

La situación del consumo de alcohol por menores de edad en Carolina del Norte

Resumen ejecutivo cuantitativo

Metodología

McLaughlin & Associates llevó a cabo una encuesta entre padres y estudiantes de Carolina del Norte. Se realizó una encuesta con 500 padres de estudiantes de escuela media y secundaria en todo el estado entre el 27 de marzo y el 9 de abril de 2017. También se realizó una encuesta en todo el estado con 300 estudiantes de escuela media y secundaria, entre el 27 de marzo y el 11 de abril de 2017. Este es un estudio único con todas las entrevistas que realizaron vía telefónica, entrevistadores profesionales. A todos los participantes, tanto padres como estudiantes, se les prometió confidencialidad y que sus respuestas individuales personales se mantendrían privadas. Antes de realizar la entrevista con cada estudiante, el entrevistador recibió el permiso por parte del padre o la madre o del tutor del estudiante, para poder llevar a cabo la encuesta. La selección de la encuesta fue realizada al azar dentro de unidades geográficas predeterminadas. Estas unidades se estructuraron estadísticamente para correlacionarlas con los modelos apropiados de población. El margen de error de la muestra de 500 padres está dentro del +/- 4.5% con un 95 % de intervalo de confianza. La precisión de la muestra de 300 estudiantes es de +/- 5.7 % a un intervalo de confianza del 95 %. Los resultados de la encuesta en este resumen han sido redondeados y puede que totalicen el 100.

Resumen de la encuesta a los padres y hallazgos claves.

La encuesta realizada entre padres de estudiantes de escuela media y secundaria demuestra que la campaña TalkItOutNC ha continuado su habilidad para llegar a su público que se desea alcanzar e influir en las actitudes y el comportamiento de los padres en lo que respecta a la cuestión del consumo de alcohol por menores de edad. Con el fin de mantener y hacer crecer la influencia de la campaña, se necesita mantener un enfoque continuo y a largo plazo.

Aunque a una tasa menor en comparación con el año pasado, los resultados de la encuesta muestran que la campaña de publicidad pagada TalkItOutNC ha continuado con éxito en llegar a los padres a quienes se deseaba alcanzar. El 41% de los padres que recuerdan un anuncio acerca de detener el consumo de alcohol por menores de edad es 5 puntos más bajo que el 46% del año pasado. La recuperación de anuncios aumenta entre los padres en los mercados de medios de Greensboro, Wilmington y el este. El record de anuncios es mayor entre padres blancos e hispanos que los padres afroamericanos.

Durante los últimos meses, ¿ha visto, leído o escuchado cualquier publicidad sobre detener el consumo de alcohol por menores de edad?

	Total	Raleigh	Charlotte	Greensboro	Wilmington	Este	Oeste
Sí	41	41	37	46	46	44	31
No	56	56	60	50	46	54	67

* Este = Los mercados de Greenville-New Barn, Myrtle Beach y Norfolk

*Oeste = Los mercados de Atlanta, Chattanooga y Greenville-Ashville

	Blanco	Afroamericano	Hispano	Hombres	Mujeres
Sí	45	31	43	40	41
No	52	66	52	57	56

- Los padres recuerdan imágenes y mensajes específicos de la publicidad. Las respuestas textuales verbales de lo que ellos recuerdan más de los avisos son: “manejar ebrio” (12 %), “muchacha sola/deja de respirar” (11 %), “Inquietante / chocante / horrible” (8 %), “hablar/consumo de alcohol por menores de edad” (7 %), “consumo de alcohol por menores de edad/problema serio (6 %) “padre molesto/ niño en el hospital” (5 %), “consecuencias / futuro” (4 %), “daños cerebrales” (3 %) y “detener el consumo de alcohol por menores de edad” (3 %).
- Virtualmente, las tres cuartas partes (74 %) de los padres dicen que los avisos los hacen más propensos a hablar con los hijos sobre el consumo de alcohol por menores de edad y los peligros del alcohol.

