

PERCEPCIONES Y REPRESENTACIONES SOCIALES DE LAS DROGAS

*Conocimiento de las Instituciones del Sector.
Datos sobre la FAD*



FUNDACIÓN DE AYUDA
CONTRA LA DROGADICCIÓN

INDICE

	Página
1. Conocimiento general de la FAD y valoración de la labor que realiza en la prevención ante las drogas	7
1.1. El conocimiento espontáneo	7
1.2. El recuerdo visual	9
1.3. Valoración de la labor que realiza la FAD	11
1.4. De dónde conoce la FAD o las imágenes sobre sus campañas	12
1.5. Conocimiento de quien preside la FAD	13
2. Conocimiento de las instituciones que actúan en el campo de las drogas, valoración de su labor, y otras cuestiones	14
2.1. Conocimiento de las instituciones	14
2.2. Valoración, utilidad, financiación y relaciones de las instituciones privadas con la Administración	15
3. Conocimiento y demanda de actuaciones de la FAD y posibles colaboraciones	19
3.1. Conocimiento y demanda de actuaciones de la FAD	19
3.2. Posibles colaboraciones con la FAD en la actuación ante las drogas	22
Conclusiones	26

Recientemente la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción ha llevado a cabo la encuesta sobre "PERCEPCIONES Y REPRESENTACIONES SOCIALES DE LAS DROGAS", donde se incluían una serie de cuestiones relacionadas con el CONOCIMIENTO SOCIAL DE LAS INSTITUCIONES DEL SECTOR, sus actividades, valoración de las mismas, etc.

Toda la información obtenida, a efectos de la presentación y análisis de los datos, se ha estructurado en tres apartados específicos. El primero de ellos aborda todos los indicadores relacionados con el conocimiento general que la población tiene de la FAD y la valoración que hace de la labor que realiza en la prevención ante las drogas. En el segundo se estudia de un modo más amplio qué conocimiento y valoración tienen los ciudadanos de diversas instituciones que actúan en el campo de las drogas y otras cuestiones más concretas sobre la FAD, tales como las actuaciones de la FAD que los entrevistados conocen, las actuaciones que le demandan, así como su disposición de colaboración con esta institución.

En lo que se refiere al alcance y validez de los datos de esta Encuesta, en el Apéndice se recogen con detalle las características técnicas de la misma. Baste con señalar aquí que su ámbito es nacional, en todos los tipos de hábitats; con una muestra aleatoria representativa de la población española entre 15 y 65 años, en total casi veintisiete millones de personas. Las entrevistas han sido realizadas personalmente en los hogares, en un total de 1.700. La distribución aleatoria de la muestra en todas sus etapas permite estimar que, a un nivel de confianza del 95.5%, el margen de error para el conjunto se sitúa en el $\pm 2.40\%$.

Para hacer la lectura de este informe lo más fluida y sencilla posible, sólo incluiremos en el texto las tablas de datos globales de cada una de las cuestiones contempladas en la encuesta y los cuadros de perfiles más importantes resultantes de los cruces con las variables sociodemográficas. Para las restantes cuestiones, en el texto se ofrecerán resumidos los comentarios y conclusiones derivados del análisis de los cruces de variables.

1. Conocimiento general de la FAD y valoración de la labor que realiza en la prevención ante las drogas

1.1. El conocimiento espontáneo

La primera de las preguntas formuladas a los entrevistados sobre la FAD fue exactamente la siguiente: “¿Conoce o ha oído hablar Vd. en alguna ocasión de la FAD, Fundación de Ayuda contra la Drogadicción?”. Las respuestas obtenidas fueron las siguientes:

Tabla 1.1. Conocimiento espontáneo de la FAD

	%
No	43.1
Sí	53.7
NS/NC	3.2
Total	100.0
Base	(1.700)

Algo más de la mitad (**53.7%**) de la población española de 15 a 65 años indica que sí conoce o ha oído hablar en alguna ocasión de la FAD. Hay que señalar que este conocimiento es **espontáneo**, sin haberles mostrado todavía ninguna imagen sobre el logotipo de la FAD o de alguna de sus campañas más populares. Después de mostrarles seis de estas imágenes se produce un efecto de **recuerdo visual** (distinto para cada imagen en cuestión) y que eleva el grado de conocimiento **global** hasta un **75.6%** del total de la población.

No obstante, antes de pasar al análisis de estas cuestiones, y situándonos todavía en el 53.7% de conocimiento espontáneo, a partir de los datos recogidos en el cuadro 1.1 de cruces, vamos a ver el **perfil** de aquellos segmentos de población

que tienen un **mayor** y un **menor** grado de conocimiento espontáneo de la FAD.

Según los datos recogidos en el cuadro 1.1 podemos concluir lo siguiente:

- **Mayor Conocimiento de la FAD (53.7% de conocimiento total)**

En las poblaciones urbanas y medias y grandes. En las zonas centro-norte, Madrid y sur. Hombres y mujeres casi por igual. Los grupos de edad de 15-19 años, 20-24 y 25-34. De nivel educativo medio y alto. Empresarios, profesionales-cuadros y funcionarios, estudiantes. Residentes en zonas y barrios de nivel alto, clases medias y medio rural o semiurbano. De todas las creencias religiosas y de todas las ideologías políticas.

- **Menor conocimiento de la FAD (43.1% de No conocimiento total)**

En poblaciones pequeñas. En las zonas norte y centro-sur. De nivel educativo bajo. Hombres y mujeres casi por igual. Los de 55 a 65 años. Amas de casa y jubilados-pensionistas. En barrios deteriorados, suburbios y barrios marginales. Católicos practicantes y de centro-derecha.

Como puede verse el conocimiento espontáneo de la FAD se da en amplios segmentos de la población española, principalmente en zonas urbanas, población activa y clases medias. Un dato muy positivo es el buen nivel de penetración entre los adolescentes y los jóvenes, principales destinatarios de las actuaciones preventivas de la FAD.

Cuadro 1.1. Perfiles de los que en mayor y en menor proporción tienen un conocimiento espontáneo de la FAD*

SÍ LA CONOCEN (53.7%)		NO LA CONOCEN (43.1%)	
Hábitat y Zonas		Hábitat y Zonas	
En poblaciones de 50.000-100.000	61.0	En poblaciones de 10.000-50.000	54.0
100.000-250.000	65.3	Norte	55.6
y de más de 500.000	61.3	Centro-Sur	56.1
Centro-Norte	62.7		
Madrid	57.9		
Sur	64.2		
Sexo y Edad		Sexo y Edad	
Hombres	54.0	Hombres	46.0
Mujeres	52.0	Mujeres	48.0
15-18 años	57.1	55-65 años	56.4
20-24	63.4		
25-34	58.9		
Estudios y Ocupación		Estudios y Ocupación	
FP 1 y 2	62.9	Sin estudios primarios	54.0
Medios y Superiores	64.2	Amas de casa	49.6
Empresarios	60.0	Jubilados-pensionistas	49.2
Profesionales, cuadros y funcionarios	57.1		
Estudiantes	60.9		
Tipos de barrios en que viven		Tipos de barrios en que viven	
Zonas residenciales altas y medias	59.6	Barrios deteriorados, suburbios o zonas marginales	53.7
Barrios antiguos clases medias	55.2		
Medio rural o Semiurbano	56.3		
Creencias religiosas e ideología		Creencias religiosas e ideología	
De todas las creencias religiosas, y especialmente católicos	55.3	Católicos practicantes	46.9
no practicantes y agnósticos	61.7	De centro-derecha	52.8
De todas las ideologías y especialmente izquierda	61.6		
centro-izquierda	55.5		
derecha	64.2		

* La significación de las diferencias observadas oscila entre $P < .05$ y $P < .0001$.

1.2. El recuerdo visual

A todos los entrevistados se les mostró a continuación seis imágenes sobre los logotipos de la FAD y la expresión No y los de cuatro campañas

realizadas en los últimos años, haciéndoles al tiempo la pregunta siguiente: **“Ha visto Vd. en alguna ocasión alguna o algunas de estas imágenes”**.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

Tabla 1.2. Conocimiento de las imágenes sobre la FAD y las campañas

Imágenes*	Nº de respuestas	% Respuestas	Entrevistados
FAD-Mano	1.044	18.7	61.4
NO	1.332	23.9	78.4
Control (El nadador)	402	7.2	23.7
Enganchate a la vida	984	17.7	57.9
Insert Coín	687	12.3	40.4
Cocaína (Gusano nariz)	958	17.2	56.4
No conoce ninguna	162	2.9	9.5
Totales	5.569	100.0	327.8
Base			(1.700)

* Las imágenes en cuestión se recogen en las tarjetas incluidas en el Apéndice.

