



FUNDACIÓN DE AYUDA
CONTRA LA DROGADICCIÓN

■ Índice.

- [Introducción.](#)
- [Principales conclusiones](#)
- [Conocimiento de la FAD a través de las campañas y los medios](#)
- [Valoración de la labor realizada por la FAD en prevención ante las Drogodependencias](#)
- [Quiénes deberían financiar a las ONGs en prevención y atención de problemas de drogas](#)
- [Disposición de colaboración con las ONGs en general y con la FAD en particular](#)

■ Introducción.

Dada la importancia que tiene conocer la imagen y valoración de la sociedad en general sobre la FAD, desde 1998 la Fundación se ha ocupado de obtener esta información, que en el año 2001 se ha centrado en la opinión de los padres y madres de familia con hijos adolescentes, mientras que en 1998 se analizó la opinión de la sociedad en general.

Los datos que se ofrecen a continuación reflejan los resultados de esas preguntas que corresponden a una muestra de 1.000 padres y madres de familia con hijos adolescentes, representativos de todas las Comunidades Autónomas y tipos de hábitat. El 53% de los casos son madres y el 47% padres.

Como contraste a los resultados, se aportan en el informe algunas comparaciones con los resultados de las mismas preguntas formuladas tres años antes, en 1998, en el marco de la investigación "La percepción social de los problemas de drogas en España".

Hay que tener en cuenta, en todo caso, que la comparación no es más que ilustrativa, dado que las muestras y el contexto de la recogida de los datos son diferentes. La muestra de 1998, con las mismas características técnicas que la actual, contó con 1.700 efectivos, pero del conjunto de la población española entre 15 y 65 años. Por tanto, no se pueden valorar estrictamente las diferencias, ni como mejora ni como empeoramiento de los resultados, puesto que, como es lógico, la perspectiva de los padres y madres de familia es diferente a la de otros grupos de población que no tienen responsabilidades directas en la educación. Y esta perspectiva puede generar interpretaciones contradictorias de cara a valorar las diferencias de resultados. Por un lado podría pensarse que desde las familias con hijos la valoración será más positiva en la medida que se agradece cualquier tipo de actuación en una materia que les preocupa de forma directa y personal. En el otro sentido también podría hipotetizarse que, precisamente por esa mayor implicación al tener hijos en edades de riesgo, los padres y madres de familia pudieran ser más críticos que el resto de la población con las actuaciones que se ponen en marcha.

En el informe se reflejan, en primer lugar, las principales conclusiones y, a continuación, los resultados detallados de cada uno de los temas tratados, que son los siguientes:

1. Conocimiento de una serie de campañas de la FAD.
2. Valoración de la labor realizada por la FAD en la prevención ante las drogas.
3. Opinión sobre cómo y quiénes deberían financiar a las Organizaciones No Gubernamentales en prevención y atención de problemas de drogas.
4. Disposición a la colaboración con estas instituciones en general, y con la FAD en particular.

■ Principales conclusiones.

Los resultados obtenidos son, en todos sus términos, especialmente positivos. Independientemente de los resultados comparativos respecto a 1998, los datos actuales reflejan una muy buena valoración de la FAD, por parte de un segmento de la población (padres y madres de familias con hijos adolescentes) que es especialmente relevante para las actuaciones de toda índole que promueve y desarrolla la Fundación.

De forma sintética, las principales conclusiones de la información que se detalla más adelante son las siguientes:

1. La imagen de la FAD tiene una fuerte penetración entre las familias españolas (con hijos de 14 a 20 años). Un **85.2%** conocen alguna o algunas de las campañas, con una media de **2.87** campañas distintas por persona. Este conocimiento es **2.2** puntos **superior** al de 1998 (83%).
2. También es muy alta y consolidada la proporción de los que creen que es importante o muy importante la **continuidad** de estas campañas: así piensan el **89.5%** de los padres y madres (en 1998 eran el 89.1%).
3. Igualmente es muy alta la proporción de padres y madres que valoran positivamente (bien o muy bien) la labor que realiza la FAD en prevención ante las drogas: el **87.3%**. Esta valoración es cinco puntos porcentuales mayor que la obtenida en 1998 entre este segmento de población (82.2%). En una escala de diez puntos equivale a una puntuación media de **7.83** (7.52 en 1998).
4. Un **58%** creen que las Organizaciones No Gubernamentales deberían ser, por su interés público, financiadas por las Administraciones Públicas. Esta opinión es más de **diez** puntos superior a la de 1998 (47.4%).
5. Casi la cuarta parte (el **24.3%**) de los entrevistados que colaborarían con alguna de las ONGs incluidas en la encuesta estaría en disposición de colaborar con la FAD. Por delante de la FAD están UNICEF (con la que colaboraría el 42%), Cruz Roja (36%), Asociación de lucha contra el cáncer (30%) y Médicos del Mundo (25%). Con Manos Unidas colaboraría el 19% y con Proyecto Hombre el 10%. La disposición respecto a la FAD era en 1998 tan sólo de un 13.1%, por lo que ha aumentado casi **once** puntos.
6. Centrando esta colaboración con la FAD de un modo más específico y práctico, el porcentaje de **disposición potencial a la colaboración** llega hasta un **29.2%**. En la mitad de los casos se refieren a donativos, el 32% a actuaciones puntuales, el 13% colaboraría sistemáticamente en programas y el 12% aportando una pequeña cuota anual.

