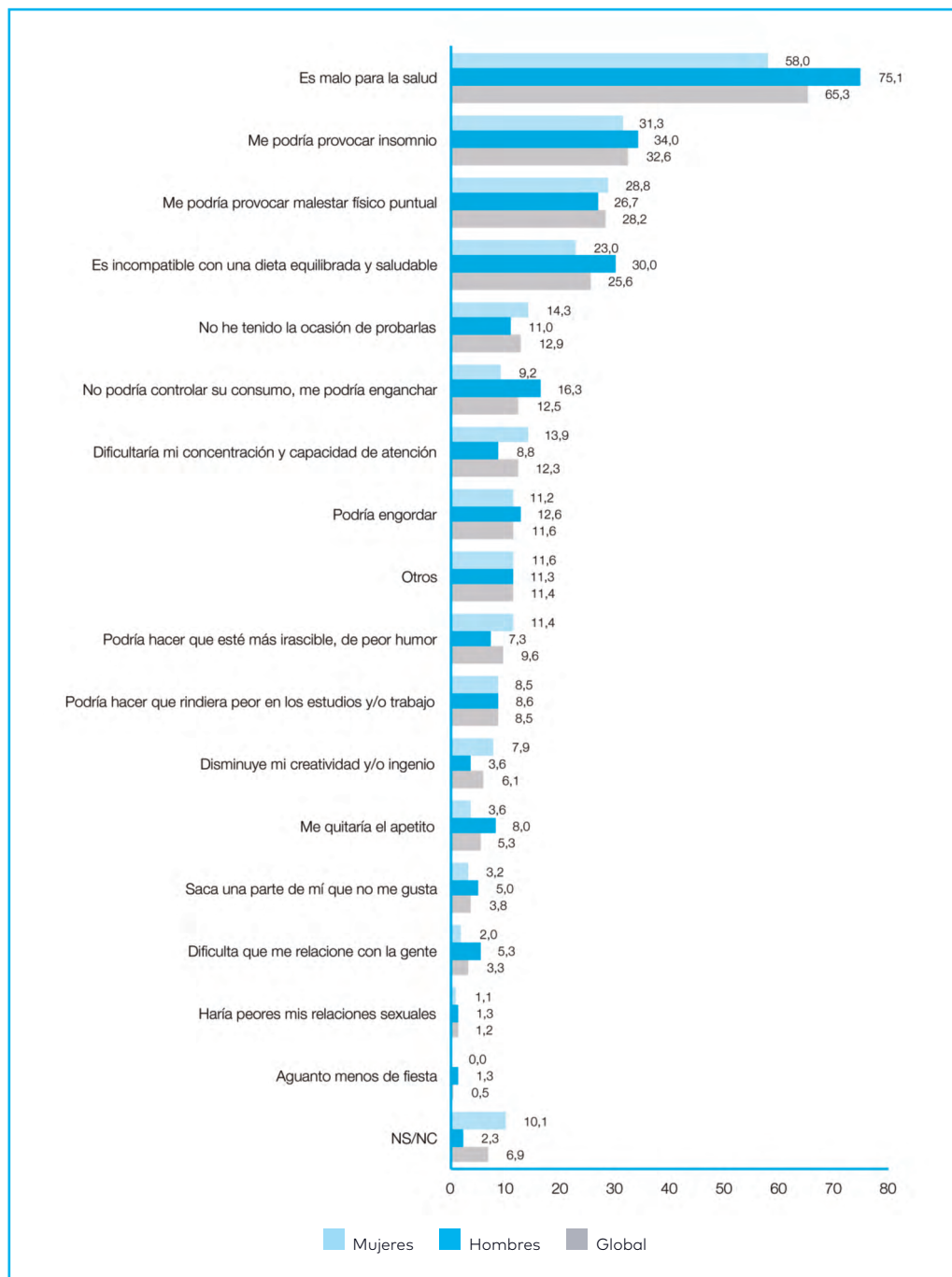
El grupo de edad intermedia sobre todo se centra en la ausencia de oportunidad de probarlas, y dificultades de concentración. Presenta un patrón intermedio donde pesan más los factores circunstanciales (la ausencia de oportunidad) y mucho menos que el resto lo relacionado con la dieta o la posibilidad de dependencia ("me podría enganchar").

GRÁFICO 5.3.17. MOTIVOS POR LOS QUE SE HA DEJADO DE CONSUMIR O SE HA REDUCIDO EL CONSUMO DE BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



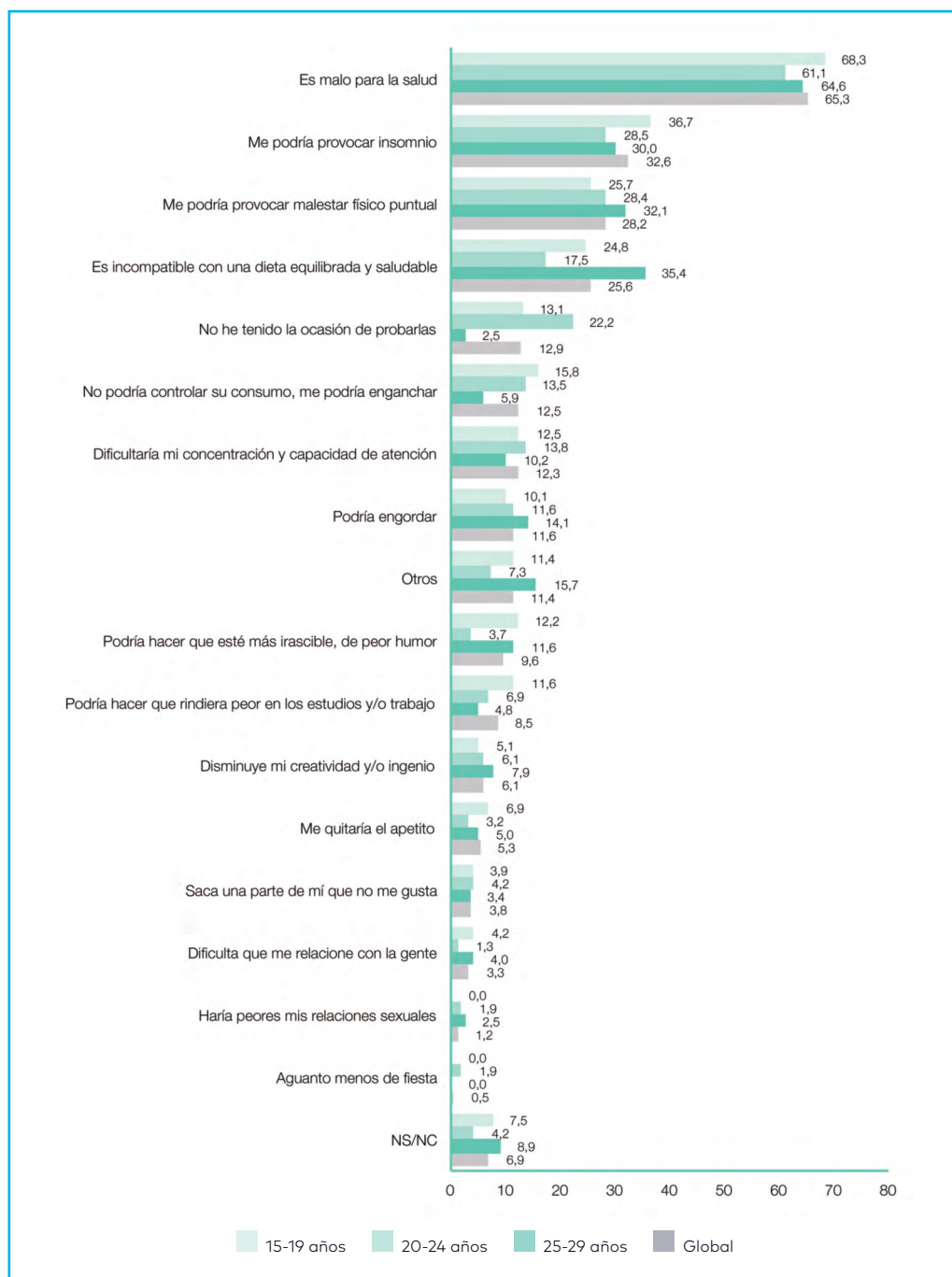
Respuesta múltiple. Datos en %. Base han reducido o han dejado de tomar bebidas energéticas. N=706. Pregunta 35: Motivos por los que se ha reducido o dejado de consumir bebidas energéticas.

GRÁFICO 5.3.18. MOTIVOS POR LOS QUE NO SE CONSUMEN BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base no consumen bebidas energéticas. N=190. Pregunta 36: Motivos por los que no se consumen bebidas energéticas.

GRÁFICO 5.3.19. MOTIVOS POR LOS QUE NO SE CONSUMEN BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



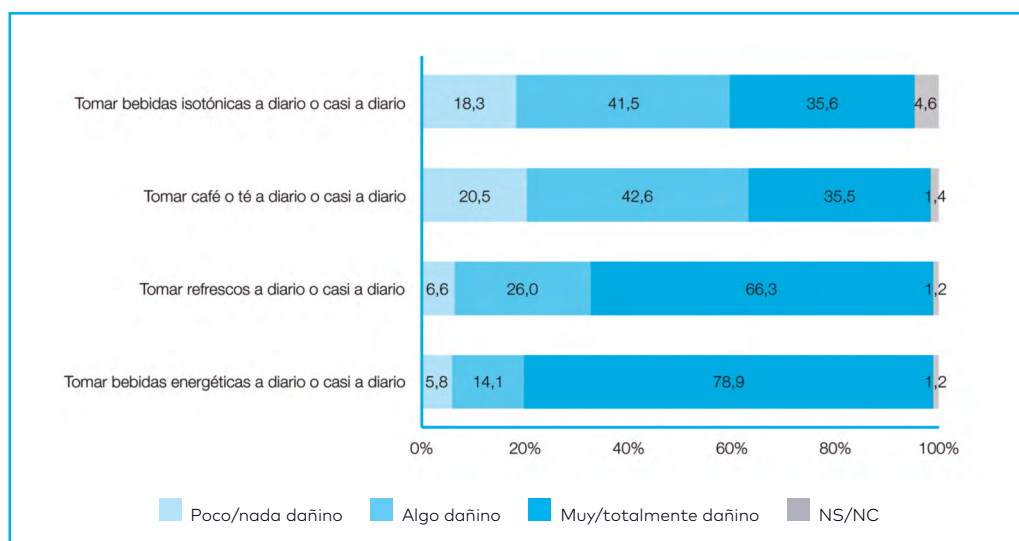
Respuesta múltiple. Datos en %. Base no consumen bebidas energéticas. N=190. Pregunta 36: Motivos por los que no se consumen bebidas energéticas.

Y los más mayores presentan una fuerte preocupación por los riesgos sobre la salud (malestares físicos puntuales, además de tener menciones altas en el apartado genérico "es malo para la salud"), así como, destacadamente, aspectos sobre la dieta y alimentación. Tienen menos temor que los demás a engancharse y parece optar por una perspectiva del no consumo desde una visión más racional y de mayor preocupación por los temas relacionados con la salud.

Independientemente de que estas bebidas se consuman o no, la peligrosidad de las mismas percibida por los chicos y chicas en una pauta de consumo muy frecuente (todos o casi todos los días) queda en evidencia sobre todo en la comparación con otros consumos frecuentes, como las bebidas isotónicas (que sólo califican como consumo muy dañino aun tomándose a diario el 35,6% de los chicos y chicas) o el té y el café (35,5%).

El consumo frecuente de bebidas isotónicas, té o café es percibido como dañino por los más jóvenes; en cambio, el consumo de refrescos se considera más perjudicial conforme aumenta la edad

GRÁFICO 5.3.20. PERCEPCIÓN SOBRE EL RIESGO POTENCIAL DE ALGUNOS CONSUMOS

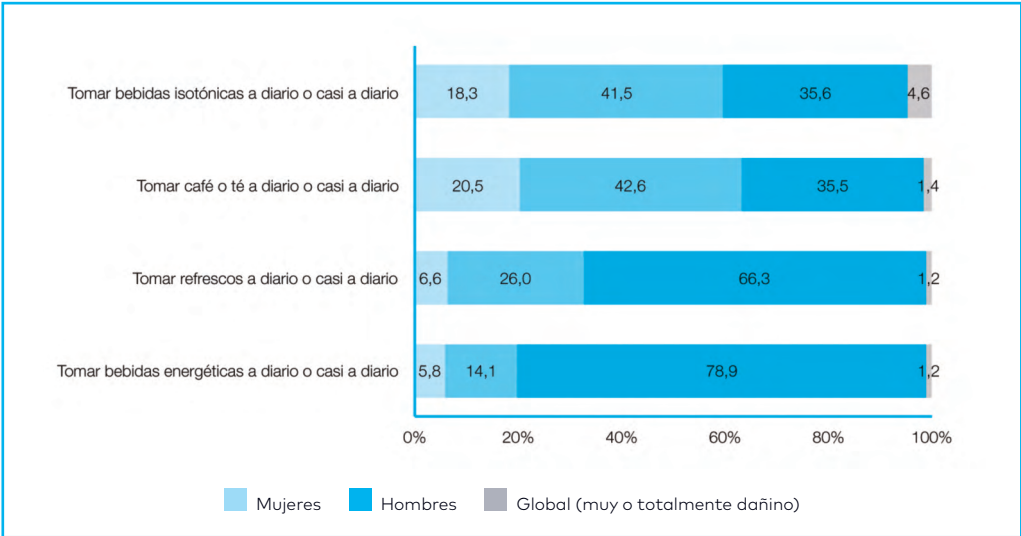


Respuesta agrupada. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 37-40: ¿Hasta qué punto crees que puede ser dañina cada una de las siguientes situaciones? Para cada una de ellas se trata de que digas en qué medida te parece dañina, en una escala del 0 al 10, siendo 0 "nada dañina" y 10 "muy dañina".

Casi podría decirse que consideran que el consumo de estas bebidas es inofensivo comparado con el de los refrescos —cuya ingesta frecuente es vista como muy dañina por una amplia mayoría de chicos y chicas (el 66,3%)— y con el consumo continuado de bebidas energéticas, que es percibido como peligroso por el 79% de chicos y chicas.

Ellas parecen estar mucho más alerta sobre esta potencial peligrosidad que ellos en todas las bebidas analizadas: bastante más en isotónicas (41,4% vs el 29,4% de ellos), refrescos (71% vs 61,8%) y energéticas (84,2% vs 73,3%) que en café o té, donde las diferencias son algo más reducidas (39,8% por el 31,1%). Les preocupa más el exceso, el descontrol.

GRÁFICO 5.3.21. PERCEPCIÓN SOBRE EL RIESGO POTENCIAL DE ALGUNOS CONSUMOS GLOBAL Y POR GÉNERO



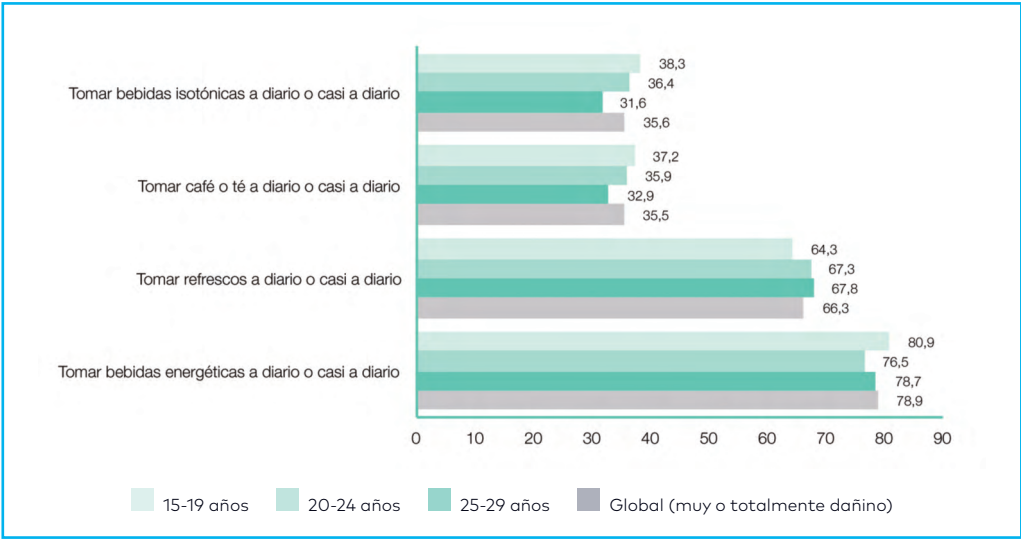
Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 37-40: ¿Hasta qué punto crees que puede ser dañina cada una de las siguientes situaciones? Para cada una de ellas se trata de que digas en qué medida te parece dañina, en una escala del 0 al 10, siendo 0 "nada dañina" y 10 "muy dañina".
Resultados en la categoría "muy o totalmente dañino".

Si bien hay muchas diferencias entre ellos y ellas en la consideración de peligrosidad de estos consumos de alta frecuencia, no ocurre lo mismo con las edades, donde los diversos grupos de edad tienden a señalar la misma proporción de daños, aun con matices diferenciales; en general, cuanto más aumenta la edad, menor peligro o daños se perciben en casi todas las bebidas, excepto en los

refrescos. En las isotónicas, el 31,6% de los más mayores contrasta con el 38,3% de los más jóvenes, colocándose los de edades intermedias precisamente en una postura intermedia entre ambos, el 36,4%.

En té y café, la misma pauta: del 37,2% en los más jóvenes, al 35,9% en edades intermedias y al 32,9% en los de mayor edad. Y en las bebidas energéticas, del 80,9% de los más jóvenes desciende levemente en la edad intermedia (76,5%) y se incrementa de nuevo hasta el 78,7% entre los más mayores. La pauta se rompe en los refrescos, cuya percepción de gran daño asciende según la edad: del 64,3%, al 67,3% y al 67,8% entre los más mayores.

GRÁFICO 5.3.22. PERCEPCIÓN SOBRE EL RIESGO POTENCIAL DE ALGUNOS CONSUMOS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 37-40: ¿Hasta qué punto crees que puede ser dañina cada una de las siguientes situaciones? Para cada una de ellas se trata de que digas en qué medida te parece dañina, en una escala del 0 al 10, siendo 0 "nada dañina" y 10 "muy dañina".

Resultados en la categoría "muy o totalmente dañino".

Ciertas características implican mayor percepción de riesgo en las bebidas energéticas: cuanto más saludable consideran que es su estilo de vida y en mejor estado de salud se perciben chicos y chicas, más se incrementa la potencial peligrosidad. También los que no mencionan carencias materiales y se ubican en otras formas de convivencia muestran la misma percepción de daño acerca de estos consumos.

5.4. ALCOHOL

Para chicos y chicas, las motivaciones o razones para el consumo de alcohol se enmarcan en ejes muy distintos a los de las bebidas energéticas; si en éstas primaban sus efectos euforizantes, la superación de límites o la maximización del rendimiento (físico y o psíquico), en el alcohol juega un papel determinante la pura diversión (divertirse y pasarlo bien, 48,8%). Y algo más más secundariamente, pero fuertemente enlazados con este primer significado, aspectos afines como la evasión (29,2%) y, también, múltiples referencias a su papel de facilitador relacional, como el que lo consuma el grupo de amigos (27%) o porque crea buen ambiente (22,2%). Posiciones y argumentos para el consumo de alcohol nada insólitos y sobradamente conocidos⁷.

Frente a las bebidas energéticas, se argumentan motivos diferentes para tomar alcohol: facilitar la diversión, la evasión y las relaciones sociales

También importan, a la hora de consumir alcohol, beneficios relacionados con la apertura e integración personal, para la superación de ciertos frenos y barreras de orden emocional o psicológico, dada la capacidad de la sustancia para alterar estados de consciencia: para desinhibirse (21,1%), para no sentirse excluido (22,7%) o para aumentar la seguridad y autoconfianza (19,4%).

Interesan a chicos y chicas, pero en una tercera línea de motivaciones, reflejos de sus teóricos aportes al concepto general de diversión y evasión, como el aguantar más de fiesta (19,3%, ligar o mantener relaciones sexuales (16,8%) o relajarse (17,1%). Más lejos en el espectro de intereses, muchas referencias que van desde el aprecio por sus características organolépticas ("me gusta el sabor", 16%), acompaña bien a algunas comidas (10,8%) o, incluso, el que esté de moda (12,8%) Sin embargo, no parecen mayoritarios ni convincentes para chicos y chicas aspectos que evidencien mejora del rendimiento, como sí lo hacen las energéticas, como aguantar más trabajando o estudiando (sólo lo citan el 3,7%), mejorar las relaciones sexuales (4,2%), aumentar la creatividad y el ingenio (4,9%).

Todas estas motivaciones pertenecen al común de chicos y chicas, pero entre ellas priman algo más aspectos relacionados con la diversión, la evasión, el que lo consuma su grupo de amigos/amigas, aguantar más de fiesta o para no sentirse

7. Argumentos para el consumo ya analizados en estudios previos del CRS como el ya citado *Consumos de sustancias y relaciones sexuales juveniles. Un estudio sobre las relaciones entre drogas y sexo en la juventud española* (Ballesteros y Megías, 2025).

excluidas. Están más centradas que ellos en los aspectos relacionales que procura el consumo de alcohol; mientras que ellos, asumiendo también estos significados

Existen pequeñas diferencias en los motivos para consumir alcohol entre chicos y chicas: en ellas priman la diversión y la evasión; en ellos, relajarse y desinhibirse

mayoritariamente, apuestan más por beneficios internos que fomentan la seguridad personal, como relajarse o desinhibirse. Dos formas de apreciar el consumo de alcohol que son básicamente similares pero que presentan ciertos matices entre ellos y ellas (gráfico 5.4.1).

La edad también introduce modos y maneras distintas de enfocar este consumo (gráfico 5.4.2): los más jóvenes, entre los 15 y 19 años, parecen más presionados al consumo desde la influencia del grupo. De esta manera, aunque destacan con mucho en el sentido de diversión (52,7%) junto con el resto de grupos, señalan aspectos como "no sentirse excluido" (26,4%) o "porque lo consumen sus amigos" (32,7%). También acentúan, lógico por su edad, la experimentación ("hay que probar de todo", 10%) o el sentido de maximización de la diversión, precisamente el valor más alto que señalan ("aguantas más de fiesta", 22,6%). Estas necesidades, la experimentación y la potenciación del disfrute y la fiesta son factores que, en este grupo de edad, por sus características vitales, son esenciales y son donde el alcohol obtiene gran parte de su papel.

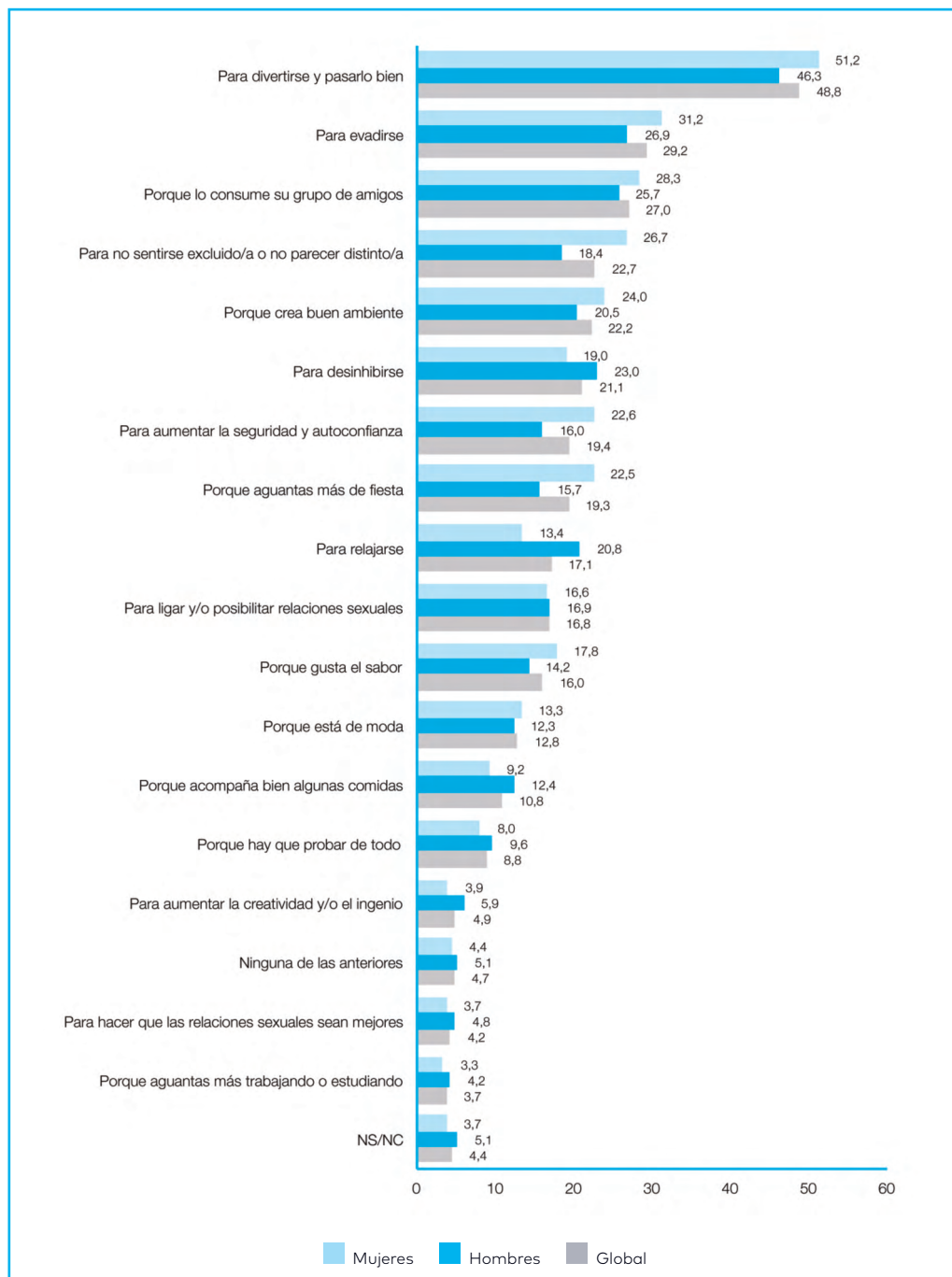
Los de mediana edad destacan poco en los señalamientos sobre el resto de grupos; en todo caso, además de las pautas comunes a todos, señalan más aspectos de rendimiento: o bien para mejorar las relaciones sexuales o bien para aguantar más trabajando o estudiando. No en vano es el grupo que más consumía bebidas energéticas por motivos muy parecidos a estos.