De los datos contenidos en esta tabla se puede concluir lo siguiente:

- Los 1.700 entrevistados dan un total de **5.569** respuestas, de ellas **5.407** señalan conocer una o más imágenes de las seis mostradas y **162** no conocen ninguna de ellas.
- Esto significa, por una parte, que un **90.5%** del total de entrevistados **conoce** alguna o algunas de las imágenes y un **9.5%** **no** conoce ninguna. Y por otra, que entre los que conocen la media de imágenes conocidas es de casi cuatro imágenes por persona, exactamente **3.98**. Este nivel de conocimiento está en la línea de la ya observada en 1993 (1) en que el recuerdo total de las campañas realizadas hasta entonces superaba también el 90%.
- En lo que se refiere al grado de conocimiento

de cada imagen en particular, en la columna intermedia de la tabla se recoge el % de respuestas de cada una, pero resulta más significativa la columna de la derecha, ya que muestra la proporción de entrevistados que las recuerdan. Según ésta vemos que las más conocidas son la imagen del **NO** y la de la **FAD-Mano**, con un **78.4%** y un **61.4%** de recuerdo, respectivamente. Estas dos imágenes constituyen, sin duda, la principal identidad corporativa de la FAD.

- Las imágenes de las campañas **Enganchate a la vida (57.9%)** y la de la **Cocaína** (gusano en la nariz) (**56.4%**) tienen también un nivel de recuerdo bastante alto. Ya a alguna distancia aparece la que actualmente esta aún en exposición, **Insert Coín (40.4%)**, y en último lugar la de **Control** (El nadador) (**23.7%**).

Los perfiles de los que en mayor medida indican haber visto cada una de estas imágenes, y también de los que no conocen ninguna, son los que se recogen en el cuadro 1.2:

(1) INNER "Estudio sobre valoración de las campañas de Comunicación desarrolladas por la FAD". 1993.

Cuadro 1.2 Perfiles de quienes en mayor medida conocen cada una de las seis imágenes y de los que no conocen ninguna*

FAD-Mano (61.4%)		Enganchate a la vida (57.9%)	
Poblaciones 100.000-250.000 hab.	66.7	Madrid	85.4
y de más de 250.000	77.8	Costa Mediterránea	67.5
En las zonas Norte	69.2	Poblaciones de 250.000-500.000	69.6
Madrid	62.1	y más 500.000	77.4
y Sur	63.5	Hombres	61.0
Hombres	63.0	15-24 años	64.8
15-19 años	78.2	25-35	67.9
20-24	72.1	Estudios medios-superiores	70.6
25-35	69.9	Estudiantes	64.4
BUP-FP	66.4	Profesionales-funcionarios	71.6
Medios-superiores	66.5	De centro-izquierda	65.1
Estudiantes	74.0	y centro-derecha	65.9
Profesionales-funcionarios	63.2		
De izquierda y centro izquierda	74.0	Insert Coín (40.4%)	
De centro	64.6	Madrid	46.2
		Costa Mediterránea	54.3
NO (78.4%)		Poblaciones más 500.000	53.8
Madrid	91.0	15-19 años	60.2
Costa Mediterránea	87.8	20-24	56.3
Sur	79.4	BUP-FP	47.9
Poblaciones de 100.000 en adelante	88.5	Medios-superiores	49.6
Hombres y mujeres por igual	78.4	Estudiantes	59.6
15-19 años	88.9	Centro-izquierda	48.6
20-24	89.4		
25-35	85.0	Cocaína (gusano nariz) (56.4%)	
BUP-FP	87.0	Norte	59.9
Medios-superiores	83.1	Madrid	59.3
Estudiantes	91.0	Costa Mediterránea	65.2
Profesionales-funcionarios	83.6	Poblaciones 100.000-250.000	69.3
Centro-izquierda	88.4	y más de 500.000	69.5
Centro-derecha	84.8	Hombres	59.3
		15-19 años	64.8
Control (El nadador) (23.7%)		20-24	72.6
Costa Mediterránea	29.1	25-35	66.6
Poblaciones 10.000-50.000 hab.	32.1	BUP-FP	68.0
y de más de 500.000	28.5	Medios-superiores	72.0
Hombres	26.1	Estudiantes	71.9
15-19 años	33.3	Profesionales-funcionarios	70.1
FP	30.2	Centro-izquierda y Centro	65.7
Estudiantes	31.2		
Profesionales-funcionarios	33.3	No conocen ninguna (9.5%)	
De izquierda	32.4	Centro-Norte	21.4
y de derecha	35.8	Poblaciones menos 10.000	17.3
		55-65 años	21.5
		Sin estudios o primarios	22.8
		Amas de casa	18.3
		Jubilados-pensionistas	17.4

* La significación de las diferencias observadas oscila entre $P < .05$ y $P < .001$.

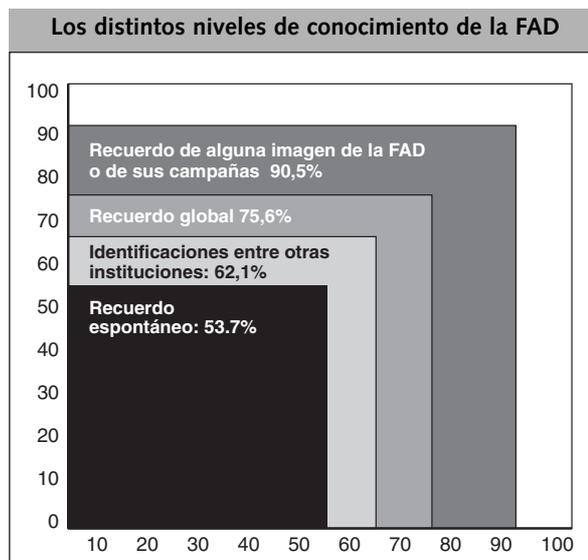
En síntesis podemos decir que se confirman los mismos perfiles que los del recuerdo espontáneo de la FAD, muy focalizado también aquí en población **joven**, núcleos **urbanos** medios y grandes, de nivel educativo **medio** y **alto**, **estudiantes**, **profesionales-cuadros medios** y **funcionarios**. Y de **todas** las posiciones **ideológicas**. No obstante, los márgenes de recuerdo visual de las imágenes y campañas se amplía y, aunque ciertos segmentos poblacionales tienen un nivel algo menor que los anteriormente mencionados, alcanzan una proporción de conocimiento también bastante alta. En este caso estarían los núcleos de población rural, los de 55 a 65 años, los de bajo nivel educativo, las amas de casa y los jubilados-pensionistas, pues, como puede verse en el cuadro 1.2, los porcentajes de los que en mayor proporción no conocen ninguna campaña oscila tan sólo entre el 17.3% y el 22.8%, siendo la media general en el conjunto de la población de un 9.5%.

Dicho esto de otro modo significaría que los niveles de **mayor conocimiento**, de por lo menos una de las imágenes, se situaría entre el **90%** y el **95%**, mientras que los niveles de **menor conocimiento** estarían entre un **77%** y un **83%**. Según estos datos vemos que los menores niveles contienen también un conocimiento bastante alto, lo que permite concluir que la **penetración social** de algunas de estas imágenes de la FAD o sus campañas está **ampliamente generalizada**, sin que exista ningún segmento de población que haya permanecido inaccesible a la comunicación en una proporción relevante.

1.3. Valoración de la labor que realiza la FAD

En los anteriores apartados hemos visto que un 53.7% de la población de 15 a 65 años y que en torno al 90% tienen un recuerdo visual de por lo menos una de las seis imágenes mostradas sobre la FAD o alguna de sus campañas. En otro lugar de la encuesta (que veremos con detalle un poco más adelante), en una pregunta de respuesta múltiple, un 62.1% de los entrevistados identifican a la FAD entre una lista de nueve organismos públicos o instituciones privadas específicos que actúan en el campo de las drogas.

