



SONDEO EN LÍNEA
SOBRE EL CONSUMO
DE ALCOHOL EN LA
PANDEMIA EN LA
CIUDAD DE MÉXICO



Tabla de contenido (Índice)

I. INTRODUCCIÓN	2
II. OBJETIVO	4
III. ASPECTOS METODOLÓGICOS	5
IV. RESULTADOS	6
V. HALLAZGOS Y CONCLUSIONES	19
VI. REFERENCIAS.....	20



I. INTRODUCCIÓN

Debido a la actual pandemia causada por el SARS-COV-2 causante de la enfermedad respiratoria COVID-19, el gobierno de la Ciudad de México se ha visto en la necesidad de tomar medidas de prevención contra contagios masivos. Una de las más importantes fue el aislamiento social en casa, lo que permitió evitar un colapso en el sistema de salud.

Debido al distanciamiento social y sus efectos, la Organización Mundial de la Salud (OMS) publicó un documento en el que se refiere al consumo de alcohol durante esta pandemia, en el cual hace un llamado para reducir su uso, debido a los efectos negativos que este provoca.

1. El distanciamiento social puede causar efectos negativos en la salud física y mental de las personas. Entre estos efectos se encuentran: padecer trastorno por estrés agudo, agotamiento, irritabilidad, insomnio, poca concentración, procrastinación, mala alimentación, depresión y ansiedad (Brooks *et al.*,2020; Leingt *et al.*,2017; Lunstad-holt.,2017).

De acuerdo con la OMS, durante la cuarentena las bebidas alcohólicas pueden debilitar el sistema inmunológico haciendo que las personas sean más vulnerables a contagiarse de virus, incluido el SARS-COV-2. En particular, el alcohol compromete el sistema inmunológico del cuerpo y aumenta el riesgo de resultados adversos para la salud. Por tanto, las personas deben disminuir su consumo en cualquier momento, y particularmente durante la pandemia de COVID-19.

De acuerdo con la OMS, el consumo de alcohol durante el aislamiento resulta peligroso teniendo en cuenta que puede complicar los trastornos mentales que sufren las personas por la imposibilidad de salir y llevar su vida normal. Asimismo, puede afectar el estado emocional, el comportamiento y la toma de decisiones, por lo que las personas son más vulnerables a ciertos riesgos, como: conductas temerarias, caídas, lesiones, agresividad y violencia. También existe una relación bien identificada entre encontrarse en aislamiento social y algunas enfermedades mentales como depresión, conducta suicida, trastornos de personalidad y psicosis. Todo esto con un factor común: el estrés.

El estrés es una forma natural de regulación del cuerpo ante situaciones que están fuera de nuestro control. En condiciones normales, el estrés nos ayuda a enfrentar estas situaciones (nos provee de energía y nos permite enfocarnos y reaccionar más rápido ante los cambios). Sin embargo, mantener por mucho tiempo los cambios inducidos por el estrés puede afectar a nuestro cuerpo de muchas formas.

Se piensa que las bebidas alcohólicas ayudan a afrontar el estrés, pero en realidad no son una buena estrategia, pues se sabe que aumentan los síntomas de ansiedad y angustia, depresión y otros trastornos mentales, además del riesgo que entrañan de violencia doméstica e intrafamiliar.

El maltrato y abandono de menores pueden verse agravados por el consumo de bebidas alcohólicas, sobre todo en viviendas con poco espacio, donde no es posible aislarse del bebedor.



El consumo de bebidas alcohólicas puede aumentar durante el confinamiento voluntario, y tanto el aislamiento como la bebida, pueden aumentar el riesgo de suicidio, esto debido a no poder afrontar los problemas económicos, de trabajo, de falta de convivencia, social entre otras; por lo que es muy importante reducir su consumo.

Existe una estrecha relación entre el alcohol y la violencia, incluida la violencia de pareja. Los hombres son responsables de la mayor parte de la violencia contra las mujeres y esto empeora con el consumo de bebidas alcohólicas; y las mujeres víctimas de violencia, tienen más probabilidad de aumentar el consumo de alcohol, como un mecanismo para afrontar su situación.

Los motivos de este incremento de violencia contra las mujeres se adjudican naturalmente al confinamiento de las personas, que se realizó como medida de protección contra la pandemia, pero se relaciona directamente al alcoholismo de los hombres, a la frustración económica y a la incertidumbre laboral.

Otra alerta que lanza la OMS tiene que ver con la violencia intrafamiliar, pues el consumo en los hogares confinados puede generar confrontaciones entre el núcleo familiar.

Los trastornos por uso de alcohol se caracterizan por su consumo excesivo y la pérdida de control de la bebida. Aunque se encuentran entre los trastornos mentales más frecuentes a escala mundial, son también algunos de los más estigmatizados. Las personas con algún trastorno por consumo de alcohol tienen mayor riesgo de contraer la COVID-19, no solo por la repercusión del alcohol en su salud, sino también porque tienen más probabilidades de caer en la indigencia o ser encarceladas, que el resto de la población.

Asimismo, las personas que ya padecían trastorno por consumo de alcohol y asistían a algún tratamiento especializado en grupos de autoayuda de Alcohólicos Anónimos (AA), tratamiento breve, profesional etc., podrían verse afectadas al suspender la terapia, lo que puede ocasionar una posible recaída en su consumo. Estas recaídas, generalmente se traducen en decepción hacia sí mismo, y pueden convertirse en problemas de depresión.

De tal forma que la combinación del aislamiento social y el consumo de bebidas alcohólicas puede derivar en un trastorno por consumo de alcohol con problemas psiquiátricos, u aumentar la demanda de los tratamientos especializados o los servicios de salud que por el momento se encuentran saturados.



II. OBJETIVO

En virtud de los problemas que puede generar el abuso en el consumo de alcohol en un momento en que a la población capitalina se le pide que permanezca confinada en su hogar por un largo período, se considera de suma utilidad contar con elementos que permitan dimensionar y caracterizar a la población que está abusando del alcohol y, la parte de ella que ha visto aumentar su consumo por motivo de la pandemia.



III. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Las disposiciones sanitarias y las condiciones mismas de la pandemia no permitieron realizar entrevistas cara a cara o en campo, por lo que se dispuso que el levantamiento de la información se realizara a través de un sondeo aplicado en línea.