También hay diferencias entre los de mayor edad y los más jóvenes, que consumen alcohol para no sentirse excluidos y para experimentar

Para finalizar, los de más edad parecen orientar su consumo a aspectos más funcionales como la relajación o la evasión, seguramente por estar más cargados de responsabilidades de estudios o trabajo que el resto; pero también priman aspectos más funcionales del consumo, como que combina bien con comidas.

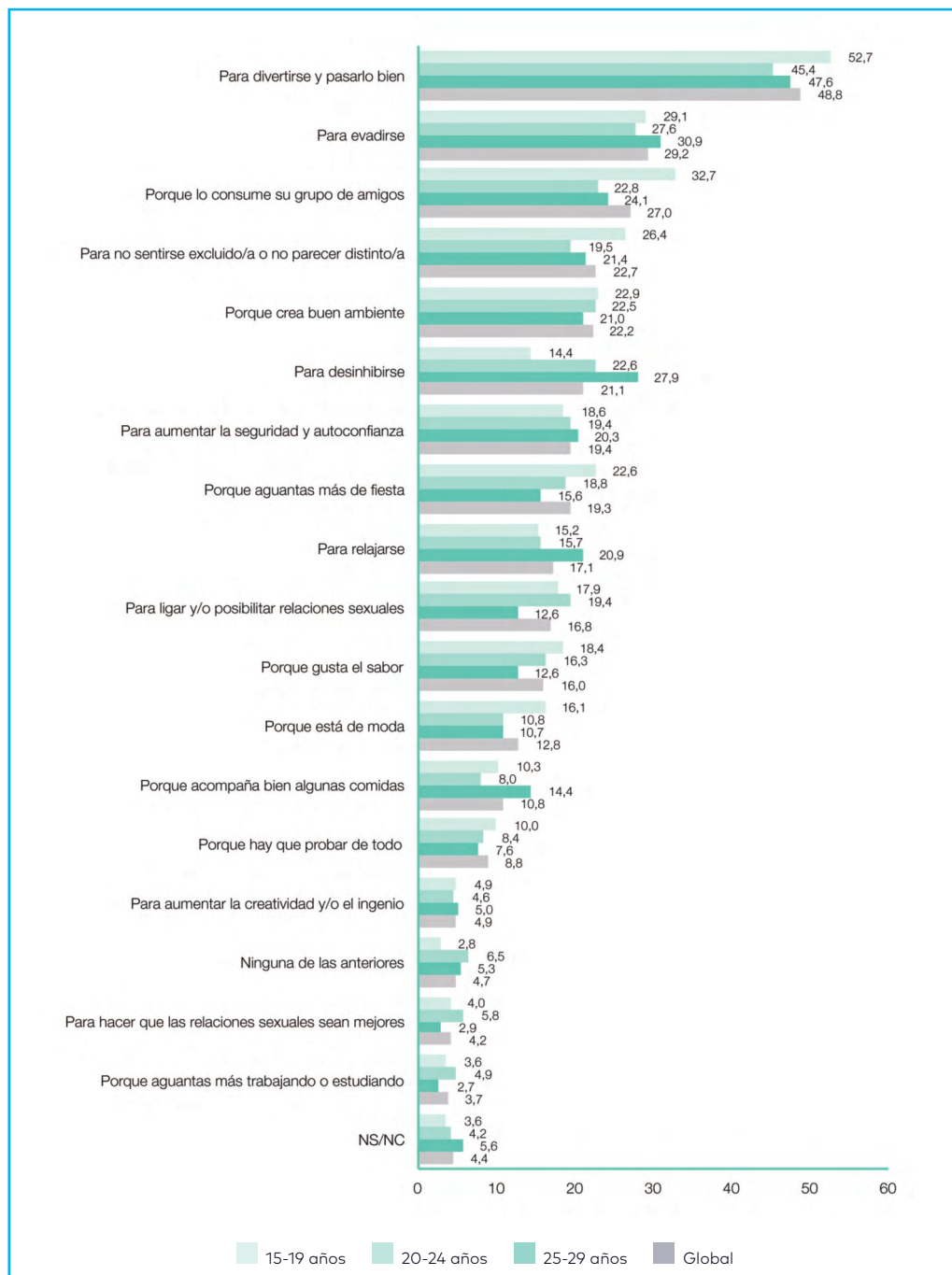
No hay muchas más variables de tipo sociodemográfico que muestren incidencia sobre los motivos de consumo, pero si hay algunos perfiles que apuestan por determinados motivos en base a la satisfacción con su estado vital y sus circunstancias. Los que señalan estar menos satisfechos con su tiempo de ocio

GRÁFICO 5.4.1. MOTIVACIONES PARA QUE LA GENTE CONSUMA ALCOHOL GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 41. ¿Cuáles, de las siguientes razones crees que son las más importantes para que las personas consuman alcohol?

GRÁFICO 5.4.2. MOTIVACIONES PARA QUE LA GENTE CONSUMA ALCOHOL GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 41. ¿Cuáles, de las siguientes razones crees que son las más importantes para que las personas consuman alcohol?

son los que más aducen motivos para consumir alcohol como aumentar la seguridad y la autoconfianza, no sentirse excluidos o que lo consume su grupo de amigos/as.

Los que mencionan por encima de la proporción media estar poco satisfechos con sus relaciones personales marcan más que el resto el uso del alcohol para relajarse o para no sentirse excluido. Y los que se muestran satisfechos con su ocio y sus relaciones personales señalan mucho más el uso del alcohol para la evasión o para crear un buen ambiente. No cabe duda, a la vista de estos señalamientos, determinadas situaciones y experiencias vitales que parecen justificar una supuesta necesidad de consumo de alcohol para experimentar mayor satisfacción en su entorno vital y relacional.

Chicos y chicas mencionan un cúmulo de razones para rechazar el consumo de alcohol. Señalan de forma destacada la salud (51,9%), de manera muy similar a lo que ocurría con las bebidas energéticas, pero importa mucho la posibilidad de descontrol y sus potenciales efectos ("bajo sus efectos haces cosas que no debes", 33,5% o "estás más expuesto a que te pasen cosas", 30,4%), dependencia ("puedes engancharte", 24,4%) o las posibles distorsiones comportamentales ("te vuelves más agresivo", 21,4%), que forman el triángulo principal de efectos perversos que podrían desalentar el consumo y que son, en general, más mencionados por ellas. Pero también aparecen, de forma menos potente, razones más funcionales para la inhibición de su consumo, como la incompatibilidad con una alimentación saludable ("es incompatible con dieta equilibrada") e incluso la organoléptica, esta vez desde lo negativo ("sabe mal"), razones donde ellos se muestran más que ellas.

No son pocas, aunque menos numerosas, otras razones que complementan a las principales como como la pérdida de sensibilidad y conciencia (disminuye otras sensaciones), cambios comportamentales (irascibilidad) y nuevamente, el temor a la dependencia (es imposible controlar el consumo). Como viene siendo habitual, ellas también están más atentas a estos potenciales efectos, más preocupadas y sensibilizadas. Ellos, por su parte, aunque comparten la mayoría de razones con las chicas apuntan más que ellas, también de nuevo, a temas ajenos al rendimiento como, por ejemplo, que se aguanta menos de fiesta o que disminuye la creatividad y el ingenio.

Ellas parecen más preocupadas por el posible descontrol asociado a la ingesta de alcohol (en lo comportamental, en la potencial dependencia, en las posibles consecuencias) como miedos fundamentales de ellas para rechazar su consumo, temores muy contrarios a los de los hombres, que significan más el posible declive

A la hora de rechazar el consumo de alcohol, las chicas señalan razones relacionadas con el posible descontrol mientras los chicos temen que disminuya su rendimiento

del desempeño personal (aguantas menos, etc.), e incluso preocupados por su afectación en lo relacional (bajo sus efectos es más difícil relacionarse). Ética de la falta de control y de la excesiva desinhibición que frena el consumo de alcohol como apuesta femenina clásica *versus* ética del peor desempeño y minoración del rendimiento, justificaciones para el no consumo más presentes entre varones (gráfico 5.4.3).

Menos diferencias apuntan el análisis por edades de los motivos para rechazar el consumo (gráfico 5.4.4). Si bien los diferentes grupos convergen de forma mayoritaria en los argumentarios principales y secundarios para la abstención, los más jóvenes (15-19 años) parecen más atentos a las consecuencias posibles ("estás más expuesto a que te pase algo") o a la falta de control ("puedes engancharte"). Temor a que la experimentación tenga efectos indeseados.

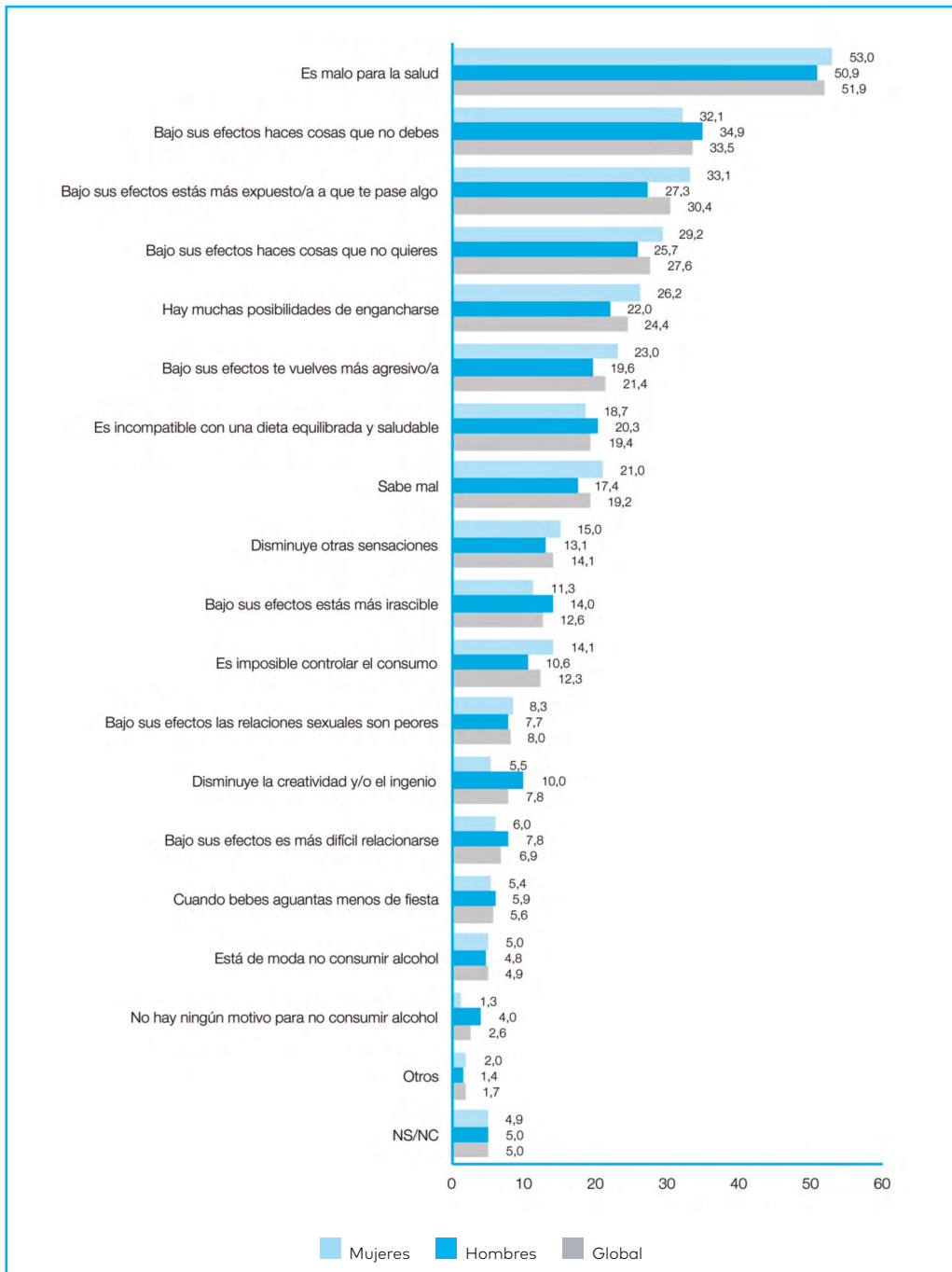
Los de edad intermedia parecen más preocupados por los efectos sobre sus relaciones, ("bajo sus efectos estás más irascible" o "es más difícil relacionarse") e incluso por temas organolépticos ("sabe mal"). Por el contrario, los más mayores sólo destacan en "bajo sus efectos haces cosas que no debes".

Al igual que ocurría en las bebidas energéticas, las frecuencias declaradas de consumo de alcohol se reparten bastante uniformemente entre las distintas categorías, salvo en una, que concentra a la mayoría de chicos y chicas. Un 13,2% las consume en alta frecuencia (todos o casi todos los días y 2 o 3 días a la semana). Pero casi la mitad (47,1%) lo consumen 2 o 3 días al mes o muy pocas veces al año. Frecuencias más excepcionales ("casi nunca, no soy consumidor") suman el 12,7%. Los que han abandonado el consumo son el 8,1% y los que nunca las han probado el 14,4%. Ellos y ellas presentan algunas diferencias en estas frecuencias (gráfico 5.4.5).

Por lo general, las chicas destacan en el consumo ocasional y los chicos en el consumo más frecuente

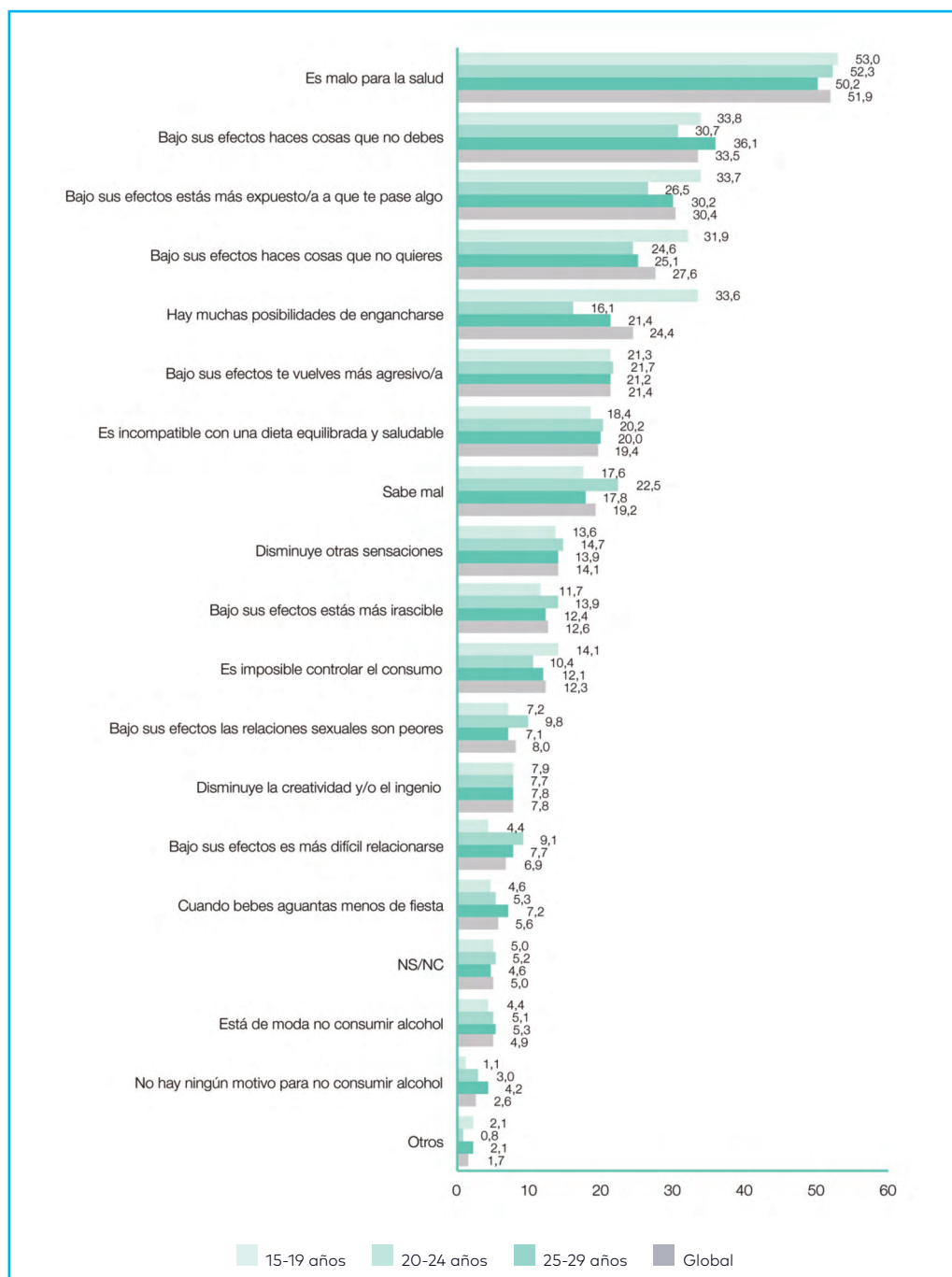
Ellos son pocos más en el consumo de alta frecuencia (todos o casi todos los días y 2 o 3 días a la semana), 15,4% por el 11,3% de ellas, pero las chicas están más presentes en el resto; en las frecuencias ocasionales (48% por el 45,8%), en el consumo excepcional (14,9% vs el 10,5%) e incluso entre los que han abandonado el consumo (8,5% vs 7,8%). Curiosamente, ellos son algo más entre quienes nunca

GRÁFICO 5.4.3. MOTIVACIONES DE LAS PERSONAS PARA NO CONSUMIR ALCOHOL GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 42. ¿Y los motivos para NO consumir alcohol o consumirlo menos? Elige las CUATRO que te parezcan más importantes.

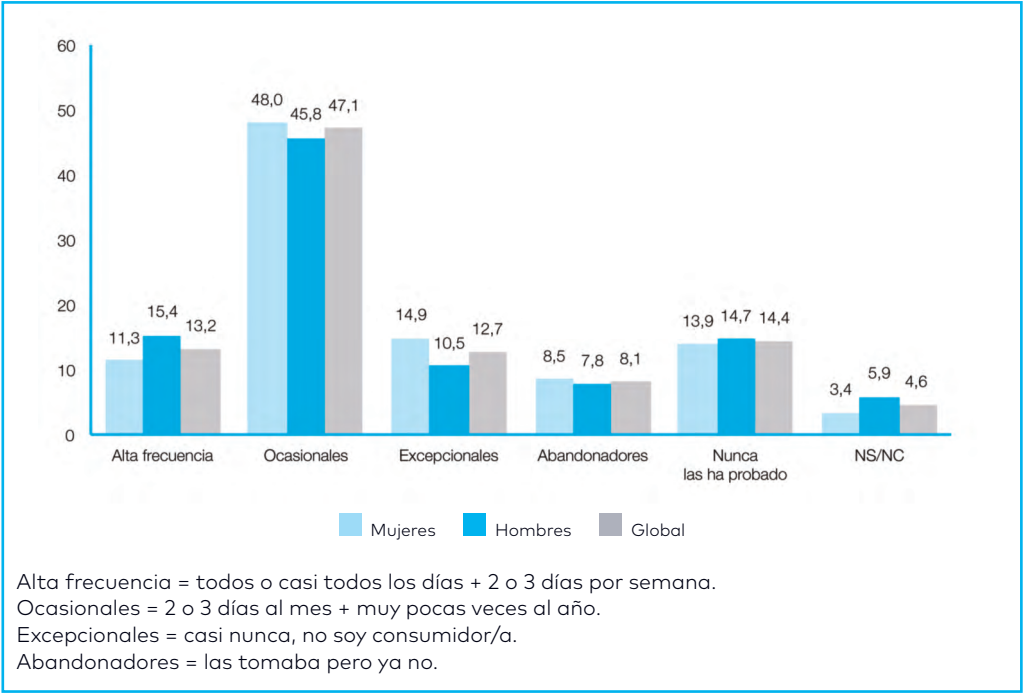
GRÁFICO 5.4.4. MOTIVACIONES DE LAS PERSONAS PARA NO CONSUMIR ALCOHOL GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Respuesta múltiple. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 42. ¿Y los motivos para NO consumir alcohol o consumirlo menos? Elige las CUATRO que te parezcan más importantes.

han probado el alcohol (14,7% ellos y 13,9% ellas). En suma, ellas tienden más al consumo ocasional o excepcional y ellos, por poco más, apuntan a un consumo más frecuente. O, por escaso margen, a no haberlo probado nunca.

GRÁFICO 5.4.5. FRECUENCIA CONSUMOS BEBIDAS ALCOHÓLICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



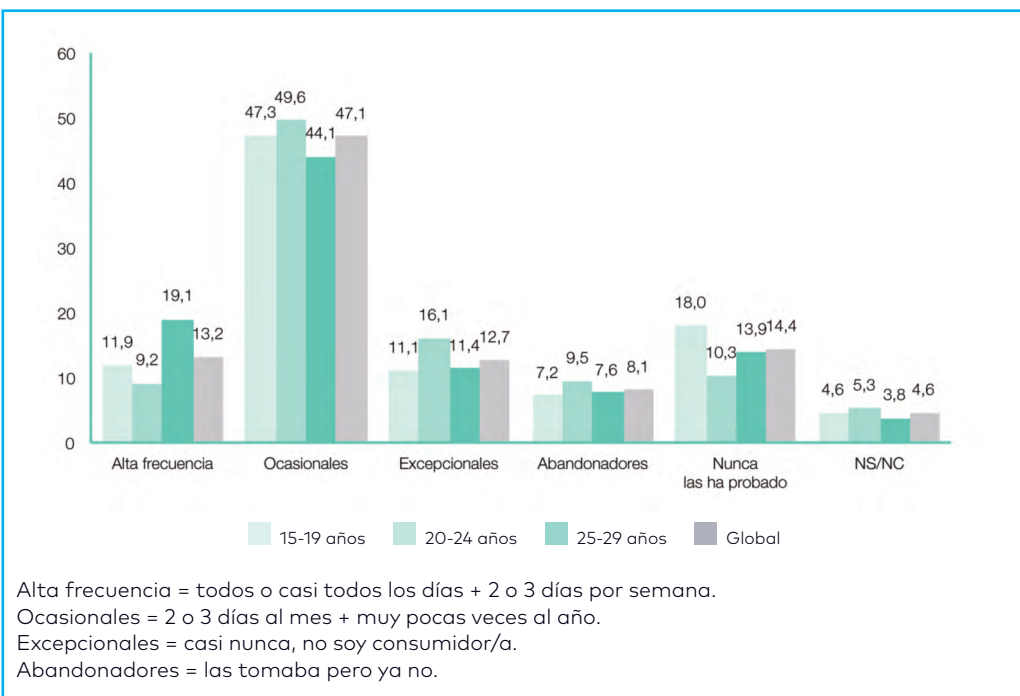
Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 43: ¿Con qué frecuencia tomas bebidas alcohólicas (de cualquier tipo: cerveza, vino, licores, bebidas destiladas y combinados u otras bebidas alcohólicas)?

Por edades (gráfico 5.4.6) las diferencias se magnifican de tal modo que claramente la frecuencia aumenta según la edad: entre los de más de 25 años el consumo frecuente predomina (todos o casi todos los días y 2 o 3 días a la semana) suman el 19,1% por el 11,9% de los más jóvenes y el 9,2% de los de edad intermedia.

El consumo más ocasional (2 o 3 días al mes y muy pocas veces al año) está dominado por los de edad intermedia, que representan al 49,6%, y, a poca distancia, por los más jóvenes (el 47,3%) frente al 44,1% de los más mayores. Entre los que lo consumen nunca o casi nunca predominan también los de edad intermedia (16,1%),

igual que entre los que han abandonado el consumo (9,5%) pero muy llamativo el 18% de los más jóvenes que declaran que nunca lo han probado.

GRÁFICO 5.4.6. FRECUENCIA CONSUMOS BEBIDAS ALCOHÓLICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



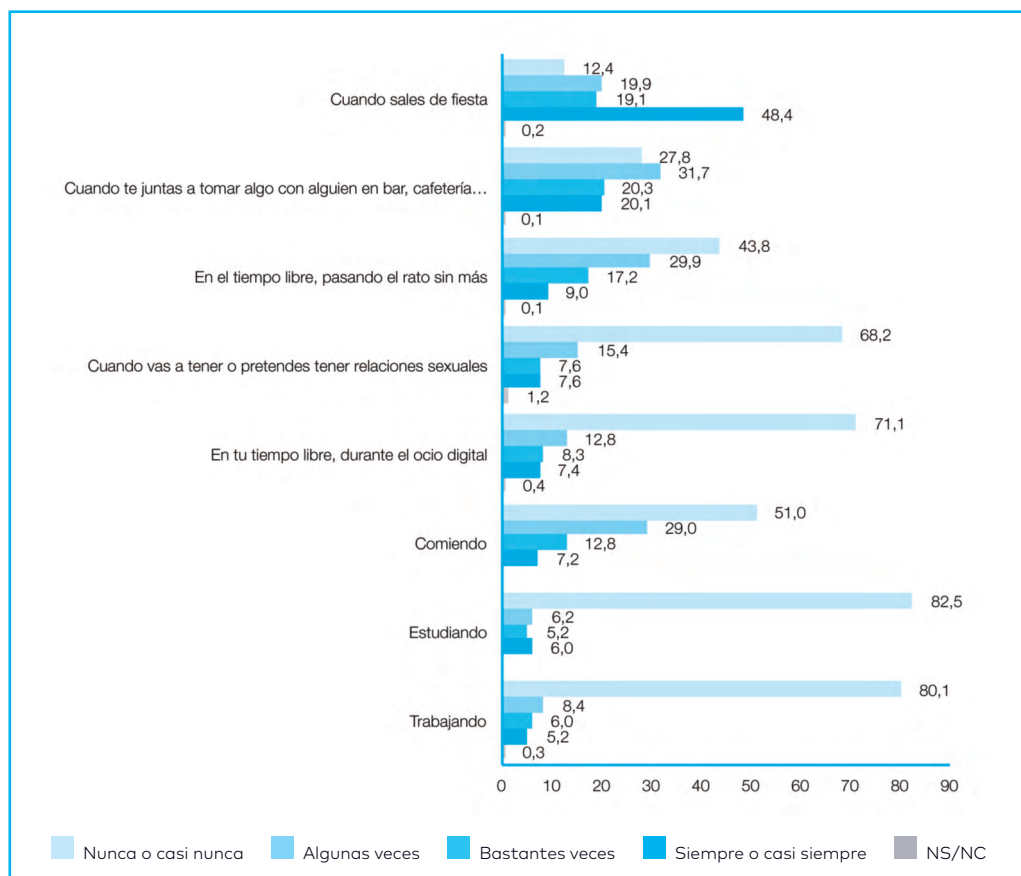
Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 43: ¿Con qué frecuencia tomas bebidas alcohólicas (de cualquier tipo: cerveza, vino, licores, bebidas destiladas y combinados u otras bebidas alcohólicas)?