Como resultado de todos estos indicadores de aproximación al conocimiento de la FAD, un **75.6%** tiene un conocimiento global suficiente para hacer



una **valoración de la labor que desarrolla la FAD en la prevención ante las drogas**. Los resultados obtenidos son los siguientes:

Tabla 1.3. Valoración de la labor de la FAD en la prevención ante las drogas

Valoración y equivalencia en una escala de 1 a 5	%	% Agrupado
Muy mal (1)	0.8	2.0
Mal (2)	1.2	
Regular (3)	17.1	17.1
Bien (4)	58.3	80.9
Muy bien (5)	22.6	
Total Base	100.0 (1.285)	100.0 (1.285)

Si tomamos como referencia la columna de la derecha (% agrupado) vemos que un **80.9%** de los que conocen la FAD o alguna imagen valoran la labor que está haciendo la FAD de **bien o muy bien**, un 17.1% de regular, y tan sólo un 2% de mal o muy mal. En la equivalencia en la escala de cinco puntos, la puntuación media resultante es de **4.01**.

Si trasladamos estas puntuaciones a su equivalente en una escala de diez puntos (Muy mal 1-2. Mal 3-4. Regular 5-6, Bien 7-8 y Muy bien 9-10), y tomamos como referencia el punto medio

del intervalo, la puntuación media resultante sería de **7.52**.

Al cruzar esta pregunta con las distintas variables sociodemográficas no se observan grandes desviaciones de valoración ya que la opinión está muy centrada en torno a los porcentajes generales. No obstante, si se aprecian algunas diferencias. Si tomamos aquellas que superan el 80.9% de valoración bien o muy bien y que tengan una significación superior a $P < .05$, podemos ver que los segmentos poblacionales con una valoración más positiva serían los siguientes:

- En las zonas de Norte (88.3%), Madrid (83.9%) y Centro-Sur (91.3%).
- En las poblaciones de hasta 10.000 habitantes (83.1%) y de 250.000-500.000 (83%).
- Las mujeres (82.5%) algo más que los hombres (79.4%).
- Los más jóvenes, 15-19 años, (86.4%), los de 19-24 (82.3%) y sus padres y madres, 35-44 años (82.2%).
- Estudiantes (85.4%), Profesionales y funcionarios (82.2%) y amas de casa (82.6%).
- Residentes en barrios de trabajadores (83.6%) y de clases medias (82.1%).
- Y los que se posicionan ideológicamente de izquierda (84.9%) y de centro (82.9%).

En las calificaciones negativas no se observan diferencias relevantes respecto al promedio general del 2%; sólo en los suburbios y barrios marginales se alcanza un 5%. Y lo mismo ocurre en la calificación de regular, que del 17.1% de promedio se eleva en estos barrios al 23.8% y también entre la población rural dispersa a un 23.7%.

1.4. De dónde conoce la FAD o las imágenes sobre sus campañas

A los entrevistados que indicaron conocer a la FAD o alguna de las imágenes mostradas se les formuló la siguiente pregunta: **¿Dónde ha oído hablar de la FAD o ha visto Vd. alguna de estas imágenes?**

Las respuestas obtenidas fueron en total 3.282, por lo que la media de fuentes de conocimiento de la FAD o las imágenes sobre sus campañas es de **2.18** por cada entrevistado que respondía a esta pregunta, y que fueron en torno al 90% del total de la muestra.

Las fuentes de conocimiento mencionadas son las que se recogen en la tabla 1.4:

En la columna de la izquierda se recogen el número de menciones obtenidas por cada fuente y en la intermedia los correspondientes porcentajes.

Tabla 1.4. Dónde ha conocido la FAD o las imágenes sobre sus campañas

Fuentes	Nº de respuestas	% Respuestas	% Entrevistados
Familiares	31	0.9	2.1
Amigos	57	1.7	3.8
Vecinos, compañeros	47	1.4	3.1
En prensa o revistas	553	16.8	36.8
En televisión	1.419	43.2	94.3
En radio	220	6.7	14.6
Carteles, vallas	632	19.3	42.0
Películas vídeo, cine	292	8.9	19.4
Otras varias	31	0.9	2.1
Totales	3.282	100.0	2.182
Base			(1.504)

Pero la más significativa es la de la derecha, ya que en ella se ofrecen las proporciones de entrevistados que indican haber conocido a la FAD o a alguna de las imágenes en cada fuente. Según esto podemos ver que la más general, con mucho, es la **televisión**, la cual mencionan el **94%** de los entrevistados que tienen algún conocimiento. También alcanzan un porcentaje relativamente alto los **carteles y las vallas (42%)** y la **prensa o revistas (36.8%)**.

Las **películas en vídeo o cines (19.4%)** y la **radio (14.6%)** se sitúan en el nivel intermedio, mientras que las relaciones **interpersonales** (familiares, amigos, vecinos y compañeros) ocupan el último lugar son tan sólo entre un 2% y casi el 4%.

Estos datos se aproximan también mucho a lo observado en el mencionado estudio de 1993, en el que un 90% de los entrevistados habían visto las campañas de la FAD en televisión, al tiempo que el 50% las habían conocido por otros medios.

En el cruce con las variables de clasificación podemos ver que la mayor proporción de menciones de cada fuente, con una significación superior a $P < 0.05$, se da en los siguientes segmentos poblacionales:

Televisión (94.3%)

En **todos** los segmentos y zonas geográficas. Y especialmente en las poblaciones de 100.000 a 250.000 habitantes (99.2%); entre los de 20 a 24 años y de 25-34 (95.8%). Empresarios (95.9%) y parados (98.5%). En barrios de clases medias (94.7%) y trabajadores (95.1%), así como en el medio rural (97.1%).

Carteles, vallas (42.0%)

En Madrid (65.2%) y la costa mediterránea (49.5%) y en poblaciones de más de 500.000 habitantes (64.6%). Los de 15-18 años (48.5%). De estudios medios y superiores (55.1%). Profesionales y funcionarios (57.1%). En barrios de clases medias (44.4%).

Prensa o Revistas (36.8%)

En la costa mediterránea(53.1%); poblaciones de 10.000 a 50.000 habitantes (46.2%) de más de 500.000 habitantes (45.1%); de 20 a 24 años (40.3%) y de 25 a 34 (38.7%). De estudios medio-superiores (48.4%). Profesionales y funcionarios (50.3%) y estudiantes

(41.9%). En barrios de clases medias y trabajadores (51.2%).

Películas en vídeo y cine (19.4%)

En las zonas Norte (29.5%) y costa mediterránea (29.1%); en poblaciones de 10.000-50.000 habitantes (28.5%) y de más de 500.000 (24.3%). De 15-18 años (22.8%). De BUP-FP (23.2). Trabajadores (22.1%) y estudiantes (24.7%). En barrios de clase trabajadora (28.6%).

Radio (14.0%)

En la zona Norte (27.60%), en poblaciones de 10.000-50.000 habitantes (21.4%). De 20 a 24 años (18.9%) y de 35 a 44 (17.6%). De estudios primarios (16.5%) y medios superiores (21.1%). Profesionales y funcionarios (21.2%), estudiantes (17.2%) y amas de casa (18.4%). En barrios de clase media (17.6%) y trabajadora (18.6%).

Familiares, amigos, vecinos y compañeros (2.1% a 3.8%)

En la zona Sur (4.8%) y costa mediterránea (5.5%). En poblaciones de más de 500.000 habitantes (6.6%). De 15-18 años (4.6%) y de 55 a 65 (4.8%). Estudiantes (5.4%), amas de casa (6.2%) y parados (4.9%). En barrios de clases medias (6.8%) y suburbios (5.8%).

1.5. Conocimiento de quien preside la FAD

Al conjunto de entrevistados se les preguntó también si conocían quién presidía la FAD. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Tabla 1.5. Quién preside la FAD

	%
El Ministro del Interior	1.4
El Presidente del Gobierno	0.9
La Reina	8.1
Otra persona	0.3
No saben quien la preside	57.2
No contestan	32.1
Total	100.0
Base	(1.700)

Como puede observarse una gran mayoría de los entrevistados (89.3%) o no sabe quien preside la FAD o ni siquiera contestan a la pregunta. En los que indican alguna persona **tres** de cada cuatro señalan acertadamente a la Reina.