El sondeo se desarrolló sobre la plataforma gratuita para la creación de formularios de Google los cuales, de forma muy básica, permiten la recopilación de información de manera online. Para el llenado, el entrevistado debe contar con al menos un dispositivo (computadora, celular, tablet), con conexión a internet, el cual se ha difundido mediante un enlace en la página oficial del IAPA y grupos de WhatsApp. La descarga de la base de datos se realizó mediante la herramienta de exportación de base de datos de la plataforma gratuita para la creación de formularios de Google, la cual puede exportarse en archivo .csv, el cual permite la conversión al tipo de archivo de preferencia.

En el diseño del instrumento de captación se tomó en cuenta que debería ser concreto, sencillo y de fácil llenado, con el fin de asegurar que el entrevistado contestara todas las preguntas.

Las preguntas se agruparon en tres grandes temas:

- a) Orientadas a determinar las características sociodemográficas básicas: edad, sexo y alcaldía de residencia.
- b) Determinación de la población consumidora de alcohol: si consumió recientemente alcohol y en caso afirmativo, si el consumo había aumentado por los efectos de la pandemia.
- c) Caracterización del aumento en el consumo de alcohol: motivos para aumentar el consumo de alcohol durante la pandemia y la frecuencia en el consumo.



IV. RESULTADOS

Durante el período del 19 de abril al 04 de noviembre de 2020, un total de 712 personas accedieron a la plataforma para contestar el sondeo, de las cuales se eliminaron cuatro participaciones porque dejaron incompleto el cuestionario.

En virtud de que la población objetivo son personas residentes de la Ciudad de México supuestamente confinadas en sus hogares y que cuentan con internet para contestar el cuestionario, se consideró importante determinar en qué medida las personas que participaron en el sondeo reflejan la distribución espacial de la población que cuenta con servicio de internet en sus hogares.

En el Cuadro 1 y Gráfica 1 se compara para cada una de las 16 alcaldías la distribución relativa de la residencia de los sondeados y de las viviendas que contaban con internet en 2015, último año con información censal disponible generada por el INEGI.

Se puede apreciar que, en ambas distribuciones, por su número, son dos alcaldías las que están a la cabeza: en Iztapalapa y Gustavo A. Madero reside 33.5% de quienes contestaron el cuestionario, mientras que en esas mismas demarcaciones se ubicó 30.3% del total de viviendas con internet en 2015.

Cuadro 1. Distribución relativa de los participantes en el sondeo y las viviendas con Internet por Alcaldía, 2015

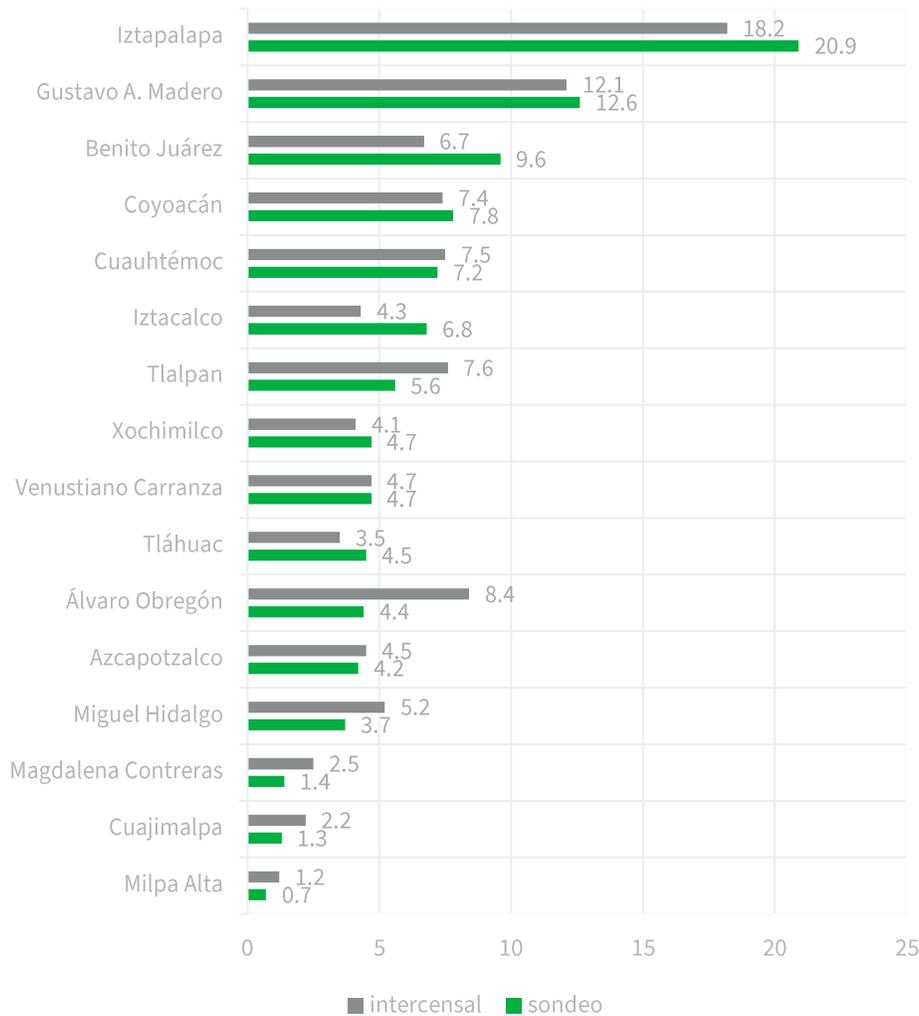
Alcaldía	sondeo	intercensal
Álvaro Obregón	4.4	8.4
Azcapotzalco	4.2	4.5
Benito Juárez	9.6	6.7
Coyoacán	7.8	7.4
Cuajimalpa	1.3	2.2
Cuauhtémoc	7.2	7.5
Gustavo A. Madero	12.6	12.1
Iztacalco	6.8	4.3
Iztapalapa	20.9	18.2
Magdalena Contreras	1.4	2.5
Miguel Hidalgo	3.7	5.2
Milpa Alta	0.7	1.2
Tláhuac	4.5	3.5
Tlalpan	5.6	7.6
Venustiano Carranza	4.7	4.7
Xochimilco	4.7	4.1
Total general	100.0	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Encuesta Intercensal, 2015



En el otro extremo, ambas distribuciones concuerdan en ubicar a las Alcaldías de La Magdalena Contreras, Cuajimalpa y Milpa Alta como las de menor cuantía: 3.4% en el caso del sondeo y 5.9% en la información censal de 2015.