■ Conocimiento de la FAD a través de las Campañas y los medios de comunicación

a) Conocimiento de las imágenes de las campañas

Con el fin de poder comparar los resultados con los de la encuesta de 1998, y así poder obtener una primera serie histórica, las campañas incluidas, han sido las mismas. También ha sido igual la metodología aplicada, que ha consistido en enseñar la imagen más emblemática de cada campaña y ver si eran reconocidas por los entrevistados.

En total fueron seis campañas. Los resultados obtenidos para cada una de ellas son los que se recogen en la tabla siguiente:

Conocimiento de las campañas de la FAD			
Imágenes campañas	Nº de respuestas	% de respuestas	% entrevistados
FAD- MANO	420	16.2	42.0
NO	636	24.5	63.7
Control (nadador)	135	5.2	13.5
NO	636	24.5	63.7
Engánchate a la vida	403	15.5	40.3
Cocaína (gusano en la nariz)	509	10.6	51.0
Insert Coin	346	13.3	34.6
Ninguna	148	5.7	14.8
total	2.597	100.0	260.0
base			(1.000)

A partir de los datos de la tabla anterior podemos concluir lo siguiente:

1. El nivel de conocimiento de alguna o varias imágenes de campañas de la FAD es bastante alto, pues tan sólo un 14.8% de los padres y madres no conocen ninguna, mientras que el **85.2%** conocen por lo menos alguna de ellas.
2. Del 85.2% que conocen alguna, la media de imágenes de campañas distintas conocidas es casi de tres (**2.87**) por persona.
3. Las imágenes de campañas que tienen un mayor grado de conocimiento son la del **NO** con un **63.7%** de entrevistados y la de la **cocaína** (gusano en la nariz) con el **51%**. A estas les seguirían las de la **FAD-Mano** con un **42%**, la de **Engánchate a la Vida** con el **40.3%**, y la de **Insert Coín** con un **34.6%**. La menos recordada sería la de **Control** (el nadador) con tan sólo un **13.5%**.
4. Respecto a los datos de la encuesta de 1998, la proporción general de conocimiento de alguna de estas imágenes de campañas de la FAD era entonces un poco mayor (90.5%) debido al alto recuerdo que tenían de ellas los jóvenes (95%), pero entre los padres y madres –que sería el segmento de población equivalente al de la encuesta actual- el grado de conocimiento era del **83%**, es decir, 2.2 puntos inferior al obtenido actualmente (**85.2%**).

En lo que se refiere a los perfiles, una vez cruzado con las variables de clasificación, podemos ver que quienes en mayor medida (entre un 86% y un 95%) tienen conocimiento de estas campañas son los siguientes segmentos de padres y madres: las mujeres un poco más que los hombres, los de hasta 34 años y los de 35 a 44. En poblaciones medias y grandes. De estudios medios y superiores. En los diversos estratos de las clases medias. Profesionales, funcionarios y trabajadores cualificados. Católicos practicantes y no practicantes, y agnósticos; de centro-izquierda y de centro.

b) Dónde han oído hablar de la FAD o han visto las campañas

Tomando como base cien a los que indicaron conocer alguna imagen o campaña de la FAD, los medios a través de los cuales lo hicieron son los que se recogen en la tabla siguiente:

Medios donde han conocido a la FAD		
	Nº de respuestas	Nº de entrevistados
famíares	1.8	3.6
amigos	1.7	3.5
vecinos, compañeros	2.2	4.6

Prensa o revistas	18.2	37.5
Televisión	44.7	91.7
Radio	6.8	13.9
Carteles o vallas en la calle	16.5	34.0
Películas video, cine	7.1	14.6
Otros medios	1.0	2.0
total	100.0	205.4
base	(1.711)	(833)

Según los datos de esta tabla podemos concluir lo siguiente:

1. El conocimiento de la FAD ha llegado a los padres y madres en un promedio de **2.05** medios distintos.
2. Dos tipos de medios de comunicación son los que en mayor medida han llegado a los padres y madres: la televisión con un **91.7%** y la prensa o revistas con el **37.5%**. La radio ocupa ya un lugar más secundario con sólo un **13.9%**.
3. El segundo nivel lo ocuparían los carteles y vallas en la calle, autobús, etc., con un **34%**. Y a cierta distancia las películas en vídeo o cine, con el **14.6%**.
4. Y el tercer nivel sería el de la intercomunicación personal (familiares, amigos, vecinos, compañeros...), con un **11.7%** del total de casos.