Siendo el porcentaje de los que mencionan a la Reina un **8.1%**, podemos ver que los segmentos de población que tiene un mayor conocimiento serían los siguientes: en las zonas de centro-norte (22.2%), Madrid (12.7%) y costa mediterránea

(14.3%). En poblaciones de 50.000 a 100.000 habitantes (19.8%) y de más de 500.000 (14.7%). Los de 25 a 35 años (16.1%). De estudios medios y superiores (20.5%). Profesionales y funcionarios (20.3%), trabajadores (14.3%) y jubilados-pensionistas (15.1%). Residentes en barrios de clase media-alta (14.1%), y media-media (12.2%).

Todas estas variables son significativas entre $P < .05$ y $P < .009$.

2. Conocimiento de las instituciones que actúan en el campo de las drogas, valoración de su labor, y otras cuestiones

2.1. Conocimiento de las instituciones

En el apartado anterior hemos dicho que un 62.1% de los entrevistados identificaban a la FAD

entre un conjunto de diversas instituciones que actuaban en el campo de las drogas. Los resultados completos obtenidos en esta cuestión son los siguientes:

Tabla 2.1. Conocimiento de las instituciones que actúan en el campo de las drogas

Organismos e Instituciones	Nº de % respuestas	% Respuestas	% Entrevistados
Proyecto Hombre	1.103	19.0	65.4
Planes Auton. sobre Drogas	237	4.1	14.0
UNAD	85	1.5	5.0
Plan Nacional sobre Drogas	887	15.3	52.6
FAD	1.048	18.0	62.1
Planes Munic. sobre Drogas	219	3.8	13.0
El Patriarca	593	10.2	35.2
CREFAT	15	0.3	0.9
Alcohólicos Anónimos	1.492	25.7	88.4
Otras	65	1.1	3.9
No conocen ninguno	68	1.2	4.0
Totales	5.812	100.0	3.445
Base			(1.700)

De los datos de esta tabla podemos ver que un **96%** de los entrevistados conocen alguna o algunas de las instituciones contempladas y tan

sólo un 4% no conoce ninguna.

La media de instituciones conocidas es un **3.44** por entrevistado.

Del conjunto de estas instituciones sólo cuatro son identificadas por más del 50% de los entrevistados. La más mencionada de todas es **Alcohólicos Anónimos** (88.4%), a continuación el **Proyecto Hombre** (65.4%) y la **FAD** (62.1%), siendo la cuarta el **Plan Nacional sobre Drogas** (52.6%).

En un lugar intermedio se situaría **El Patriarca** (35.2%), mientras que las cuatro restantes oscilarían entre el 14% de los Planes Autonómicos sobre Drogas y el 0.9% de CREFAT.

Si tomamos las cinco más conocidas y las cruzamos con las variables sociodemográficas, podemos ver que las proporciones más altas de identificación de cada una de ellas estarían en los siguientes segmentos de población:

Alcohólicos Anónimos (88.4%)

En las zonas Centro-Norte (89.1%) y Sur (93.5%). Hombres (89.2%); los de 20 a 24 años (92.3%) y de 25 a 34 (91.6%). De nivel educativo medio (89.6%) y superior (91.1%). Profesionales y funcionarios (89.6%), trabajadores (90.1%) y estudiantes (92.1%).

Proyecto Hombre (65.4%)

En las zonas de Madrid (77.1%), Norte (82.1%) y centro-sur (78.7%). Hombres (71.2%). De 20 a 24 años (77.6%) y 25 a 34 (78.1%). De niveles educativos medios y superiores (71.6%). Profesionales y funcionarios (74.6) y parados (82.3%).

FAD (62.1%)

En las zonas de centro-norte (65.1%), Madrid (66.7%) y costa mediterránea (71.6%). Hombres (65.1%). De 15-18 años (64.1%), 20-24 (70.1%) y de 25-34 (67.1%). De niveles educativos medios y superiores (69.7%). Empresarios (64.1%), profesionales y funcionarios (70.3%) y estudiantes (63.1%).

Plan Nacional sobre Drogas (52.6%)

En Madrid (67.9%) y costa mediterránea (57.9%). Hombres (60%); los de 20 a 24 años (57.6%) y de 25 a 34 (62.3%). De estudios medios y superiores (70.2%). Profesionales y funcionarios (66.1%) y estudiantes (64.2%).

El Patriarca (35.2%)

En la zona Norte (55.6%) y en Madrid (50.6%). Las mujeres (40.1%) los de 35 a 44 años (50.1%). De nivel educativo bajo (36.1) y medio superior (47.1%). Profesionales y funcionarios (55.2%), parados (40.1%) y amas de casa (41.1%).

Como puede observarse las cuatro primeras instituciones tienen unos perfiles de identificación muy parecidos: hombres, en los grupos de edad de 20 a 24 años y 25 a 34, principalmente. De niveles educativos medios y superiores. El grupo de profesionales y funcionarios está en todos ellos, y el de estudiantes en tres de las cuatro instituciones.

Algunas singularidades serían las siguientes: el Proyecto Hombre es la que más penetra entre los parados; Alcohólicos Anónimos entre los trabajadores; y la FAD entre los empresarios y, sobre todo, en el segmento más joven: los de 15 a 18 años.

El perfil de los que identifican a la quinta institución, El Patriarca, aunque también tiene personas de nivel educativo medio-superior y profesionales y funcionarios, se diferencia claramente de los de las otras cuatro, ya que en el perfil de ésta predominan las mujeres, las amas de casa, y las personas de mayor edad.

Finalmente, en lo que a las instituciones menos conocidas se refiere, los perfiles se difuminan más. No obstante, hay algunos rasgos que sí están bastante claros y que merece la pena señalar: El Plan Municipal alcanza bastante grado de conocimiento en Madrid (31.6%), así como UNAD (7.6%). Los Planes Autonómicos también son bastante identificados por personas de nivel educativo medio y superior (29.6%) y en los segmentos de edad de 25 a 45 años (23.6%).

2.2. Valoración, utilidad, financiación y relaciones de las instituciones privadas con la Administración

En este punto vamos a ver de forma algo más escueta como valoran los ciudadanos la labor de estas instituciones en su conjunto, el grado de utilidad de las de las Administraciones Públicas y de las privadas o no gubernamentales, como deberían financiarse estas últimas y cual debería ser su relación con las Administraciones.

A) La valoración de la labor de las instituciones

Un **75.4%** del total de entrevistados valora **bien o muy bien** la labor de conjunto que estas instituciones están realizando en la prevención y atención a los problemas de las drogas. Un 14.4% la califican de regular y tan sólo un 2.1% lo hacen de mal o muy mal; (el 8% no tiene opinión al respecto).

Los segmentos de población que en mayor medida valoran positivamente esta labor, con unas diferencias cuya significación es superior a $P < .05$, son los siguientes: en las zonas norte (82.4%), Madrid (81.4%) y Centro-Sur (90.5); en las poblaciones de 50.000 a 100.000 habitantes (88.5) y de 250.000 a 500.000 (89.3%). Las mujeres (83.6). Los de 15-18 años (85.3%) y los de 45 a 54 (83.3%). Profesionales y funcionarios (82.7%), estudiantes (83.4%) y amas de casa (86.8%), en los barrios de clases medias (82.1) y trabajadora (86.8%).

No se observan diferencias significativas entre los que la califican de regular o mal-muy mal.

B) La utilidad de las instituciones gubernamentales y las privadas o no gubernamentales

Sobre este particular se preguntó a los entrevistados qué instituciones creían que eran más útiles para la prevención y atención de los problemas de drogas. Las respuestas obtenidas fueron los siguientes: un **36.7%** señaló que eran más útiles las organizaciones de las **Administraciones o gubernamentales**, mientras que el **41.3%** se inclinó por las **privadas o no gubernamentales**. Otro 22.1% no contestó a la pregunta.

Si excluimos estos últimos y convertimos en base cien los que expresan opinión al respecto, las proporciones resultantes serían las siguientes: un **47.1%** las de la Administración y un **52.9%** las no gubernamentales.

Tomando estos porcentajes como referencia podemos ver que, en el cruce con las variables de clasificación, los que en mayor medida indican uno u otro tipo de instituciones serían los siguientes:

- **Las de la Administración o gubernamentales (47.1%)**

En la zona Sur (58.6%) y en las poblaciones

de 50.000 a 100.000 habitantes (65.6%). Los de 45 a 54 años (50.7%) y de 55 a 65 (56.5%). Los de estudios primarios (54.4%). Los parados (56.8%) y los pensionistas y jubilados (66.7%). Y los residentes en barrios de clase trabajadora (47.7%).