Gráfica1. Distribución relativa de la residencia de los participantes en el sondeo y el censo, 2015



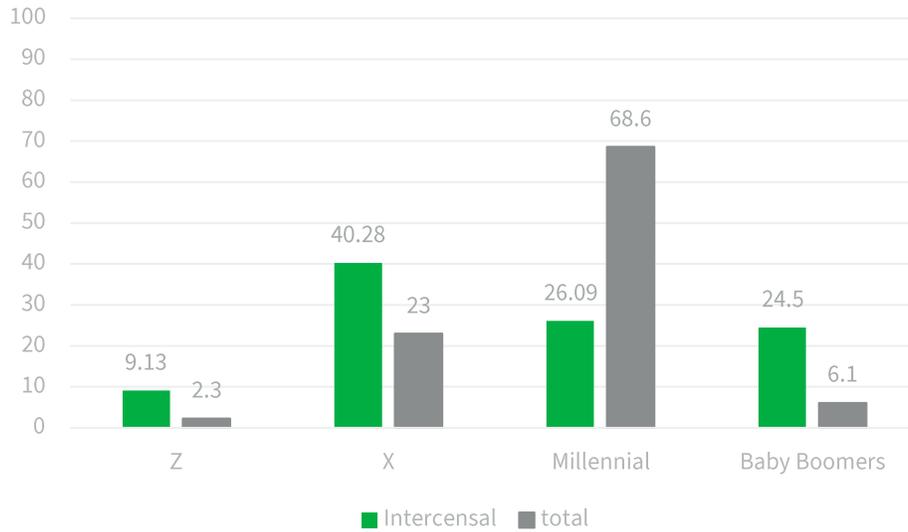
Con la información de la edad se creó la variable “Generación” y se identificaron a las siguientes Generaciones: Baby boomers, integrada por las personas de 55 años y más; X con edades que fluctúan entre 40 y 54; Millennials cuyas edades oscilan entre 20 y 39; y Z en donde se ubicaron a las personas con 19 años y menos. La variable “Generación” se aplicó a la información generada por el sondeo, así como a la publicada por el INEGI referente a la encuesta intercensal 2015.

En la Gráfica 1.2 se presenta el peso relativo del total de participantes en el sondeo por tipo de Generación y se compara con la distribución resultante al utilizar los datos de la encuesta intercensal. Se puede observar que las dos distribuciones presentan el mismo comportamiento: la Generación Z es la menor, la Generación

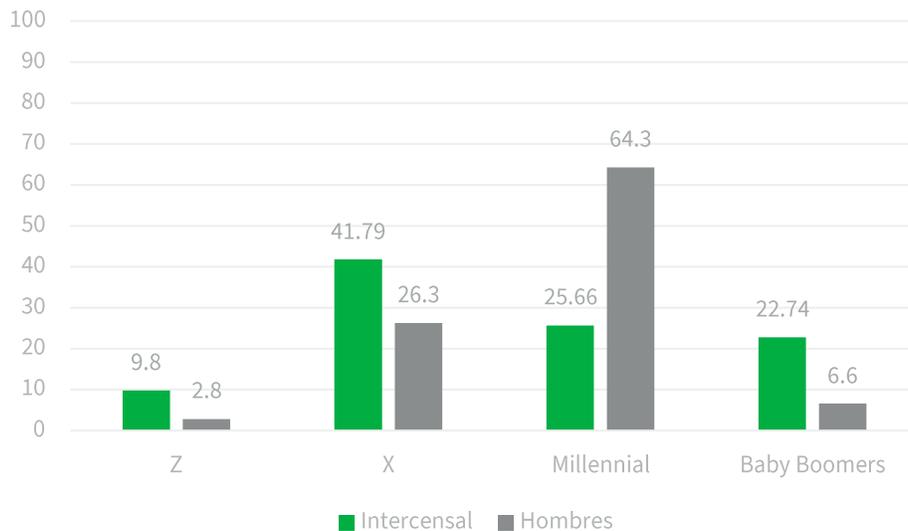


Millennial constituye la más elevada, la Generación. X registra una disminución y esta caída se acentúa en la Generación de Baby boomers. Al desglosar la información de las dos fuentes por sexo, se reproduce el mismo comportamiento. (ver Gráficas 1,2 y 1.3)

Gráfica1.1 Comparación de la distribución del peso relativo del total de los participantes en el sondeo y en la encuesta intercensal 2015 en la Ciudad de México por Generación

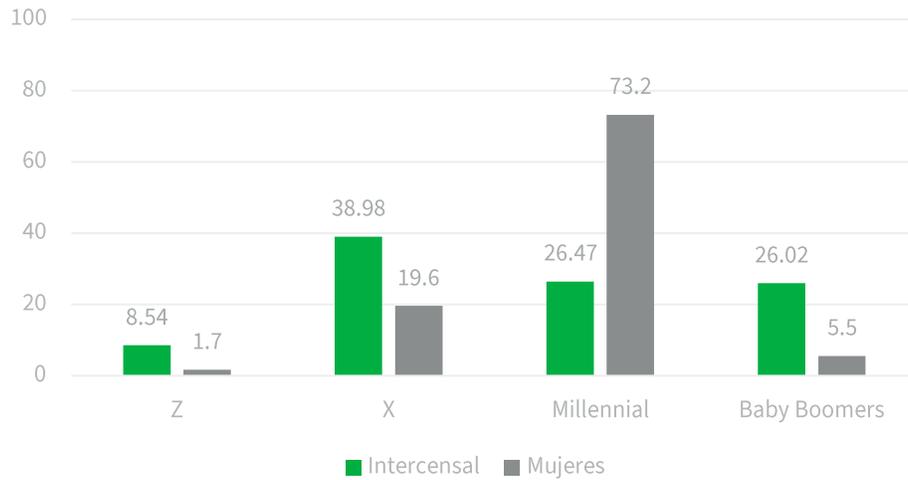


Gráfica1.2 Comparación de la distribución del peso relativo de los hombres participantes en el sondeo y en la encuesta intercensal 2015 en la Ciudad de México, por Generación





Gráfica1.3 Comparación de la distribución del peso relativo de las mujeres participantes en el sondeo y en la encuesta intercensal 2015 en la Ciudad de México, por Generación



Fuente: Cálculos propios con datos de la Encuesta Intercensal del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2015

En el Cuadro 2 se relaciona esta variable Generación con el sexo de los sondeados y con su consumo reciente de alcohol.