En lo que se refiere a los perfiles de los que conocieron la FAD por uno u otro medio, cabe señalar que la televisión es el medio más universal, pues alcanza a todos los segmentos de la población. La prensa y las revistas llegan más a los hombres, de edades jóvenes e intermedias y de nivel educativo medio-superior; mientras que la radio lo hace más a las mujeres, de edades medias y mayores, y de nivel educativo bajo. En el resto de medios no hay mayores diferencias.

c) Opinión sobre la continuidad de las campañas de la FAD

Finalmente, en lo que a esta cuestión se refiere, podemos ver lo siguiente:

Importancia de la continuidad de las campañas de la FAD en los medios de comunicación		
	%	%agrupado
Muy importante	45.4	
Importante	44.1	89.5
Indiferente	5.3	5.8
Innecesaria	0.5	
NS/NC	4.7	4.7
total	100.0	100.0
base	(1.000)	(1.000)

Casi nueve de cada diez (**89.5%**) padres y madres creen que la continuidad de las campañas de la FAD en los medios de comunicación es importante o muy importante; un 5.8% creen que es indiferente o innecesaria; y un 4.7% no manifiesta opinión al respecto.

El porcentaje de los que consideran que la continuidad de estas campañas es importante o muy importante es muy similar al observado en 1998: el 91.7% en el conjunto de la población y el 89.1% en el segmento equivalente al de los padres-madres.

Dada la alta proporción de los que tienen esta opinión positiva mayoritaria no se observan diferencias significativas en los cruces con las variables independientes.

■ Valoración de la labor realizada por la FAD en la prevención ante las drogas

La pregunta sobre esta cuestión se realizó al 85.2% de entrevistados que tenían algún conocimiento sobre la FAD. Convirtiendo este grupo en base cien podemos ver los siguientes resultados:

Valoración de la labor de la FAD en la Prevención de drogas		
Valoración y equivalencia en una escala de 1 a 5	%	%agrupado
Muy mal (1)	0.5	
Mal (2)	1.4	1.9
Regular (3)	10.8	10.8
Bien (4)	53.4	87.3
Muy Bien (5)	33.9	
total	100.0	100.0
base	(852)	(852)

Según estos datos vemos que es muy mayoritaria la valoración positiva: un **87.3%** de los padres-madres valoran bien o muy bien la labor que está realizando la FAD en la prevención de drogas. Un 10.8% cree que es regular, y tan sólo un 1.9% hace una valoración negativa.

Esta valoración positiva es aún más alta que la observada en 1998, que era del 80.9% en el conjunto de la población y de un 82.2% entre los padres y madres.

En la escala de cinco puntos la valoración actual tiene una media de **4.19** puntos (4.01 en 1998), y su equivalencia en una escala de diez puntos sería de **7.83** (7.52 en 1998).

Si tomamos como referencia la media en la escala de cinco puntos (4.19) podemos ver que quienes mejor valoración tienen serían los siguientes padres-madres:

- Los de 35 a 40 años (4.26) y 45 a 54 (4.24).
- En poblaciones de 50.000 a 100.000 habitantes (4.23) y de más de 250.000 (4.28).

- Los de nivel educativo medio (4.29) y superior (4.31).
- Profesionales (4.31), funcionarios (4.36) y trabajadores cualificados (4.27).
- De clase media-media (4.36) y media-baja (4.27).
- Católicos practicantes (4.33) y no practicantes (4.23).
- De centro político (4.24), centro-izquierda (4.20) y centro-derecha (4.21).

No se observan diferencias significativas entre hombres y mujeres.

■ Quiénes deberían financiar a las Organizaciones no Gubernamentales en prevención y atención de problemas de drogas

Esta pregunta se hizo a todos los entrevistados, conocieran o no a la FAD. Las respuestas obtenidas son las que se recogen en la tabla siguiente:

Quiénes deberían financiar las ONGs en prevención y atención de drogas	
	%
Las deberían financiar sus propios miembros	8.8
Las deberían financiar las administraciones públicas	58.0
Las deberíamos financiar entre todos, con aportaciones individuales	14.4
Las deberían financiar los receptores de los servicios	5.3
NS/NC	13.5
total	100.0
base	(1.000)

Algo más de la mitad de los padres-madres, el **58%**, creen que estas ONGs deberían financiarlas las Administraciones Públicas. Este porcentaje es algo más de diez puntos al observado en 1998 (47.4%).