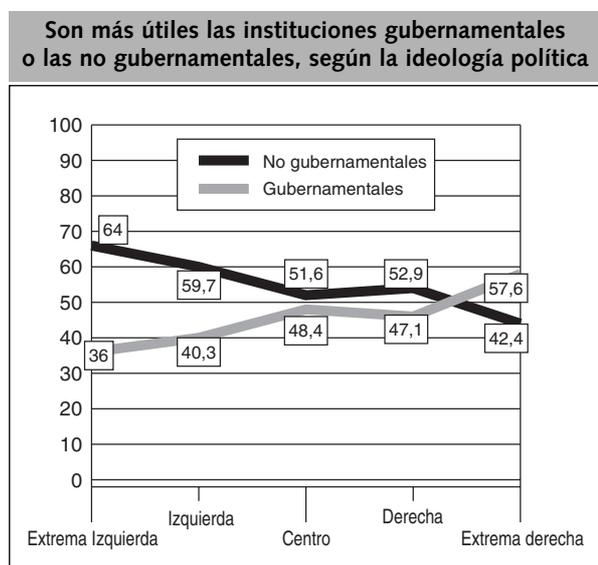
- **Las privadas o no gubernamentales (52.9%)**

En las zonas Norte (62.6%), centro-norte (59.1%), Madrid (54.9%) y centro-sur (62.6%), en poblaciones de 250.000 a 500.000 habitantes (70.9%) y de más de 500.000 (55.4%). Los de 20 a 24 años (63.7%) y de 25 a 35 (57.6%). De estudios medios (59.4%) y superiores (57.4%). Empresarios (54.7%), profesionales y funcionarios (55.5%), trabajadores (55.2%) y estudiantes (58.8%). Residentes en barrios de clases medias (53.1%).

Las diferencias observadas en los cruces en todas estas variables son muy significativas con $P < .001$ a $P < .0001$. No lo es la de género ($P < .5$) pues las opiniones de los hombres y mujeres están muy cercanas a las medias generales.

En la variable de ideología política (con $P < .03$) en todas las posiciones se inclinan mayoritariamente por las no gubernamentales, excepto en la de extrema derecha que lo hacen por las gubernamentales.

Veamos esto expresado en el siguiente gráfico.



Esta preferencia de las instituciones gubernamentales por los que se autoposicionan en la extrema derecha (y que son tan sólo un 6.9%) se puede explicar desde su mentalidad autoritaria. Por el contrario, el apoyo de los de extrema izquierda (aún un más exiguo 5.2%) tendría su explicación en que, actualmente, se ubican en este lugar, principalmente, personas de pensamiento libertario.

En todo caso lo más significativo es que el restante 87.9% de los entrevistados autoposicionados en puntos más centrales de la escala ideológica (entre el 3 y el 7), aunque sin grandes diferencias, creen que son más útiles en la actuación ante las drogas las instituciones no gubernamentales. Por

otra parte se trata también de una población en general más joven, de un nivel educativo más alto y laboralmente más activa, que la que se inclina por las organizaciones gubernamentales, tal como hemos podido ver en los perfiles.

C) La financiación y las relaciones de las organizaciones no gubernamentales

LA FINANCIACIÓN:

En lo que se refiere a como **deberían financiarse** las instituciones no gubernamentales que trabajan en el campo de las drogas, la opinión de la población es la siguiente:

Tabla 2.2. Cómo deberían financiarse las ONGs en el campo de las drogas

	%
Las deberían financiar sus propios miembros	14.2
Las deberían financiar las Administraciones	47.4
Las deberíamos financiar entre todos, con aportaciones individuales	13.5
Las deberían financiar los receptores de los servicios	10.7
NS/NC	14.2
Total	100.0
Base	(1.700)

Casi la mitad de los entrevistados, el **47.4%**, piensan que las **Administraciones** deberían financiar a estas instituciones no gubernamentales, mientras que otro **38.4%** se inclinan por las **otras** opciones, de ellos la mayoría (27.7%) creen que debería hacerse mediante la **solidaridad** intra y extra institucional, siendo tan sólo un 10.7% los que opinan que deberían financiarlas los usuarios de los servicios.

Los que en mayor proporción, y con una significación superior a P<.05, prefieren una u otra fórmula presentan los siguientes perfiles:

- **Deberían financiarlas las Administraciones (47.4%)**

En las zonas centro-norte (75%) y sur (66.9%). Los hombres (56.5%). De 35 a 65 años (57.6%). De nivel educativo medio y superior (56.9%). Trabajadores (56.8), profe-

sionales y funcionarios (57.8%) y jubilados-pensionistas (63.2%). Residentes en barrios de clase media y trabajadora (57.0), suburbios (60.9%) y medio rural (64.9). Los de izquierda (61.2%) y los de extrema derecha (71.8%).

- **Deberían financiarlas sus miembros (14.2%)**

En la costa mediterránea (24.1%) y centro-sur (18.1%). Los de 15-18 años (17.1%) y de 55 a 65 años (20.8%). Empresarios (18.7%), estudiantes (18.8%) y trabajadores (17.7%). De clase social media (27%). De derecha (20.8%).

- **Deberían financiarse entre todos (13.5%)**

En Madrid (28.5%) y centro-sur (22.1%). Las mujeres (16.7%). De 15 a 18 años (20.3%) y de 25-34 (20.8%). Estudiantes (20.7) y amas

de casa (16.3%). De clase social alta (19.4%) y trabajadora (16.3). De centro (19.2%).

- **Deberían financiarlas los receptores de los Servicios (10.7%)**

En las zonas Norte (21.1%) y costa mediterránea (18.2%). Los de 25 a 34 años (15.6%).

Empresarios (16.6%). Residentes en barrio de clase media (17.8%). De derecha (23.8%).

LAS RELACIONES:

Sobre este particular la pregunta formulada a los entrevistados y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Tabla 2.3. ¿Cuál debería de ser la relación de las instituciones específicas no gubernamentales y privadas ante las drogas; respecto a las Administraciones Públicas o los Gobiernos Autonómicos o Central
(Leerle las tres frases y que señale la que más coincida con su opinión)

	%
• Han de depender totalmente de las directrices de la Administración o el Gobierno	16.9
• Deben ser plenamente autónomas de la Administración o el Gobierno	13.8
• Han de ser autónomas, pero coordinándose con la Administración en algunas actividades de interés general	47.6
• NS/NC	21.6
Total Base	100.0 (1.700)

Un 21.6% de los entrevistados no manifestaron opinión sobre esta cuestión. Del **78.4%** que si lo hizo, las tres cuartas partes (61.4%) opinan que las instituciones no gubernamentales han de ser **autónomas**, con el matiz, expresado por un 47.6%, de que han de coordinarse con la Administración en algunas actividades de interés general. Y tan sólo un 16.9% creen que deben de depender totalmente de las directrices de la Administración o del Gobierno.

Los perfiles de los que prefieren uno u otro tipo de relación, con diferencias significativas superiores a $P < .05$, son los siguientes:

- **Han de depender totalmente de las directrices de la Administración (16.9%)**

En las zonas centro-sur (28.6%) y sur (33.1%). Los de 45-54 años (28.7%) y de 55 a 65 (24.6%). De bajo nivel educativo (30%). Parados (23.6%), amas de casa (26.3%) y jubilados pensionistas (26.3%). Y los que se definen de extrema derecha (37.3%).

Este perfil es el mismo que el de los que piensan que las instituciones públicas que actúan en el campo de las drogas son más útiles que las no gubernamentales, según vimos anteriormente en el apartado B.

- **Deben ser plenamente autónomas de la Administración (13.8%)**

En las zonas costa mediterránea (23.1%) y Norte (18.9%), que incluyen a Cataluña y al País Vasco, respectivamente. Los de 15-18 años (21%). De nivel educativo medio (19.2%). Estudiantes (18.3%), parados (21.1%) y amas de casa (19.4%). Los de extrema izquierda (27.7%).

- **Han de ser autónomas y coordinarse con la Administración para actividades de interés general (47.6%)**

En las zonas Norte (61.1%), centro-norte (79.7%) y Madrid (71.3%). Los de 20-24 años (64.5%), 25-34 (64.3) y 35-44 (62.4%).