**Cuadro 2. Peso relativo de la población que consumió recientemente alcohol y de la que aumentó su consumo, por Generación y sexo, 2020**

Generación y sexo	Ha consumido alcohol recientemente en %	Ha aumentado su consumo por la pandemia	
		% con respecto al total de sondeados	% respecto a consumidores recientes
Baby boomers (55 años y más)	41.9	20.9	50.0
Hombre	45.8	33.3	72.7
Mujer	36.8	5.3	14.3
X (40 a 54 años)	54.0	18.4	34.1
Hombre	51.6	20.0	38.8
Mujer	57.4	16.2	28.2
Millennial (20 a 39 años)	67.7	23.7	35.0
Hombre	69.8	26.3	37.7
Mujer	65.7	21.3	32.3
Z (19 años y menos)	75.0	50.0	66.7
Hombre	70.0	50.0	71.4
Mujer	83.3	50.0	60.0
Total	63.1	22.9	36.2
Hombre	63.4	25.8	40.6
Mujer	62.8	19.9	31.7

Fuente: Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020

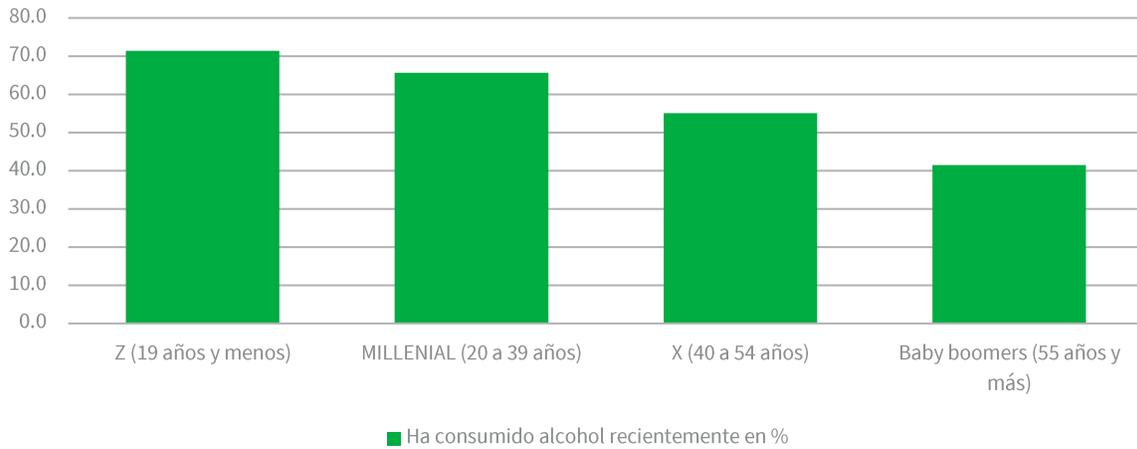
Se puede destacar que 63.1% de los sondeados manifestó haber tomado alcohol recientemente y que el peso relativo de los consumidores al interior de cada generación aumenta conforme baja la edad de los sondeados, de 41.9% en los Baby boomers a 75.0% en los Z. (ver Gráfica 2)

Al desagregar la información por sexo, se puede observar que casi no hay diferencia en el consumo reciente de alcohol, ya que 63.4% de los hombres y 62.8% de las mujeres dijeron que sí lo habían consumido.

De igual manera, no hay diferencia por sexo en cuanto a la relación inversa entre edad y consumo de alcohol. Aunque comparativamente, las mujeres de las generaciones Z y X tiene más peso relativo que sus contrapartes masculinas. (ver Gráficas 2.1 y 2.2)

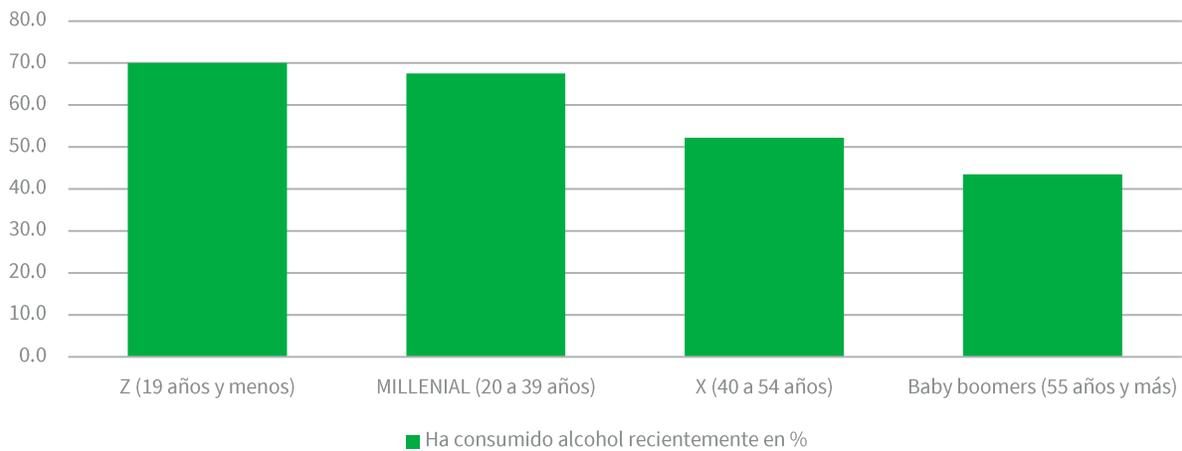


Gráfica 2. Peso relativo de la población que ha tomado alcohol recientemente, por Generación