Los escenarios más intensos de consumo de alcohol (siempre o casi siempre o bastantes veces) están dominados por las salidas festivas y, por extensión, con

A la hora de señalar los lugares y espacios en los que beben alcohol, tanto chicos como chicas apuntan las salidas festivas

lo relacional; no en vano la bebida tiene entre chicos y chicas un papel de facilitador (desinhibición, relajación, etc.). El 67,1% de los chicos y chicas lo consumen en salidas festivas y, con menor proporción pero de forma significativa, en los encuentros con amigos/as (en bares, cafeterías, etc.) donde lo consume con intensidad el 40,4%. También pasando el tiempo libre con amigos/as en escenarios más informales como parques, etc., donde lo emplean siempre o casi siempre el 26,2% de chicos y chicas.

GRÁFICO 5.4.7. LUGARES CONSUMO ALCOHOL GLOBAL



Datos en %. Base consumen alcohol. N=791. Preguntas 44-51. ¿En cuáles de las siguientes situaciones consumes o has consumido alcohol?

Cuando menos presencia tiene lo relacional o festivo, menos sistemático es el consumo y menos proporción de chicos y chicas lo ingieren de forma sostenida, a la vez que más proporción se desplaza hacia el consumo ocasional ("algunas veces"): un 15,7% en el tiempo libre de ocio digital lo consume de forma sistemática, aunque otro 15,4% lo consume algunas veces en estos escenarios. O comiendo (20% lo ingiere de manera continuada, aunque un más que significativo 29% lo hace de forma más ocasional, algunas veces). Y en las relaciones sexuales, donde un 15,2% lo emplea de forma continuada y otro 15,4% más ocasionalmente.

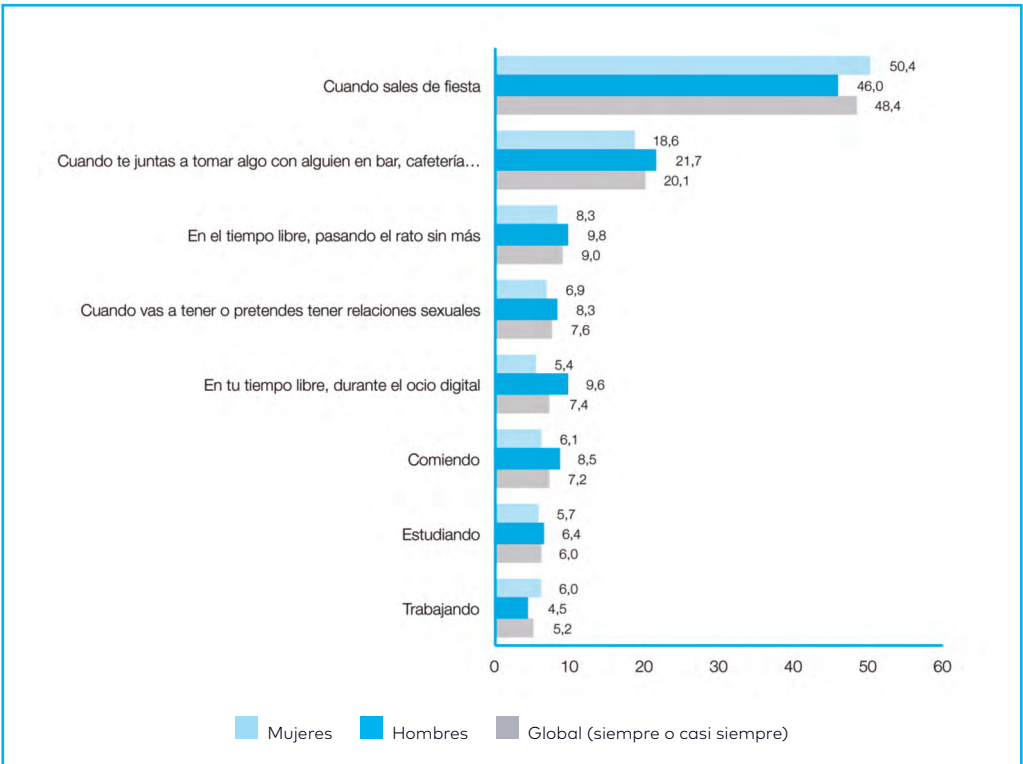
Mucho menos aparece esta pauta de consumo intenso, aunque las cifras no son pequeñas, cuando existen responsabilidades sea de estudio (11% lo consume

frecuentemente) o trabajando (donde la cifra de bebedores sistemáticos es muy similar, 11,2%).

El consumo de alcohol se ubica perfectamente en los escenarios donde su uso tiene más sentido, por las características de la bebida. Muy intenso en entornos festivos o relacionales, más ocasional en salidas con amigos de carácter más relajado, cuando se planifican relaciones sexuales, cuando se realiza ocio digital o en las comidas. Y pasa a más excepcional, aunque las cifras de consumidores intensos no son pequeñas, en espacios de responsabilidad, trabajando o estudiando.

Los espacios de consumo más o menos frecuentados en el consumo de alcohol resultan bastante parecidos entre ellos y ellas, que participan en muy similar medida en los consumos intensos (siempre o casi siempre) (gráfico 5.4.8).

GRÁFICO 5.4.8. LUGARES CONSUMO ALCOHOL GLOBAL Y POR GÉNERO

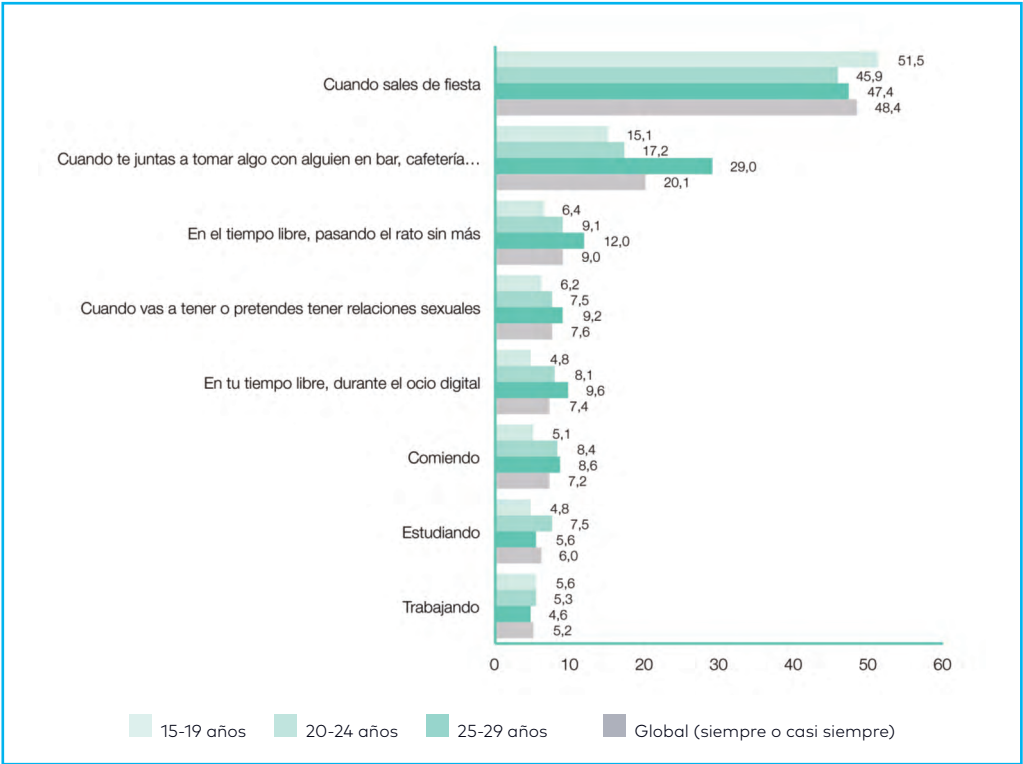


Datos en %. Base consumen alcohol. N=791. **Categoría "siempre o casi siempre"**. Preguntas 44-51. ¿En cuáles de las siguientes situaciones consumes o has consumido alcohol?

Algo más ellas cuando se sale de fiesta (50,4% por el 46% de ellos) y por estrecho margen en el trabajo (6% vs 4,5%), pero en el resto de lugares destacan, si bien por poco margen, ellos; así ocurre en las reuniones en bares y cafeterías (21,7% vs 18,6% de ellas), en el tiempo libre, cuando se pretenden tener relaciones sexuales, en el ocio digital, en el tiempo de los juegos *online*, comiendo o estudiando. Al consumo intenso en los espacios festivos, ellos añaden un consumo más extensivo, presente en mayor medida en otros lugares.

Los más jóvenes, hasta los 19 años, son los que más declaran el consumo en ocasiones festivas (51,5%) y, a medida que aumenta la edad, y culminando en los más mayores, más se va relacionando este consumo frecuente con espacios más relacionales, como en bares y cafeterías (7,2% de los de edad intermedia y 29% en los de mayor edad), en el tiempo libre de ocio (parques, etc., 9,1% y 12%, respectivamente), en las relaciones sexuales (7,5% y 9,2%), en el ocio digital (8,1% y 12%), en las relaciones sexuales (7,5% y 9,2%), en el ocio digital (8,1%

GRÁFICO 5.4.9. LUGARES CONSUMO ALCOHOL GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Datos en %. Base consumen alcohol. N=791. **Categoría "siempre o casi siempre"**. Preguntas 44-51. ¿En cuáles de las siguientes situaciones consumes o has consumido alcohol?

y 9,6%) o, de forma más residual, comiendo (7,2% lo consume sistemáticamente en las comidas). El alcohol, a estas edades más altas, sin desplazar su sentido de desinhibición y diversión (la fiesta) va adquiriendo también el papel de facilitador de relaciones.

También resulta evidente que el consumo frecuente (siempre o casi siempre) va desapareciendo en las menciones de forma generalizada a medida que el espacio de potencial consumo se va cargando de significados de responsabilidad: en el trabajo (5,2%) o estudiando (6%); si bien en las bebidas energéticas este consumo aportaba maximización y mejor rendimiento a una proporción relevante de chicos y chicas en estos espacios; las características del alcohol, totalmente contrarias, impedirían justificar su consumo por este aumento del rendimiento.

Existen ciertas variables que marcan de manera muy relevante el consumo sistemático de alcohol en determinados lugares. Trabajando lo consumen siempre o casi siempre los que señalan carencias materiales severas, consideran que su estilo de vida es poco saludable, su estado de salud malo y están poco o nada satisfechos con sus relaciones personales. El alcohol parece configurarse como una vía de escape entre estos perfiles.

Muy parecido el perfil de insatisfacción con su salud o con su estilo de vida o sus relaciones personales entre aquellos que declaran consumirlo en su tiempo libre. Aquí el alcohol parece actuar de manera potente como elemento integrador. Los que declaran consumirlo en salidas festivas o cuando se juntan en su tiempo libre a tomar algo en bares o cafeterías, por el contrario, presentan un perfil determinado por una buena percepción de su estado de salud y ninguna carencia material. Y cuentan, en este caso, con estudios superiores. Aquí el alcohol como elemento de pura y simple diversión.

Entre los que, efectivamente, consumen alcohol de manera habitual, sus motivaciones no se distinguen demasiado de las expuestas por todos los chicos y chicas, sean consumidores o no. La diversión sigue ordenando de forma fundamental el sentido de su ingesta (48%), pero mucho más para ellas (52,4%) que para ellos (42,9%).

La alteración de los estados de conciencia como el relax (23,8%), la evasión (19,7%) o la desinhibición (15,6%) son también aspectos importantes, algo más secundarios, pero relacionados en parte con el efecto de diversión. E incluso la

Son múltiples y variadas las razones argumentadas por la juventud para consumir alcohol, aunque claramente prima la diversión, sobre todo entre las chicas

organoleptia ("acompaña bien a algunas comidas", 16,7%); Aguantar más de fiesta es un resultado del consumo desde su asignación a un valor importante parecido al de las bebidas energéticas, de maximización del rendimiento (20,8%). Después, son todavía más secundarios los motivos más instrumentales de su consumo desde una perspectiva social como "para aumentar la seguridad y confianza" (15%), "lo consume mi grupo de amigos/as" (14,5%) o "no sentirme excluido/a" (9,8%). Todos ellos muy relacionados con el concepto de eficiencia en la integración social, un sentido clásico de uso del alcohol.

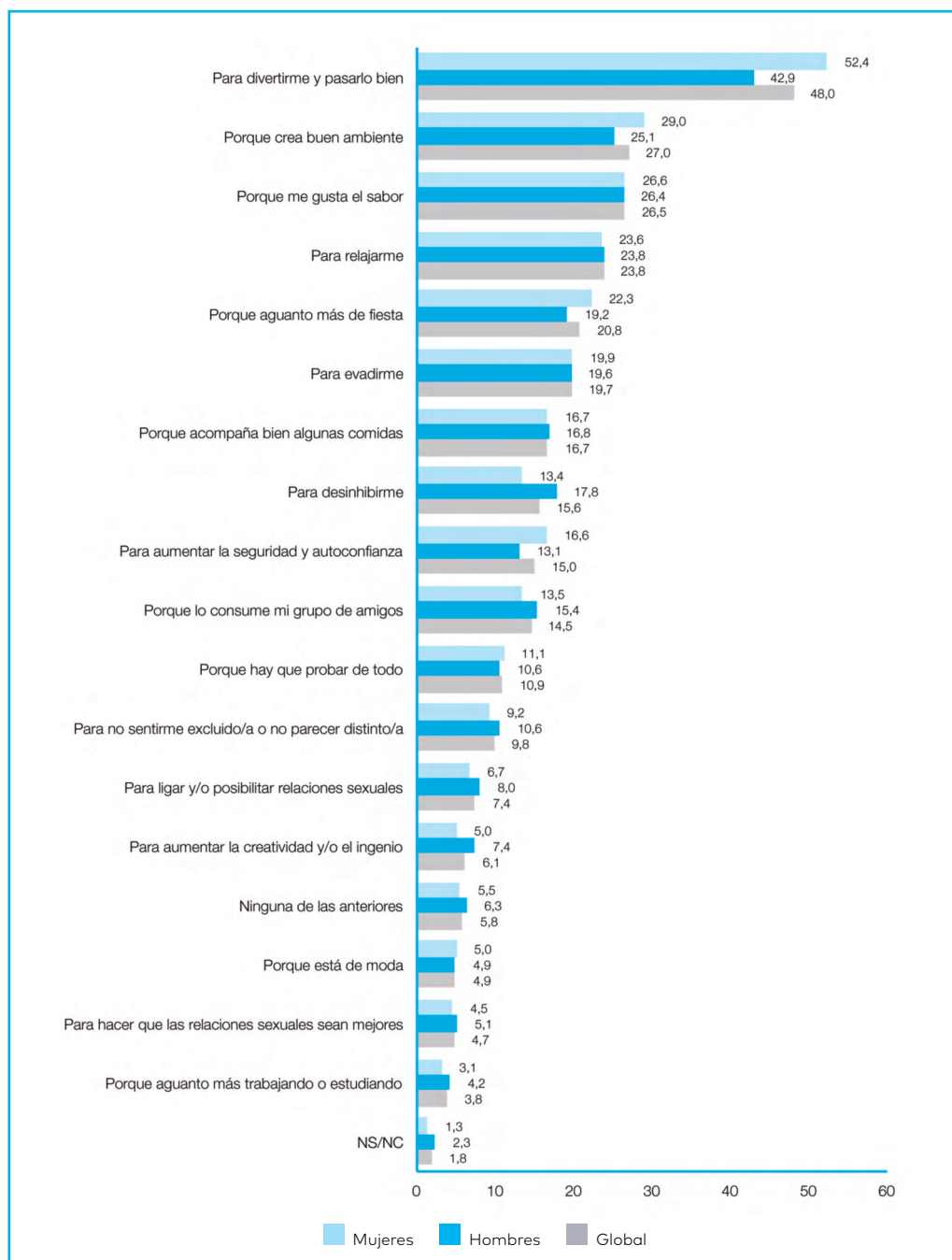
Residuales motivaciones puestas en valor sólo por una proporción reducida de jóvenes: para ligar o posibilitar las relaciones sexuales (7,1%) o mejorarlas (4,7%) —un valor asignado al alcohol muy en duda desde otros informes—, aumentar la creatividad o el ingenio (6,1%), está de moda (4,9%) o aguantar más trabajando o estudiando (3,8%)

De nuevo, casi igual que en las motivaciones generales, pero con matices, entre ellas priman aspectos relacionados con la diversión (aguantar más de fiesta), a los que se incorpora en esta ocasión su potencial para crear buen ambiente o aumentar la autoconfianza. Ellos apuestan más por beneficios internos que fomentan el desempeño personal, como desinhibirse o el fomento de la imbricación social, para no sentirse excluido, o porque lo consume el grupo de amigos. Pese a ciertos cambios con respecto a las motivaciones generales, se repiten patrones de acercamiento al alcohol con matices distintivos entre ellos y ellas (gráfico 5.4.10).

Los consumidores más jóvenes, entre 15 y 19 años, parecen de nuevo, al igual que en las motivaciones generales, más presionados al consumo desde la influencia del grupo y tienden a destacarse en aspectos como "porque lo consumen sus amigos" (17,6%) al que se añaden elementos nuevos, como lo relacional ("porque crea buen ambiente", 30,1%). También destacan, lógico por su edad, la maximización de la diversión (aguantar más de fiesta, 24,6%) o del rendimiento (para mejorar la creatividad y el ingenio, 7,3%) incluso son los que más señalan que les gusta el sabor (28,4%) o lo relacionado con la posibilidad de apertura sexual (para ligar y posibilitar relaciones sexuales, 8,9%). Una mixtura de motivaciones bastante diversa, que señala varios intereses de estos chicos y chicas en esta etapa evolutiva (gráfico 5.4.11).

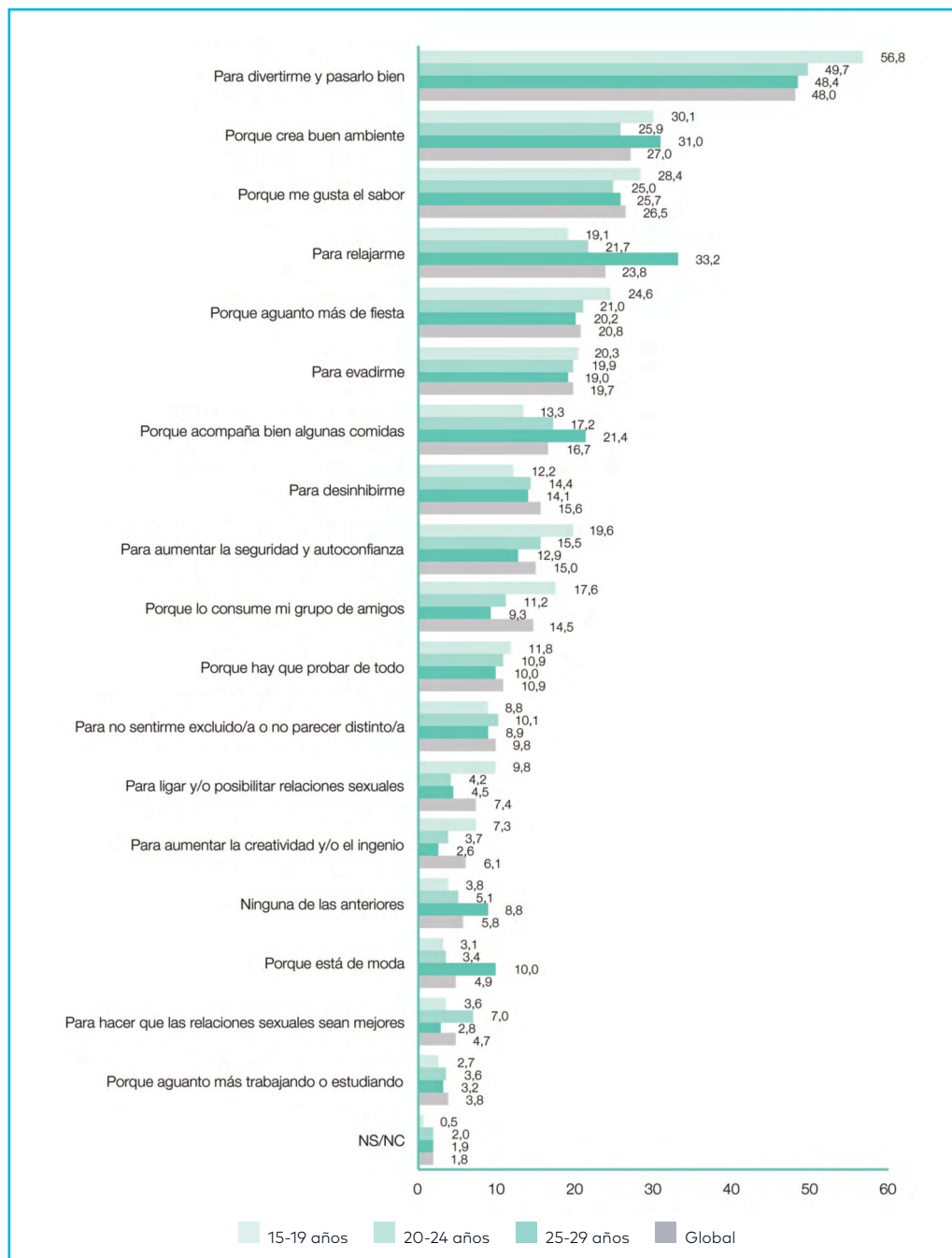
Los de mediana edad no parecen destacarse en general sobre el resto de los grupos y tienden a parecerse en algunas motivaciones a sus compañeros y compañeras de menor edad (relajarse, aumentar la seguridad y autoconfianza,

GRÁFICO 5.4.10. MOTIVACIONES PERSONALES PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base consumen o han consumido alcohol. N=976. Pregunta 52. En tu caso, ¿cuáles de los siguientes motivos son los principales para que consumas alcohol? Elige los CUATRO que te parezcan más importantes.

GRÁFICO 5.4.11. MOTIVACIONES PERSONALES PARA EL CONSUMO DE ALCOHOL GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Respuesta múltiple. Datos en %. Base consumen o han consumido alcohol. N=976. Pregunta 52. En tu caso, ¿cuáles de los siguientes motivos son los principales para que consumas alcohol? Elige los CUATRO que te parezcan más importantes.

está de moda, gusta el sabor) o a los de mayor edad (acompaña bien a algunas comidas, diversión, desinhibición). A medio camino entre la juventud y una etapa de cierta maduración que les acerca a los de más edad, sus motivaciones están sufriendo una transformación, que implica arrastrar motivaciones más pertenecientes a lo adolescente y empezar a apreciar principios de consumo potencialmente vistos como más adultos.

Para finalizar, los chicos y chicas consumidores de más edad parecen orientar su consumo a aspectos más funcionales como la relajación, el aprecio por la organoleptia (acompaña bien a algunas comidas) pero también, quizás de modo algo sorprendente, el aprecio por su carácter de consumo de moda.

Una parte significativa de chicos y chicas (38%) declara no haber experimentado sensaciones de borrachera en los últimos 30 días. Pero son mayoría clara los que sí, aunque en distintas frecuencias: una vez el 27,6% y dos o tres uno de cada cuatro chicos y chicas (25%). Escasos los 7,5% que han experimentado borracheras más de tres veces en el último mes de referencia, donde destacan más los hombres (8,5% vs el 6,5% de ellas), la única frecuencia en la que un género destaca sobre el otro. Es llamativo el que ambos géneros compartan la mayoría de frecuencias de borrachera, o de nunca, entre los que no las han experimentado.

Más reveladora es la edad en estas pautas de borrachera. Si bien en análisis anteriores la edad estaba vinculada a patrones de mayor o menor intensidad en

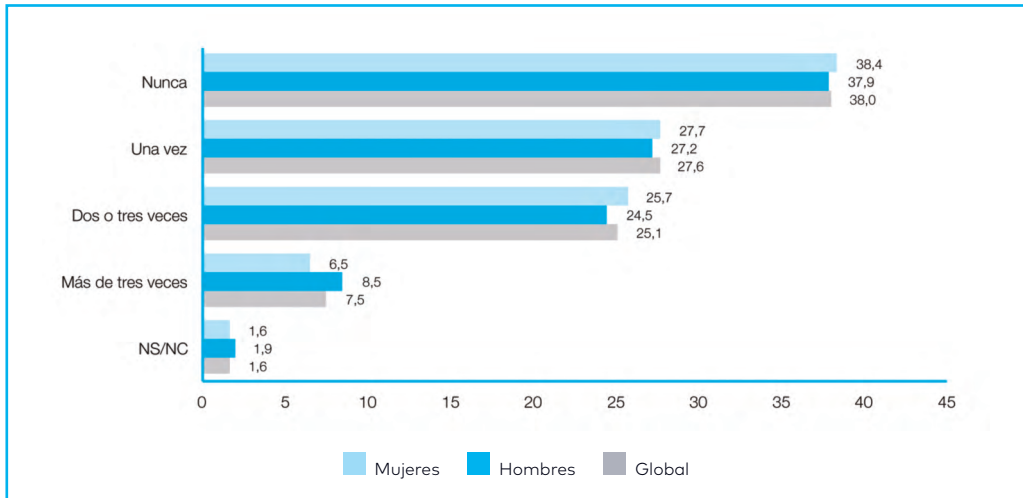
Por las respuestas de los y las jóvenes entrevistados, parece que la frecuencia de borracheras desciende según aumenta la edad

la ingesta y en ciertos espacios, no ocurre lo mismo en cuanto a las frecuencias de borracheras; la presencia de las mismas desciende según aumenta la edad. En "nunca" destacan, precisamente, los de mayor edad (un 43% no las ha experimentado en el último mes, frente a sólo el

33,1% de los más jóvenes y un 38,6% los de edad intermedia). Notable cambio de hábitos de consumo de alcohol a medida que el ciclo vital avanza.