De nivel educativo medio y superior (70.2%). Empresarios (68.9%), profesionales y funcionarios (61.9%), trabajadores (59.2%) y estudiantes (62.7%). De izquierda (61.7%), centro (67.9%) y derecha (62.7%).

Estos dos últimos perfiles son, a su vez, muy similares al de los que, en el apartado B, decían que las instituciones no gubernamentales eran más eficaces que las de la administración en la acción ante las drogas.

3. Conocimiento y demanda de actuaciones de la FAD y posibles colaboraciones

Los temas incluidos en esta tercera y última parte de la encuesta tenían ya un sentido más **práctico** para la **orientación de las actuaciones** de la FAD, así como la posible **promoción de la colaboración** de la población con la misma.

Estos dos temas medulares obtuvieron los resultados que se exponen a continuación.

3.1. Conocimiento y demanda de actuaciones de la FAD

En dos preguntas separadas en el cuestionario se solicitó a los entrevistados que indicaran que actuaciones conocía que realizaba la FAD y cuales debería promover en el futuro para mejorar su acción ante las drogas. Los resultados obtenidos son los siguientes:

Tabla 3.1. Las actuaciones que realiza y debería realizar la FAD (en % entrevistados)

Actuaciones	Realiza	Debería Realizar
Prevención en las escuelas y con los maestros	31.9	74.0
Formación de las familias	16.9	51.6
Edición de publicaciones y materiales de formación	20.7	13.7
Campañas de prevención en los medios de comunicación	72.7	44.1
Formación en las Universidades	10.7	17.6
Actuaciones con voluntarios, adultos y jóvenes	16.3	16.4
Teléfono 900 de Información sobre problemas de las drogas	28.8	16.8
Centro de Documentación sobre las Drogas	28.7	9.7
Programas de Cooperación Internacional	3.0	5.5
Participación en actividades deportivas, actos juveniles, etc...	25.7	18.9
Otras	0.0	0.8
Ninguna o no sabe/no contesta	20.5	7.3
Totales	276.1	276.3
Bases	(1.700)	(1.700)

Respecto a las actuaciones que conocen que realiza la FAD un 20.5% de los entrevistados indicó que ninguna o simplemente no contestó a la pregunta. El 79.5% que sí conocía alguna o algunas dió 3.451 respuestas, lo que significa una

media de actuaciones conocidas de 2.55 por entrevistado. Las más conocidas son las campañas en los medios de comunicación (72.7%), la prevención en las escuelas (31.9%), el teléfono 900 (28.8%) y el centro de documentación (28.7%).

En lo que se refiere a las actuaciones que la FAD debería realizar, indicaron alguna o algunas un **92.7%** de los entrevistados, con un total de 4.240 respuestas, lo que da una media de **2.69** actuaciones por entrevistado. Las actuaciones que resultan más demandadas por la población son la prevención en las escuelas, que la señalan el 74% de los entrevistados; la formación de las familias, con un 51.6%; y las campañas de prevención en los medios de comunicación, con el 44.1%. Y ya a cier-

ta distancia estarían las actividades deportivas, la formación en las Universidades, el teléfono 900 y las actuaciones con voluntarios, con porcentajes que oscilan entre el 18.9% y el 16.4%.

Si tomamos estas siete actuaciones más demandadas, y las cruzamos con las variables sociodemográficas, podemos ver que los perfiles de los demandantes de cada una de ellas serían los que se recogen en el cuadro 3.1.

Cuadro 3.1.A. Perfiles de los demandantes de las actuaciones más solicitadas

Prevención en las Escuelas (74%)		Campañas en Medios Comunicación (44.1%)	
Zonas centro-norte	81.0	Zonas Norte	49.1
Madrid	82.7	y Centro-norte	47.6
Sur	81.0	En poblaciones de 50.000-100.000 hab.	55.2
Poblaciones 100.000-250.000 hab.	85.7	De 24-24 años	47.9
25-34 años	76.9	y 55-64	46.4
55-65	76.0	De nivel educativo bajo y superior	47.0
Nivel educativo bajo	77.8	Profesionales-funcionarios	46.0
y medio	75.8	Amas de casa	50.2
Profesionales-funcionarios	76.1	En barrio de clase media-alta	48.1
Parados	80.0	y media-baja	49.2
Jubilados-pensionistas	78.1	Suburbios	51.5
Barrios clase media y trabajadora	76.7	y Medio rural	54.4
y medio rural	89.5	De todas las ideologías	44.1
De centro	76.2		
Formación de las Familias (51.6%)		Actividades deportivas y juveniles (18.9%)	
Zonas centro-norte	60.1	Zonas Costa Mediterránea	20.6
centro-sur	61.2	y Centro-Sur	19.9
En poblaciones de 250.000-500.000 hab.	60.2	En poblaciones de 50.000-100.000	27.0
De 45-54 años	56.3	y más de 500.000	20.7
De nivel educativo bajo y medio	56.1	De 20 a 24 años	19.4
Amas de casa	52.1	y 25 a 35	20.7
Jubilados-pensionistas	56.2	De niveles educativos medios	
Empresarios	52.6	y superiores	22.4
En barrios de clase media	56.2	Estudiantes	20.0
y medio rural	67.5	Parados	20.3
De izquierda	55.8	En barrios de clases medias	25.6
y derecha	56.6	De centro	20.8

Cuadro 3.1.B. Perfiles de los demandantes de las actuaciones más solicitadas

Formación en las Universidades	(17.6%)	Teléfono 900	(16.8%)
Zonas Norte	18.6	En Madrid	19.8
y Costa Mediterránea	19.7	Costa Mediterránea	26.1
En poblaciones de 10.000-50.000 hab.	25.1	En poblaciones de menos de 10.000	21.7
y de 100.000-250.000	19.8	y de 10.000-50.000	18.0
De 15-18 años	20.9	De 25 a 34 años	19.9
y 20-24	18.9	De estudios medios	19.8
De nivel educativo medio y superior	23.1	Trabajadores	19.5
Empresarios	19.1	En barrios de clase media y trabajadora	18.2
Estudiantes	20.6	Izquierda	18.3
En barrios de clase media-alta	23.1	y derecha	20.3
De izquierda	19.7		
y de derecha	22.1	Actuaciones con voluntarios	(16.4%)
		En Madrid	18.9
		y Norte	20.1
		En poblaciones de 50.000-100.000	18.7
		De 25 a 34 años	19.3
		De nivel educativo bajo y medio	19.1
		Profesionales-funcionarios	18.8
		Trabajadores	18.3
		En barrios de clase trabajadora	17.6
		y en suburbios	30.3
		De izquierda	19.7

Como puede verse en el cuadro 3.1, los segmentos sociales demandantes de actuaciones de la FAD son muy amplios e incluyen a personas de todas las edades, condición social e ideología. Algunas singularidades serían las siguientes: las personas de mediana edad y mayores, de nivel educativo bajo y medio, residentes en los grandes núcleos urbanos, demandan principalmente la prevención en las escuelas y la formación de las familias. Mayormente se trata de padres y madres preocupados de sus hijos ante el potencial problema de las drogas, y que requieren de la acción en la escuela y de un apoyo en la misma familia.

Por el contrario las actividades deportivas y juveniles, y la formación en las Universidades, son demandas especialmente por los grupos de edad joven, con un nivel educativo más alto y básica-

mente de clases medias. Probablemente porque sus contactos con el problema y su posible participación ante el mismo podría desarrollarse principalmente en estos ámbitos. En parte, éste sería también el perfil de los que señalan el Teléfono 900 y las actuaciones con voluntarios, aunque con un segmento de personas con un nivel educativo algo más bajo y fuerte presencia de la clase trabajadora.

Finalmente, las campañas en los medios de comunicación dada la generalidad del alcance de las mismas, es el segmento más diversificado y plural: jóvenes y mayores, de niveles educativos bajos y altos, lo mismo profesionales que amas de casa. Residentes en barrios de clase media-alta, media baja y suburbios, así como de todas las ideologías políticas.