Dos de cada cinco padres recuerdan específicamente la publicidad del “pulmón” (41 %) y la del “ventilador” (44 %). La mayoría de los padres en el área del mercado de Raleigh recuerdan ambos anuncios. Lo que se recuerda de los anuncios disminuye fuera de los principales mercados de medios. El recuerdo entre padres blancos es similar para ambos anuncios. Lo que se recuerda del anuncio del “ventilador” es significativamente más alto que el anuncio del “pulmón” entre padres afroamericanos e hispanos. En general, lo que recuerdan los padres hispanos es menor que los padres blancos y afroamericanos.

Porcentaje de padres que recuerdan la publicidad de “pulmón” y “ventilador”

	Total	Raleigh	Charlotte	Greensboro	Wilmington	Este	Oeste
Publicidad del “pulmón”	41	54	43	45	9	23	9
Publicidad del “ventilador”	44	56	45	46	34	34	6

*Este = Mercados de Greenville-New Barn, Myrtle Beach y Norfolk

***Oeste = Mercados de Atlanta, Chattanooga y Greenville-Ashville**

	Blanco	Afroamericano	Hispanos	Hombres	Mujeres
Publicidad del “pulmón”	44	37	22	39	42
“Publicidad del ventilador”	43	50	34	45	44

- Uno de cada cinco padres (20 %) ha escuchado o visitado la página web TalkItOutNC.org o las páginas de los medios sociales. Si es una prioridad hacer que los padres visiten la página web o sitios de redes, los sitios web o los medios sociales necesitarán una presencia más fuerte en internet y en publicidad.
- Más de 9 de cada 10 padres (95 %) han hablado con sus hijos sobre el consumo de alcohol por menores de edad, lo que es un poco más alto que la encuesta previa (92 %).

La frecuencia con la que los padres hablan con sus hijos acerca del consumo de alcohol por menores de edad ha experimentado un ligero descenso en los últimos dos años. Sin embargo, la frecuencia de comunicación es un poco más alta entre aquellos que han visto, leído o escuchado la publicidad en comparación con los que no recuerdan el anuncio. En general, un 37 % de padres dicen que ellos hablan “con frecuencia” con sus hijos sobre el consumo de alcohol por mejores de edad. Entre los padres que recuerdan una publicidad, el 42 % “con frecuencia” habla con sus hijos comparado con el 33 % de aquellos padres que no recuerdan el anuncio.

¿Diría usted que habla sobre el abuso de bebidas alcohólicas y el consumo de alcohol por menores de edad con sus hijos con frecuencia, algunas veces o rara vez?

	7/21/14	4/9/15	2/24/16	4/9/17	Sí recuerda la publicidad	NO recuerda la publicidad
Con frecuencia	33	43	39	37	42	33
Algunas veces	48	41	46	47	45	47
Rara vez	19	16	15	16	12	19
No sabe	0	1	1	0	1	0

Cuatro de cada cinco padres (83 %) han hablado con sus hijos sobre el consumo de alcohol por menores de edad durante los últimos meses. Los resultados muestran que la campaña de medios pagados ha tenido un impacto cuando están hablando con sus hijos. Si recuerdan un anuncio, el 89 % ha hablado con sus hijos sobre el consumo de alcohol por menores de edad. Si no recuerdan un anuncio, el porcentaje disminuye al 79 %, lo que significa una brecha de 10 puntos.

Específicamente, ¿ha hablado usted sobre el abuso de bebidas alcohólicas o el consumo de alcohol por menores de edad con sus hijos durante los últimos meses?

	4/9/15	2/24/16	4/9/17	Sí recuerda la publicidad	NO recuerda la publicidad
Sí	86	83	83	89	79
No	13	16	17	10	21
No sabe	1	1	0	1	0

Cuatro de cada cinco padres (81%) consideran que el consumo de alcohol en su comunidad es un problema. Los porcentajes de "problema" y "no problema" disminuyeron levemente este año debido a que el porcentaje "no sabe" aumentó. Aunque el porcentaje de padres que lo consideran un problema "serio" sigue siendo prácticamente el mismo en el 42%, los resultados ilustran la campaña de los medios de comunicación ha influido en este grupo. Si recuerdan un anuncio, el 47 % dice que el problema es "serio", en comparación con el 40 % entre aquellos que no recuerdan un anuncio.