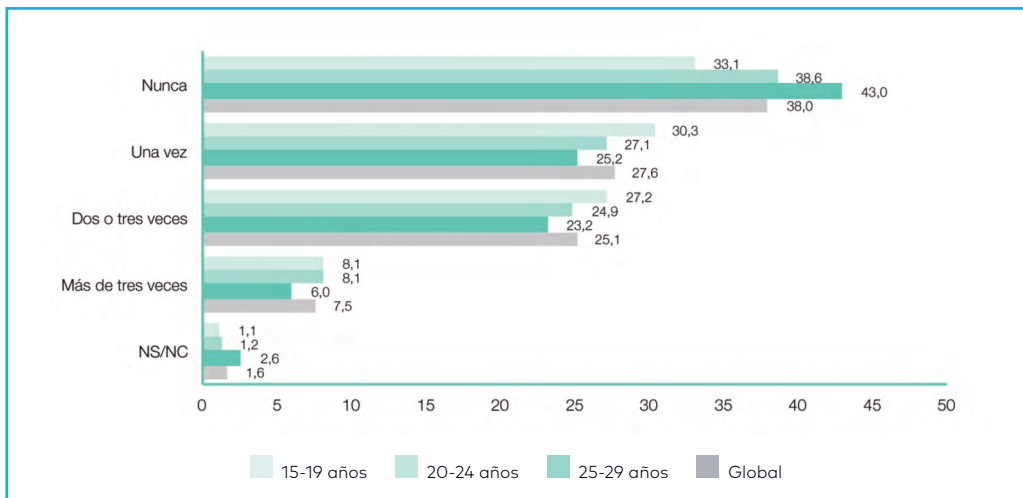
Y dado este patrón, las frecuencias de borracheras van descendiendo en clara correlación a la edad: una vez las han experimentado el 30,3% de los más jóvenes, el 27,1% en edades intermedias y 25,2% los más mayores. Descenso que se replica en la frecuencia de dos o tres veces (27,2% de los jóvenes, 24,9% de los de edad intermedia y 23,2% de los más mayores). Y casi igual en más de tres veces (8,1% entre los más jóvenes y los de edad intermedia y un 6% para los de mayor edad). Transiciones vitales que ubican el consumo excesivo de alcohol en frecuencias muy distintas.

GRÁFICO 5.4.12. SENSACIONES DE BORRACHERA POR EL CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS GLOBAL Y POR GÉNERO



Datos en %. Base consumen o han consumido alcohol. N=976. Pregunta 53: En los últimos 30 días, ¿con qué frecuencia has bebido lo suficiente para sentirte borracho/a (por ejemplo, con sensación de inestabilidad, dificultades para hablar, no enterarte bien de lo que pasa...)?

GRÁFICO 5.4.13. SENSACIONES DE BORRACHERA POR EL CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Datos en %. Base consumen o han consumido alcohol. N=976. Pregunta 53: En los últimos 30 días, ¿con qué frecuencia has bebido lo suficiente para sentirte borracho/a (por ejemplo, con sensación de inestabilidad, dificultades para hablar, no enterarte bien de lo que pasa...)?

No parece que el consumo de alcohol cause excesivos problemas a chicos y chicas consumidores, al menos en los últimos meses. De las potenciales situaciones que podrían haber sufrido, casi el 36% afirma no haber sufrido ninguna, más ellos (38%) que ellas (33,6%). Y las menciones a diferentes problemas o situaciones no son excesivamente altas. La situación problemática que más se ha experimentado es la de haber gastado más de lo que debía (mencionada por el 20,1%), seguramente por el propio gasto en alcohol, que parece culpabilizar más a ellas (21,5%) que a ellos (18,7%).

Las situaciones de malestar emocional configuran una segunda línea de circunstancias experimentadas, como el insomnio (16,8%) o la falta de ánimo, la tristeza (15,5%) o la ansiedad y la inquietud excesiva (12%) sin que esta vez existan diferencias relevantes entre los géneros. Más lejos en la esfera de problemas, situaciones conflictivas en relación a terceros, las peleas con la pareja, problemas con amigos o familiares, o afectaciones en desempeño de tareas y responsabilidades como falta de concentración en trabajo o estudios, faltar al trabajo o a las clases y problemas en el trabajo o estudios.

Y muy escasas menciones más graves, que podrían dar lugar a consecuencias incluso de carácter legal: peleas, problemas legales, abuso sexual (sufrido por el propio joven o por terceros), accidentes o robos, situaciones en las que destacan, por poco, más ellos que ellas.

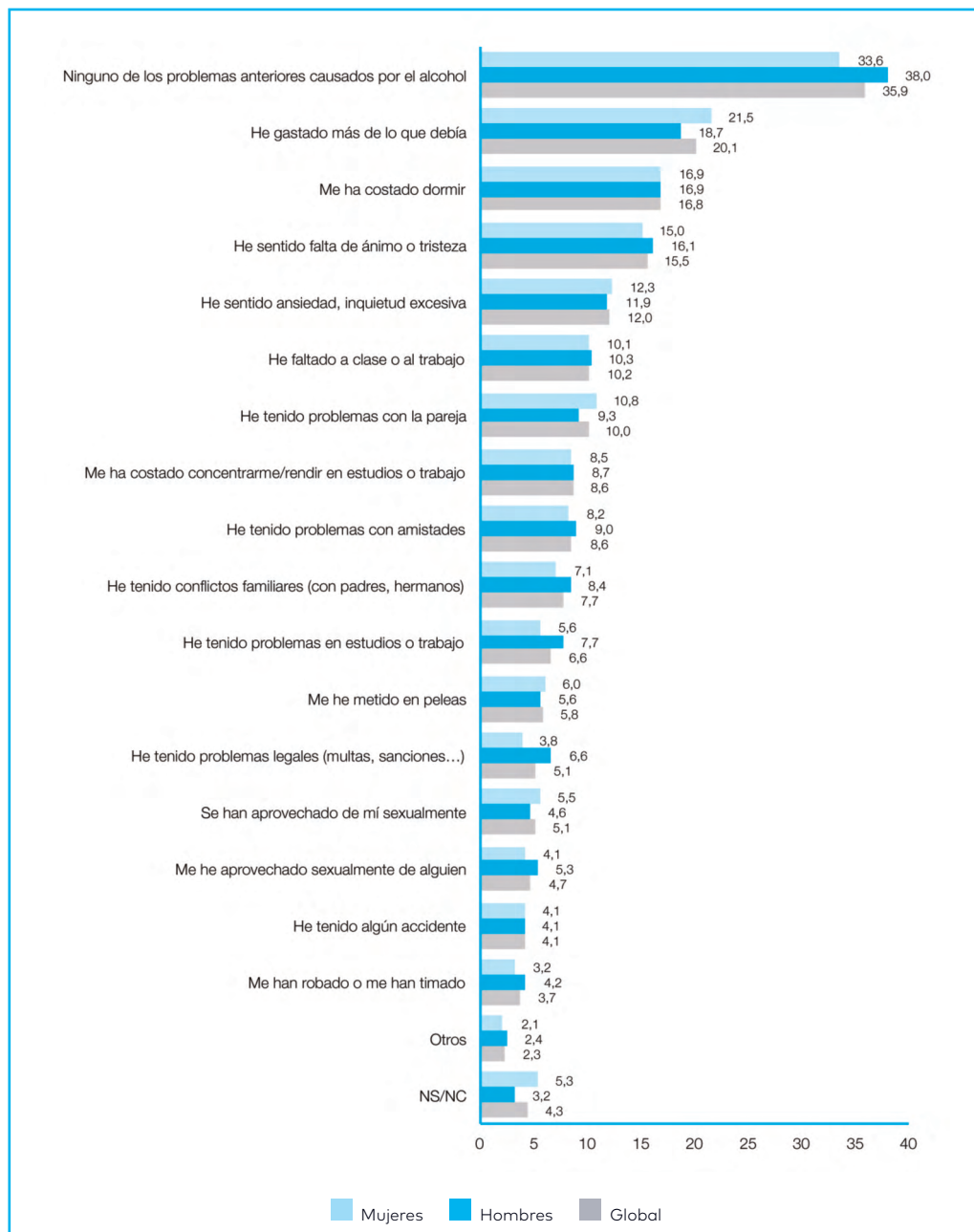
Los más jóvenes parecen haber experimentado más problemas debido a un consumo excesivo de alcohol

La edad sí aporta muchas tendencias distintivas. El grupo más joven parece haber experimentado más situaciones problemáticas con el entorno inmediato y más relacionadas con un comportamiento impulsivo fomentado por el consumo de alcohol. De hecho, son los que más mencionan haber gastado más de lo que debían, conflictos

familiares, problemas en estudios o trabajo, peleas o problemas con amistades. Parecen experimentar, además, mayores problemas emocionales ya que son los que más mencionan, aunque por poca diferencia, los problemas para dormir o la falta de ánimo, tristeza.

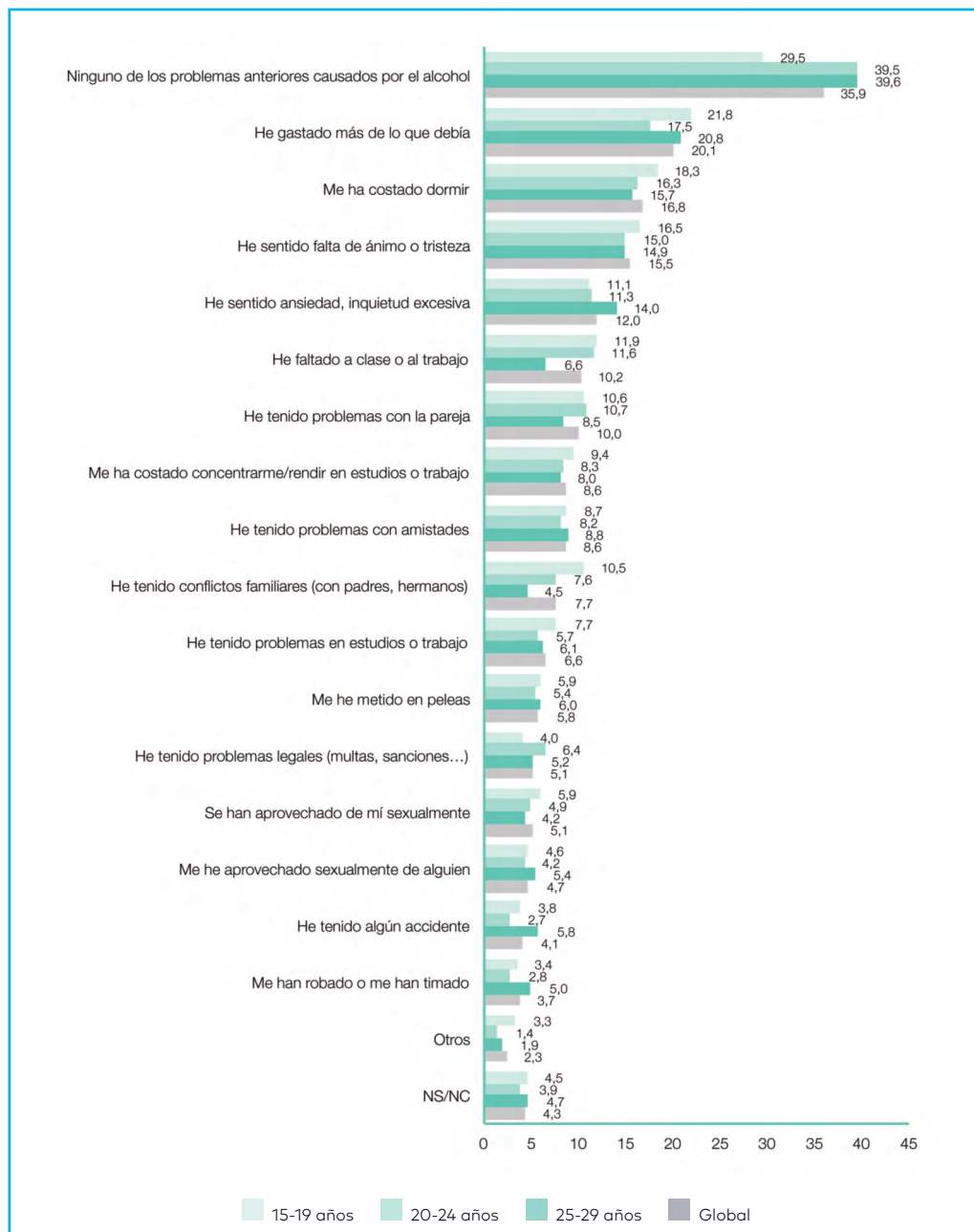
El grupo de edad intermedia, entre 20 y 24 años, destaca especialmente y junto con sus compañeros de más edad en no haber experimentado este tipo de problemas, pero no aparece de forma llamativa en otros elementos. Tampoco el grupo de mayor edad destaca en la mayoría de situaciones, salvo en manifestar en mayor medida que el resto ansiedad o inquietud excesiva, haber experimentado situaciones de riesgo como "me han robado o timado" o haber sufrido accidentes.

GRÁFICO 5.4.14. SITUACIONES EXPERIMENTADAS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES POR EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



Respuesta múltiple. Datos en %. Base consumen o han consumido alcohol. N=974. Pregunta 54. En los últimos doce meses ¿consideras que el consumo de alcohol ha sido el causante de alguna de las siguientes situaciones.?

GRÁFICO 5.4.15. SITUACIONES EXPERIMENTADAS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES POR EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Respuesta múltiple. Datos en %. Base consumen o han consumido alcohol. N=974. Pregunta 54. En los últimos doce meses ¿consideras que el consumo de alcohol ha sido el causante de alguna de las siguientes situaciones.?

Independientemente de la mayor o menor frecuencia del consumo de alcohol, lo cierto es que este consumo no se presenta excesivamente problemático en sus consecuencias para chicos y chicas, como se ha visto en el punto anterior, y, de

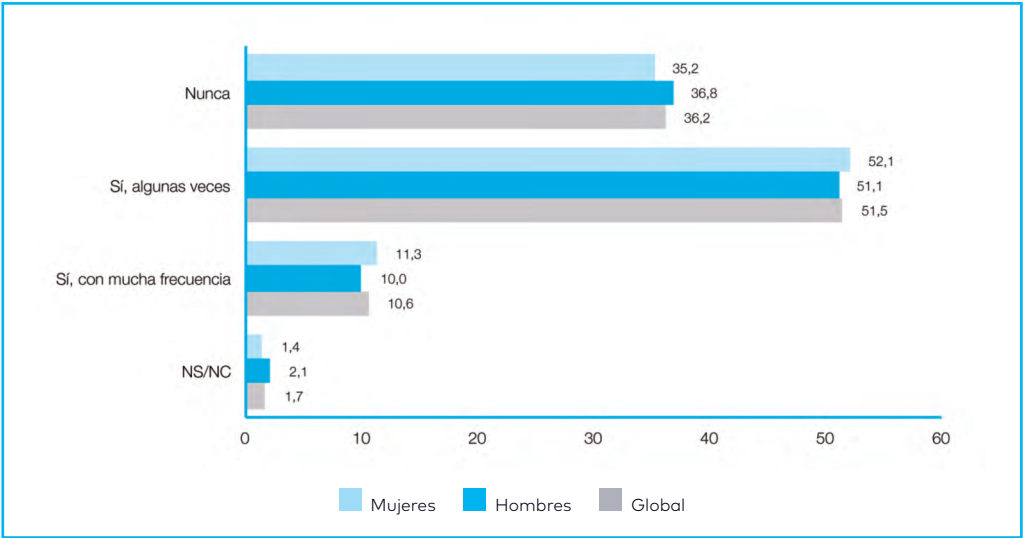
Una mayoría de jóvenes no muestra arrepentimiento por su consumo de alcohol ni haber sufrido consecuencias especialmente negativas

hecho, sólo una pequeña parte se ha arrepentido con mucha frecuencia de su consumo (10,6%). La mayoría manifiesta arrepentimiento de forma ocasional (algunas veces, 51,5%) seguramente por efectos puntuales, como consumos excesivos que generan posteriormente

malestar físico o situaciones de cierto descontrol apreciadas como poco graves o importantes, como las que se han mencionado anteriormente. Incluso poco más de una tercera parte de ellos y ellas no muestran arrepentimiento alguno (nunca 36,2%).

No parece existir una diferencia relevante en cuanto al género en estas posturas, pero la edad aporta ciertos elementos diferenciadores en la construcción de esta actitud. Este arrepentimiento va creciendo, aunque levemente, según avanza la edad. Nunca se han arrepentido los más jóvenes (15-19 y 20-24 años), postura que mencionan en casi igual proporción (37,6% y 37%, respectivamente), mientras que los más mayores lo señalan algo menos, el 33,8%.

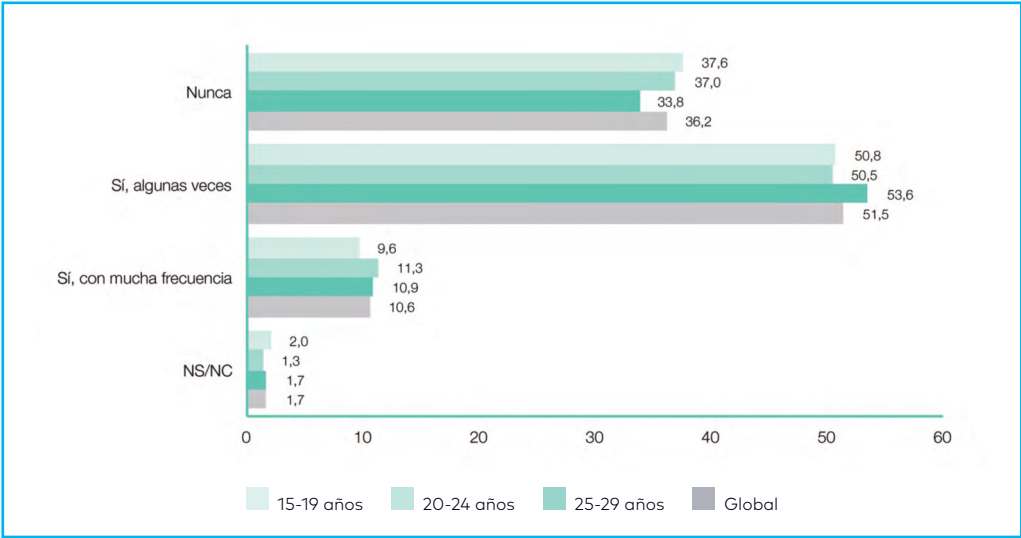
GRÁFICO 5.4.16. FRECUENCIA ALGUNA VEZ SE HA ARREPENTIDO DE CONSUMIR ALCOHOL GLOBAL Y POR GÉNERO



Datos en %. Base consumen o han consumido alguna vez alcohol. N=978. Pregunta 55. ¿En alguna ocasión has sentido arrepentimiento después de haber consumido alcohol?

"Algunas veces" toma el camino contrario. Algo más señalado por los más mayores (53,6%) y poco menos por el resto de grupos (que también lo mencionan casi en igual proporción, el 50,8% y el 50,5%). Con mucha frecuencia es compartido más por los chicos y chicas a partir de los 20 años y menos por los más jóvenes (9,6% de éstos frente al 11,3% y el 10,9% de los más mayores). De nuevo, el ciclo vital va incorporando contextos y pautas hacia el alcohol que regulan más este consumo y que lentamente lo apartan del consumo excesivo que genera más descontrol.

GRÁFICO 5.4.17. FRECUENCIA ALGUNA VEZ SE HA ARREPENTIDO DE CONSUMIR ALCOHOL GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD

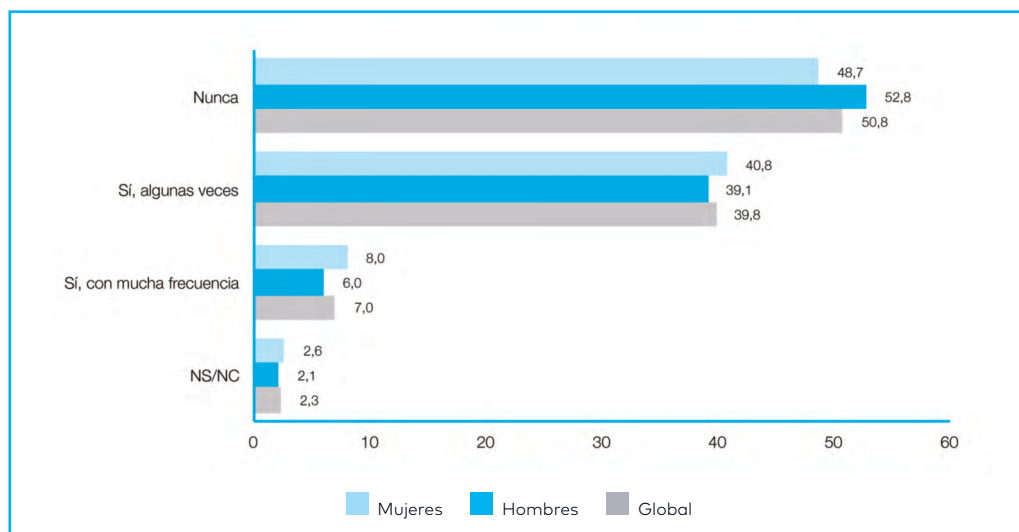


Datos en %. Base consumen o han consumido alguna vez alcohol. N=978. Pregunta 55. ¿En alguna ocasión has sentido arrepentimiento después de haber consumido alcohol?

Claro está que, en la misma medida que el arrepentimiento se va mostrando poco a poco según avanza la edad, el consumo sin apetencia, seguramente motivado en buena parte por la presión del grupo, tiende a matizarse en esta ocasión, tanto por el género como por la edad. Casi la mitad declara que nunca ha bebido sin querer hacerlo (50,8%), eso sí, menos ellas (48,7%) que ellos (52,8%). Las chicas parecen haberse sentido algo más presionadas a este consumo obligado por contextos o circunstancias; se han visto en esta situación algunas veces el 40,8% de ellas por el 39,1% de ellos y más diferencias en "con mucha frecuencia", donde son el 8% por el 6% de ellos.

Las chicas manifiestan haber sentido más presión para beber alcohol que los chicos

GRÁFICO 5.4.18. FRECUENCIA EN ALGUNA OCASIÓN HAS BEBIDO ALCOHOL SIN QUE TE APETECIERA GLOBAL Y POR GÉNERO



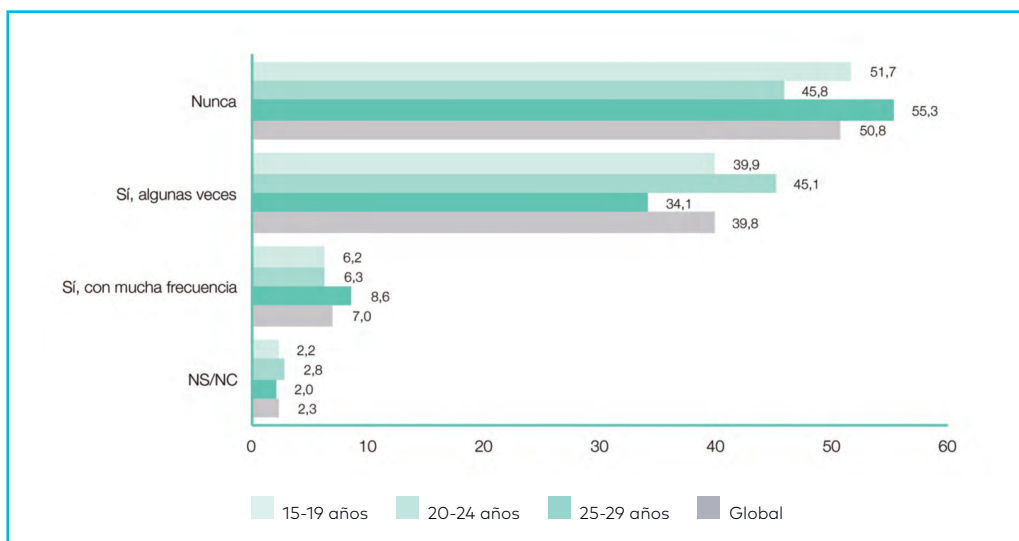
Datos en %. Base consumen o han consumido alguna vez alcohol. N=978. Pregunta 56. ¿En alguna ocasión has bebido alcohol sin que te apeteciera?

Los más mayores son los que menos han sido presionados a beber sin apetencia ("nunca" lo afirman el 55,3% de este grupo, entre 25 y 29 años); en el otro extremo ("sí, con mucha frecuencia") aparecen también destacados, aunque por poco (son el 8,6% frente a los de menor edad que comparten el 6,2%). Resulta que son los de mediana edad los que más parecen enfrentarse a esta presión, aunque sea de forma ocasional. Algunas veces lo señala el 45,1% de este grupo de edad por el 39,9% de los más jóvenes o el 34,1% de los más mayores (gráfico 5.4.19).

Ciertamente, una buena proporción de chicos y chicas han consumido alcohol sin apetencia o bien se han arrepentido de esta ingesta, al menos en algunas ocasiones. Parece coherente, entonces, que la reflexión sobre estos consumos, sea por sus consecuencias, su papel en sus hábitos de ocio o su impacto en la salud esté en cuestión y se haya dado en una parte ciertamente relevante de chicos y chicas. Los que han tomado alguna medida son mayoritarios, bastantes más de la mitad (52,6%) que o bien se han pasado a la abstención total del consumo (una minoría dentro de este replanteamiento, el 17,3%) o, al menos, a una reducción del mismo (postura mayoritaria, el 35,6%). Un impacto enorme en términos proporcionales de estas reflexiones sobre el consumo de alcohol⁸.

8. En este sentido, el último informe de ESTUDES señala precisamente el descenso del consumo de alcohol especialmente en prácticas de riesgo asociadas al mismo, como las borracheras y el consumo en atracón que alcanzan sus valores más bajos desde el año 2000.