Un **8.8%** creen que deberían hacerlo sus propios miembros (un 14.2% en 1998). El **14.4%** piensan que deberíamos financiarlas entre todos (el 13.5% en 1998). Y, por último, un **5.3%** opinan que deberían hacerlo los receptores de los servicios (el 10.7% en 1998).

Como puede observarse parece ir ganando terreno la opinión de que las Administraciones Públicas tienen un importante grado de responsabilidad en la contribución a la financiación de estas instituciones que, por la naturaleza de su labor, son también de interés público.

Esta opinión se da, principalmente, entre los padres-madres de hasta 34 años (77.8%), los de 35 a 44 (67.7%) y los de 55 a 64 (71.4%). En las poblaciones medias (71.5%) y las grandes (75.1). Entre los de estudios medios y superiores (81.1%), los profesionales (76.1%), los trabajadores (69.1%) y las amas de casa (70.6%). Los católicos practicantes (66.8%), los no practicantes (64.7%) y los agnósticos (74.3%). Así como entre los de izquierda (77.5%) y los de centro (65.1%).

■ Disposición de colaboración con las ONGs en general y con la FAD en particular

Sobre este particular la pregunta realizada y los resultados obtenidos son los que se recogen en la tabla siguiente:

De las siguientes instituciones, ¿con cuáles estaría dispuesto a colaborar o a cuáles estaría dispuesto a ayudar		
	% respuestas	% entrevistado
Unicef	19.3	41.8
Asociación de Lucha contra el Cancer	13.7	29.8
Cruz Roja	16.7	36.2
FAD- Fundación de Ayuda contra la Drogadicción	11.2	24.3
Medicos del Mundo	11.4	24.8
Proyecto Hombre	4.7	10.8
Manos Unidas	8.8	19.2
Intermon	2.5	5.5
Ninguna	11.6	36.2
total	100.0	2.170
base	(1.899)	(1.000)

Las dos primeras posiciones las ocupan, como suele ser habitual en este tipo de encuestas, las grandes instituciones de carácter general y proyección internacional como UNICEF (41.8%) y la Cruz Roja (36.2%), y ya a cierta distancia Médicos del Mundo (24.8%). En una situación intermedia encontramos a dos instituciones específicas, que a su vez son las primeras en las de este tipo: Asociación de Lucha contra el Cáncer (29.8%) y la FAD (24.3%). Y ya en un tercer nivel estarían Manos Unidas (19.2%), Proyecto Hombre (10.8%) e Intermon (5.5%).

De las dos únicas instituciones en el campo de las drogas, la FAD duplica largamente en disposición de colaboración (24.3%) al Proyecto Hombre (10.2%). Ambas entidades tenían en 1998, entre población general, una disposición de colaboración del 13.1% y del 11.9%, respectivamente.

También cabe señalar que del total de padres y madres entrevistados un 25.1% no estaría dispuesto a colaborar con ninguna ONGs, mientras el **74.9%** sí estaría dispuesto a colaborar con alguna o algunas de ellas, con una media de dos instituciones por entrevistado.

En otra pregunta más concreta se les preguntó si estarían en disposición de realizar algún tipo de ayuda o colaboración con la FAD en la actuación ante las drogas. Un **29.2%** contestó de forma afirmativa. Así pues entre un 24.3% y un 29.2% estarían en disposición **potencial** de colaborar con la FAD. Esta disposición positiva es más acusada entre los hombres (31.2%), los de hasta 34 años (33.36%), y de 35-44 (31.7%). De estudios medios-superiores (32.7%). Profesionales (33.6%), funcionarios (31.2%) y trabajadores cualificados (31.8%). De clase social media-media (32.7%). Católicos practicantes (36.1%) y agnósticos (33.4%). De centro (36.1%).

Y en lo que se refiere al tipo de colaboraciones o ayudas que podrían prestar, los resultados obtenidos son los siguientes:

Colaboraciones y ayudas que le sería factible realizar con la FAD

	% sobre total	%sobre los que colaborarían
Participar como voluntario en actuaciones puntuales	8.8	32.4
Participar como voluntario en programas sistemáticos	13.0	11.0
Entregar un donativo para alguna actividad o campaña de formación o prevención	12.6	46.3
Abonar una pequeña cuota anual para financiar el conjunto de actividades	2.1	7.7
otras	0.7	2.5
Ninguna	70.8	--
NS/NC	2.0	--
total	100.0	100.0
base	(1.000)	(272)

Algo más de la mitad (**54%**) de los que estarían en disposición de colaborar lo podrían hacer con un donativo o una cuota anual. Casi otro tercio (**32.4%**) participaría como voluntario en actuaciones puntuales, mientras que un **11%** lo haría en programas sistemáticos.

Estas proporciones son, en esencia, muy semejantes a las observadas en 1998.