¿Usted cree que el consumo de alcohol por menores de edad en su comunidad es un problema serio, un problema pequeño o no es problema?

	7/21/14	4/9/15	2/24/16	4/9/17	Sí recuerda la publicidad	NO recuerda la publicidad
Problema	84	87	84	81	85	79
Serio	37	44	43	42	47	40
Pequeño	47	43	42	39	38	39
No es un problema	10	7	10	8	5	10
No sabe	6	5	6	11	10	11

El nivel de preocupación de los padres con relación a sus propios hijos sobre el consumo de alcohol sigue siendo mucho menor que la opinión de que el consumo de alcohol por menores de edad es un problema en la comunidad. Aunque el 81 % considera que el consumo de alcohol es un problema en su comunidad, incluyendo el 42 % que dice que es un problema "serio", el 60 % está preocupado de que sus hijos consuman alcohol con solo el 13 % que expresaron que estaban "muy" preocupados. La preocupación general acerca de sus hijos sobre el consumo de bebidas alcohólicas, sigue siendo prácticamente la misma que la última encuesta. El porcentaje de los que están "muy" preocupados es de un 19 % a 13 %. El porcentaje en general es 8 puntos más fuerte entre los padres que recuerdan un anuncio (64 %) que entre los padres que no recuerdan un anuncio (56 %).

¿Qué tan preocupado está usted que sus hijos beban alcohol?

	7/21/14	4/9/15	2/24/16	4/9/17	SÍ recuerda la publicidad	NO recuerda la publicidad
Preocupado	64	59	59	60	64	56
Muy preocupado	18	16	19	13	14	13
Algo preocupado	46	43	40	47	50	43
Nada preocupado	36	41	40	39	36	43

- La edad promedio en la que los padres piensan que es apropiado comenzar a hablar con sus hijos sobre el abuso de bebidas alcohólicas y el consumo de alcohol por menores de edad es de 10.2 años, lo que es esencialmente igual a la última encuesta (10.3). La mitad (50 %) piensa que está bien comenzar a hablar con los niños de 10 años de edad o más jóvenes. Entre los padres que recuerdan una publicidad, una pequeña mayoría (52 %) piensa que es apropiado comenzar a hablar con sus hijos cuando tienen 10 años de edad o menos. Este grupo es 48 % entre los padres que no recuerdan la publicidad.
- La mayoría (56 %) piensa que sería apropiado que sus hijos probaran una bebida alcohólica a los 21 años de edad o más (4 % opinó a los 25 años de edad o más). Uno de cada cinco padres (21 %) piensa que está bien que sus hijos prueben el alcohol entre los 28 y 20 años de edad, 8 % dijo que entre los 15 y 17 años de edad y un 5 % dijo que está bien a los 14 años de edad o menos. La edad promedio que los padres piensan que es apropiado que sus hijos prueben el alcohol es a los 19.7 años de edad. La mayoría que piensa que sus hijos deberían esperar hasta que cumplan los 21 años de edad para probar el alcohol es 58 % entre los padres que recuerdan una publicidad y un 54 % de padres que no recuerdan un anuncio.
- La abrumadora mayoría de los padres (90 % a 8 %) creen que los niños que consumen alcohol siendo menores de edad son más propensos a actuar de manera irresponsable y tomar malas decisiones, en lugar de ser capaces de controlar el consumo de alcohol y tomar decisiones responsables.

La mayoría de los padres continúa creyendo que los amigos influyen más que los padres sobre si los menores deben consumir alcohol o no. El porcentaje que dice que los padres tienen más influencia ha fluctuado un poco en comparación con las encuestas anteriores.

¿Quién o qué piensa usted que tiene la mayor influencia en menores sobre si consumen o no bebidas alcohólicas?