GRÁFICO 5.4.19. FRECUENCIA EN ALGUNA OCASIÓN HAS BEBIDO ALCOHOL SIN QUE TE APETECIERA GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



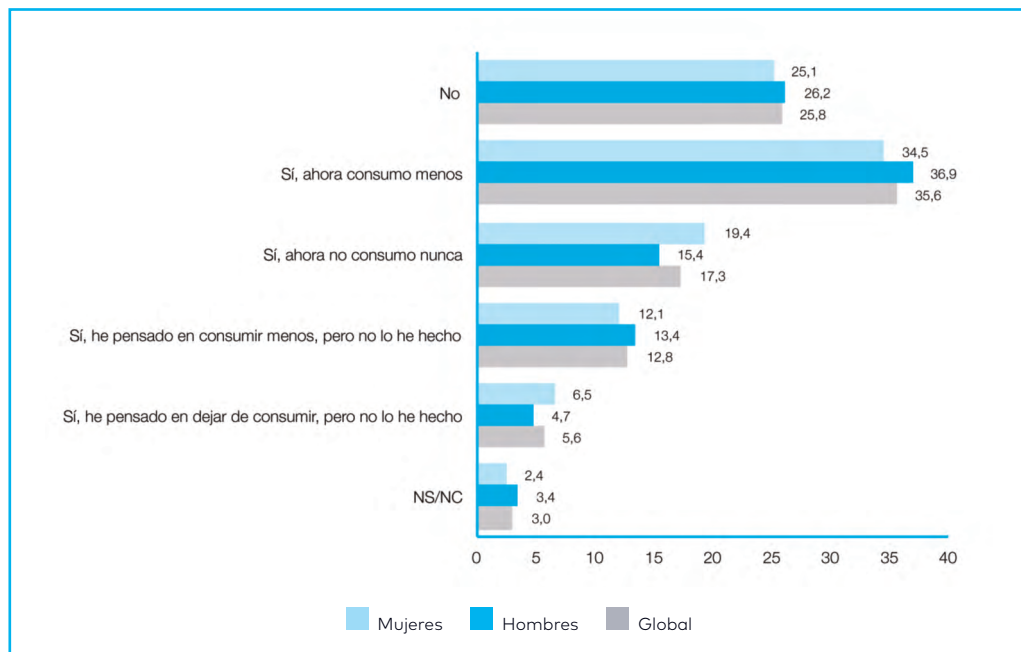
Datos en %. Base consumen o han consumido alguna vez alcohol. N=978. Pregunta 56. ¿En alguna ocasión has bebido alcohol sin que te apeteciera?

Pocos chicos y chicas, comparativamente, se han planteado dejar o reducir el consumo sin llegar finalmente a hacerlo, que suman el minoritario 18,4%; también, como en el punto anterior, más importantes los que se propusieron la reducción del consumo (12,8%) que los que pensaron en su día en un abandono definitivo (5,6%). Pero importa, y mucho, que la proporción de los que no se han planteado nada, ni reducción ni abandono, sean uno de cada cuatro chicos y chicas (25,8%), muchos menos que los que han realizado alguna acción o, por lo menos, se lo han pensado.

Ellas han abandonado definitivamente más este consumo que ellos (19,4% por el 15,4% de los hombres), pero los hombres son más en la reducción del consumo (36,9% por el 34,5% de las mujeres). En el resto de posiciones, las diferencias de género no son especialmente llamativas.

Entre los que no han abandonado este consumo ni se han planteado reducirlo, ellas son el 25,1% y ellos el 26,2%. Entre los que han pensado en disminuirlo, pero no lo han hecho, misma tendencia de semejanzas: ellas el 12,1% y ellos el 13,4%. Y entre los que se plantearon dejar de consumir sin llegar a realizarlo ellos el 4,7% por el 6,5% de ellas (gráfico 5.4.20).

GRÁFICO 5.4.20. FRECUENCIA SE HA PLANTEADO DEJAR DE CONSUMIR ALCOHOL O CONSUMIRLO MENOS GLOBAL Y POR GÉNERO

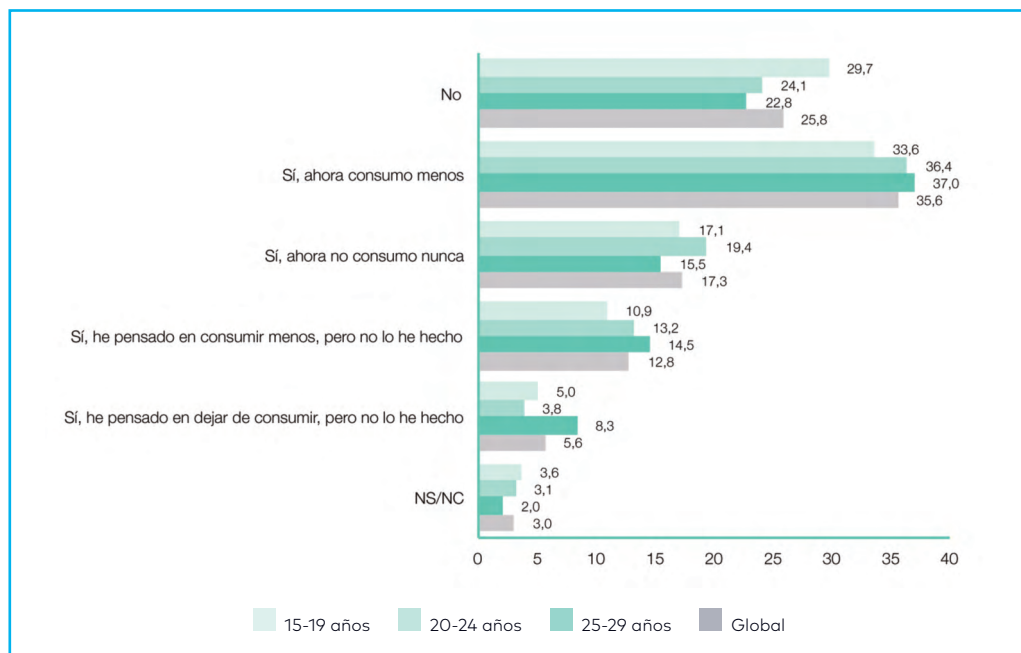


Datos en %. Base consumen o han consumido alguna vez alcohol. N=978. Pregunta 57. ¿Alguna vez te has planteado dejar de consumir alcohol o consumirlo menos?

Por edades, se observan ciertos matices. Entre los que no se han planteado ninguna acción ("no") destacan los más jóvenes, que son el 29,7%, seguramente porque su recorrido con el alcohol es todavía breve, están aún en fase de experimentación y prueba, demasiado temprano para pensar en reducir o dejar de consumir, a diferencia de sus compañeros y compañeras de más edad (gráfico 5.4.21).

La reducción del consumo efectivo aumenta según se incrementa la edad: el 33,6% de los más jóvenes, el 36,4% de los de edad intermedia y el 37% de los más mayores. Es clara la influencia del recorrido de consumo de alcohol en el deseo de reducir el mismo por sus efectos perjudiciales, que seguramente se van notando más con el tiempo. Exactamente la misma tendencia entre los que se han planteado reducir este consumo sin llegar a conseguirlo: 10,9% entre los más jóvenes, el 13,2% en las edades intermedias y un 14,5% entre los más mayores. Misma reflexión que la anterior, con la salvedad de que este pensamiento no se ha traducido en hechos concretos, aunque la intención era la misma.

GRÁFICO 5.4.21. FRECUENCIA SE HA PLANTEADO DEJAR DE CONSUMIR ALCOHOL O CONSUMIRLO MENOS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Datos en %. Base consumen o han consumido alguna vez alcohol. N=978. Pregunta 57. ¿Alguna vez te has planteado dejar de consumir alcohol o consumirlo menos?

El abandono del consumo efectivo es más irregular: los que lo protagonizan son chicos y chicas de edades intermedias (el 19,4%) frente al 17,1% de los más jóvenes o el 15,5% de los más mayores. Curiosamente, este patrón irregular se reproduce entre los que pensaron en la abstinencia sin llegar a consolidarla: un 5% entre los más jóvenes, un 3,8% en las edades intermedias y un comparativamente enorme 8,3% entre los de más edad.

Estos datos, donde una gran parte de chicos y chicas cuando menos se han planteado abandonar o reducir el consumo de alcohol, sumados a similares pautas con respecto a las bebidas energéticas podrían hacer pensar, *a priori*, en un cambio de tendencia entre los y las jóvenes con respecto a estos consumos. Quizás se empieza a priorizar la salud como tendencia, al menos en lo declarativo⁹.

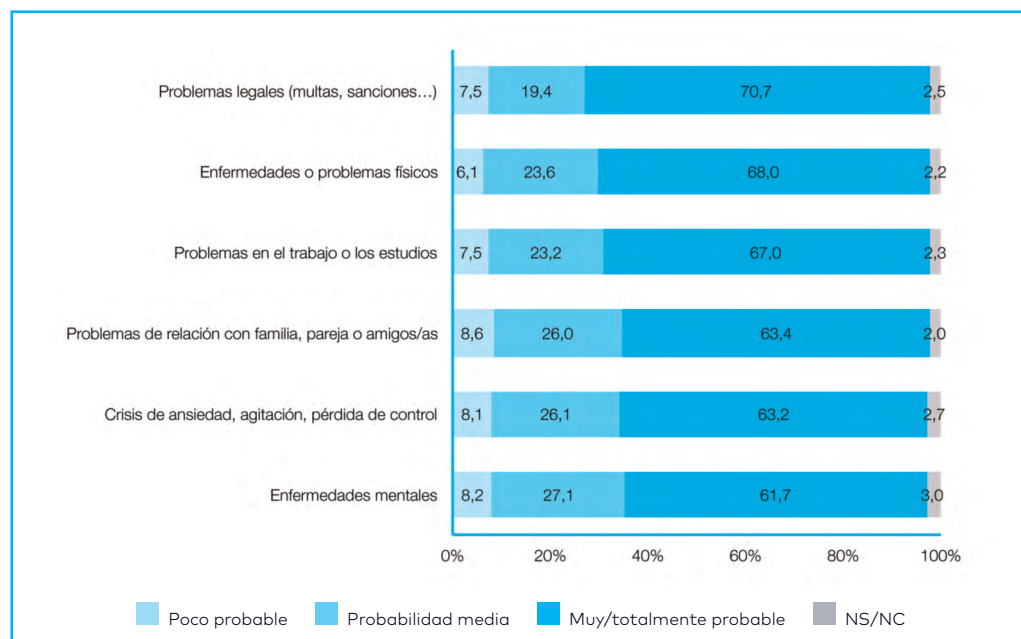
9. Y en este sentido vuelven a cobrar importancia los datos de la encuesta ESTUDES de 2025 que señala descensos en las prevalencias de alcohol y tabaco en 2025 entre los chicos y chicas de 14 a 18 años.

Y resulta evidente, dentro de estas reflexiones sobre la reducción o abandono total del alcohol, que importan y mucho, las posibles consecuencias que su consumo puede acarrear. Una mayoría aplastante de chicos y chicas piensa que es muy probable la ocurrencia de ciertas situaciones asociadas a un consumo excesivo de alcohol. Sobre todo, a la posibilidad de conllevar problemas legales (poco más del 70% piensa que es muy o totalmente probable), problemas físicos (68%) o problemas en trabajo o estudios (67%).

Se observa una concienciación mayoritaria entre los y las jóvenes sobre los peligros del consumo excesivo de alcohol, especialmente entre ellas

Algo menos, pero también como pensamiento mayoritario, el 63,4% señala que puede causar problemas en la esfera relacional (pareja, amigos o familia) o consecuencias en los estados emocionales (crisis agudas de ansiedad, etc., 63,2%) o enfermedades mentales (61,7%). En suma, conciencia muy aguda y mayoritaria sobre el perjuicio del exceso.

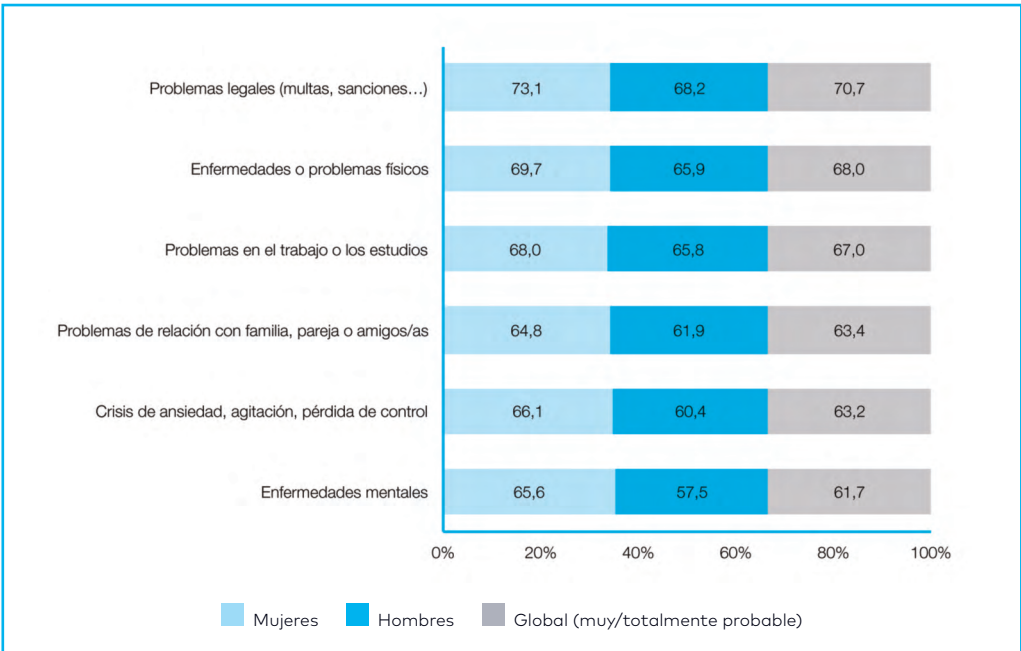
GRÁFICO 5.4.22. PROBABILIDAD PERCIBIDA DE QUE EL CONSUMO FRECUENTE DE ALCOHOL PRODUZCA CADA UNO DE LOS SIGUIENTES TIPOS DE PROBLEMAS



Escala 0 (nada probable) a 10 (totalmente probable). Resultados en escala agrupada. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 60-65. ¿Hasta qué punto crees que es probable que el consumo frecuente de alcohol produzca cada uno de los siguientes tipos de problemas?

Las diferencias entre hombres y mujeres son relevantes en este análisis del riesgo percibido sobre el consumo excesivo de alcohol. Ellas son más conscientes de los peligros, en todas las posibles casuísticas, algunas veces en bastante mayor medida que ellos (por ejemplo, en los problemas legales donde ellas son el 73,1% por el 68,2% de ellos) pero también en los problemas que más pueden afectar a la salud mental como las crisis agudas de ansiedad, etc. (donde el 66,1% de ellas señala que es muy probable que ocurra por el 60,4% de ellos) y en las enfermedades mentales, que señalan como muy probable el 65,6% de ellas por el 57,5% de ellos. También existen diferencias en el resto de situaciones: en problemas en el trabajo o estudios (68% ellas vs 65,8% ellos), o físicos (69,7% por el 65,9%) o en los problemas relacionales (64,8% por el 61,9% de los hombres). Queda manifiestamente claro que, como se ha comprobado a lo largo de este análisis, ellas aparecen bastante más preocupadas que ellos por todo lo relacionado con su salud mental y su bienestar físico y emocional.

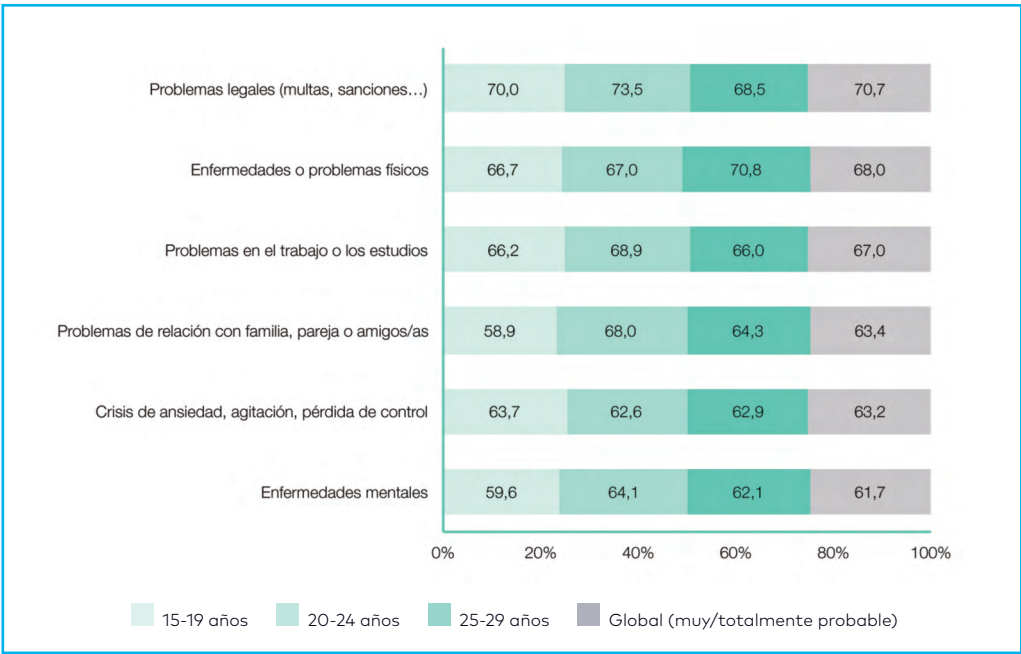
GRÁFICO 5.4.23. PROBABILIDAD PERCIBIDA DE QUE EL CONSUMO FRECUENTE DE ALCOHOL PRODUZCA CADA UNO DE LOS SIGUIENTES TIPOS DE PROBLEMAS GLOBAL Y POR GÉNERO



Escala 0 (nada probable) a 10 (totalmente probable). **Resultados en la categoría "muy o totalmente probable"** (puntos de la escala 7-10) de la escala agrupada. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 60-65. ¿Hasta qué punto crees que es probable que el consumo frecuente de alcohol produzca cada uno de los siguientes tipos de problemas?

La edad no muestra, contrariamente al género, posiciones claras y definidas entre los diferentes grupos. Los más mayores (entre los 24 y los 29 años) parecen más concienciados, de manera bastante lógica, sobre los problemas físicos que puede aparejar este tipo de consumo (66,7% de los más jóvenes, 67% en edades intermedias y 70,8% entre los más mayores), reconocimiento de mayor desgaste físico que se va notando más según se acrecienta la edad.

GRÁFICO 5.4.24. PROBABILIDAD PERCIBIDA DE QUE EL CONSUMO FRECUENTE DE ALCOHOL PRODUZCA CADA UNO DE LOS SIGUIENTES TIPOS DE PROBLEMAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Escala 0 (nada probable) a 10 (totalmente probable). **Resultados en la categoría “muy o totalmente probable”** (puntos de la escala 7-10) de la escala agrupada. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 60-65. ¿Hasta qué punto crees que es probable que el consumo frecuente de alcohol produzca cada uno de los siguientes tipos de problemas?

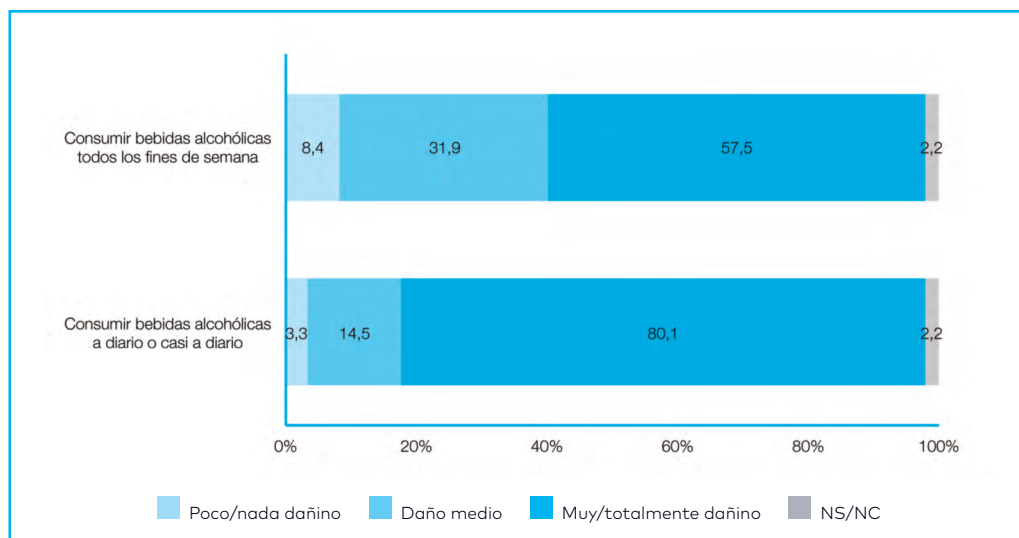
El resto de problemas presenta patrones irregulares. La tendencia más clara es la menor preocupación de los más jóvenes por casi todos los aspectos, especialmente por las enfermedades mentales (59,6% por el 64,1% de los de edad intermedia y el 62,1% de los más mayores) o por los problemas relacionales (58,9% por el 68% o el 64,3%, respectivamente). Para el resto de problemas no hay una dirección clara y resulta este mayoritario posicionamiento de alto peligro

bastante transversal. Eso sí, son aquellos que perciben su estado de salud como bueno o muy bueno, o su estilo de vida como muy o bastante saludable —además de los que no manifiestan carencias materiales, trabajan o estudian— los que piensan por encima del resto de manera significativa que estas situaciones (enfermedades físicas y mentales, problemas en trabajo o estudios, problemas legales o crisis de ansiedad) puedan darse como consecuencia del consumo de alcohol frecuente (porcentajes a consultar en la tabla A1.5 del Anexo 1).

Si bien los peligros de un consumo excesivo de alcohol de forma genérica ("consumo frecuente") asociado a ciertas consecuencias como las analizadas anteriormente son bastante reconocidos, no extraña la alarma que generan entre los y las jóvenes los consumos asociados a una frecuencia tan concreta como el consumir alcohol todos los fines de semana, que el 57,5% de los mismos considera muy o bastante peligroso por los potenciales daños. Mucha más preocupación general si ese consumo es diario o casi diario, que considera muy o totalmente dañino poco más del 80% de chicos y chicas.

Una amplia mayoría de jóvenes, más del 80%, considera que el consumo habitual de alcohol es muy dañino

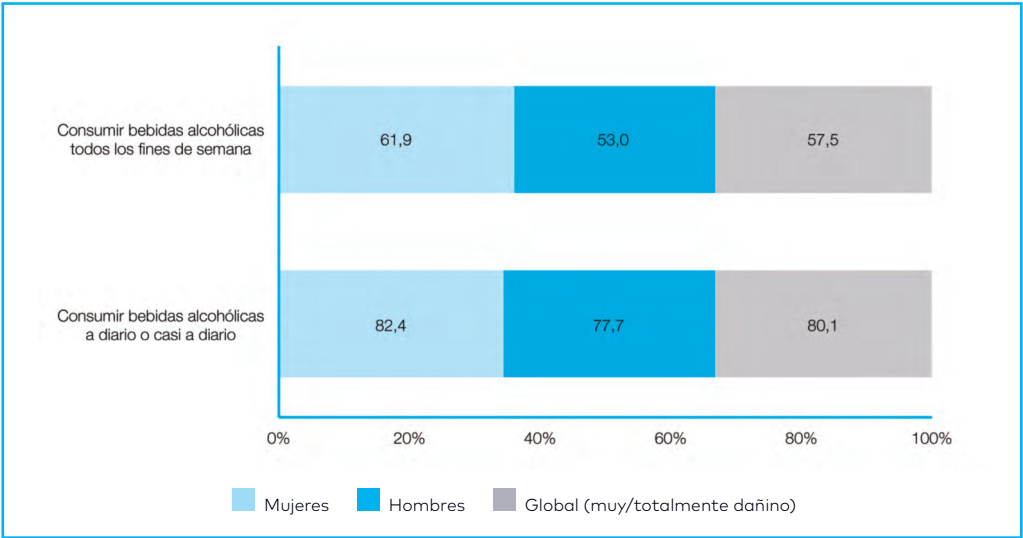
GRÁFICO 5.4.25. GRADO DE DAÑO ADJUDICADO A LOS SIGUIENTES CONSUMOS



Escala 0 (nada dañino) a 10 (totalmente dañino). Resultados en escala agrupada. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 66 y 67. ¿Qué grado de peligrosidad crees que tienen las siguientes circunstancias? Señala para cada una de ellas en qué medida te parece dañina, en una escala del 0 al 10, siendo 0 "nada dañina" y 10 "muy dañina".

Como viene siendo habitual, las chicas manifiestan más preocupación que los chicos, en coherencia absoluta con sus posiciones a lo largo de este análisis: el 61,9% de ellas considera muy o bastante peligroso este consumo de fin de semana, por el 53% de ellos. Menos diferencia en la percepción de peligrosidad en el consumo diario, que alarma al 82,4% de ellas por el 77,7% de ellos. Pese a las diferencias, la sensación de riesgo en estas pautas de consumos parece bastante transversal y mayoritaria.

GRÁFICO 5.4.26. GRADO DE DAÑO ADJUDICADO A LOS SIGUIENTES CONSUMOS GLOBAL Y POR GÉNERO



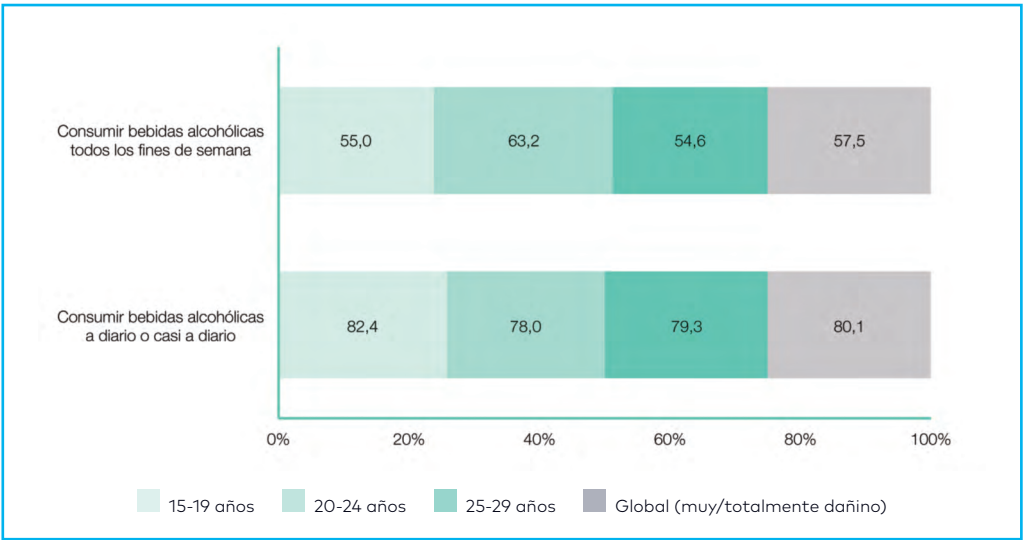
Escala 0 (nada dañino) a 10 (totalmente dañino). **Resultados en puntos de la escala 7 a 10 (muy o bastante dañino).** Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 66 y 67. ¿Qué grado de peligrosidad crees que tienen las siguientes circunstancias? Señala para cada una de ellas en qué medida te parece dañina, en una escala del 0 al 10, siendo 0 "nada dañina" y 10 "muy dañina".