Importancia de la continuidad de las campañas en los medios de Comunicación

Precisamente por la amplitud y la pluralidad de los segmentos sociales a los que llegan las campañas de la FAD en los medios de comunicación, y dada la diversificación de respuestas cuando se eligen unas determinadas actuaciones entre un amplio elenco, se vió conveniente profundizar en la encuesta preguntando a los entrevistados en que medida consideraba importante la **continuidad** de las campañas de la FAD en los medios de comunicación. Las respuestas obtenidas fueron las siguientes:

Tabla 3.2. Importancia de la continuidad de las campañas en los medios de comunicación

	%
Muy importantes	43.6
Importantes	48.1
Indiferentes	3.4
Innecesarias	0.8
NS/NC	4.1
Total	100.0
Base	(1.700)

Como puede verse un amplísimo segmento de la población española de 15 a 65 años, un **91.7%** considera que estas campañas son **importantes o muy importantes**, frente ha sólo un 4.2% que los considera indiferentes o innecesarias.

Este grado alto de aceptación de las campañas de la FAD, junto al muy amplio grado de conocimiento de alguna de ellas, un **90.5%** (según se ha podido ver en el primer apartado de este informe), hacen que dichas campañas constituyan un **elemento identificativo institucional** esencial, el cual puede ser a su vez vehículo comunicativo de las otras actuaciones demandadas a la FAD.

Dada la amplitud de este porcentaje de aceptación de las campañas, no se observan mayores diferencias en los cruces de las variables sociodemográficas. En todo caso si nos centramos tan sólo en el grado máximo (muy importante: 43.6%) podemos ver que éste se produce en Madrid

(50.5%) y las zonas centro-sur (57.2%) y sur (61.6%). Entre los de 20 a 24 años (47.8%) y sus padres, los de 35 a 45 años (47.1%). Profesionales y funcionarios (44.6%), trabajadores (47.1%), parados (50.7%), amas de casa (47.8%) y pensionistas y jubilados (52.2%). En barrios de clase media (49.9%) y trabajadora (48.2%), así como en suburbios (55.4%). Y entre personas de todas las ideologías políticas.

La significación de estas variables oscilan entre $P < .01$ y $P < .0001$.

3.2. Posibles colaboraciones con la FAD en la actuación ante las drogas

Tradicionalmente las grandes instituciones humanitarias, como UNICEF, Cruz Roja, Lucha contra el Cáncer, o Médicos del Mundo, entre otras, han canalizado la mayoría de las colaboraciones de la población (con trabajo voluntario o aportaciones económicas), bien ante situaciones de emergencia puntuales (catástrofes, guerras, epidemias...) o en actuaciones de mayor alcance (protección de los niños, lucha contra la pobreza y el hambre, promoción de la salud...). Algunas de estas instituciones tienen entre medio y un siglo de existencia, y a lo largo del tiempo han podido **fidelizar** la colaboración de amplios segmentos de la población (1).

Las instituciones y organizaciones de actuación ante las drogas son, en general, mucho más recientes, y, aunque suscitan también el interés y el deseo de colaboración, aún no han alcanzado la penetración social que tienen las anteriores. Esto lo constatamos al preguntar a los entrevistados con que instituciones estarían dispuestos a colaborar. Las grandes instituciones humanitarias son mencionadas entre un 49% de UNICEF y un 47% de Cruz Roja a un 20% de Manos Unidas, mientras que las específicas en el campo de las drogas obtienen un 13.1% la FAD y un 11.9% el Proyecto Hombre.

Es bien sabido que cuando en una pregunta de respuesta múltiple el entrevistado ha de señalar varias opciones, en este caso las diversas instituciones con las que estaría en disposición de colaborar,

(1) EDIS "UNICEF y la acción humanitaria" (1989) y *La Imagen de la Cruz Roja y otras Instituciones Humanitarias* (1990).

se produce un efecto de **saturación** en el que se eligen las opciones preferentes. Pero esto no significa que en las menos mencionadas haya una posición de rechazo o exclusión.

En la presente pregunta un **21.8%** de los entrevistados han señalado que **no** colaborarían con ninguna institución (este sería el único colectivo de rechazo), mientras que el **78.2%** señalan que **sí** colaborarían, estos suponen 1.330 entrevistados, los cuales dan 3.447 respuestas, es decir una media de **2.59** instituciones por entrevistado.

Ciertamente, los porcentajes que obtiene cada institución sí indican un primer nivel de preferencia, pero dado que, por el efecto de saturación, esta preferencia inicial no es excluyente, pueden existir un determinado número de entrevistados que, sin haber mencionado en este primer nivel a una determinada institución, sí pueda existir también una cierta disposición de colaboración, la cual podría ser convenientemente promovida y potenciada desde dicha institución.

Para profundizar en esta cuestión y conocer cuales serían los límites máximos de disposición potencial de colaboración de la población española con la FAD, formulamos a los entrevistados otras

dos preguntas específicas. La primera de ellas fue la siguiente:

Finalmente, ¿estaría Vd. en disposición de realizar algún tipo de ayuda o colaboración con la FAD, Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, en la actuación ante las drogas?

A esta pregunta específica un **36.7%** de los entrevistados respondieron **afirmativamente**. Entre este límite **máximo** y el **13.1%** de límite **máximo**, que en la pregunta anterior la señalaron de forma preferente, se situaría el colectivo social de potenciales colaboradores de la FAD. Si tenemos en cuenta que el conjunto de la muestra es representativa de unos 27 millones de ciudadanos de 15 a 65 años, dichos límites se moverían, en términos absolutos, entre los **10** y los **3.5 millones** de personas.

La segunda pregunta sobre este particular se orientaba en la concreción de los tipos de colaboraciones que les sería más factible realizar y a la definición de los perfiles específicos de los colaboradores potenciales en cada uno de los distintos tipos contemplados.

Los resultados obtenidos son los que se recogen en la tala 3.3 y en el cuadro 3.2.

Tabla 3.3. Posibles colaboraciones con la FAD

	%
<ul style="list-style-type: none"> • Participar como voluntario en actuaciones puntuales • Participar como voluntario en programas sistemáticos • Entregar un donativo para alguna actividad o campaña de formación o prevención • Abonar una pequeña cuota anual para financiar el conjunto de actividades • Otras 	<p>19.2</p> <p>4.5</p> <p>18.4</p> <p>6.2</p> <p>1.1</p>
Ninguna	63.3
Total Base	112.7 (1.700)

Los 623 entrevistados que estaban en disposición de colaborar (el 36.7%) señalaron un total de 839 colaboraciones posibles, lo cual da una media de **1.35** colaboraciones por entrevistado en esta

disposición. Y como suele ser en estos casos los tipos de colaboraciones más mencionadas son las puntuales, bien como voluntarios en actuaciones concretas (19.2%), bien con la entrega de un

donativo para alguna actividad o campaña (18.4%). En términos absolutos en este tipo de colaboración se encontrarían potencialmente en torno a los cinco a siete millones de personas.

Las colaboraciones más continuadas, aunque en proporciones menores que las puntuales, también tienen un segmento de colaboradores potenciales de cierta importancia, ya que un 4.5% del total de entrevistados están en disposición teórica de participar como voluntarios en programas sistemáticos, y un 6.2% en abonar una pequeña cuota anual para financiar el conjunto de actividades. Esto supondría, en términos absolutos, entre 1.200.000 y 1.7400.000 personas. Obviamente, hablamos siempre de disposiciones teóricas o de colaboradores potencialmente posibles, de los que una parte no acaban siendo colaboradores reales. Por otra parte, la **captación** de los que pudieran ser efectivos requiere de un importante trabajo institucional en comunicación y motivación específica, según el tipo de colaboración de que se trate, y de cauces de contacto, formalización y consolidación del compromiso de colaboración.

En todo caso, lo que corresponde a esta encuesta es el ofrecer los perfiles específicos de los potenciales colaboradores, en cada tipo de colaboración. Estos serían los que se recogen en el cuadro 3.2.

Los perfiles de las colaboraciones **económicas puntuales y continuadas** tienen un amplio segmento **común**: en las zonas centro-sur y sur, poblaciones de 10.000 a 50.000 habitantes, mayoritariamente mujeres, personas mayores, con un nivel educativo bajo. Amas de casa y empresarios. En barrios de clases media-alta y media-media, ideológicamente posicionados en el centro.