	7/21/14	4/9/15	2/24/16	4/9/17
Amigos/Compañeros	55	60	58	61
Padres	35	30	34	30
Medios	8	7	6	6
Sistema escolar	1	1	1	2
No sabe	2	2	1	1

Resumen de la encuesta a los estudiantes y hallazgos claves.

La encuesta a los estudiantes ilustra que la campaña publicitaria de TalkItOutNC continúa llegando y dejando una impresión en los estudiantes de secundaria y preparatoria. A pesar de que los anuncios se dirigen a los padres, los resultados indican una influencia positiva en las actitudes y comportamientos de los estudiantes. La encuesta también destaca algunos de los desafíos que la campaña sigue enfrentando. La mayoría de los estudiantes conoce a personas de su edad que han probado alcohol. La edad promedio de un estudiante que prueba el alcohol por primera vez es de 14 años y 2 de cada 5 estudiantes beben al menos una vez al mes.

La campaña continúa alcanzando con éxito a su población de estudiantes específica. Al igual que en la encuesta del año pasado (54 %), la mayoría (52 %) de los estudiantes recuerda haber visto, oído o leído un anuncio sobre cómo detener el consumo de alcohol por menores de edad. El recuerdo de un anuncio es 11 puntos más fuerte entre los estudiantes que los padres (52 % a 41 %). La mayoría recuerda que es evidente en los grandes mercados de los medios de comunicación. El recuerdo es más alto entre los estudiantes blancos que los afroamericanos.

Durante los últimos meses, ¿ha visto, leído o escuchado publicidad sobre detener el consumo de alcohol por menores de edad?

	Total	Raleigh	Charlotte	Greensboro	Wilmington	Este	Oeste
Sí	52	51	55	54	31	53	43
No	47	49	43	43	56	48	57

*Este: Los mercados de Greenville-New Barn, Myrtle Beach y Norfolk

*Oeste = Los mercados de Atlanta, Chattanooga y Greenville-Ashville

	Blanco	Afroamericano	Hombres	Mujeres
Sí	54	47	51	52
No	45	51	46	48

- Los datos muestran que los anuncios y los mensajes dejaron una impresión. Las respuestas principales a lo que más recuerdan acerca de los anuncios son: "conducción en estado de

ebriedad" (12 %), "niña sola / deja de respirar" (11 %), "solo recuerda anuncios" (8 %), "inquietante / chocante / horrible" (8 %), "hablar/consumo de alcohol" (7 %), "consumo de alcohol por menores de edad/serio" (6 %), "padre disgustado/hijo en el hospital" (5%), "consecuencias/futuro" (4 %), "daños cerebrales" (3 %) y "detener el consumo de alcohol por menores de edad" (3 %).

- Virtualmente, las tres cuartas partes de los estudiantes (74 %) dicen que los anuncios harán que los estudiantes tengan más probabilidades de hablar con sus padres sobre el consumo de alcohol por menores de edad y los peligros del alcohol.
- Casi uno de cada cinco estudiantes (18 %) han escuchado o visitado la página de internet TalkItOutNC.org o los medios sociales. El porcentaje de este grupo de estudiantes es 11 puntos más alto (24 % a 13 %) entre aquellos que recuerdan una publicidad que aquellos que no recuerdan ningún anuncio.

El último año, cuatro de cada cinco estudiantes (83 %) dicen que sus padres hablan con ellos sobre el consumo de alcohol. Sin embargo, el 61 % dice "algunas veces" y solo el 22 % dice "mucho". Menos de 1 de cada cinco estudiantes (16 %) dice que sus padres "nunca" han hablado con ellos sobre el alcohol. El noventa y cinco por ciento de los padres dicen que ellos han hablado con sus hijos sobre el alcohol. Entre estos padres, el 37 % dice que hablan "con frecuencia" con sus hijos, el 47 % dice "algunas veces" y 16 % dicen "rara vez". A pesar de que las preguntas no son idénticas, sigue siendo evidente que los padres y los estudiantes calculan diferente la frecuencia con la que hablan del consumo de alcohol. La comunicación entre padres e hijos es mayor entre los estudiantes que recuerdan un anuncio (86 %) que entre aquellos que no recuerdan un anuncio (81 %). El porcentaje de "mucho" es 6 puntos más alto (25 % a 19 %) entre los estudiantes que recuerdan un anuncio que entre aquellos que no recuerdan un anuncio.