La edad presenta, como en el punto anterior, más irregularidades y ningún patrón claro en esta asignación de daño (gráfico 5.4.27). En todo caso, los más jóvenes parecen ser más conscientes del grave riesgo del consumo diario de alcohol (82,4% vs 78% y 79,3% del resto de grupos de edad) y los de edad intermedia en los peligros del consumo de fin de semana (63,2% vs 55% y 54,6%).

Entre los que declaran poco o ningún daño por estos consumos, los que prácticamente no ven potenciales peligros o daños, existe un perfil bastante definido.

Son, en general, quienes atraviesan situaciones vitales dificultosas, como estar poco satisfechos con sus relaciones personales, con su tiempo libre o que manifiestan carencias materiales severas, para el consumo de alcohol diario y de forma muy parecida para el consumo en todos o casi todos los fines de semana. De nuevo el alcohol como vía de escape en contextos vitales que pueden ser considerados como precarios, al menos desde las percepciones de chicos y chicas (porcentajes a consultar en la tabla A1.6 del Anexo 1).

GRÁFICO 5.4.27. GRADO DE DAÑO ADJUDICADO A LOS SIGUIENTES CONSUMOS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Escala 0 (nada dañino) a 10 (totalmente dañino). **Resultados en puntos de la escala 7 a 10 (muy o bastante dañino).** Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 66 y 67. ¿Qué grado de peligrosidad crees que tienen las siguientes circunstancias? Señala para cada una de ellas en qué medida te parece dañina, en una escala del 0 al 10, siendo 0 "nada dañina" y 10 "muy dañina".

5.5. PAUTAS DE CONSUMO Y RIESGOS PERCIBIDOS EN EL CONSUMO COMBINADO DE ALCOHOL Y BEBIDAS ENERGÉTICAS

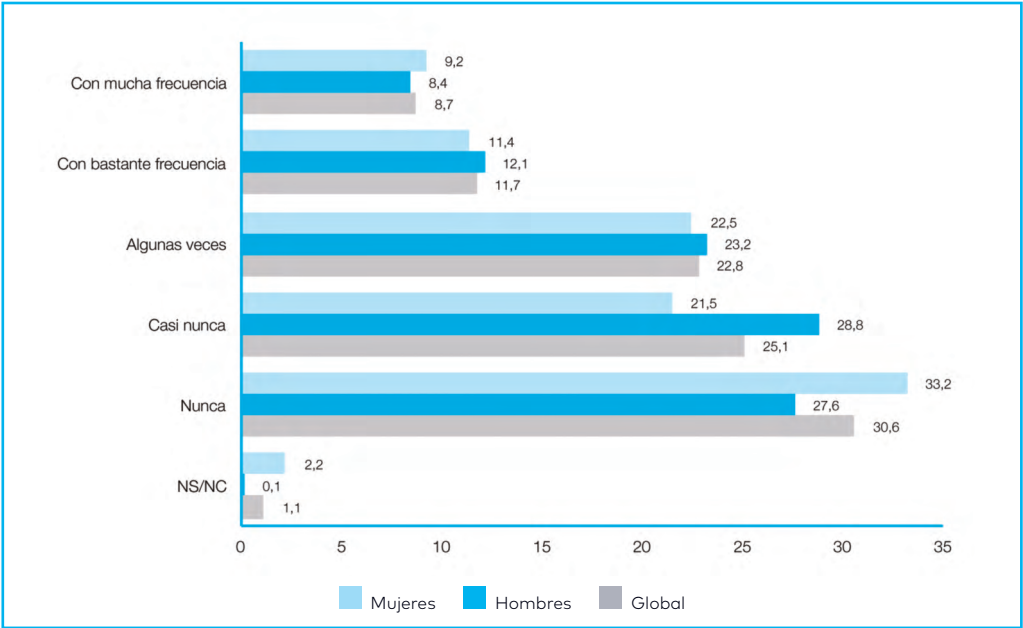
Entre aquellos que declaran consumir alcohol y bebidas energéticas no resulta muy habitual el consumo frecuente de la combinación de ambas, aunque la prevalencia es bastante significativa: un 20,4% lo hace con mucha o bastante frecuencia. Más bien, parece que predomina una pauta de consumo más ocasional: un 22,8% lo hace sólo algunas veces, o incluso mucho más excepcional

(casi nunca), que representan el 25,1%; ambas frecuencias —ocasional y excepcional— suman a la mayoría de chicos y chicas, un 47,9%¹⁰. Además, una proporción importante (30,6%) nunca realiza este consumo combinado.

No parece que las chicas o los chicos se distingan en el consumo frecuente o muy frecuente, donde se sitúan a la par (20,6% ellas por el 20,5% de ellos). Tampoco en la ingesta ocasional (algunas veces); 22,5% ellas y 23,2% ellos. Las diferencias se empiezan a notar en el consumo más excepcional (casi nunca) donde ellas son algunas más: suman el 28,8% y ellos el 21,5%. Y lo más notorio y evidente entre los géneros se da en la abstención de este tipo de combinación: “nunca” lo señalan el 33,2% de ellas por el 27,6% de ellos.

Una mayoría de chicos y chicas manifiesta no consumir habitualmente alcohol combinado con bebidas energéticas

GRÁFICO 5.5.1. FRECUENCIA CON LA QUE SE COMBINA EL CONSUMO DE ALCOHOL CON BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



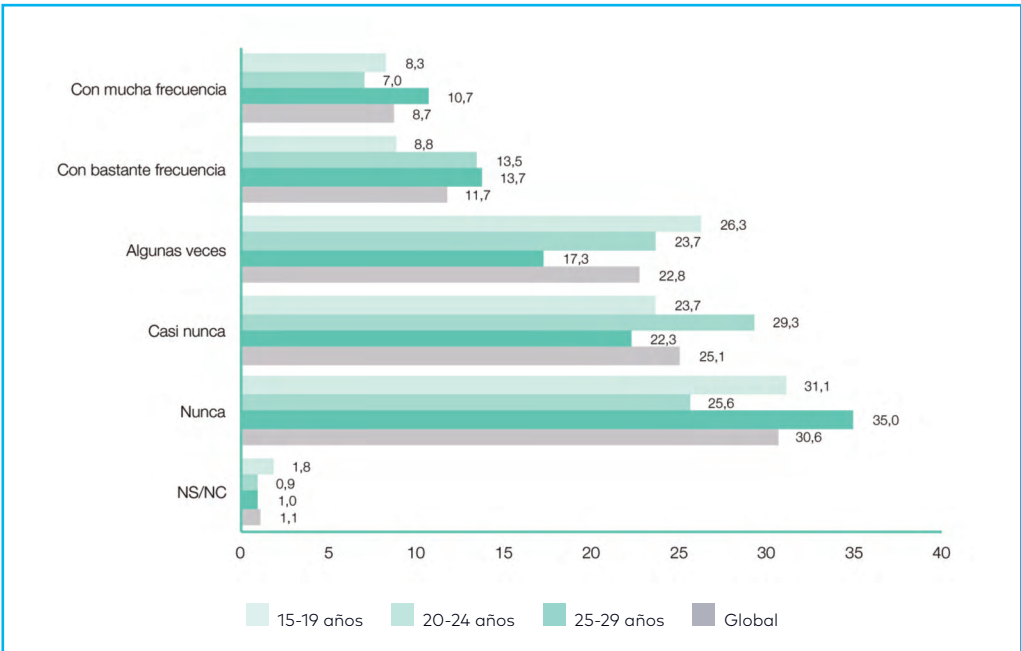
Datos en %. Base: Consumen alcohol y bebidas energéticas. N=640. Pregunta 68. En tu caso, ¿con qué frecuencia combinas alcohol y bebidas energéticas?

10. Parece esta pauta de consumo combinado de alcohol y bebidas energéticas centrado en lo ocasional y/o excepcional bastante acorde con las prevalencias de consumo de ambas bebidas energéticas por separado. Lo contrario no parecería tener sentido.

No puede hablarse de que los chicos o las chicas consuman más o menos de forma muy significativa, pues salvo los matices mencionados, ellos y ellas comparten estas pautas de consumo en gran medida. En suma, la combinación adquiere tintes de un consumo que va desde lo ocasional a lo muy esporádico en una gran mayoría de chicos y chicas, quizás porque su ingesta se reserva para situaciones o salidas festivas muy concretas. Y también es posible esta reserva, esta ocasionalidad, debido a que se conocen los efectos perjudiciales de la ingesta de alcohol y bebidas energéticas por separado, efectos que podrían sospechar se multiplican en la combinación.

La edad introduce sesgos importantes en estos consumos. Los más mayores (entre 25 y 29 años) muestran un hábito de consumo muy polarizado: o bien son los que más declaran no consumir nunca (35% frente a una proporción media del 30%) o, por el contrario, los que más las emplean de forma frecuente o muy frecuente (24,4% en la suma de ambas categorías).

GRÁFICO 5.5.2. FRECUENCIA CON LA QUE SE COMBINA EL CONSUMO DE ALCOHOL CON BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Datos en %. Base: Consumen alcohol y bebidas energéticas. N=640. Pregunta 68. En tu caso, ¿con qué frecuencia combinas alcohol y bebidas energéticas?

Aquellos con edad intermedia (entre 20 y 24 años) tienden más al equilibrio en el consumo: señalan más que sus compañeros que "casi nunca" (29,3%) a la vez que también están muy presentes en "con bastante frecuencia" (13,5%) y "algunas veces" (23,7%). Es un grupo que se reparte de forma equilibrada en las diferentes frecuencias, lo que sugiere un consumo moderado, pero con tendencia a ser constante.

Por último, el grupo más joven (hasta los 19 años) presenta comportamientos más orientados con respecto a este consumo: se sitúan en bajas frecuencias de

Los y las jóvenes de menor edad afirman consumir alcohol combinado con bebidas energéticas por el sabor y por la potenciación de los efectos del alcohol

forma masiva ("nunca", 31,1% o "algunas veces", 26,3%) y, a su vez, son los que menos señalan las altas frecuencias de consumo ("con bastante frecuencia", 8,8% y pese a no ser el grupo que más destaca también en "con mucha frecuencia", 8,3%) Podría calificárseles como un grupo de edad con tendencia a participar ocasionalmente o escasamente en este tipo de consumo, al menos en lo declarativo.

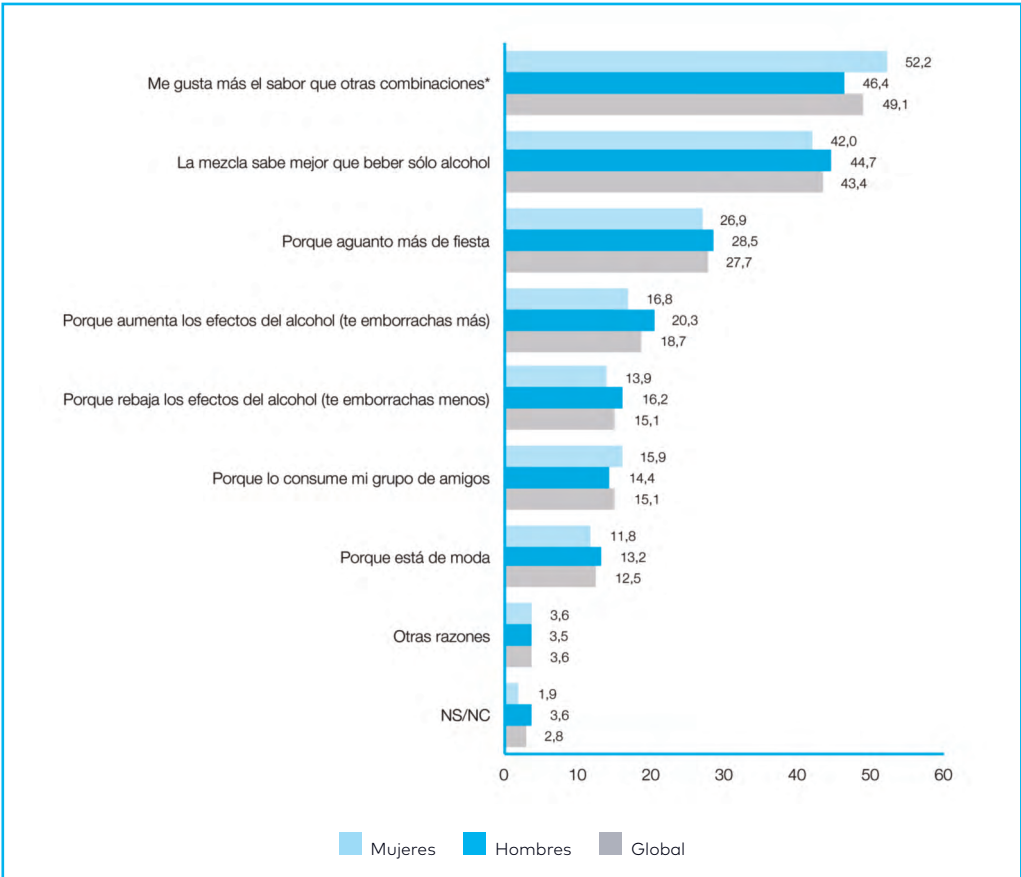
Entre los que declaran consumir esta combinación, los motivos son muy variados, pero principalmente justificados desde lo organoléptico; o bien porque el sabor de la mezcla parece mejor que otras combinaciones posibles con alcohol ("me gusta más el sabor que otras combinaciones", 52,2%, justificación donde destacan ellas principalmente) o bien porque mejora el sabor frente a la opción de beber alcohol solo (42%, más presente como motivo entre ellos). En suma, tapar o disimular el sabor del alcohol parece ser la causa mayoritaria.

A priori podría pensarse que los efectos euforizantes de las bebidas energéticas energéticas o los de desinhibición propios del alcohol serían la motivación más importante —o al menos de la misma magnitud que las anteriores— para la combinación de ambas bebidas, pero no es así en opinión de chicos y chicas consumidores. Es más, la referencia a sus efectos aparece en tercer lugar de las menciones y a mucha distancia de las más señaladas. "Aguantar más de fiesta" sólo lo señalan el 27,7%, o que "aumenta los efectos del alcohol" el 18,7%; no son pocos, pero son bastante más minoritarios que la dupla organoléptica inicial. Podemos sospechar, en todo caso, que las referencias al sabor de la mezcla —las bebidas energéticas tienen un alto contenido de azúcar, pero muy similar a cualquier refresco— ocultan parcialmente los motivos más reales, lo euforizante, dado su alto contenido en cafeína. No tendría sentido consumirlas sólo por el sabor —para eso estarían los refrescos— si no hubiera el efecto de maximizar la ingesta de alcohol. Por otro lado, quedó bastante claro en anteriores apartados

que los motivos para consumir bebidas energéticas, aunque solas, pasaban por la maximización del desempeño personal, sea de fiesta o en otras situaciones.

El tercer grupo de motivaciones se centra en el consumo por moda: "lo consume mi grupo de amigos" (15,1%) o directamente "porque está de moda" (12,5%). Parecería que hay una resistencia a declarar de forma más intensiva estos motivos, porque resulta innegable a estas edades el poder del grupo en comportamientos de jóvenes y adolescentes.

GRÁFICO 5.5.3. PRINCIPALES MOTIVOS POR LOS QUE SE COMBINAN ALCOHOL Y BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO

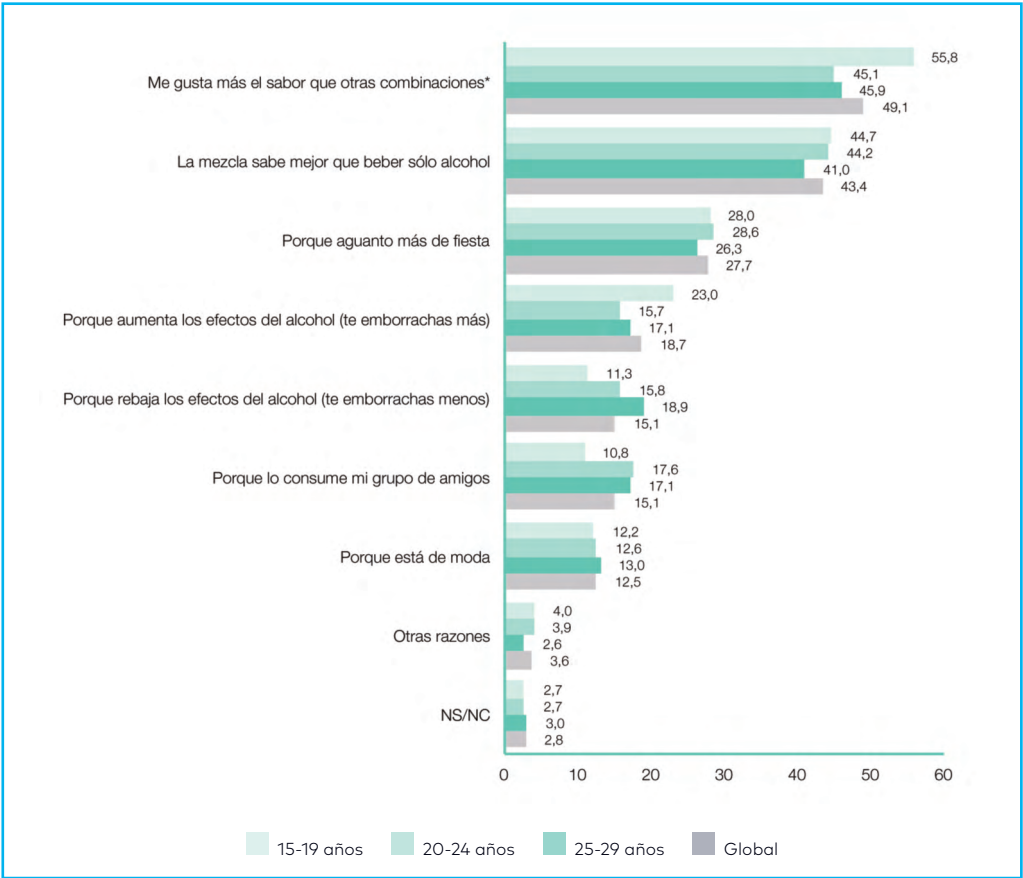


* Me gusta el sabor más que otras combinaciones (alcohol con zumo, con refresco...).

Datos en %. Base consumen alcohol y bebidas energéticas. N=437. Pregunta 69 ¿Cuáles son las principales razones por las que combinas estos dos tipos de bebidas?

Los de menor edad —con mucha diferencia sobre el resto— apuntan más al sabor como justificación del consumo ("me gusta más el sabor", 55,8%) pero también destacan en que maximiza los efectos del alcohol ("te emborrachas más", 23% por el 18,7% global). En este grupo sí están muy presentes de forma más clara que en el resto de chicos y chicas los dos beneficios principales atribuidos a la mezcla: sabor y potenciación de los efectos del alcohol.

GRÁFICO 5.5.4. PRINCIPALES MOTIVOS POR LOS QUE SE COMBINAN ALCOHOL Y BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



* Me gusta el sabor más que otras combinaciones (alcohol con zumo, con refresco...).

Datos en %. Base consumen alcohol y bebidas energéticas. N=437. Pregunta 69 ¿Cuáles son las principales razones por las que combinas estos dos tipos de bebidas?

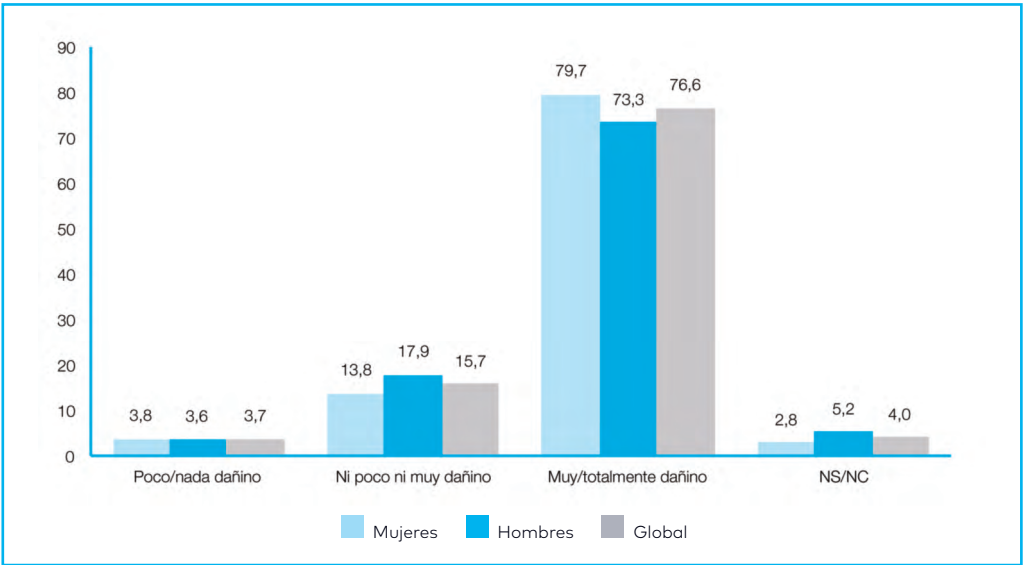
Entre los 20 y los 24 años, los motivos están ciertamente equilibrados entre varias opciones; una mezcla de justificaciones organolépticas, donde están casi igual de

presentes que sus compañeros y compañeras de más edad, pero también mencionan de forma importante "resistir más de fiesta" (28%) o por presión social ("los consume mi grupo de amigos", 17,6%). Lo llamativo es que van apareciendo justificaciones de consumo que reniegan de la borrachera excesiva ("te emborrachas menos", 15,8%), posiciones que se maximizan en el grupo de mayor edad, que son los que, con diferencia, más apuntan a este motivo (18,9%). Salvo en este punto, ambos grupos de edad (los más mayores y los de edad intermedia) se parecen mucho.

Se consume o no esta combinación de alcohol y bebidas energéticas, chicos y chicas apuntan de forma abrumadoramente mayoritaria a la gran peligrosidad de este consumo, que justificaría, como se ha mencionado anteriormente, este consumo ocasional o excepcional al que apunta la mayoría: un 76,5% opina así ("muy o bastante dañino"), algo más las mujeres (79,7%) —más atentas a lo largo de este análisis a los temas relacionados con su salud y bienestar— que los hombres (73,3%).

Una amplia mayoría de jóvenes considera que es peligroso mezclar alcohol con bebidas energéticas, realicen o no este consumo

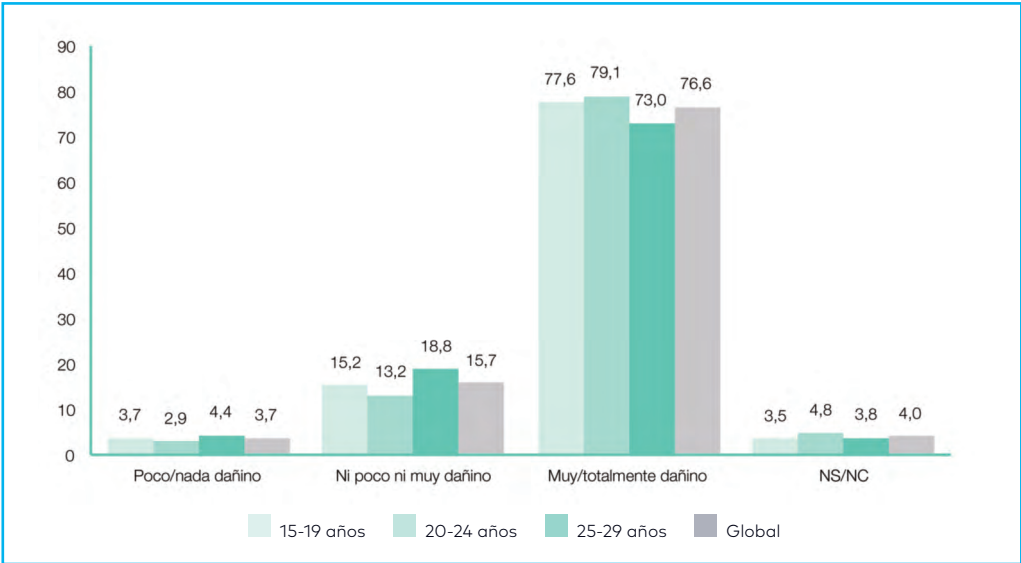
GRÁFICO 5.5.5. GRADO DE POTENCIALES DAÑOS ADJUDICADO AL CONSUMO COMBINADO DE ALCOHOL Y BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GÉNERO



Escala 0 (nada dañino) a 10 (totalmente dañino). Resultados en escala agrupada. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 70. ¿Hasta qué punto consideras que es dañino mezclar el alcohol con bebidas energéticas?

La edad, al contrario que el género, no introduce diferencias significativas en la percepción de peligrosidad. Pero los de edad intermedia se muestran algo más cautos con este tipo de consumo (79,1% lo considera muy o totalmente dañino frente al 76,6% de proporción media), mientras que los más mayores (entre 24 y 29 años) se muestran algo mas tibios (18,8% lo considera ni muy dañino ni poco frente a una proporción media del 15,7%).

GRÁFICO 5.5.6. GRADO DE POTENCIALES DAÑOS ADJUDICADO AL CONSUMO COMBINADO DE ALCOHOL Y BEBIDAS ENERGÉTICAS GLOBAL Y POR GRUPO DE EDAD



Escala 0 (nada dañino) a 10 (totalmente dañino). Resultados en escala agrupada. Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 70. ¿Hasta qué punto consideras que es dañino mezclar el alcohol con bebidas energéticas?