Fuente: Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020

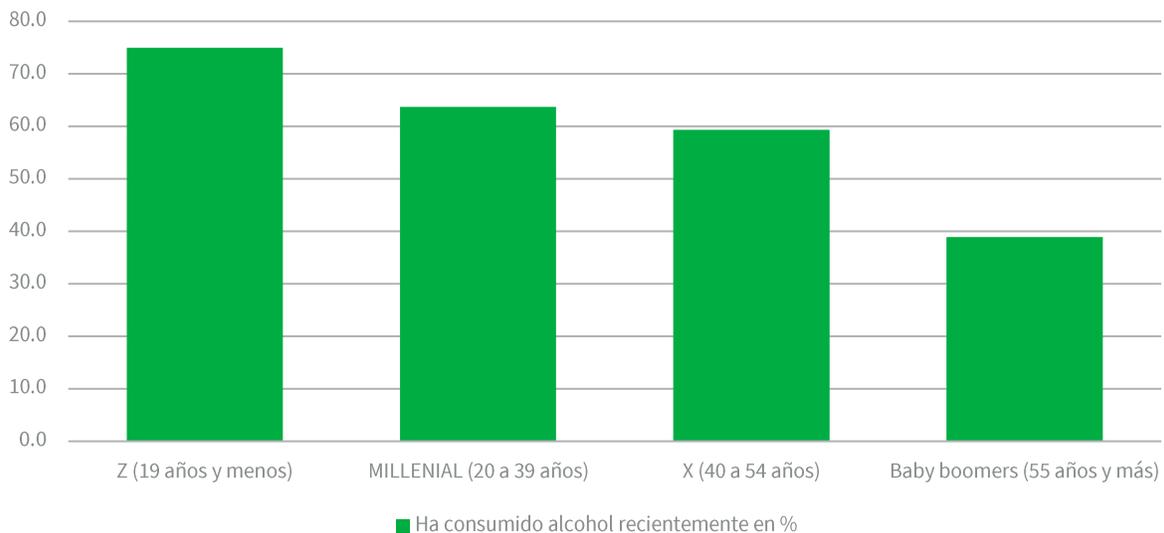
Gráfica 2.1. Peso relativo de la población que ha tomado alcohol recientemente, por Generación (hombres)



Fuente: Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020



Gráfica 2.3. Peso relativo de la población que ha tomado alcohol recientemente, por Generación (mujeres)



Fuente: Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020

La pandemia fue señalada como el factor que hizo aumentar el consumo de alcohol en un poco más de una tercera parte de los consumidores (36.2%), los cuales representan 22.9% del total de sondeados.

Por sexo, el efecto de la pandemia presentó ciertas diferencias: los hombres que toman alcohol sintieron en mayor medida la necesidad de tomar más que las mujeres: 40.6% de los hombres y 31.7% de las mujeres.

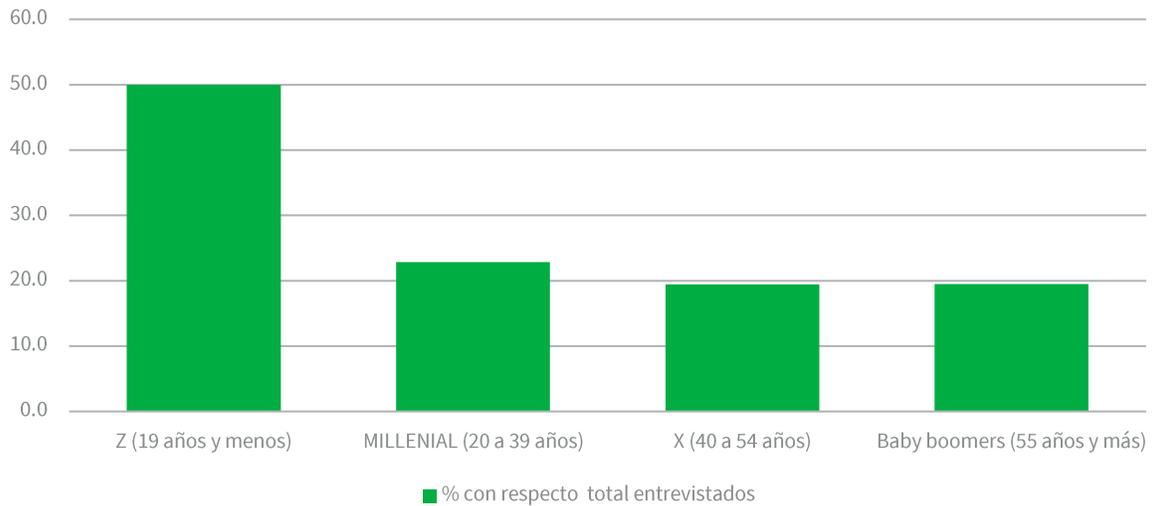
Considerando al total de sondeados, quienes elevaron su consumo de alcohol por la pandemia, significaron 25.8% del total de hombres y 19.9% del total de mujeres.

Al desagregar la información de las personas que aumentaron su consumo de alcohol por la pandemia por Generación, se observa que, con respecto al total de sondeados, casi no hay diferencia en el peso relativo de este tipo de bebedor, con excepción de los Z. Mientras que 50% de los más jóvenes indicó haber aumentado su consumo de alcohol, en el resto de Generaciones fueron de 23.7% en los Millennials, 18.4% en los X y 20.9% en los Baby boomers. (Ver Gráfica 2.4)

Por sexo, el comportamiento generacional de quienes sintieron la necesidad de aumentar su consumo de alcohol por la pandemia muestra dos comportamientos bien diferenciados:



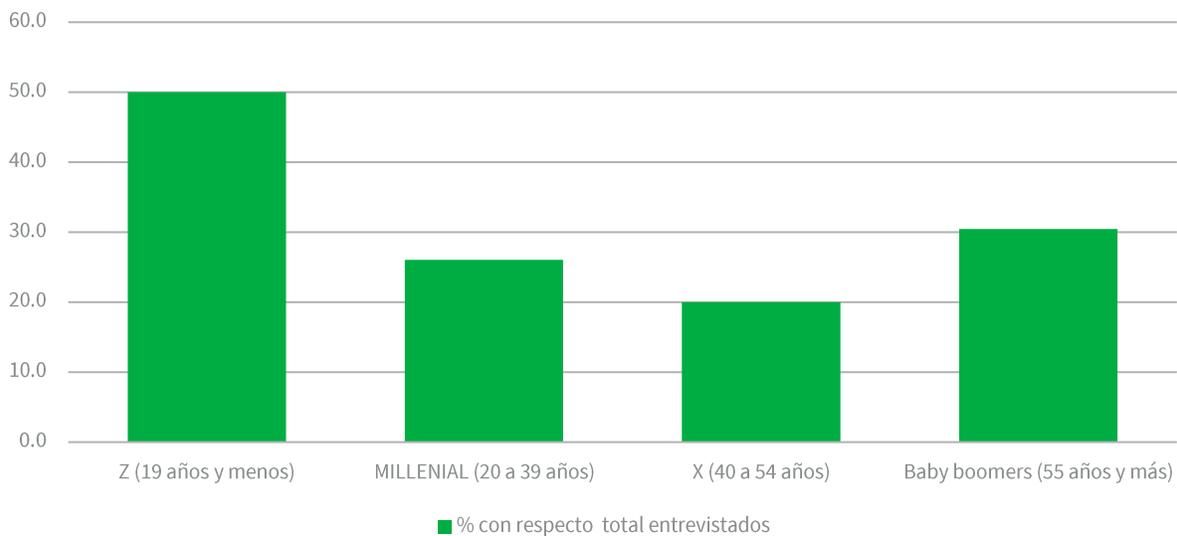
Gráfica 2.4. Peso relativo de la población que ha aumentado su consumo de alcohol por la pandemia, con respecto al total de sondeados, según Generación