¿Dirías que tus padres hablan contigo sobre el consumo de alcohol mucho, a veces o nunca?

	7/28/14	4/9/15	3/1/16	4/11/17	Sí recuerda la publicidad	NO recuerda la publicidad
Hablan	81	78	84	83	86	81
Mucho	23	19	20	22	25	19
Algunas veces	58	58	64	61	61	63
Nunca hablan	18	21	16	16	14	19
No sabe	1	1	1	1	1	0

El porcentaje de estudiantes que dice que sus padres han hablado con ellos en los últimos meses aumentó de 58 % a 62 %, en comparación con la última encuesta. Los números muestran que los estudiantes que recuerdan un anuncio tienen más probabilidades de tener una conversación con sus padres que los estudiantes que no recuerdan un anuncio. Por una diferencia de 13 puntos (68% a 55 %), más de dos terceras partes de los estudiantes que recuerdan un anuncio dicen que han hablado con sus padres sobre el alcohol en los últimos meses.

Específicamente, ¿sus padres han hablado contigo sobre el abuso del alcohol o consumo de alcohol por menores de edad en los últimos meses?

	4/9/15	3/1/16	4/11/17	Sí recuerda la publicidad	Sí recuerda la publicidad
Sí	64	58	62	68	55
No	35	42	37	31	43
No sabe	1	0	1	1	2

- Las respuestas principales a "¿de qué hablaron sus padres en su mayoría" son: "no bebas / menor de edad" (33 %), "el alcohol es malo / me lastima" (23 %), "los peligros del alcohol" (11 %), "tomar decisiones correctas / ser responsable" (8 %), "no consumir alcohol y conducir / peligroso" (7 %), "alcohol / actuar diferente" (4 %), "alcoholismo" (3 %) y "evitar la presión de amigos" (2 %).

Nueve de cada diez estudiantes (93 %) continúan creyendo que el consumo de alcohol por personas de su edad es un problema. Tres de cada cinco estudiantes (60 %) consideran que el consumo de alcohol por menores de edad es un problema "grande", similar al año pasado. El porcentaje de "problema" combinado es aproximadamente igual si los estudiantes recuerdan o no un anuncio. La diferencia está entre los estudiantes que consideran que el consumo de alcohol por menores de edad es un problema "grande. Los estudiantes que recuerdan un anuncio son más propensos a considerar al consumo de alcohol como un problema "grande" (62 % a 58 %). Sigue habiendo una desconexión entre las opiniones de los padres y los estudiantes. Tres de cada cinco estudiantes (60 %) dicen que el consumo de alcohol por menores de edad es un problema "grande" en comparación

con dos de cada cinco padres (42 %) que consideran que el consumo de alcohol es un problema "serio" en su comunidad.

¿Crees que el uso de alcohol por personas de tu misma edad es un problema grande, pequeño o no es problema?

	7/28/14	4/9/15	3/1/16	4/11/17	Sí recuerda la publicidad	NO recuerda la publicidad
Problema	87	94	91	93	93	93
Grande	58	54	59	60	62	58
Pequeño	29	40	32	33	31	35
Not a Problem	12	5	9	7	7	6
No es un problema	1	1	0	0	0	1