Como segmentos **diferenciadores** encontramos, en las **económicas puntuales**, poblaciones de 50.000 a 100.000 habitantes, la zona Norte, un segmento de trabajadores y otro de personas que

se autoposicionan en la derecha. Y en las **económicas continuadas**, poblaciones de 100.000 a 250.000 habitantes, un segmento de 25 a 35 años, otro de nivel educativo superior, barrios de clase trabajadora y personas autopositionadas en la izquierda.

En lo que se refiere a los perfiles de las colaboraciones en **actuaciones puntuales y continuadas**, se observan los segmentos **comunes** siguientes: en Madrid y las zonas centro-sur y sur, poblaciones de 50.000-100.000 habitantes y de 100.000-250.000. Mayoritariamente también las mujeres, los grupos de edad más jóvenes: 15-19 y 20-24 años. Profesionales y funcionarios, estudiantes y parados. Barrios de clases medias y trabajadora, y personas de izquierda.

Como singularidades **diferenciadoras**, en las colaboraciones en **actuaciones puntuales** se observa un grupo de 45 a 54 años; el nivel educativo medio y personas de centro. Y en las **actuaciones continuadas** un grupo de 25 a 35 años, y otro de derecha.

De modo general la variable más **diferenciadora** entre los perfiles de las colaboraciones **económicas** y de las **actuaciones**, tanto puntuales como continuadas, es la de la **edad**. Pues mientras en las económicas predominan las personas mayores, en las actuaciones lo son los jóvenes. Las demás variables se diversifican como hemos visto anteriormente. Cabe señalar como segmentos muy presentes las mujeres y las zonas de centro-sur, sur y Madrid.

En las colaboraciones económicas cabe citar también la presencia de los empresarios y las amas de casa, y en las de actuaciones a los profesionales, los parados y los estudiantes. Finalmente, por tipo de hábitat destaca también la presencia, en las dos clases de colaboraciones, de las poblaciones de 50.000-100.000 habitantes y de 100.000 a 250.000, así como los barrios de clases medias y, en menor medida, los de clase trabajadora.

Cuadro 3.2. Perfiles de los potenciales colaboradores en cada tipo de colaboración

COLABORACIONES ECONÓMICAS		COLABORACIONES EN ACTUACIÓN	
A) Puntuales	(18.4%)	A) Puntuales	(19.2%)
En las zonas centro -norte	18.6	En Madrid	24.0
centro-sur	24.1	centro-sur	26.5
y sur	29.6	y sur	25.0
Poblaciones de hasta 10.000 hab.	20.0	Poblaciones de 50.000-100.000 hab.	28.3
10.000-50.000 y	19.2	y 100.000-250.000	22.5
50.000-100.000	31.2	Hombres	17.0
Hombres	17.3	Mujeres	21.3
Mujeres	19.5	De 15-19 años	29.2
De 45 a 54 años	21.0	20-24	22.6
y 55-65	23.8	y 45-54 años	21.3
De nivel educativo bajo y medio	22.6	De nivel educativo medio	20.7
Empresarios	20.8	Estudiantes	28.1
Amas de casa	24.0	Parados	23.2
Trabajadores	19.9	Profesionales-funcionarios	20.9
En barrios de clase media-alta		Barrios clase media-media	19.1
y media-media	25.7	y trabajadora	21.1
De centro	19.8	De izquierda	27.0
y derecha	30.9	y de centro	19.8
B) Continuas	(6.2%)	B) Continuas	(4.5%)
En las zonas centro-sur	8.6	En Madrid	4.6
y sur	13.5	centro-sur	12.3
Poblaciones de 10.000-50.000 hab.	9.7	y sur	4.8
y 100.000-250.000	7.9	Poblaciones de 50.000-100.000 hab.	8.7
Hombres	4.8	y 100.000-250.000	5.2
Mujeres	7.6	Hombres	3.9
25 a 35 años	6.7	Mujeres	5.0
55-65	6.6	De 15 a 19 años	6.5
De nivel educativo bajo	7.2	20-24	7.2
y superior	6.7	25-35	5.2
Empresarios	9.3	De nivel educativo bajo	5.7
Amas de casa	7.2	y superior	4.5
Barrios clase media-alta		Profesionales-funcionarios	4.6
y media-media	7.4	Parados	6.6
y clase trabajadora	7.2	Estudiantes	7.2
De izquierda	8.1	En barrios de clases medias	4.2
y de centro	7.2	y trabajadora	5.5
		De izquierda	4.6
		y derecha	9.9

CONCLUSIONES

De todo lo expuesto en las páginas siguientes cabe resaltar las siguientes conclusiones principales:

- La FAD cuenta con un elevado grado de **conocimiento** y valoración **positiva** entre la población española: un **53.7%** expresa un conocimiento **espontáneo**, y hasta un **75.6%** tienen un conocimiento **global** de la FAD después de mostrarles los logotipos. Estos últimos al valorar la **labor** realizada por la FAD, un **80.9%** lo hacen de **bien o muy bien**. En una escala de diez la puntuación media equivalente sería de **7.52**.
- En lo que se refiere a las seis **imágenes** sobre la FAD o sus campañas, mostradas a los entrevistados, un **90.5%** conocen por lo menos una de ellas. La media de imágenes conocidas es de **3.98** por entrevistado. Individualmente la más conocida es la del **NO** con un **78.4%**, seguida del logotipo de la **mano** con el **61.4%**.
- Tanto en el conocimiento como en la valoración positiva de la FAD están presentes **amplios segmentos de la población española**, y en especial los grupos de edad **más jóvenes** y de **edades medias**, de niveles educativos **medios y superiores**, y **ocupacionalmente activos** (empresarios, profesionales y funcionarios, trabajadores...), así como los **estudiantes** y un amplio sector de **amas de casa**. De todas las clases sociales e ideologías políticas.
- Las **campañas** de la FAD en los medios de comunicación alcanzan un gran **reconocimiento social**, pues un **91.7%** de la población creen que su continuidad es **importante o muy importante**.
- Actualmente, un **79.5%** de la población indica tener algún conocimiento de las actuaciones que está realizando la FAD, con una media de actuaciones mencionadas de **2.55** por entrevistado. Las más conocidas son las campañas en los medios de comunicación, la prevención en las escuelas y el Teléfono 900. Aunque también mencionan las publicaciones y materiales de formación, la formación de familias, el centro de documentación, la formación en las Universidades o las actuaciones con voluntarios.
- Y lo mismo ocurre con el **92.7%** que demandan a la FAD diversas actuaciones, especialmente en **prevención en las escuelas**, **formación de las familias**, las **campañas de prevención en los medios de comunicación**, la **participación en actividades deportivas y juveniles**, y la **formación en las Universidades**. La media de demandas por entrevistado es de **2.69** actuaciones.
- Un **41.3%** de la población piensa que en la actuación ante las drogas las instituciones **privadas o no gubernamentales** son las **más útiles**, por un **36.7%** que opina que lo son las de las **Administraciones**.

- Este mayoritario reconocimiento de la utilidad de las instituciones no gubernamentales es refrendado por un **61.4%** de la población que creen que éstas deben ser **autónomas** ante el Gobierno, por tan sólo un **16.9%** que piensan que deberían estar **supeditadas** al mismo.
- Entre un **13.1%** (límite mínimo) y un **36.7%** (límite máximo) de la población entre 15 y 65 años manifiestan su disposición a colaborar con la FAD. Esto supondría, en teoría, un potencial de colaboradores posibles entre los **3.5** y los **10 millones** de personas.
- Obviamente el potencial de colaboradores posibles no significa que todos o la mayoría de ellos puedan llegar a ser colaboradores **efectivos**. La experiencia de las instituciones humanitarias demuestran que sólo una parte de los mismos pueden ser captados.
- Esta captación depende en gran medida del esfuerzo en **comunicación** y **motivación** específica que pueda hacer la institución en cuestión, y de los **cauces** de **contacto**, **formalización** y **consolidación** del compromiso de colaboración que se realicen.
- En la línea de la motivación de esta colaboración, podemos ver que las colaboraciones específicas que señalan los que, en principio, muestran una disposición de colaboración serían las siguientes: un **19.2%** lo harían en **actuaciones voluntarias puntuales** y un **4.5%** en **programas sistemáticos**; por otra parte un **18.4%** estaría dispuesto a entregar un **donativo para alguna actividad o campaña**, mientras que otro **6.2%** podría abonar una **cuota anual** para financiar el conjunto de actividades.