Fuente: Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020

Los hombres presentan un comportamiento en forma de U, donde el peso relativo de los bebedores por la pandemia baja de representar el 50% del total de Z hasta el 18.4% de los X y repunta a 33.3% entre los Baby boomers (Ver Gráfica 2.5). En cambio, las mujeres que aumentaron su consumo por la pandemia muestran un comportamiento generacional que baja conforme aumenta la edad, de 50% en Z a 5.3% en Baby boomers.

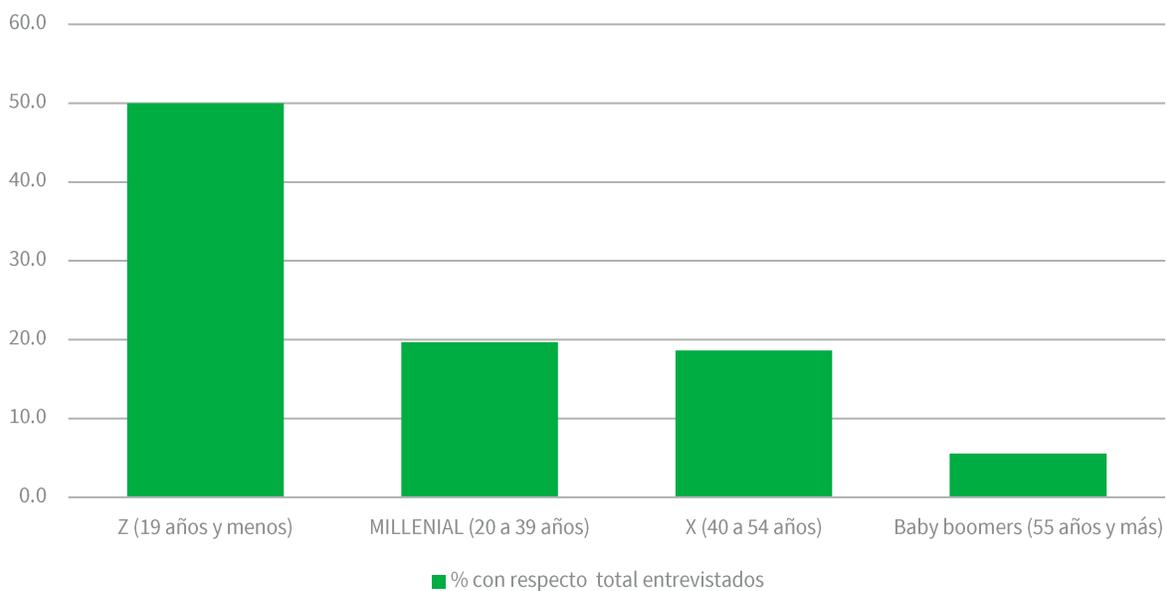
Gráfica 2.5. Peso relativo de la población que ha aumentado su consumo de alcohol, por la pandemia con respecto al total de sondeados, según Generación (hombres)



Fuente: Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020



Gráfica 2.6. Peso relativo de la población que ha aumentado su consumo de alcohol, por la pandemia con respecto al total de sondeados, según Generación (mujeres)



Fuente: Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020

Sin duda, el comportamiento diferenciado por edad y sexo de quienes sintieron la necesidad de consumir más por la pandemia está relacionado con las responsabilidades en el hogar y en donde las mujeres tienen un papel más activo y demandante.

En el Cuadro 3 se observa el peso relativo de quienes dijeron haber consumido recientemente alcohol y quienes manifestaron haber aumentado dicho consumo por la pandemia, para cada una de las 16 alcaldías. Se puede destacar que el rango es muy amplio. Desde 83.3% del total de sondeados de Iztacalco hasta 20% en Milpa Alta.

Las alcaldías en donde el porcentaje de personas que indicó haber consumido alcohol recientemente supera el promedio de la capital (63.1%) suman ocho, destacando además de Iztacalco, Coyoacán (76.4%) y Benito Juárez (73.5%). En el otro extremo, además de Milpa Alta, se puede destacar la alcaldía de Tláhuac donde los bebedores representan 37.5% del total



Cuadro 3. Peso relativo de la población por Alcaldía que consumió alcohol recientemente y de la que aumentó su consumo por la pandemia, 2020

Alcaldía	Ha consumido alcohol recientemente en %	Ha aumentado su consumo por la pandemia	
		% con respecto al total sondeados	% respecto consumidores recientes
Miguel Hidalgo	50	38.5	76.9
Coyoacán	76.4	38.2	50
Benito Juárez	73.5	29.4	40
Cuauhtémoc	56.9	27.5	48.3
Iztacalco	83.3	27.1	32.5
Gustavo A. Madero	65.2	27	41.4
Álvaro Obregón	64.5	25.8	40
Total general	63.1	22.9	36.2
Tlalpan	62.5	22.5	36
Milpa Alta	20	20	100
Venustiano Carranza	63.6	18.2	28.6
Xochimilco	69.7	15.2	21.7
Iztapalapa	58.8	14.9	25.3
Tláhuac	37.5	12.5	33.3
Cuajimalpa	66.7	11.1	16.7
Azcapotzalco	50	10	20
Magdalena Contreras	50	10	20