- Dos de cada cinco estudiantes cree que la mayoría de las personas de su edad están avergonzados o con miedo a hablar con sus padres sobre el alcohol, lo que significa una disminución de 7 puntos en comparación con el año pasado (49 % a 42 %) y bajó 13 puntos durante los últimos 2 años (55 % a 42 %). Los estudiantes de secundaria son más propensos que los estudiantes de escuela media (46 % a 36 %) a pensar que las personas de su misma edad se avergüenzan o tienen temor de hablar con sus padres sobre el alcohol.
- Al igual que la encuesta del año pasado, el 55 % de los estudiantes conocen a personas con edades aproximadas a las de ellos que han hablado sobre el consumo de alcohol, lo que significa 5 puntos menos que la última encuesta. Un poco menos de una tercera parte de estudiantes de escuela media (31 %) y un 71 % de estudiantes de secundaria conocen a alguien de su edad que han hablado del consumo de alcohol.
- Dos terceras partes (36 %) dicen que más personas de edad aproximada a la de ellos piensan que está bien consumir alcohol, lo que es una disminución de 4 puntos en comparación con el año pasado (de 40 % a 36 %) y 7 puntos menos en comparación con 2 años atrás (43 % a 36 %). La mayoría (60 %) dice que las personas de edades aproximadas a las de ellos piensa que no está bien consumir alcohol. Entre los estudiantes de escuela media, el 13 % dice que personas con edades aproximadas a las de ellos piensa que está bien consumir alcohol. El porcentaje es cuatro veces mayor entre los estudiantes de secundaria (51 %).
- Tal como se observó en la encuesta del año pasado, el 61 % de los estudiantes conocen a otras personas de edades aproximadas a las de ellos que han probado alcohol. Más de una tercera parte de estudiantes de escuela media (36 %) conocen a personas de edades como

las de ellos que han probado el alcohol. Más de tres cuartas partes de estudiantes de escuela secundaria (78 %) conocen a gente que han probado el alcohol.

- 14.3 es la edad promedio cuando los estudiantes dicen que las personas de su edad probaron por primera vez el alcohol, lo que es un poco más alto en comparación con el año pasado (13.9). La percepción sobre cuándo la gente de su misma edad probaron alcohol por primera vez es diferente entre estudiantes de escuela media (12.4 años de edad) y estudiantes de secundaria (14.9 años de edad).
- Parecido al año pasado, la pluralidad de estudiantes (45 %) que conocen a personas que han probado alcohol dicen que esos estudiantes toman bebidas alcohólicas al menos, una vez al mes. Dos de cada cinco (41 %) toma menos de una vez al mes. La mayoría de estudiantes de secundaria (54 %) toma al menos una vez al mes, mientras que el 16 % de estudiantes de escuela media lo hacen.
- Cuatro de cada cinco estudiantes (80 %) piensa que sus amigos debería esperar hasta que cumplan los 21 años de edad para comenzar a consumir alcohol. El dieciséis por ciento (16 %) dice que sus amigos deberían esperar hasta tener entre los 18 y 20 años de edad y el 3 % cree que estaría bien que comiencen a consumir alcohol entre los 15 y 17 años de edad. La edad media para comenzar a consumir alcohol es de 20.9. En comparación, el 77 % de los padres piensan que los hijos deberían esperar hasta cumplir los 21 años de edad para consumir alcohol (edad media de 19.7).
- Tal como se ha visto anteriormente, cuatro de cada cinco estudiantes (83 %) cree que si los padres hablan más a sus hijos sobre el consumo de alcohol y los peligros del consumo de alcohol por menores de edad ayudaría a detener el consumo de alcohol por menores de edad. El consenso de la mayoría es mayor entre los estudiantes de escuela media (90 %) que los estudiantes de escuela secundaria (79 %).
- De manera similar, cuatro de cada cinco estudiantes (81 %) cree que si los estudiantes hablaran entre ellos en la escuela sobre el alcohol y los peligros del consumo de alcohol por menores de edad ayudaría a detener el consumo de alcohol por menores de edad. La percepción es la misma entre los estudiantes de escuela media (81 %) y los estudiantes de escuela secundaria (81 %).
- Una mayoría abrumadora de estudiantes (94 % a 4 %) cree que cuando las personas de su edad consumen alcohol, son más propensos a actuar de manera irresponsable y a tomar malas decisiones, en lugar de poder controlar el alcohol y tomar decisiones responsables.