Pocas diferencias a la hora de valorar el daño potencial de combinar alcohol y bebidas energéticas: ni la edad ni otras variables sociodemográficas son significativas

No existen grandes diferencias por otro tipo de variables, ya que la percepción sobre los potenciales daños, muy altos, resulta bastante transversal. Lo que sí concurren son ciertas diferencias en la comparación de estos posibles daños con el resto de consumos.

El potencial peligro provocado por el consumo combinado de alcohol y bebidas energéticas (el 76,6% lo considera muy peligroso) se percibe casi al

mismo nivel que otros consumos potencialmente peligrosos, como el de bebidas energéticas solas a diario (un 78,9% lo califica como muy dañino o peligroso), pero es poco menos temerario que el consumo de alcohol a diario, que tiene la consideración de mayor riesgo de todas las posibilidades propuestas (80,1%). Esta percepción de peligro alto o de gran daño baja extraordinariamente en el caso del consumo de alcohol de forma ocasional, los fines de semana, hasta el 57,5%.

6. CONCLUSIONES

Chicos y chicas muestran unas pautas de ocio bastante similares, pese a las diferencias en cuanto al género y a la edad. Ellas, compartiendo con ellos la preeminencia del ocio digital y audiovisual (las pantallas como centro de la juventud y la adolescencia) buscan más que los hombres actividades alternativas como hobbies y actividades sociales y culturales. Ellos parecen más cercanos a lo físico y competitivo. Nada nuevo en el ocio juvenil y adolescente, con gustos que van transmutándose, en muchos aspectos matizándose, a medida que se va recorriendo camino vital, que va dando lugar a un ocio más personalizado e individualizado.

La evaluación de su propia vida no parece incorporar elementos alarmantes. Dentro de un marco de generalizada satisfacción con sus relaciones personales, con su salud o con su tiempo de ocio se aprecian ciertas diferencias entre ambos géneros, ellas algo menos satisfechas con su transcurrir vital, diferencias que van a reproducirse en todos los aspectos

Chicos y chicas muestran bastante satisfacción con sus vidas, más ellos que ellas; pero manifiestan tener problemas emocionales

tratados en este informe. Si hay que hablar de problemas a los que se enfrenta la juventud, adquieren notable importancia los centrados en cuestiones psicológicas y emocionales. Una proporción relativamente importante de chicos y chicas declaran experimentar problemas de insomnio, ansiedad, tristeza, falta de ánimo y otros síntomas anejos, lo que revela que detrás de una satisfacción primaria básica se ocultan angustias o preocupaciones que afectan a su desempeño vital, siempre más evidentes en ellas. No en vano, la OMS (Organización Mundial de la Salud) viene advirtiendo en sus informes¹ sobre la extensión de sintomatologías mentales entre jóvenes y adolescentes, ocasionadas, además de por otros factores, por la transición hacia la vida adulta, las dificultades de integración, la formación de la personalidad y otros elementos anejos.

1. El último referido al año 2022.

Los consumos de bebidas energéticas y alcohol aparecen mediados, en principio por el alto conocimiento que chicos y chicas declaran disponer sobre las mismas.

El consumo de alcohol y bebidas energéticas es visto como emblemático y representativo de la juventud

Son conscientes de la peligrosidad de ambas, sobre todo si el consumo es excesivo. Pero también de sus beneficios. Lo cierto es que, su consumo, el de ambas, resuena como bandera de identidad, una señal más de lo que significa ser joven.

Las razones de consumo de ambas bebidas por separado son radicalmente diferentes; se valoran las **bebidas energéticas** por lo que es connatural a su composición como bebida (altos niveles de cafeína y azúcar); se apuesta en este consumo por la euforia, la sobreestimulación, la activación. Rendir más y mejor. Ser mejor (en lo físico y en lo anímico). Es una ética de consumo muy conectada con los tiempos, enfocados en la cultura del más es mejor². Más diversión, más rendimiento, más resultados, más de todo. Vivir más, disfrutar más, rendir más. En definitiva, superarse, no sólo en lo físico (aguantar más) sino también en las capacidades mentales (mejor concentración, mayor capacidad de diversión). El sabor importa, claro, sobre todo si sustituye a refrescos o al consumo de alcohol solo, rechazado por gran parte de chicos y chicas.

Su consumo es festivo y también relacional con terceros y en tiempos de ocio (tanto presencial como digital), pero no se limita a estos escenarios. Se emplean para casi todo, incluso en el estudio y en el trabajo, espacios en donde la maximización del rendimiento es el resultado esperado de su consumo. Incluso conduciendo, ya que supuestamente mejora la concentración, en opinión de los y las jóvenes. Pero, en cualquier caso, las pautas de consumo se centran principalmente en lo ocasional o incluso en lo excepcional. Y es que se sabe que precisamente sus efectos euforizantes pueden generar dependencia o efectos

2. Idea sobre el consumo exponencial e ininterrumpido, el "más y más", magníficamente expresada por Baudrillard (2009, p. 211) "Esto explica que no haya límites al consumo. Si el consumo fuera eso por lo que lo tomamos ingenuamente: una absorción, un devorar, se debería llegar a una saturación. Si fuera relativo al orden de las necesidades, deberíamos encaminarnos hacia una satisfacción. Ahora bien, sabemos que nada de esto es así: queremos consumir cada vez más. Esta compulsión en el consumo no se debe a ninguna fatalidad psicológica (el que ha bebido, beberá, etc.), ni a una simple coacción de prestigio. Si el consumo parece irresistible, es que precisamente es una práctica idealista total que ya no tiene que ver (más allá de un determinado umbral) con la satisfacción de las necesidades ni con el principio de realidad. Es que es dinamizado por el proyecto siempre frustrado y sostenido en el objeto. El proyecto inmediatezado en el signo transfiere su dinámica existencial a la posesión sistemática e indefinida de objetos/signos de consumo. Ésta sólo puede a partir de entonces ir más allá o reiterarse continuamente para seguir siendo lo que es: una razón para vivir."

indeseados precisamente por el estado de euforia que son capaces de crear. La cara amable de la bebida esconde un potencial de alto peligro, que constituye uno de los mayores temores de chicos y chicas: el enganche, la dependencia.

Chicos y chicas manifiestan consumir bebidas energéticas con distintos fines y en diferentes situaciones, pero mayoritariamente de forma esporádica porque son conscientes de su peligrosidad

Sin embargo, frente a estas prevenciones iniciales, muchos chicos y chicas consumidores no han experimentado problemas por su consumo. Y, sin embargo, los problemas están ahí, al menos para una parte significativa de ellos y ellas: problemas para dormir, nerviosismo, taquicardias o estrés. Todos estos problemas afectan más a ellas, sea también porque el nivel de prevención de las chicas hacia estas

bebidas es más alto que el de ellos. De ahí que más de la mitad de chicos y chicas han abandonado su consumo o, cuanto menos, lo han reducido, lo que habla de la percepción de peligrosidad de estas bebidas, que son percibidas de forma mayoritaria como muy perjudiciales para la salud en el exceso entre una mayoría de sus propios consumidores.

El **alcohol** ocupa entre chicos y chicas otro espacio, tiene otro carácter y otros atributos. De momento desde la tradición, ocupa un lugar histórico entre los consumos juveniles y adolescentes, y de la población en general. Frente a la euforia y el rendimiento de las bebidas energéticas, el alcohol está del lado más placentero. De la desinhibición, de la relajación o de la evasión. De crear ambientes, de facilitar las relaciones sociales, de maximizar incluso las posibilidades de relaciones sexuales e incluso operar como elemento facilitador de la integración en el grupo. Es una bebida más benéfica, más amable. Más conocida y, por tanto, menos extraña y radical que las bebidas energéticas.

El consumo de alcohol es más frecuente y es percibido con más benevolencia por tratarse de una bebida conocida y que se asocia a la fiesta y las relaciones sociales

La fiesta concentra el consumo más intenso de alcohol, aunque por sus características se percibe también apropiado para espacios menos festivos y más relajados como reuniones tranquilas con amigos en bares y cafeterías, pasando el rato sin más con amigos en parques, etc. e incluso comiendo. Según aumenta la edad, los consumos de atracón (borracheras), más propios de chicos y chicas más jóvenes van dando lugar a consumos menos intensos en otros escenarios distintos a la fiesta.

Al igual que con las bebidas energéticas y en proporciones similares, una buena parte de chicos y chicas consumidores no ha experimentado problemas por su consumo y en aquellos que sí los han experimentado, estos son de naturaleza algo distinta a los de las bebidas energéticas; destaca el gasto excesivo, problemas de insomnio, tristeza o simple inquietud.

Pese a su naturaleza más amable como bebida (obtiene relajación, desinhibición, etc. y de ahí este calificativo), también chicos y chicas se han planteado en gran medida reducir o abandonar su consumo, en concreto más de la mitad, muy parecido a las proporciones de las bebidas energéticas. Y en ello concurren sin duda su percepción de peligrosidad. La gran mayoría considera que, si su consumo es excesivo, es igual o incluso más peligroso que las bebidas energéticas.

Si, salvo en determinados espacios como la fiesta, el consumo de alcohol y bebidas energéticas por separado es más bien ocasional, resulta evidente que la combinación de ambas también siga la misma pauta y se circunscriba en muchos

El consumo de bebidas energéticas con alcohol entre las personas jóvenes es ocasional y, tanto ellas como ellos son conscientes de su peligrosidad

casos a un consumo de ocasión. Las razones aducidas para este consumo combinado son algo sorprendentes, pues las menciones más importantes no señalan a las características de las bebidas y se centran en el sabor (mejor que con otras combinaciones con refrescos o mejor que con solo alcohol) y son menores las proporciones de chicos y chicas consumidores de esta combinación que lo realizan por sus efectos euforizantes. Ahora bien, tras este consumo se advierten nuevamente señales del

peligro del exceso: tres de cada cuatro chicos y chicas afirman que esta mezcla es potencialmente muy dañina —sobre todo ellas— pero algo menos que el consumo continuado y sistemático de bebidas energéticas por si solas o incluso que el consumo excesivo de alcohol.

En todo caso, las posiciones hacia el consumo combinado de ambas bebidas son bastante ambivalentes. Se conocen y aprecian sus efectos, pero se tiene prevención ante los peligros que pueden acarrear, sobre todo en el consumo excesivo. Son útiles en escenarios y tiempos diversos, pero los objetivos de cada bebida, los beneficios que aportan, son distintos e incluso contradictorios, al menos desde la composición de cada bebida.

Ballesteros, J.C. y Megías, I. (2025). *Consumos de sustancias y relaciones sexuales juveniles: un estudio sobre las relaciones entre drogas y sexo en la juventud española*. Madrid: Centro Reina Sofía de Fad Juventud.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.15100617>

Ballesteros, J.C. (2023). *Salud y bienestar juveniles en España: un análisis longitudinal 2017-2021*. Madrid: Centro Reina Sofía de Fad Juventud.
DOI: 10.5281/zenodo.7859358

Baudrillard, J (2009): *La sociedad de consumo*. [Traducción de Alcira Bixio]. Madrid: Siglo XXI editores.

Del Río-Pedraza, C. (2022). "La medicalización del malestar en la mujer. Una valoración crítica". *Rev. Asoc. Esp. Neuropsiq.* [online]. 2022, vol.42, n.141 [citado 2025-12-04], pp.55-73. Disponible en:
<http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0211-57352022000100004&lng=es&nrm=iso>. Epub 18-Jul-2022. ISSN 2340-2733.
<https://dx.doi.org/10.4321/s0211-57352022000100004>.

FUNCAS (2025). *Focus on Spanish Society*. Febrero 2025. ISSN: 3020-8211.

Kuric, S.; Sanmartín, A.; Ballesteros, J.C. y Gómez Miguel, A. (2023). *Barómetro juventud, salud y bienestar 2023*. Madrid: Centro Reina Sofía de Fad Juventud.
DOI: 10.52810.5281/zenodo.8170910

Merck (2023). *Emotional Health Merck Survey: What moves young Europeans?*
<https://www.merckgroup.com/es-es/company/who-we-are/merck-europe/emotional-health-merck-survey.html>

Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones – OEDA (2025). *ESTUDES. Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España*. Madrid: Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas (DGPNSD). Ministerio de Sanidad.

OMS (2022). *Informe mundial sobre salud mental: transformar la salud mental para todos. Panorama general*. [Executive summary]. Ginebra: Organización Mundial de la Salud. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

Tarragon, E. (2023). "Alcohol and energy drinks: individual contribution of common ingredients on ethanol-induced behaviour". *Front. Behav. Neurosci.* 17:1057262. DOI: 10.3389/fnbeh.2023.1057262.

ANEXOS

ANEXO 1: TABLAS CRUCE DE VARIABLES SIGNIFICATIVAS ($P \leq 0,05$)

Las tablas muestran las relaciones significativas al 95% de intervalo de confianza.

**TABLA A1.1. GRADO DE SATISFACCIÓN
CON DIFERENTES ASPECTOS QUE SE REALIZAN
SEGÚN OTRAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS ($P \leq 0,05$)**

SATISFACCIÓN CON	MUY/TOTALMENTE SATISFECHOS	POCO/NADA SATISFECHOS
Relaciones personales	Ninguna carencia material (83,5%) Estudios superiores (78,6%)	Carencia material severa (17,2%)
Tiempo libre	Estudios superiores (72%) Ninguna carencia material (74,3%)	Primarios obligatorios (56%) Carencia material severa (44,4%)
Estado de salud	Estudios superiores (78%) Sólo estudia (77,6%)	En paro (8,3%)

Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 15-17. Dinos, por favor, en una escala de 0 a 10, en la que 0 es nada y 10 muchísimo, ¿en qué medida estás satisfecho/a con cada uno de los siguientes aspectos de tu vida en la actualidad?

**TABLA A1.2. ESTADO PERCIBIDO DE SALUD
SEGÚN OTRAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS ($P \leq 0,05$)**

ESTADO PERCIBIDO DE SALUD	PERFILES SOCIODEMOGRÁFICOS	PERFILES DE SATISFACCIÓN
Malo y muy malo (29,6%)	Carencia material severa (49,5%) Otras situaciones de actividad (52,4%)	Poco/nada satisfecho con sus relaciones personales (61,8%) Poco/nada satisfecho con su tiempo libre/ocio (46,7%)

Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 19. En general, ¿cómo dirías que es tu estado de salud actual?

**TABLA A1.3. GRADO DE INFORMACIÓN
SOBRE EFECTOS DE ALCOHOL Y BEBIDAS ENERGÉTICAS
SEGÚN OTRAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS ($P \leq 0,05$)**

GRADO DE INFORMACIÓN	ALCOHOL	BEBIDAS ENERGÉTICAS
Muy buena	Muy/bastante satisfecho con su estado de salud (25,2%)	
Buena	Estilo de vida muy/bastante saludable (49,7%)	Estado de salud bueno/muy bueno (48%)
	Ninguna carencia material (52,1%)	Ninguna carencia material (47,3%)
	Muy/bastante satisfecho con su tiempo de ocio (50,3%)	Estilo de vida muy/bastante saludable (49,7%)

Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 19. En general, ¿cómo dirías que es tu estado de salud actual?

**TABLA A1.4. FRECUENCIA CONSUMO BEBIDAS ENERGÉTICAS
SEGÚN MOTIVACIONES PARA SU CONSUMO ($P \leq 0,05$)**

FRECUENCIA	MOTIVACIONES PARA EL CONSUMO
Alta frecuencia (todos o casi todos los días y 2 o 3 veces a la semana) (17,2%)	Aumenta la creatividad e ingenio (27,3%) Para concentrarse mejor (26,9%) Mejorar el estado de ánimo (28,8%) Crean buen ambiente (26,7%) Sólo trabaja (25,6%)
Abandonadores (las he tomado pero ya no) (14,7%)	Estado de salud malo o muy malo (19,1%)
Nunca las han tomado (15,9%)	Lo toman los amigos/as (30,2%) Para no sentirse excluido (34,8%) Sentirse más atractivo (26,5%) Sabe mal (27,3%) Sólo estudia (23,5%)

Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Pregunta 23. Y tú... ¿con qué frecuencia consumes algún tipo de bebida energética (Red Bull, Monster, Eneryeti, Burn...)?

**TABLA A1.5. PROBABILIDAD PERCIBIDA DE QUE
EL CONSUMO FRECUENTE DE ALCOHOL PRODUZCA
CADA UNO DE LOS SIGUIENTES TIPOS DE PROBLEMAS ($P \leq 0,05$)**
RESULTADOS DE LA ESCALA AGRUPADA

PROBLEMAS POTENCIALES	MUY/BASTANTE PROBABLE
Enfermedades o problemas físicos (68%)	Estudios superiores (71,6%) Ninguna carencia material (73,7%) Estado de salud muy/bastante bueno (71,6%) Estilo de vida muy/bastante saludable (71,9%) Trabaja y estudia (73,8%)
Enfermedades mentales (61,7%)	Ninguna carencia material (66,1%) Estado de salud muy/bastante bueno (65,6%) Estilo de vida muy/bastante saludable (65,2%)
Problemas en el trabajo o los estudios (67%)	Estado de salud muy/bastante bueno (71%) Trabaja y estudia (71,2%)
Problemas legales (multas, sanciones...) (70,7%)	Ninguna carencia material (73,6%) Estado de salud muy/bastante bueno (74,2%)
Crisis agudas o pasajeras de ansiedad, agitación, pérdida de control (63,2%)	Estado de salud muy/bastante bueno (67,3%) Trabaja y estudia (69%)

Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 60-65. ¿Hasta qué punto crees que es probable que el consumo frecuente de alcohol produzca cada uno de los siguientes problemas? Utiliza la escala de 0 "nada probable que se produzca" a 10 "completamente seguro que se produzca".

**TABLA A1.6. GRADO DE PELIGROSIDAD ADJUDICADA
A LOS SIGUIENTES CONSUMOS
SEGÚN OTRAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS ($P \leq 0,05$)**
RESULTADOS EN PUNTOS DE LA ESCALA 1 A 3 (POCO O NADA PELIGROSO)

PROBLEMAS POTENCIALES	POCO/NADA PELIGROSO
Consumir bebidas alcohólicas a diario o casi a diario (3%)	Poco/nada satisfecho con su tiempo libre (10,8%) Poco/nada satisfecho con sus relaciones personales (7,4%) Otras situaciones de actividad (13,6%) Carencia material severa (8,8%)
Consumir alcohol todos o casi todos los fines de semana (8,4%)	Poco/nada satisfecho con su tiempo libre (14,3%) Poco/nada satisfecho con su estado de salud (27,8%) Poco/nada satisfecho con sus relaciones personales (14,1%) Otras situaciones de actividad (15,9%) Carencia material severa (8,8%)

Datos en %. Base total muestra. N=1.206. Preguntas 66-67. ¿Qué grado de peligrosidad crees que tienen las siguientes circunstancias? Señala para cada una de ellas en qué medida te parece dañina, en una escala de 0 al 10, siendo 0 "nada dañina" y 10 "muy dañina"

ANEXO 2: DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

La composición sociodemográfica de la muestra es la siguiente:

GÉNERO

	N	%
Hombre	591	49,0
Mujer	610	50,5
Otro	5	0,5
Total	1.206	100,0

Base total muestra. N=1.206.

EDAD (AGRUPADA)

	N	%
15 - 19 años	460	38,1
20 - 24 años	379	31,4
25 - 29 años	367	30,5
Total	1.206	100,0

Base total muestra. N=1.206.

ESTUDIOS TERMINADOS (AGRUPADA)

	N	%
Hasta Secundaria obligatoria (ESO, FP Básica, PCPI)	357	29,8
Hasta Secundaria post-obligatoria (Bachillerato, FP secundaria)	456	38,0
Estudios superiores (grado, máster, postgrado, etc)	387	32,3
Total	1.206	100,0

Base total muestra. N=1.206.

ACTIVIDAD (AGRUPADA)

	N	%
Sólo trabaja	287	23,8
Sólo estudia	324	26,9
Trabaja y estudia	378	31,4
En paro, buscando trabajo o no	172	14,3
Otras situaciones de actividad	44	3,7
Total	1.206	100,0

Base total muestra. N=1.206.

SITUACIÓN DE CONVIVENCIA

	N	%
Vivo solo/a	120	10,0
Vivo con mi padre y/o madre	663	55,0
Vivo con mi pareja (sin hijo/a/s)	167	13,9
Vivo con mi pareja e hijo/a/s	115	9,5
Otra forma de convivencia (otro/s familiar/es, amigo/a/s...)	141	11,7
Total	1.206	100,0

Base total muestra. N=1.206.

CARENCIA MATERIAL (AGRUPADA)

	N	%
Ninguna carencia (0-1)	672	55,7
Carencia leve (2-4)	434	36,0
Carencia severa (5-8)	100	8,3
Total	1.206	100,0

Base total muestra. N=1.206.

ANEXO 3:

CUESTIONARIO

JÓVENES ENTRE BEBIDAS ENERGÉTICAS Y ALCOHÓLICAS

Esta encuesta trata sobre el modo en el que la población joven en España se relaciona con algunos consumos de bebidas y situaciones cotidianas.

Te recordamos que las respuestas son completamente anónimas y con fines de investigación y es importante que respondas con la máxima sinceridad y leyendo detenidamente las preguntas. Si no te interesa contestar o te resulta incómodo, te rogamos que no respondas a la encuesta.

A. PREGUNTAS DE CLASIFICACIÓN

1. Edad exacta en años:

Años

2. Eres...

- 1. Hombre ☐
- 2. Mujer ☐
- 3. Otro ☐

3. ¿Cuál es tu actividad actual?

- 1. Sólo trabajo ☐
- 2. Principalmente trabajo y además estudio ☐
- 3. Principalmente estudio y hago algún trabajo ☐
- 4. Sólo estudio ☐
- 5. Estudio y además estoy buscando trabajo ☐
- 6. Estoy en paro buscando trabajo exclusivamente ☐
- 7. Estoy en paro sin buscar trabajo en este momento ☐
- 8. Otra situación ☐

4. Independientemente de si continúas estudiando o no, ¿cuál es el nivel de estudios más alto que has finalizado, es decir, del que tienes título oficial?

1. Primaria o menos que Primaria ☐
2. Secundaria obligatoria 1ª etapa (1º, 2º y 3º ESO) ☐
3. Secundaria obligatoria 2ª etapa (4º ESO, PCPI, FP básica) ☐
4. Secundaria post-obligatoria (Bachillerato) ☐
5. FP grado medio ☐
6. FP grado superior ☐
7. Grado universitario ☐
8. Postgrado, Máster, Doctorado ☐

5. ¿Con quién vives actualmente?

1. Vivo solo/a ☐
2. Vivo con mi padre y/o madre ☐
3. Vivo con mi pareja (sin hijo/a/s) ☐
4. Vivo con mi pareja e hijo/a/s ☐
5. Otra forma de convivencia (otro/s familiar/es, amigo/a/s...) ☐

6-13. Teniendo en cuenta los ingresos de tu unidad familiar o de aquellas personas con las que planificas tus gastos, indica si en el último año has podido...: (ROTAR). 1 = Sí; 2 = No; 99. = Ns/Nc

6. Ir de vacaciones al menos una semana al año

1	2	99
---	---	----
7. Mantener la casa a una temperatura adecuada

1	2	99
---	---	----
8. Afrontar gastos imprevistos en un mes

1	2	99
---	---	----
9. Afrontar sin retrasos el pago de recibos, préstamos, hipotecas, alquiler, etc.

1	2	99
---	---	----
10. Ahorrar parte de mis ingresos mensuales o que en mi hogar se pueda ahorrar parte de los ingresos mensuales

1	2	99
---	---	----
11. Darte algún capricho al menos una vez al mes (ir de compras, renovar tecnología, etc.)

1	2	99
---	---	----
12. Disponer de ordenador (de cualquier tipo) en el hogar

1	2	99
---	---	----
13. Participar regularmente en actividades de ocio tales como cenar fuera de casa, ir al cine, conciertos, teatro, salir de copas, etc.

1	2	99
---	---	----

B. ESTILO DE VIDA

14. De las siguientes actividades, señala cuáles realizas con más frecuencia. Escoge las cinco que hagas más frecuentemente. (ROTAR OPCIONES)

- 1. Ir al gimnasio o hacer ejercicio (spinning, pilates, yoga, calistenia...) ☐
- 2. Hacer deportes (fútbol, pádel, baloncesto...) ☐
- 3. Leer (libros, revistas, cómics...) ☐
- 4. Salir de fiesta ☐
- 5. Estar con amigos/as en el parque o en la calle ☐
- 6. Juntarse en el bar, cafetería ☐
- 7. Juntarse en casa (juegos de mesa, comer, charlar...) ☐
- 8. Visitar museos, exposiciones ☐
- 9. Usar redes sociales, chatear ☐
- 10. Descansar, no hacer nada ☐
- 11. Jugar con videojuegos ☐
- 12. Hacer botellón ☐
- 13. Ir al cine, teatro, musicales, monólogos ☐
- 14. Ir a conciertos o festivales de música ☐
- 15. Ir a eventos, espectáculos deportivos ☐
- 16. Seguir contenido de creadores/as
o influencers (podcast, vídeos...) ☐
- 17. Ver películas, series, documentales ☐
- 18. Apuestas, casino (online o presencial) ☐
- 19. Ir de tiendas, compras, centro comercial ☐
- 20. Hobbies (pintura, baile, tocar instrumentos, costura...) ☐
- 21. Hacer excursiones, escapadas ☐
- 22. Salir a comer o cenar fuera ☐

15-17. Dinos, por favor, en una escala de 0 a 10, en la que 0 es nada y 10 muchísimo, ¿en qué medida estás satisfecho/a con cada uno de los siguientes aspectos de tu vida en la actualidad? (escala de 0 a 10; 99 = Ns/Nc)

15. Tu tiempo libre, ocio

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

16. Tu estado de salud

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

17. Tus relaciones personales (familia, amigos, pareja, etc.)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

18. En general, ¿cómo consideras que es tu estilo de vida?

- 1. Muy saludable ☐
- 2. Bastante saludable ☐
- 3. Poco saludable ☐
- 4. Nada saludable ☐
- 99. Ns/Nc ☐

19. En general, ¿cómo dirías que es tu estado de salud actual?

- 1. Muy bueno ☐
- 2. Bueno ☐
- 3. Regular ☐
- 4. Malo ☐
- 5. Muy malo ☐
- 99. Ns/Nc ☐

**20. En los últimos doce meses, ¿has vivido alguna de las siguientes situaciones?
Señala todas las que te hayan ocurrido. (ROTAR)**

- 1. He faltado a clase o al trabajo ☐
- 2. Me cuesta concentrarme/rendir en los estudios o el trabajo ☐
- 3. Falta de ánimo, tristeza ☐
- 4. Me cuesta dormir ☐
- 5. He tenido problemas en los estudios o el trabajo
(me han sancionado, reprendido...) ☐
- 6. He tenido conflictos familiares (con padre, madre, hermano/a...) ... ☐

- 7. He gastado más de lo que debía ☐
- 8. He tenido problemas con amistades ☐
- 9. He sentido ansiedad, inquietud excesiva ☐
- 10. He tenido problemas con la pareja ☐
- 11. He tenido algún accidente ☐
- 12. He tenido problemas legales ☐
- 13. Se han aprovechado de mí sexualmente ☐
- 14. Me he aprovechado sexualmente de alguien ☐
- 15. Me han robado o me han timado ☐
- 16. Me he metido en peleas ☐
- 17. Otras situaciones problemáticas ☐
- 18. Ningún problema ☐
- 99. Ns/Nc (si escoge ésta, ninguna más) ☐

C. BEBIDAS ENERGÉTICAS

Vamos a hablar de las bebidas energéticas (como Red Bull, Monster, Eneryeti, Burn, etc.).