Fuente: Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020

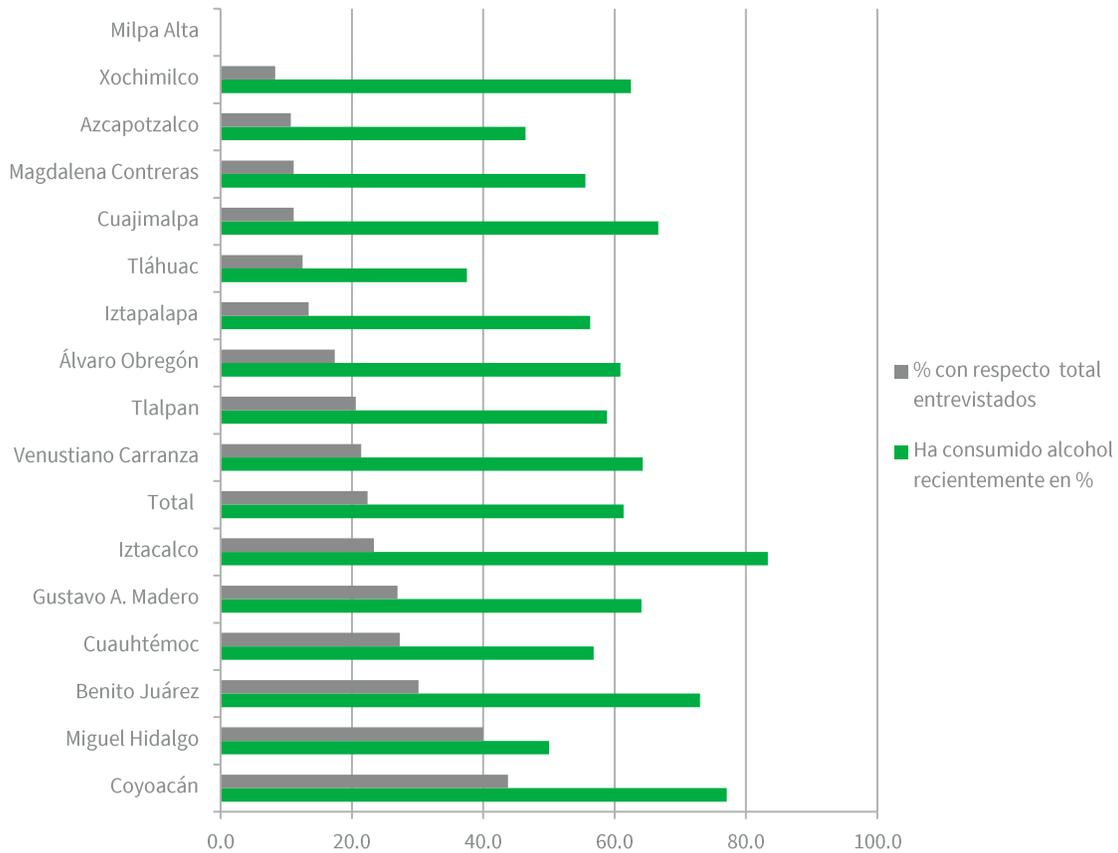
Cuando se considera el peso relativo de las personas que manifestaron haber aumentado su consumo de alcohol por la pandemia en el total de sondeados, el panorama cambia al nivel de alcaldías.

Las demarcaciones en donde el peso relativo de los bebedores que elevaron su consumo de alcohol por la pandemia supera al promedio de la entidad federativa (22.9%) suman siete, donde destacan Coyoacán, Miguel Hidalgo y Benito Juárez, las tres con los mayores Índices de Desarrollo Social estimado por EVALÚA CDMX en 2015.

Por su parte, las alcaldías en donde en menor medida se sintió la necesidad de aumentar el consumo de alcohol suman nueve, y forman parte de este grupo todas aquellas con los menores Índices de Desarrollo Social. (ver Gráfica 3)



Gráfica 3. Porcentaje de la población que ha consumido alcohol recientemente y la que aumentó su consumo por la pandemia con respecto al total de sondeados



Fuente: Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020

En el Cuadro 4 y Gráfica 4 se relacionan el índice de desarrollo social con los patrones de consumo de alcohol.



Cuadro 4. Peso relativo de la población que consumió alcohol recientemente y de la que aumentó su consumo por IDS y alcaldía, 2020

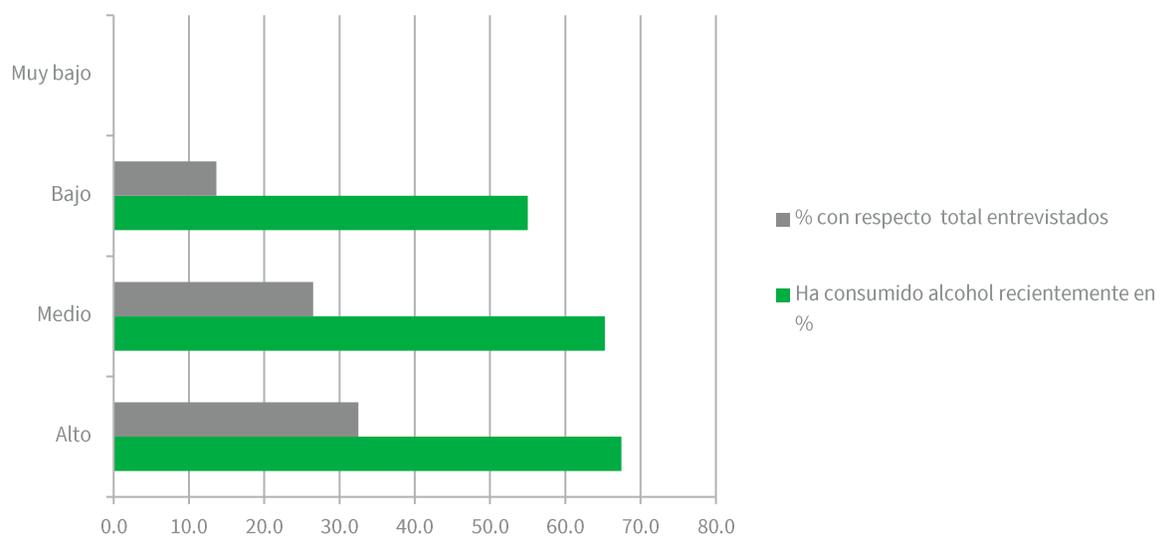
Índice de Desarrollo Social de Alcaldías *	Ha consumido alcohol recientemente en %	Ha aumentado su consumo por la pandemia	
		% con respecto al total de sondeos	% respecto a consumidores recientes
Alto	67.0	31.9	47.6
Medio	66.8	26.4	39.6
Bajo/Muy bajo	57.4	15.5	26.6
Total	63.1	22.9	36.2

Fuente: Consejo de Evaluación del Desarrollo Social, EVALÚA-CDMX, Índice de Desarrollo Social, 2015 y Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020

Al vincular el Índice de Desarrollo Social de la alcaldía en donde residen los sondeos, con su comportamiento reciente en torno al consumo de alcohol, se puede observar que se presenta una relación directa entre el nivel de desarrollo social y el consumo de alcohol. El peso relativo de quienes dijeron haber tomado recientemente pasa de 57.4% en el índice social de desarrollo bajo y más bajo, a 67% en el más alto.

Este comportamiento se acentúa cuando se compara el peso relativo de quienes aumentaron su consumo por la pandemia, con respecto al total de sondeos de cada grado del índice social de desarrollo.

Gráfica 4. Peso relativo de la población que consumió alcohol recientemente y de la que aumentó su consumo por Índice de Desarrollo Social de las Alcaldías



Fuente: Consejo de Evaluación del Desarrollo Social, EVALÚA-CDMX, Índice de Desarrollo Social, 2015 y Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020



Los datos mencionados pueden señalar que, a medida que se eleva el nivel de ingreso se pueden destinar más recursos para el consumo de alcohol y, mientras disminuye el ingreso se tiene que destinar más tiempo para conseguir recursos.

En el Cuadro 5 se relaciona el motivo para aumentar el consumo de alcohol en la pandemia y la frecuencia en que lo han hecho. Se observa que los principales motivos tienen que ver con aburrimiento (50.4%), sentirse encerrado (16%) e inactivo (10.7%). Otras sensaciones son temor (11.5%) y por gusto (11.5%).

Solamente un poco más de uno de cada cuatro (26%) indicó que consume diariamente, siguiendo en importancia el tomar dos veces o más a la semana (42.7%). Al relacionar los motivos, reiteradamente se destaca que la sensación de tomar impulsa a beber con más frecuencia.

Cuadro 5. Población que aumentó su consumo de alcohol por la pandemia por motivos según la frecuencia de consumo, 2020

Motivo para aumentar consumo	Frecuencia de consumo					Total	% de motivos
	diario	dos o más veces a la semana	una vez a la semana	con menos frecuencia	No contestó		
Aburrimiento	22.7	43.9	25.8	1.5	6.1	100.0	50.4
Estar encerrado	28.6	23.8	33.3	-	14.3	100.0	16.0
Gusto	26.7	40.0	20.0	13.3	-	100.0	11.5
Inactividad	14.3	71.4	14.3	-	-	100.0	10.7
Temor	46.7	40.0	13.3	-	-	100.0	11.5
Total	26.0	42.7	23.7	2.3	5.3	100.0	100.0

Fuente: Sondeo en línea sobre el consumo de alcohol en la pandemia en la Ciudad de México, 2020



V. HALLAZGOS Y CONCLUSIONES

La distribución territorial de quienes contestaron el cuestionario guarda similitud con la distribución de las viviendas con internet al nivel de alcaldías. La mayoría de los sondeados manifestó que había tomado recientemente alcohol, independientemente del sexo. Sin embargo, al desglosar la información por generación se observa que el peso relativo de las personas que consume alcohol tiende a disminuir conforme envejece la población. Esto ocurre tanto en hombres como en mujeres.

La pandemia ha afectado el comportamiento en el consumo de alcohol de manera desigual entre generaciones y sexo. Al interior de los hombres las generaciones extremas, más jóvenes y de mayor edad, tienden a aumentar su consumo de alcohol. En cambio, entre las mujeres se presenta un marcado declive en el consumo conforme aumenta su edad.

Sin duda, el comportamiento diferenciado por edad y sexo de quienes sintieron la necesidad de consumir más por la pandemia está relacionado con las responsabilidades en el hogar y en donde las mujeres tienen un papel más activo y demandante.

Al vincular el índice social de desarrollo de la alcaldía en donde residen los sondeados con su comportamiento reciente en torno al consumo de alcohol, se puede observar con claridad que existe una relación directa entre nivel de desarrollo social y consumir alcohol.

Los datos pueden estar señalando que a medida que se eleva el ingreso se pueden destinar más recursos para el consumo de alcohol y a medida que disminuye, se tenga que destinar más tiempo para conseguir recursos.

Los principales motivos tienen que ver con aburrimiento (50.4%), sentirse encerrado (16%) e inactivo (10.7%). Otras sensaciones son temor (11.5%) y por gusto (11.5%). Solamente un poco más de uno de cada cuatro (26%) indicó que consume diariamente.



VI. REFERENCIAS

Brooks SK, Webster RK, Smith LE, Woodland L, Wessely S, Greenberg N & Rubin GJ. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *Lancet*; 395:912-920. doi: 10.1016/S0140-6736(20)30460-8.

Leigh-Hunt N, Bagguley D, Bash K, Turner V, Turnbull S, Valtorta N & Caan W. (2017). An

overview of systematic reviews on the public health consequences of social isolation and loneliness. *Pub Health*; 152:157-171. Doi: 10.1016/j.puhe.2017.07.035

Julianne Holt-Lunstad, PhD. (2017). The Potential Public Health Relevance of Social Isolation and Loneliness: Prevalence, Epidemiology, and Risk Factors. *Public Policy & Aging Report*, 27(4), 127–130.

Rehm J & Gmel G. (2002). Patterns of alcohol consumption and social consequences.

Results from an 8-year follow-up study in Switzerland. *Addiction*; 94(6):899-912. Doi:

10.1046/j.1360-0443.1999.94689912.x

How to stay physically active during COVID-19 self-quarantine. Copenhagen: Oficina Regional de la OMS para Europa, 2020

([http://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-](http://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov-technical-guidance/stay-physically-active-during-self-quarantine)

[19/novel-coronavirus-2019-ncov-technical-guidance/stay-physically-active-during-self-quarantine](http://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov-technical-guidance/stay-physically-active-during-self-quarantine)).

Consumo de bebidas alcohólicas durante la Jornada Nacional de Sana Distancia por COVID-19. Comisión Nacional Contra las Adicciones Fecha de publicación 27 de abril de 2020