21. Respecto a las bebidas energéticas y pensando en la gente que las consume en general, ¿cuáles crees que son los principales motivos por las que se consumen? Elige los CINCO que te parezcan más importantes. (ROTAR)

- 1. Estar más activo/a, más energético/a ☐
- 2. Por el sabor ☐
- 3. Divertirse y pasarlo bien ☐
- 4. Porque está de moda ☐
- 5. Por experimentar ☐
- 6. Aumentar la creatividad o el ingenio ☐
- 7. Mantenerse despierto/a ☐
- 8. Porque lo toman los/as amigos/as ☐
- 9. Aumentar el rendimiento en el deporte ☐

- 10. Para ligar ☐
- 11. Mejorar las relaciones sexuales ☐
- 12. Aguantar más de fiesta ☐
- 13. Para concentrarse más o mejor ☐
- 14. Aguantar más trabajando o estudiando ☐
- 15. Para no sentirse excluido/a o no parecer distinto/a ☐
- 16. Usarlo como alternativa al alcohol ☐
- 17. Mejorar el estado de ánimo ☐
- 18. Perder peso, acelerar el metabolismo ☐
- 19. Desinhibirse ☐
- 20. Aumentar la seguridad y autoconfianza ☐
- 21. Crea buen ambiente ☐
- 22. Sentirse más atractivo/a, molar más ☐
- 23. Desinhibirse ☐
- 99. Ns/Nc (si escoge ésta ninguna más) ☐

22. ¿Y los motivos por los que la gente no consume bebidas energéticas? Elige los CUATRO que te parezcan más importantes. (ROTAR)

- 1. Es malo para la salud ☐
- 2. Es incompatible con una dieta equilibrada y saludable ☐
- 3. Es imposible controlar el consumo, pueden "enganchar" ☐
- 4. Sabe mal ☐
- 5. Disminuye la creatividad y/o el ingenio ☐
- 6. Bajo sus efectos las relaciones sexuales son peores ☐
- 7. Bajo sus efectos estás más expuesto/a que te pase algo ☐
- 8. Bajo sus efectos estás más irascible ☐
- 9. Otros ☐
- 99. Ns/Nc ☐

23. Y tú... ¿con qué frecuencia consumes algún tipo de bebida energética (Red Bull, Monster, Eneryeti, Burn...)?

- 1. Todos o casi todos los días ☐
- 2. 2 o 3 días a la semana ☐
- 3. 2 o 3 días al mes ☐
- 4. Muy pocas veces (8 o 10 veces al año) ☐
- 5. Casi nunca, no soy consumidor/a ☐
- 6. Las he tomado, pero ya no lo hago ☐
- 7. Nunca las he probado ☐
- 99. Ns/Nc ☐

FILTRO: A QUIENES CONSUMEN O HAN CONSUMIDO
BEBIDAS ENERGÉTICAS; Pregunta 23 = 1-4 y 6

24-31. ¿En cuáles de las siguientes situaciones consumes o has consumido bebidas energéticas? 1 = Nunca; 2 = Casi nunca; 3 = Alguna vez; 4 = Bastantes veces; 5 = Casi siempre; 6 = Siempre; 99 = Ns/Nc

24. Trabajando (o en el trabajo)

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

25. Haciendo deporte

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

26. Estudiando (o en el centro de estudios)

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

27. Saliendo de fiesta

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

28. Cuando conduces

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

29. En el tiempo libre, pasando el rato sin más (en un parque, charlando con amigos/as, etc.)

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

30. En tu tiempo libre, durante el ocio digital (jugando a videojuegos, navegando por internet, etc.)

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

31. Cuando te juntas a tomar algo con alguien en un bar, cafetería, etc.

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

FILTRO: A QUIENES HAN PROBADO LAS BEBIDAS ENERGÉTICAS; Pregunta 23 = 1-6

32. Y tú, personalmente, ¿por cuáles de los siguientes motivos consumes o has consumido bebidas energéticas? Elige los CINCO que te parezcan más importantes. (ROTAR)

- 1. Estar más activo/a, más energético/a ☐
- 2. Me gusta el sabor ☐
- 3. Divertirme y pasarlo bien ☐
- 4. Porque está de moda ☐
- 5. Aumentar la creatividad o el ingenio ☐
- 6. Mantenerme despierto/a ☐
- 7. Porque lo toman mis amigos/as ☐
- 8. Aumentar el rendimiento en el deporte ☐
- 9. Para ligar ☐
- 10. Mejorar las relaciones sexuales ☐
- 11. Aguantar más de fiesta ☐
- 12. Para concentrarse más o mejor ☐
- 13. Aguantar más trabajando o estudiando ☐
- 14. Para no sentirse excluido/a o no parecer distinto/a ☐
- 15. Usarlo como alternativa al alcohol ☐

- 16. Mejorar el estado de ánimo ☐
- 17. Perder peso, acelerar el metabolismo ☐
- 18. Desinhibirse ☐
- 19. Aumentar la seguridad y autoconfianza ☐
- 20. Crea buen ambiente ☐
- 21. Me siento más atractivo/a, molo más ☐
- 22. Otros motivos ☐
- 99. Ns/Nc (si escoge ésta ninguna más) ☐

33. ¿En alguna ocasión has sentido algún tipo de problemas tras consumir bebidas energéticas? Señala TODOS los que hayas sentido. (ROTAR)

- 1. Taquicardia, arritmia ☐
- 2. Náuseas ☐
- 3. Convulsiones ☐
- 4. Nerviosismo, irritabilidad, ansiedad ☐
- 5. Insomnio, problemas para dormir ☐
- 6. Falta de coordinación motriz ☐
- 7. Dificultad para mantener la atención ☐
- 8. Cambios en el apetito ☐
- 9. Cambios de humor ☐
- 10. Estrés, ansiedad ☐
- 11. Nunca, no he sentido ninguna ☐
- 99. Ns/Nc (si escoge ésta ninguna más) ☐

34. ¿Alguna vez te has planteado dejar de consumir bebidas energéticas o consumirlas menos?

- 1. Sí, he pensado en dejar de consumir, pero no lo he hecho ☐
- 2. Sí, he pensado en consumir menos, pero no lo he hecho ☐
- 3. Sí, ahora no consumo nunca ☐
- 4. Sí, ahora consumo menos ☐
- 5. No ☐
- 99. Ns/Nc ☐

FILTRO: A QUIENES HAN DEJADO DE CONSUMIR BEBIDAS ENERGÉTICAS
O HAN REDUCIDO SU CONSUMO O HAN PENSADO EN ELLO; Pregunta 34 = 1-4

35. ¿Por qué motivo o motivos? MÁXIMO CUATRO RESPUESTAS (ROTAR)

1. Me provoca malestar físico puntual
(náuseas, mareos, taquicardias...) ☐
2. Es malo para la salud ☐
3. Es incompatible con una dieta equilibrada y saludable ☐
4. Me provoca insomnio ☐
5. Dificulta mi concentración y capacidad de atención ☐
6. Hace que rinda peor en los estudios y/o trabajo ☐
7. Dificulta que me relacione con la gente ☐
8. Hace que esté más irascible, de peor humor ☐
9. Me quita el apetito ☐
10. No me gusta el sabor ☐
11. Dificulta o hace peores mis relaciones sexuales ☐
12. No puedo controlar su consumo, me estaba enganchando ☐
13. Disminuye mi creatividad y/o ingenio ☐
14. Saca una parte de mí que no me gusta ☐
15. Aguanto menos de fiesta ☐
16. Estaba engordando ☐
17. Simplemente me cansé de consumir ☐
18. Otros ☐
99. Ns/Nc (si contesta ésta, ninguna más) ☐

FILTRO: A QUIENES NUNCA HAN PROBADO
LAS BEBIDAS ENERGÉTICAS; Pregunta 23 = 7

36. ¿Cuáles son los principales motivos por los que no tomas bebidas energéticas? Elige los CUATRO que te parezcan más importantes (ROTAR)

1. Me podría provocar malestar físico puntual
(náuseas, mareos, taquicardias...) ☐
2. Es malo para la salud ☐

3. Es incompatible con una dieta equilibrada y saludable ☐
4. Me podría provocar insomnio ☐
5. Dificultaría mi concentración y capacidad de atención ☐
6. Podría hacer que rindiera peor en los estudios y/o trabajo ☐
7. Dificulta que me relacione con la gente ☐
8. Podría hacer que esté más irascible, de peor humor ☐
9. Me quitaría el apetito ☐
10. Haría peores mis relaciones sexuales ☐
11. No podría controlar su consumo, me podría enganchar ☐
12. Disminuye mi creatividad y/o ingenio ☐
13. Saca una parte de mí que no me gusta ☐
14. Aguanto menos de fiesta ☐
15. Podría engordar ☐
16. Otros ☐
17. No he tenido la ocasión de probarlas ☐
99. Ns/Nc (si constesta esta, ninguna más) ☐

A TODA LA MUESTRA

37-40. ¿Hasta qué punto crees que puede ser dañina cada una de las siguientes situaciones? Para cada una de ellas se trata de que digas en qué medida te parece dañina, en una escala del 0 al 10, siendo 0 "nada dañina" y 10 "muy dañina". 99 = Ns/Nc.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

37. Tomar bebidas energéticas a diario o casi a diario

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

38. Tomar refrescos (Coca-Cola, Nestea, Sprite, Fanta...) a diario o casi a diario

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

39. Tomar café o té a diario o casi a diario

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

40. Tomar bebidas isotónicas a diario o casi a diario

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

D. ALCOHOL

Pensando ahora en las bebidas alcohólicas...

41. ¿Cuáles de las siguientes razones crees que son las más importantes para que las personas consuman alcohol? Elige las CUATRO que te parezcan más importantes (ROTAR)

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. Para divertirse y pasarlo bien | ☐ |
| 2. Porque está de moda | ☐ |
| 3. Para aumentar la creatividad y/o el ingenio | ☐ |
| 4. Para relajarse | ☐ |
| 5. Para evadirse | ☐ |
| 6. Porque hay que probar de todo | ☐ |
| 7. Para aumentar la seguridad y autoconfianza | ☐ |
| 8. Porque lo consume su grupo de amigos | ☐ |
| 9. Porque gusta el sabor | ☐ |
| 10. Porque acompaña bien algunas comidas | ☐ |
| 11. Porque crea buen ambiente | ☐ |
| 12. Para desinhibirse | ☐ |
| 13. Para ligar y/o posibilitar relaciones sexuales | ☐ |
| 14. Para hacer que las relaciones sexuales sean mejores | ☐ |
| 15. Porque aguantas más de fiesta | ☐ |
| 16. Porque aguantas más trabajando o estudiando | ☐ |
| 17. Para no sentirse excluido/a o no parecer distinto/a | ☐ |
| 18. Ninguna de las anteriores | ☐ |
| 99. Ns/Nc | ☐ |

42. ¿Y los motivos para NO consumir alcohol o consumirlo menos? Elige las CUATRO que te parezcan más importantes (ROTAR)

1. Es malo para la salud ☐
2. Es incompatible con una dieta equilibrada y saludable ☐
3. Está de moda no consumir alcohol ☐
4. Es imposible controlar el consumo ☐
5. Hay muchas posibilidades de engancharse ☐
6. Sabe mal ☐
7. Disminuye otras sensaciones ☐
8. Disminuye la creatividad y/o el ingenio ☐
9. Bajo sus efectos haces cosas que no debes ☐
10. Bajo sus efectos haces cosas que no quieres ☐
11. Bajo sus efectos las relaciones sexuales son peores ☐
12. Bajo sus efectos es más difícil relacionarse ☐
13. Bajo sus efectos te vuelves más agresivo/a ☐
14. Bajo sus efectos estás más expuesto/a
a que te pueda pasar algo ☐
15. Bajo sus efectos estás más irascible ☐
16. Cuando bebes aguantas menos de fiesta ☐
17. Otros ☐
18. No hay ningún motivo para no consumir alcohol ☐
99. Ns/Nc ☐

43. ¿Con qué frecuencia tomas bebidas alcohólicas (de cualquier tipo: cerveza, vino, licores, bebidas destiladas y combinados u otras bebidas alcohólicas)?

1. Todos o casi todos los días ☐
2. 2 o 3 días a la semana ☐
3. 2 o 3 días al mes ☐
4. Muy pocas veces (8 o 10 veces al año) ☐
5. Casi nunca, no soy consumidor/a ☐

6. Las he tomado, pero ya no lo hago ☐
7. Nunca las he probado ☐
99. Ns/Nc ☐

FILTRO: A QUIENES CONSUMEN O HAN CONSUMIDO ALCOHOL
Pregunta 43 = 1-5 y 6

44-51. ¿En cuáles de las siguientes situaciones consumes o has consumido bebidas alcohólicas en los últimos 12 meses? 1 = Nunca; 2 = Casi nunca; 3 = Alguna vez; 4 = Bastantes veces; 5 = Casi siempre; 6 = Siempre; 99 = Ns/Nc

44. Trabajando

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

45. Estudiando

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

46. Cuando sales de fiesta

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

47. Comiendo

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

48. Cuando vas a tener o pretendes tener relaciones sexuales

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

49. En el tiempo libre, pasando el rato sin más (en un parque, charlando con amigos/as, etc.)

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

50. En tu tiempo libre, durante el ocio digital (jugando a videojuegos, navegando por internet, etc.)

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

51. Cuando te juntas a tomar algo con alguien en un bar, cafetería, etc.

1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	----

FILTRO: A QUIENES HAN PROBADO LAS BEBIDAS ALCOHOLICAS; Pregunta 43 = 1-6

52. En tu caso, ¿cuáles de los siguientes motivos son los principales para que consumas alcohol? Elige los CUATRO que te parezcan más importantes (ROTAR RESPUESTAS)

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. Para divertirme y pasarlo bien | ☐ |
| 2. Porque está de moda | ☐ |
| 3. Para aumentar la creatividad y/o el ingenio | ☐ |
| 4. Para relajarme | ☐ |
| 5. Para evadirme | ☐ |
| 6. Porque hay que probar de todo | ☐ |
| 7. Para aumentar la seguridad y autoconfianza | ☐ |
| 8. Porque lo consume mi grupo de amigos | ☐ |
| 9. Porque me gusta el sabor | ☐ |
| 10. Porque acompaña bien algunas comidas | ☐ |
| 11. Porque crea buen ambiente | ☐ |
| 12. Para desinhibirme | ☐ |
| 13. Para ligar y/o posibilitar relaciones sexuales | ☐ |
| 14. Para hacer que las relaciones sexuales sean mejores | ☐ |
| 15. Porque aguanto más de fiesta | ☐ |
| 16. Porque aguanto más trabajando o estudiando | ☐ |
| 17. Para no sentirme excluido/a o no parecer distinto/a | ☐ |
| 18. Ninguna de las anteriores | ☐ |
| 99. Ns/Nc | ☐ |

53. En los últimos 30 días, ¿con qué frecuencia has bebido lo suficiente para sentirte borracho/a (por ejemplo, con sensación de inestabilidad, dificultades para hablar, no enterarte bien de lo que pasa...)?

- 1. Nunca ☐
- 2. Una vez ☐
- 3. Dos o tres veces ☐
- 4. Más de tres veces ☐
- 9. Ns/Nc ☐

54. En los últimos doce meses ¿consideras que el consumo de alcohol ha sido el causante de alguna de las siguientes situaciones? Señala todas las que te hayan ocurrido (ROTAR)

- 1. He faltado a clase o al trabajo ☐
- 2. Me ha costado concentrarme/rendir en los estudios o el trabajo ... ☐
- 3. He sentido falta de ánimo o tristeza ☐
- 4. Me ha costado dormir ☐
- 5. He tenido problemas en los estudios o el trabajo
(me han sancionado, reprendido, etc.) ☐
- 6. He tenido conflictos familiares (con padres, hermanos) ☐
- 7. He gastado más de lo que debía ☐
- 8. He tenido problemas con amistades ☐
- 9. He sentido ansiedad, inquietud excesiva ☐
- 10. He tenido problemas con la pareja ☐
- 11. He tenido algún accidente ☐
- 12. He tenido problemas legales (multas, sanciones...) ☐
- 13. Se han aprovechado de mí sexualmente ☐
- 14. Me he aprovechado sexualmente de alguien ☐
- 15. Me han robado o me han timado ☐
- 16. Me he metido en peleas ☐

17. Otros ☐
18. Ningún problema (si señala ésta, ninguna más) ☐
99. Ns/Nc ☐

55. ¿En alguna ocasión has sentido arrepentimiento después de haber consumido alcohol?

1. Sí, con mucha frecuencia ☐
2. Sí, algunas veces ☐
3. Nunca ☐
99. Ns/Nc ☐

56. ¿Y en alguna ocasión has bebido alcohol sin que te apeteciera?

1. Sí, con mucha frecuencia ☐
2. Sí, algunas veces ☐
3. Nunca ☐
99. Ns/Nc ☐

57. ¿Alguna vez te has planteado dejar de consumir alcohol o consumirlo menos?

1. Sí, he pensado en dejar de consumir, pero no lo he hecho ☐
2. Sí, he pensado en consumir menos, pero no lo he hecho ☐
3. Sí, ahora no consumo nunca ☐
4. Sí, ahora consumo menos ☐
5. No ☐
6. Ns/Nc ☐

FILTRO: A QUIENES HAN DEJADO DE CONSUMIR ALCOHOL
O HAN REDUCIDO SU CONSUMO O HAN PENSADO EN ELLO; Pregunta 57 = 1-4

58. ¿Por qué motivo o motivos? MÁXIMO CUATRO RESPUESTAS

1. Me provoca malestar físico puntual
(náuseas, mareos, resacas...) ☐
2. Es malo para la salud ☐

3. Es incompatible con una dieta equilibrada y saludable ☐
4. Me provoca insomnio ☐
5. Dificulta mi concentración ☐
6. Hace que rinda peor en los estudios y/o trabajo ☐
7. Dificulta que me relacione con la gente ☐
8. Hace que esté más irascible, de peor humor ☐
9. Me quita el apetito ☐
10. No me gusta el sabor ☐
11. Dificulta o hace peores mis relaciones sexuales ☐
12. Está de moda no consumir alcohol ☐
13. No puedo controlar su consumo ☐
14. Me estaba enganchando ☐
15. Provoca que haga cosas que no debo ☐
16. Provoca que haga cosas que no quiero ☐
17. Disminuye mi creatividad y/o ingenio ☐
18. Saca una parte de mí que no me gusta ☐
19. Aguanto menos de fiesta ☐
20. Hace que me vuelva agresivo/a ☐
21. Simplemente me cansé de consumir ☐
22. Otros ☐
99. Ns/Nc ☐

FILTRO: A QUIENES NUNCA HAN PROBADO EL ALCOHOL; Pregunta 43 = 7

59. ¿Cuáles son los principales motivos por los que no tomas bebidas alcohólicas? Elige los CUATRO que te parezcan más importantes (ROTAR)

1. Me podría provocar malestar físico puntual (náuseas, mareos, resacas...) ☐
2. Es malo para la salud ☐
3. Es incompatible con una dieta equilibrada y saludable ☐

4. Me podría provocar insomnio ☐
5. Dificultaría mi concentración y capacidad de atención ☐
6. Podría hacer que rindiera peor en los estudios y/o trabajo ☐
7. Dificulta que me relacione con la gente ☐
8. Podría hacer que esté más irascible, de peor humor ☐
9. Me quitaría el apetito ☐
10. Haría peores mis relaciones sexuales ☐
11. Está de moda no consumir alcohol ☐
12. Me preocupa no poder controlar su consumo,
me podría enganchar ☐
13. Me preocupa que saque una parte de mí que no me gusta ☐
14. Me preocupa que me haga engordar ☐
15. Otros ☐
16. No he tenido la ocasión de probarlas ☐
99. Ns/Nc (si constesta ésta, ninguna más) ☐

A TODA LA MUESTRA

60-65. ¿Hasta qué punto crees que es probable que el consumo frecuente de alcohol produzca cada uno de los siguientes tipos de problemas? Utiliza la escala de 0 "nada probable que se produzca" a 10 "completamente seguro que se produzca". 99 = Ns/Nc.

60. Enfermedades o problemas físicos

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

61. Problemas de relación con la familia, la pareja o los amigos/as

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

62. Enfermedades mentales

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

63. Problemas en el trabajo o los estudios

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

64. Problemas legales (multas, sanciones...)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

65. Crisis agudas o pasajeras de ansiedad, agitación, pérdida de control

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

66-67. ¿Qué grado de peligrosidad crees que tienen las siguientes circunstancias? Señala para cada una de ellas en qué medida te parece dañina, en una escala del 0 al 10, siendo 0 "nada dañina" y 10 "muy dañina". 99 = Ns/Nc.

66. Consumir bebidas alcohólicas a diario o casi a diario

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

67. Consumir bebidas alcohólicas todos los fines de semana

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

FILTRO: A QUIENES CONSUMEN BEBIDAS ENERGÉTICAS Y ALCOHOL ALGUNA VEZ; Pregunta 23 = 1-5 y Pregunta 43 = 1-5

68. En tu caso, ¿con qué frecuencia combinas alcohol y bebidas energéticas?

- 1. Con mucha frecuencia ☐
- 2. Con bastante frecuencia ☐
- 3. Algunas veces ☐
- 4. Casi nunca ☐
- 5. Nunca ☐
- 99. Ns/Nc ☐

FILTRO: A QUIENES MEZCLAN ALCOHOL Y BEBIDAS ENERGÉTICAS
Pregunta 68 = 1-4

69. ¿Cuáles son las principales razones por las que combinas estos dos tipos de bebidas? Elige las TRES que te parezcan más importantes (ROTAR)

- 1. Porque está de moda ☐
- 2. Porque lo consume mi grupo de amigos ☐
- 3. Porque aguanto más de fiesta ☐
- 4. Porque rebaja los efectos del alcohol (te emborrachas menos) ☐
- 5. Porque aumenta los efectos del alcohol (te emborrachas más) ☐
- 6. La mezcla sabe mejor que beber sólo alcohol ☐
- 7. Me gusta más el sabor que otras combinaciones
(alcohol con zumo, con refresco...) ☐
- 8. Otras razones ☐
- 99. Ns/Nc ☐

A TODA LA MUESTRA

70. ¿Hasta qué punto consideras que es dañino mezclar el alcohol con bebidas energéticas? Señala en qué medida te parece dañino mezclar, utilizando una escala de 0 a 10, siendo 0 "nada dañino" y 10 "muy dañino" (99 = Ns/Nc).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

E. INFORMACIÓN

A TODA LA MUESTRA

71. ¿Cómo consideras que es tu información sobre los efectos del consumo de alcohol?

- 1. Muy buena ☐
- 2. Buena ☐
- 3. Insuficiente ☐
- 4. Nula ☐
- 99. Ns/Nc ☐

72. ¿Y sobre los efectos del consumo de bebidas energéticas?

- 1. Muy buena ☐
- 2. Buena ☐
- 3. Insuficiente ☐
- 4. Nula ☐
- 99. Ns/Nc ☐

**73. Si quisieras recibir información sobre el alcohol, ¿en qué fuente confías más?
ELIGE LAS TRES EN LAS QUE MÁS CONFÍES (ROTAR)**

- 1. Amigos/as ☐
- 2. Padre/madre ☐
- 3. Hermanos/as ☐
- 4. Otros familiares ☐
- 5. Profesores/as, maestros/as ☐
- 6. Médicos/as, psicólogos/as, especialistas ☐
- 7. Medios de comunicación convencionales (televisión, prensa...) ☐
- 8. Páginas web, foros, medios en internet ☐
- 9. Influencers, youtubers, gamers ☐
- 10. Podcast ☐
- 11. Revistas o libros especializados ☐
- 12. Mi propia experiencia con su consumo ☐
- 13. Ninguna de las anteriores (si señala ésta, ninguna más) ☐
- 99. Ns/Nc ☐

74. Y para recibir información sobre bebidas energéticas, ¿en qué fuente confías más? ELIGE LAS TRES EN LAS QUE MÁS CONFÍES (ROTAR)

- 1. Amigos/as ☐
- 2. Padre/madre ☐
- 3. Hermanos/as ☐
- 4. Otros familiares ☐

- 5. Profesores/as, maestros/as ☐
- 6. Médicos/as, psicólogos/as, especialistas ☐
- 7. Medios de comunicación convencionales (televisión, prensa...) ☐
- 8. Páginas web, foros, medios en internet ☐
- 9. Influencers, youtubers, gamers ☐
- 10. Podcast ☐
- 11. Revistas o libros especializados ☐
- 12. Mi propia experiencia con su consumo ☐
- 13. Ninguna de las anteriores ☐
- 99. NS/NC ☐

JÓVENES ENTRE BEBIDAS ENERGÉTICAS Y ALCOHÓLICAS

Centro
Reina Sofía

fad
Juventud

Financiado por



Con el apoyo de:

 **Santander**

 **Telefónica**